

NUNO MIGUEL DA SILVA FERREIRA

“TURISMO: UMA OPORTUNIDADE PARA ÓBIDOS”

Orientador: Prof. Doutor Eduardo Moraes Sarmento

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**

Lisboa

2011

NUNO MIGUEL DA SILVA FERREIRA

“TURISMO: UMA OPORTUNIDADE PARA ÓBIDOS”

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Estratégias de Desenvolvimento Turístico no curso de Mestrado em Turismo, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Orientador: Prof. Doutor Eduardo Moraes Sarmento

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

Lisboa

2011

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a um grande Homem, mas sobretudo, a um grande amigo que actualmente já não se encontra entre nós.

Dedico esta dissertação, ao **Carlos Guilherme Pereira da Silva Oliveira**, por todos os momentos que partilhei com ele, por toda a sua amizade, por todas as suas palavras de apreço e motivação que me proferiu e acompanhou no decorrer da maior parte do meu percurso académico.

O meu, profundo e sentido Obrigado!!

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, quero manifestar a minha gratidão à minha família, e aos meus amigos Júlia Augusto, Manuel Reis Ferreira, e ao meu colega e grande amigo Jorge Estevão Júlio, que em muito me apoiaram e aconselharam nos momentos mais stressantes ao longo da pesquisa e elaboração desta dissertação.

Quero agradecer profundamente, ao meu orientador Doutor Eduardo Moraes Sarmiento, pelo seu incansável apoio, empenho e dedicação na orientação em todos os momentos na elaboração deste documento académico, tendo desta forma, um papel crucial na sua execução.

Ao Dr. Licínio Cunha, pela sua constante disponibilidade, debatendo-se sempre em defesa dos problemas e barreiras que o tempo fez surgir.

Não poderei de deixar de agradecer ao Posto de Turismo e à Câmara de Óbidos pela disponibilidade na prestação de toda a informação necessária.

RESUMO

As abordagens tradicionais sobre o desenvolvimento dos locais, do ponto de vista económico, social e ambiental, referem o turismo como uma actividade a considerar, se tais espaços forem detentores de recursos e de património específicos (Pardelas *et al.*, 2005).

Esta visão permite sustentar que a actividade turística, submetido ao nível regional-local, poderá constituir uma alavanca de desenvolvimento baseado na diferenciação cultural, social e nos recursos turísticos existentes (Vera, 2002).

Assim, este trabalho não só tem como objectivo analisar e discutir o papel do turismo para o desenvolvimento local, mas como também, perceber a sua aplicabilidade fazendo o cruzamento entre os conceitos analisados e o estudo de caso de Óbidos.

Palavras-chave: Desenvolvimento local, Planeamento, Turismo, Comunidades Locais, Óbidos

ABSTRACT

Traditional approaches on the development of local economic point of view, social and environmental concern as a tourism business to consider, if such spaces are in possession of specific assets and resources (Pardelas *et al.*, 2005).

This view enables us to sustain the tourism industry, submitted to the regional-local level, and could provide a lever for development based on cultural differentiation, social and existing tourism resources (Vera, 2002).

This work not only aims to analyze and discuss the role of tourism for local development, but also, to understand its applicability doing a cross between the concepts discussed and the case study of Óbidos.

Keywords: Local development, Planning, Tourism, Local Communities, Óbidos

ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

AICEP Portugal - Agência para o Investimento e Comercio Externo de Portugal

ENDS - Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável

INE – Instituto Nacional de Estatística

TP - Instituto Turismo de Portugal, IP

OEA - Organização dos Estados Americanos

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONU - Organização Mundial das Nações Unidas

PENT - Plano Estratégico Nacional do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

PIT - Programa de Intervenção do Turismo

TER - Turismo em Espaço Rural

UNCED - Meio Ambiente e Desenvolvimento

VAGT - Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo

Índice Geral

DEDICATÓRIA.....	3
AGRADECIMENTOS.....	4
RESUMO	5
ABSTRACT	6
ABREVIATURAS E SÍMBOLOS	7
METODOLOGIA.....	15
INTRODUÇÃO	16
CAPÍTULO I – TURISMO: IMPACTOS, CONDICIONANTES E ESPECIFICIDADES	19
1.1 Breve Introdução ao Comportamento do Turismo	20
1.2 Turismo Mundial	20
1.3 Evolução Histórica do Turismo	24
1.4 Turismo em Portugal.....	30
1.4.1 Estado da Arte do Sistema Turístico (2011).....	37
1.4.2 Receitas Turísticas	39
1.4.2.1 INE: Receitas de turismo crescem mais de 3% em 2010	40
1.5 Modalidades de Turismo.....	42
1.6 Condicionantes do Turismo	44
1.7 Destino Turístico	45
1.8 Impactos do Turismo no Desenvolvimento Regional.....	46
1.9 Impactos do Gerais do Turismo	48
1.9.1 Principais Efeitos.....	51
1.9.2 Impactos Económicos	52
1.9.3 Impactos Ambientais	54
1.9.4 Impactos Socioculturais.....	55
1.10 Impacto dos Eventos Turísticos no Desenvolvimento do Destino	60

1.11 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	61
CAPÍTULO II – TURISMO UM FACTOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	62
2.1 Breve Introdução ao Turismo, Enquanto Factor de Desenvolvimento Sustentável	63
2.2 Turismo / Desenvolvimento local	63
2.3 Desenvolvimento Sustentável	65
2.4 Turismo Sustentável	67
2.5 Importância TER - Turismo em Espaço Rural	71
2.6 Avaliação do Potencial Turístico	74
2.6.1 Valor Turístico de um Lugar	74
2.6.2 Recursos Turísticos em Análise	75
2.6.3 Como perceber se um local tem potencial para produzir turismo?	76
2.6.3 Hierarquização dos Recursos	77
2.7 Planeamento / Desenvolvimento local	79
2.8 Indústria Turística	80
2.9 Conceptualizações de Desenvolvimento	82
2.10 Matriz do Desenvolvimento Turístico Sustentável	84
2.11 Modelo de Desenvolvimento Turístico	85
2.12 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	87
CAPÍTULO III – CONCELHO DE ÓBIDOS	88
3.1 Breve Enquadramento ao Tema	89
3.2 Caracterização da Região do Oeste	89
3.3 Sistema Turístico da Região do Oeste	92
3.3.1 Oferta	92
3.3.1.1 Alojamento	92
3.3.1.2 Restauração e Agências de Viagens	93
3.3.1.3 Estâncias Termas - Áreas protegidas - PIT	94
3.3.1.4 Principais Museus	95
3.3.2 A Procura	95

3.3.2.1 Acessibilidades da Região	96
3.3.2.2 Principais Características do Território	97
3.4 Matriz da Oferta Turística	98
3.5 Desenvolvimento da Região do Oeste	99
3.6 Importância do Turismo no Oeste	99
3.6.1 Natureza	100
3.6.2 Património Cultural.....	101
3.7 Sustentabilidade da Região do Oeste	102
3.8 Concelho de Óbidos	103
3.8.1 Caracterização de Óbidos	103
3.8.2 Indicador Administrativo	103
3.8.2.1 Localização	103
3.8.2.2 Organização Política.....	105
3.8.3 História.....	105
3.8.4 Indicadores Territoriais Sociais e Demográficos	106
3.8.5 Indicadores Económicos	109
3.8.6 Indicadores Ambientais	110
3.9 Avaliação dos Recursos	111
3.10 Sistema Turístico de Óbidos	112
3.10.1 Oferta.....	112
3.10.1.1 Recursos Patrimoniais.....	112
3.10.1.2 Recursos Naturais	114
3.10.1.3 Equipamentos	115
3.10.1.4 Hotelaria, Restauração e Bar	115
3.10.1.5 Gastronomia e Vinhos	117
3.10.1.6 Cultura e Entretenimento	117
3.10.1.7 Eventos Turísticos, Base de Desenvolvimento Local.....	118
3.10.1.7.1 Actividades de Animação Cultural e Desenvolvimento Comunitário.....	119
3.10.1.7.2 Iniciativas, Programas e Projectos	119
3.10.2 A Procura	120

3.10.2.1 Mercados de Origem dos Turistas e Visitantes.....	120
3.11 Posicionamento de Óbidos Enquanto Destino Turístico.....	122
3.12 Estratégia Turística de Óbidos.....	122
3.13 Modelo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos	124
3.14 Análise do Potencial Turístico de Óbidos	125
3.14.1 Metodologia	126
3.14.2 Quadro de Recursos.....	127
3.14.3 Área de Oportunidade para o Turismo e lazer	129
3.14.4 Categorias Metodológicas	130
3.14.5 Hierarquização dos Recursos	131
3.15 Potencial Turístico de Óbidos.....	132
3.16 Análise SWOT	133
3.17 Sustentabilidade de Óbidos	134
3.18 Modelo Desenvolvimento Turístico de Óbidos.....	135
3.19 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	136
CONCLUSÃO GERAL	138
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	141
ANEXOS	152
Número de visitantes atendidos pelo posto de turismo de 2006 a 2010	i
Estrutura Hoteleira e Preçários de Óbidos.....	iv
Mapa do Alojamento de Óbidos	vii
Estrutura Orgânica do Município de Óbidos.....	viii
Flayer Promocional da Vila de Óbidos	ix
Balanço Consolidado de 2010	xi

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Análise do Desempenho das Principais Regiões Nacionais	36
Tabela 2 - Estado da Arte do Sistema Turístico 2011	37
Tabela 3 - Impactos Gerais do Turismo	49
Tabela 4 - Principais Efeitos Económicos Resultantes da Actividade Turística	51
Tabela 5 - Impactos Económicos do Turismo	52
Tabela 6 - Impactos Ambientais do Turismo	54
Tabela 7 - Impactos Socioculturais Turismo	55
Tabela 8 - Conceptualizações de Desenvolvimento	82
Tabela 9 - Caracterização dos Concelhos da Região do Oeste	89
Tabela 10 - Caracterização do Sector Empresarial nos Concelhos da Região do Oeste	90
Tabela 11 - Distribuição do Alojamento	93
Tabela 12 - Distribuição das Agências de Viagens e Restauração	94
Tabela 13 - Distribuição das Estancias Balneares e Áreas Protegidas	94
Tabela 14 - Investimentos em Golf e Resorts	96
Tabela 15 - Sustentabilidade na Região do Oeste	102
Tabela 16 - Caracterização da População de Óbidos por Sexo	107
Tabela 17 - Caracterização da População de Óbidos por Idades	107
Tabela 18 - Museus e Alojamento no Concelho de Óbidos	114
Tabela 19 - Alojamento e Restauração no Concelho de Óbidos	115
Tabela 20 - Avaliação dos Recursos Turísticos de Óbidos	128
Tabela 21 - Hierarquização dos Recursos Turísticos	131

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - Classificação Básica de Viajantes	23
Ilustração 2 - Classificação Básica de Turista	23
Ilustração 3 - Enquadramento dos Viajantes.....	24
Ilustração 4 - Portugal um dos 20 Principais Destinos Mundiais.....	33
Ilustração 5 - Impactos no Destino	49
Ilustração 6 - Pilares da Sustentabilidade.....	66
Ilustração 7 - Turismo Sustentável	68
Ilustração 8 - Conceptualizações entre <i>Stakeholders</i> e as Temáticas de Sustentabilidade.....	71
Ilustração 9 - Turismo em Espaço Rural	74
Ilustração 10 - Matriz do Desenvolvimento Sustentável.....	84
Ilustração 11 - Modelo de Desenvolvimento Turístico	85
Ilustração 12 - Estatística Geral do Oeste ano 2001	91
Ilustração 13 - Estatística Geral do Oeste ano 2011	92
Ilustração 14 - Património Cultural da Região do Oeste	95
Ilustração 15 - Acessibilidades da Região	97
Ilustração 16 - Matriz da Oferta Turística da Região do Oeste.....	98
Ilustração 17 - Golfe Resort - Oeste	100
Ilustração 18 - Localização de Óbidos.....	104
Ilustração 19 - Castelo de Óbidos	105
Ilustração 20 - Estatística Geral de Óbidos ano 2001	108
Ilustração 21 - Estatística Geral de Óbidos ano 2010	109
Ilustração 22 - Artigo do Presidente da Câmara de Óbidos	122
Ilustração 23 - Vila Natal.....	124
Ilustração 24 - As 7 Maravilhas de Portugal	124
Ilustração 25 - Processo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos.....	125
Ilustração 26 - Sustentabilidade de Óbidos	134
Ilustração 27 - Análise ao Modelo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos	135

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Receita e Quota e Mercado na Europa	28
Gráfico 2 - Chegas de Turistas Internacionais	28
Gráfico 3 - Chegas de Turistas Internacionais - Análise Anual.....	29
Gráfico 4 - Importância do Turismo Interno Face ao Externo	30
Gráfico 5 - Consumo do Turismo - Análise do PIB	31
Gráfico 6 - Análise do Consumo Gerado pelo Turismo VAGT.....	31
Gráfico 7 - O Peso do VAGT na Economia Nacional	32
Gráfico 8 - A Sazonalidade das Principais Regiões Nacionais	32
Gráfico 9 - Quota de Receitas de Portugal no Mercado Internacional.....	33
Gráfico 10 - Desempenho do Destino Turístico Portugal	34
Gráfico 11 - Principais Mercados Emissores de Turistas para Portugal.....	34
Gráfico 12 - Desafio dos Objectivos em Função dos Valores Previsto pelo PENT	35
Gráfico 13 - Procura turística de Portugal no 1º Trimestre de 2008	35
Gráfico 14 - Dormidas de Estrangeiros	38
Gráfico 15 - Tipologia de Alojamento Escolhido pelo Turismo Internacional	39
Gráfico 16 - Taxa de Ocupação de Cama por Segmento	39
Gráfico 17 - Passageiros Desembarcados por Mercado Turístico	41
Gráfico 18 - Balança Turística	41
Gráfico 19 - Chegadas Internacionais dos Turistas.....	53
Gráfico 20 - Caracterização da Procura	95
Gráfico 21 - Caracterização da Procura de Óbidos.....	121
Gráfico 22 - Caracterização da Procura por Meses	121

METODOLOGIA

Este projecto de investigação iniciar-se-á com uma análise global do estado da arte, no que confere ao referencial teórico, numa perspectiva de aprofundamento dos conceitos inerentes a todo o estudo.

Aponta-se ainda, um possível modelo de desenvolvimento turístico baseado nas ideias gerais dos autores analisados, em conformidade com os pressupostos deste estudo e consequentes particularidades dos tipos de territórios em análise.

Posteriormente será analisado um determinado território que se assumirá como o caso de estudo, onde tentar-se-á dentro da medida do possível perceber em que medida o turismo se transformou numa oportunidade de desenvolvimento para o local, terminando com uma contextualização do modelo de avaliação do potencial turístico aplicado a Óbidos.

Para melhor compreender a importância da actividade turística para o local, realizaram-se 15 visitas à Vila de Óbidos em diversos momentos, procurando um maior contacto com momentos de maior fluxo turístico ou de eventos específicos. Estas visitas tiveram como objectivo sentir, de uma forma mais próxima, os impactos provocados *in loco* pela actividade turística.

Por último, reflectiu-se os resultados obtidos ao longo deste trabalho académico tentando responder às questões de partida que nortearam durante todo o estudo, dando lugar às considerações finais seguidas da bibliografia designada.

INTRODUÇÃO

O turismo constitui uma área de oportunidade para o desenvolvimento nacional, regional e local. Tem sido considerado ao longo dos tempos, como uma nova oportunidade sustentável de promoção para áreas desfavorecidas, que preservam um património cultural e paisagístico com potencial a desenvolver, nas vertentes da procura e oferta de bens e serviços a nível local-rural (Gannon, 1994).

A evolução de todo o sistema turístico, conduziu a níveis de competitividade cada vez mais elevados entre a globalidade dos destinos turísticos, este facto, colocou novos patamares de exigência à *governance*, designadamente quando consideramos as escalas regionais e locais (Partidário, 1998).

Dadas as circunstâncias, impôs-se um novo paradigma, que capitaliza a necessidade de proteger o ambiente, o património cultural, estimular a economia e valorizar as comunidades locais (Lea, 1993), sob uma perspectiva sustentável. Considerando medidas para acautelar os impactos que o crescimento do turismo provoca nas regiões-locais de intervenção.

Esta visão permite sustentar que a actividade turística, designadamente ao nível local, poderá constituir uma alavanca de desenvolvimento baseado na diferenciação cultural, social e ambiental, diligenciando benefícios para as comunidades locais (Cavaco, 1996).

É exactamente aqui que entra a necessidade extrema de mudar mentalidades, a respeito deste trunfo muitas vezes é desvirtuado por perspectivas de curto prazo e de captação de investimentos que tendem parecer lucrativos, mas que não servem os interesses de longo prazo (Ribeiro, 2000). Só uma mente aberta e consciente dos impactos, de que uma boa estratégia de gestão turística territorial, poderá alimentar os fundamentos base à ignição deste tão pretendido conceito de desenvolvimento económico e social, numa óptica sustentável.

A responsabilidade parte sempre da vontade e desejo da população, face às potencialidades do local, se a população não quer ou não compreende o retorno dos investimentos, ou não percebe os benefícios que daí advêm, nunca estará permissiva a receber bem quem os visita.

A escolha deste tema, vai ao encontro da vontade de perceber em que medida podemos entender a acção do turismo, como factor nuclear responsável para dinamização e

desenvolvimento dos locais.

Neste sentido, considera-se que o turismo tornou-se no motor de desenvolvimento de todo o mundo, a diversos níveis, como o económico, social, ambiental, gerando desta forma emprego, criação e revitalização de infra-estruturas (Briedenhann & Wickens, 2004).

Para que possamos entender a abordagem ao tema, é crucial percebermos o que se entende relativamente a algumas definições assim, em forma de pré-estágio ao estudo que se propõe fazer, serão analisados alguns termos técnicos turísticos cruciais para a compreensão desta dissertação e do tema em questão.

Em suma, com base em pesquisa bibliográfica este estudo visa compreender e dar resposta à questão de partida que se define por: “Será o Turismo uma oportunidade para Óbidos?”.

Por último, tendo em conta o estudo de caso de Óbidos, far-se-á uma análise à aplicabilidade das premissas estudadas no decorrer da revisão da bibliografia, compreendendo os impactos e o tipo de desenvolvimento que a actividade turística possa ter imprimido à Vila de Óbidos.

Em termos de metodologia, este projecto de investigação, iniciar-se-á com uma análise global do estado da arte no que confere ao referencial teórico, numa perspectiva de aprofundamento dos conceitos inerentes a todo o estudo.

Aponta-se ainda, um possível modelo de desenvolvimento turístico baseado nas ideias gerais dos autores analisados, em conformidade com os pressupostos deste estudo e consequentes particularidades dos tipos de territórios em análise.

Posteriormente será analisado um determinado território que se assumirá como o caso de estudo, onde tentar-se-á, dentro da medida do possível, perceber em que medida o turismo se transformou numa oportunidade de desenvolvimento para o local, terminando com uma contextualização do modelo de avaliação do potencial turístico aplicado a Óbidos.

Para melhor compreender a importância da actividade turística para o local, realizaram-se 15 visitas à Vila de Óbidos em diversos momentos, procurando um maior contacto com momentos de maior fluxo turístico ou de eventos específicos. Estas visitas tiveram o objectivo sentir de uma forma mais próxima, os impactos provocados in loco pela actividade turística.

Por último, reflecte-se os resultados obtidos ao longo deste trabalho académico tentando responder as questões de partida que nortearam durante todo o estudo, dando lugar às considerações finais seguidas da bibliografia designada.

Esta dissertação está estruturada em cinco partes distintas, que assumem a seguinte forma: Turismo: impactos, condicionantes e especificidade; Turismo: um factor de

Desenvolvimento Sustentável; Caso de estudo da Vila de Óbidos inserida na Região do Oeste; Conclusões das análises estudadas e por último identificação da bibliografia eleita.

CAPÍTULO I – TURISMO: IMPACTOS, CONDICIONANTES E ESPECIFICIDADES

1.1 Breve Introdução ao Comportamento do Turismo

Com a evolução do Turismo, a competitividade entre os destinos turísticos assume-se cada vez mais num factor fundamental (Beerli & Martim, 2004), não só de eleição dos destinos turísticos por parte dos turistas, mas como também como uma ferramenta que permite a gestão estratégica de toda a estrutura turística inerente de um determinado destino, (Ritchie & Crouch, 1993).

A actividade turística não é um agente simples, bem pelo contrário, é um conjunto de complexos entendimentos, considerações, factores, variáveis condicionantes e âmbitos.

Este capítulo, visará descortinar alguns entendimentos dos elementos aliados ao conceito turismo, a sua evolução mundial e nacional, assim como, compreender as diversas dimensões provocadas e pelos impactos da acção do turismo, na alteração do estado económico e social nos territórios de actuação, num contributo global para o desenvolvimento local.

1.2 Turismo Mundial

Segundo Cunha (2001), a primeira definição surge no início do século XX pela mão de Herman von Schullern Schrattenhofen, o qual preconiza que o turismo é o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, permanência e partida de viajantes a uma comunidade, província ou um determinado Estado e que estão directamente ligados entre eles.

Esta definição atribui maior ênfase aos aspectos económicos, mas não especifica o tempo máximo de permanência desses viajantes e apenas considera o turismo receptor, pois nesta altura só se consideravam turistas os estrangeiros (como se poderá constatar pela evolução histórica do conceito).

Mais tarde, Hunziker e Krapf definiram o turismo como o “conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal, permanente ou temporária” (Cunha, 2006: pág. 19).

Nesta definição, considera-se tanto o turismo receptor como o doméstico e dá-se relevância à natureza das deslocações, sendo que estas não podem estar associadas ao

exercício de uma actividade lucrativa principal. No entanto, continua a evidenciar-se o cariz económico do conceito, não se mencionando o seu carácter recreativo, cultural e educativo¹

Outra definição que merece algum destaque é a sugerida por Mathieson & Wall (1982) que afirmam, que o turismo consiste no movimento temporário de pessoas para destinos fora dos locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades. De acordo com esta definição, apenas são consideradas no fenómeno turístico as deslocações fora dos locais normais de trabalho e residência, ou seja, também se devem excluir do conceito as viagens realizadas para o local de trabalho habitual.

Comparando com as anteriores, pode-se constatar que esta é a única que aborda o conceito não apenas pelo lado da procura, mas também pelo lado da oferta. No entanto, possui igualmente algumas deficiências, não mencionando, por exemplo a natureza das deslocações e o tempo máximo de permanência.

A definição apresentada pela (Organização Mundial do Turismo [OMT], 1978), possui alguns pontos de contacto com as já expostas. Segundo esta organização, o turismo compreende as actividades desenvolvidas por indivíduos no decurso das suas viagens e estadas para e em locais fora do seu ambiente habitual, por não mais do que um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios (*turismo de negócios*)² e outros (UNWTO, 2004). Esta organização considera ainda que, o ambiente habitual de um indivíduo consiste numa determinada área em redor do seu local de residência, bem como todos os locais por si visitados de forma frequente. Apesar de esta ser uma das definições que reúne maior consenso entre os investigadores, é também alvo de críticas e, a que mais se destaca é o facto de apenas ser considerada a procura turística.

Face ao exposto, facilmente se conclui que todas as tentativas de definição de turismo se revelam incompletas e ambíguas. Posto isto, e segundo a opinião de vários autores, o presente conceito deverá ter em conta, não só o lado da oferta como o da procura. Do ponto de vista da procura, o turismo consiste na deslocação temporária de indivíduos, independentemente das suas motivações, para locais diferentes do seu ambiente habitual, com objectivos diferentes da obtenção de remuneração.

¹ Turismo Educativo: refere-se a viagens que apresentam um programa estruturado, tais como programas de intercâmbio, nos quais são frequentadas escolas, muitas vezes em países estrangeiros, proporcionando o contacto com outras línguas bem como com outras culturas

² Este segmento é um dos mais lucrativos e que oferece emprego a muitas pessoas. Para muitos destinos chega a ser considerado como “*core business*”, e tem vindo a afirmar-se, ao longo dos últimos anos, como uma nova atracção para as áreas urbanas tornando-se num importante potencial de crescimento.

No que respeita à oferta, “o turismo pode ser encarado como todo o vasto conjunto de lugares, organizações, empresas, profissões e relações que se combinam para satisfazer as necessidades decorrentes das viagens temporárias.” (Cunha, 2006: pág. 22).

A actividade turística tem sido considerada ao longo dos tempos como uma mais-valia, tanto para os países desenvolvidos, como para os em via de desenvolvimento (William, 1996).

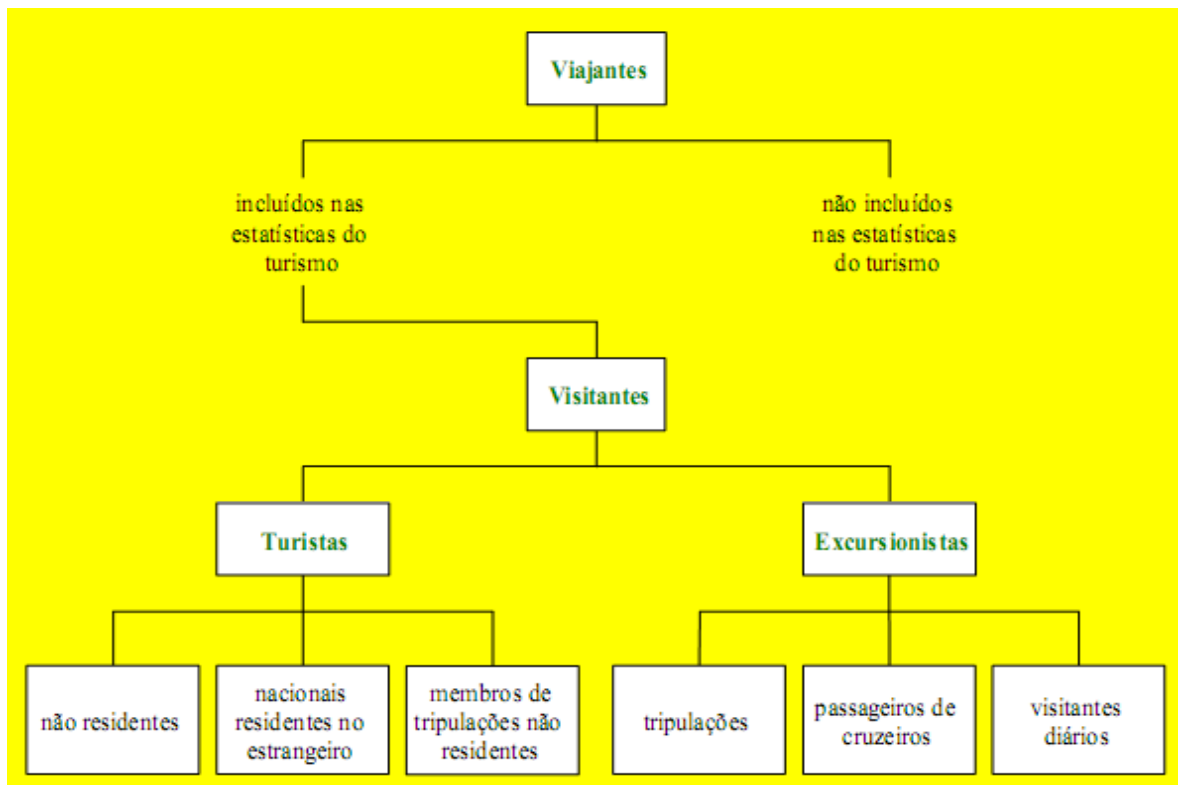
O turismo é considerado por alguns, como uma estratégia de desenvolvimento económico e social pelos mais variados argumentos, tais como o aumento de rendimentos, construção de novas infra-estruturas e formação de recursos humanos, criação de emprego e aumento de produção, entrada de divisas, e em geral, criação de mais riqueza (Simões, 1993). Este desempenha um papel benéfico mas que ao mesmo tempo, provoca danos no que concerne a aspectos referentes ao meio ambiente, social, económico e cultural. Impactos que causam alterações, por vezes de modo irreversível, à realidade social, ecológica e económica da região, o que faz com que o turismo corra o risco de destruir rapidamente o potencial do qual ele próprio se alimenta (Jackson, 2002).

Apesar de não existir uma definição uniforme para o termo Turismo podemos segundo a OMT – Organização Mundial do Turismo, uma agência especializada das Nações Unidas (ONU) dedicada ao turismo com sede em Madrid, definir o turismo (1987), como a actividade que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanecem em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros, à excepção de exercer uma actividade remunerada no lugar visitado. A OMT (1987), definiu ainda na mesma data o Turismo como sendo a “deslocação para fora do local de residência, por razões não económicas, por um período superior a 24 horas e inferior a 60 dias”.

A OMT (1987), refere ainda o Turismo como um conjunto de actividades realizadas por pessoas durante todo o período de estadia e viagem, num local fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo não superior a um ano, por motivos de lazer, de negócios ou outros.

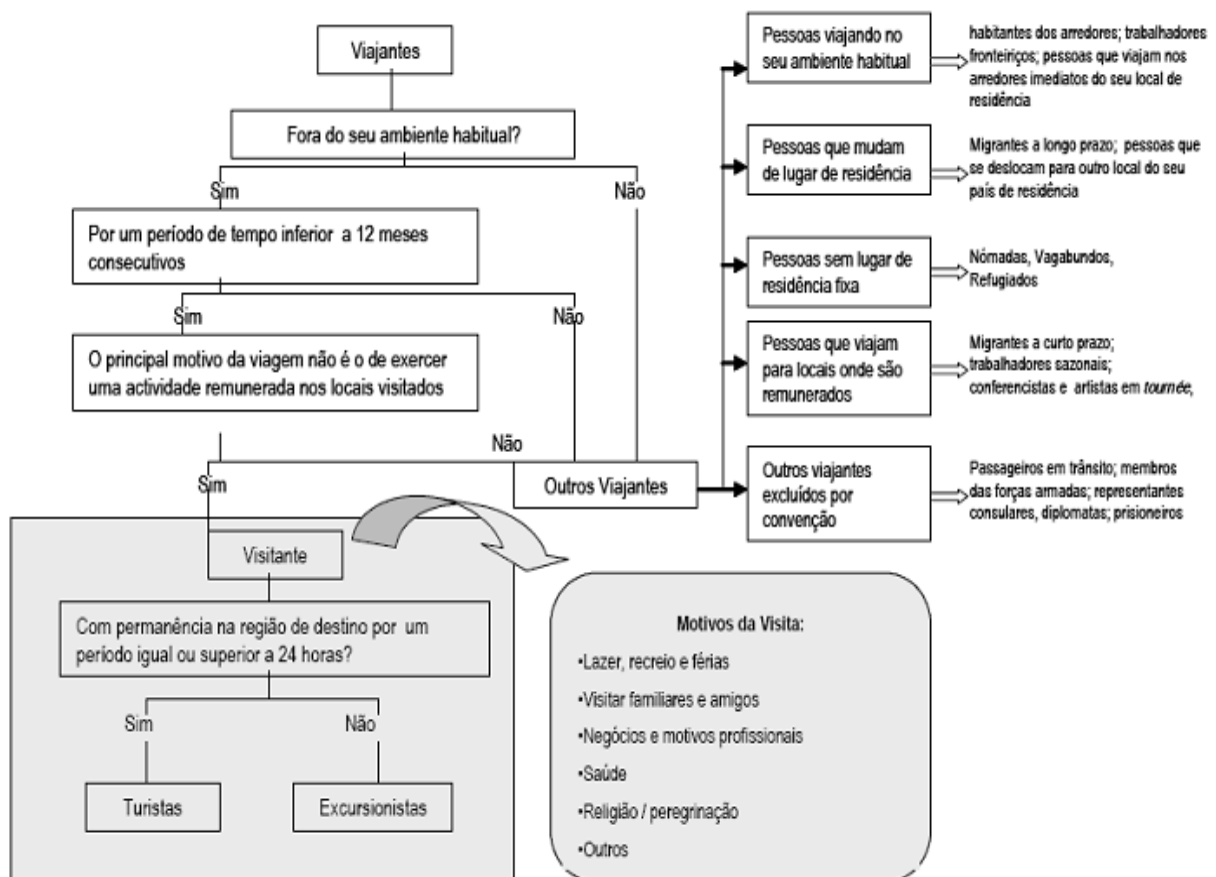
Como cliente do mercado turístico, a OMT (1987), considera o visitante, como qualquer pessoa que realiza uma viagem para qualquer lugar fora do seu ambiente habitual de residência, **por menos** de 12 meses consecutivos em que o seu principal objectivo da visita não seja o de praticar uma actividade remunerada no local onde este realiza a sua visita.

Ilustração 1 - Classificação Básica de Viajantes



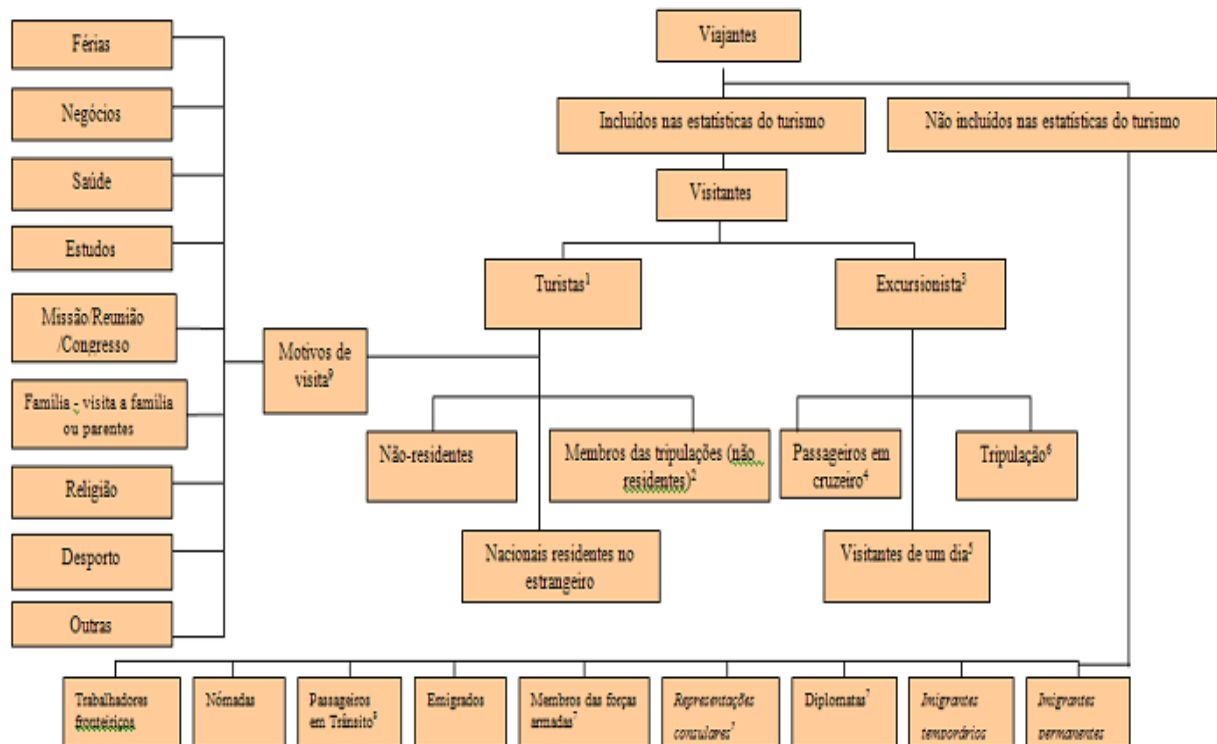
Fonte: OMT (1995)

Ilustração 2 - Classificação Básica de Turista



Fonte: OMT (1995)

Ilustração 3 - Enquadramento dos Viajantes



Esquema - Classificação de viajantes da OMT (Baptista, 1997; 41)

1.3 Evolução Histórica do Turismo

A história do turismo encontra-se associada à própria história da humanidade (Gee & Fayos-Solá, 1999). A génese do turismo permeia-se, e confunde-se, nos mais diversos meandros da história das civilizações, desde as mais remotas da Grécia Antiga ao período da romanização (Costa, 2005). No entanto, as primeiras civilizações apenas constituem uma fase “Idade Clássica” do desenvolvimento da actividade turística, podendo distinguir-se, segundo Cunha (2003), mais duas etapas: as idades Moderna e Contemporânea. Seguidamente expõem-se, de forma sucinta, cada uma destas fases.

- **Idade Clássica**

A Idade Clássica inicia-se com as primeiras civilizações e prolonga-se até meados do século XVII. “O turismo, em termos históricos, teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar, principalmente pela necessidade de comércio com outros povos” (Pires, 2004: pág. 17).

Estabelece-se como ponto de partida para esta resenha histórica do turismo a civilização Suméria, que criou condições propícias à realização de viagens. Este povo

inventou a moeda, desenvolveu o comércio, criou a escrita cuneiforme e a roda, que levou à criação das carruagens puxadas por animais. No entanto, apesar dos sumérios terem inventado a roda, foram sobretudo os romanos os responsáveis pela construção de uma extensa rede de estradas (Cunha, 1997).

No que diz respeito a atracções turísticas, o Egipto, por volta de 3000 A.C. era já um local sobejamente procurado, onde os viajantes se dirigiam essencialmente para contemplar as pirâmides e outros monumentos; a Grécia possuía como principal atracção os Jogos Olímpicos, existindo relatos de viagens organizadas para participação no referido evento; em Roma, as instalações termais foram transformadas em centros de atracção turística, pois, apesar de terem sido os gregos os primeiros a aproveitar as propriedades curativas das fontes, foram os romanos a desenvolver estes pontos de atracção um pouco por todo o território imperial (Cunha, 2006 & Pires, 2004).

Se considerarmos o “Império Romano como época verdadeiramente precedente do turismo, o seu declínio determinou também o declínio dos movimentos turísticos, que se acentuou com a Idade Média” (Baptista, 1990: pág.12). De facto, o fim do Império Romano provocou um retrocesso no turismo e apenas as cruzadas constituíam a grande excepção, sendo organizadas expedições para visitar importantes centros religiosos (Ignarra, 2003).

O fim da Idade Média marca a inversão da tendência de diminuição dos movimentos turísticos pois, com o advento do capitalismo, surge a necessidade de ampliação do comércio e, conseqüentemente das rotas comerciais, tanto terrestres, como marítimas (Campos & Gonçalves, 2003). As grandes viagens marítimas iniciam-se no século XIII com Marco Pólo. Posteriormente, os portugueses iniciam as suas grandes expedições e descobertas, seguindo-se espanhóis, ingleses, franceses e holandeses.

No século XVII registou-se uma grande melhoria nos transportes, tendo sido construídas as primeiras linhas regulares de diligências.

Durante a Idade Clássica, as viagens eram predominantemente individuais e realizavam-se, sobretudo, por motivos políticos, de estudo, de peregrinação religiosa, de trocas comerciais e de saúde (Cunha, 2002).

- **Idade Moderna**

Esta fase engloba o período temporal que decorre desde meados do século XVII até ao início do século XX. Durante esta época assiste-se a inúmeras mudanças de cariz tecnológico, económico, social e cultural, que provocam alterações nas viagens.

A partir da segunda metade do século XVII, a *Grand Tour* foi largamente difundida entre os aristocratas, principalmente entre os ingleses. Estas viagens eram realizadas pela

Europa, tinham uma duração aproximada de três anos e a sua finalidade era o cultivo do espírito. Com a *Grand Tour* nasce o conceito de turista, passando este a ser aplicado às pessoas que viajam. No início do século XVIII, em Inglaterra, as viagens passam mesmo a ser encaradas como um complemento à formação dos jovens (Cunha, 2006).

Na segunda metade do século XVIII foi inventada a máquina a vapor que levou a uma transformação da forma de produção e desencadeou a Revolução Industrial. Devido à industrialização, as cidades sofreram muitas mudanças ao nível paisagístico, o que levou as classes sociais mais abastadas a viajar para escapar ao ambiente poluído dos centros urbanos.

O desenvolvimento das linhas de caminho-de-ferro no século XIX, impulsionou bastante o turismo, pois tornou-se possível percorrer distâncias mais longas, em períodos de tempo mais curtos (Ignarra, 2003). É também durante este século que surgem os primeiros hotéis, que começam a tomar o lugar dos albergues e hospedarias. Na segunda metade do século XIX são inventados os barcos a vapor e as viagens marítimas tornam-se, logicamente, mais frequentes.

Em 1841, Thomas Cook organiza a primeira viagem colectiva, juntando 570 pessoas. Desta forma, Thomas Cook contribuiu para que as viagens se tornassem acessíveis a segmentos menos abastados da população, sendo considerado o inventor do turismo organizado (Cunha, 2006, Ignarra, 2003 & Murphy, 1985).

O crescimento do turismo no século XIX para além de, como já foi referido, ter sido motivado pelo desenvolvimento dos transportes terrestres e marítimos, foi igualmente influenciado por outras condições como a segurança, a salubridade e a crescente alfabetização. A segurança foi proporcionada pelo estabelecimento de policiamento regular e a salubridade foi garantida através do tratamento da água e da instalação de redes de esgotos em vários centros urbanos (Pires, 2004).

No início do século XX, assiste-se à reivindicação dos trabalhadores por mais tempo de lazer e estes alcançam o direito ao repouso semanal. Para além disso, a Organização Internacional do Trabalho estabelece o princípio das férias pagas, que passaram a ser uma realidade para a maioria da população europeia em meados do século XX. Também devido às férias remuneradas “no período entre as duas grandes guerras mundiais, assiste-se à emergência da sociedade que hoje conhecemos por consumista e à era da recreação em massa” (Pires, 2004: pág. 21).

Durante a Idade Moderna do turismo surgiram as primeiras organizações nacionais e internacionais de apoio e promoção do turismo.

Em suma, na Idade Moderna inicia-se a expansão mundial do turismo, que se caracteriza pelas viagens culturais e pela procura de descanso e diversão.

- **Idade Contemporânea**

A ocorrência de fenómenos como a I Guerra Mundial, a Grande Depressão e a Guerra Civil de Espanha, não impediram o desenvolvimento do turismo, que alcançou uma dimensão significativa até 1939, tendo-se registado uma paragem no sector durante a II Guerra Mundial. No entanto, foi durante este conflito que mais se desenvolveu a aviação e é precisamente o transporte aéreo que dá o impulso definitivo à indústria do turismo no pós-guerra (Ignarra, 2003 & Murphy, 1985).

Além do desenvolvimento do transporte aéreo, também os automóveis se tornam um meio de transporte mais corrente (Murphy, 1985).

O primeiro pacote aéreo foi vendido em 1949 e, posteriormente, os organizadores de viagens começam a produção em série de pacotes baseados no transporte por avião fretado e alojamento em cadeias de hotéis (Pires, 2004), principalmente localizados no litoral, uma vez que, esta é a época dos 3S: *Sun, Sea and Sand*. Após o fim da II Guerra Mundial e até 1973, as políticas turísticas tinham como principal preocupação o desenvolvimento do turismo internacional, sendo o turismo interno relegado para segundo plano. Ainda durante esta fase, o turismo ganha importância em vários países industrializados, constituindo uma das actividades com maior volume de negócios. A partir de 1973 e até 1990 assiste-se a uma redução do ritmo de crescimento do sector, devido a vários acontecimentos como: o choque do petróleo em 1973; as rápidas variações das taxas de câmbio e a descrença no sistema monetário mundial; o abrandamento do crescimento económico mundial, a diminuição da produção e o aumento do desemprego; o enorme endividamento externo de vários países, com repercussões no sistema financeiro mundial (Cunha, 2006).

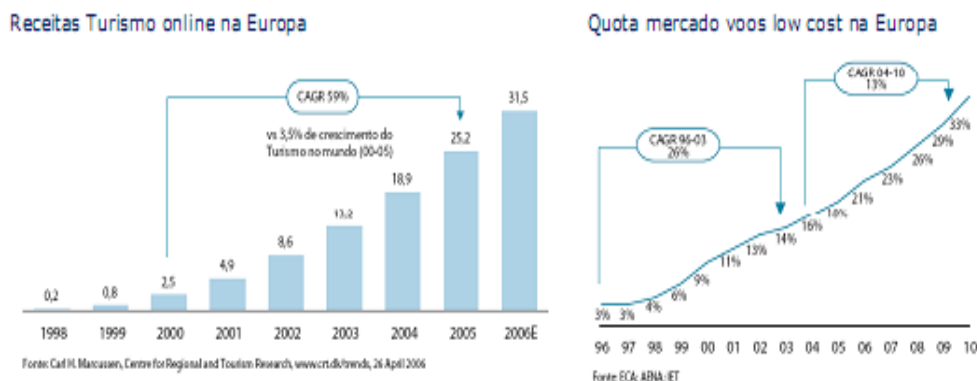
Durante o período indicado, o turismo interno adquiriu maior importância, houve uma redução ainda maior do trabalho diário e semanal, os rendimentos reais diminuíram, mas as viagens passaram a ser encaradas como um bem de primeira necessidade, registando-se uma maior procura por férias mais económicas e em destinos menos distantes (Cunha, 2006).

Após 1990, o turismo continua a crescer, mas a um ritmo mais lento e assiste-se a alterações em termos de origens e destinos. O continente Asiático constitui um exemplo de um destino turístico que se desenvolveu bastante nos últimos anos. O Turismo, tem início com os jogos olímpicos na Grécia e a sua ascensão ocorreu durante a Revolução Industrial em Inglaterra por volta do Século XX. Nos primórdios do turismo, este era promovido

devido à melhoria da saúde, as pessoas iam para os hotéis à beira mar devido às presumíveis propriedades do mar.

Após a Segunda Guerra Mundial, com o acesso aos meios de transportes, mais económicos, e o alargamento das férias obrigatórias para os 22 dias úteis proporciona o surgimento de companhias aéreas comerciais com infra-estruturas mais vantajosas e posteriormente *low cost*, bem como o aumento do fluxo turístico como ilustra o gráfico seguinte.

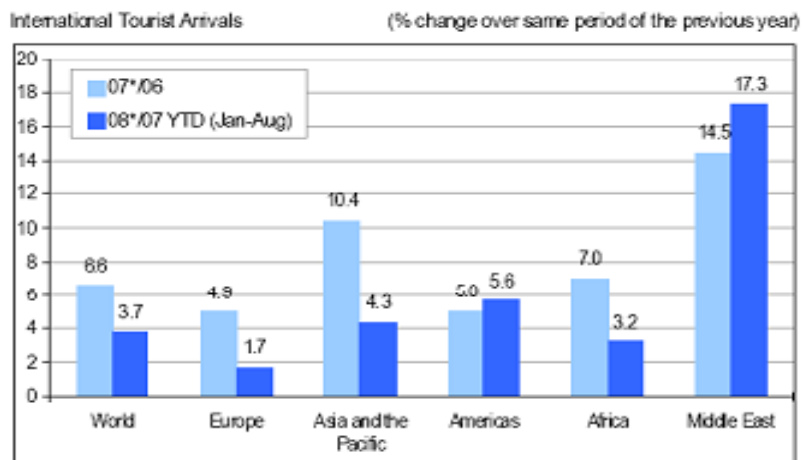
Gráfico 1 - Receita e Quota e Mercado na Europa



As viagens tornaram-se mais presentes na vida das pessoas até aos dias de hoje, intensificando a actividade turística em todo o mundo, ao mesmo tempo que se dá uma mudança de preferência do consumidor.

Segundo a (OMT, 1987: pág. 286), o turismo é no entanto um “fenómeno extremamente complexo, lato e interdisciplinar” e ter-se-á que se considerar como “parte integrante da actividade turística os meios que permitem a viagem, as actividades e os serviços turísticos, numa lógica sistémica e de interacção com os outros sectores de actividade”.

Gráfico 2 - Chegas de Turistas Internacionais

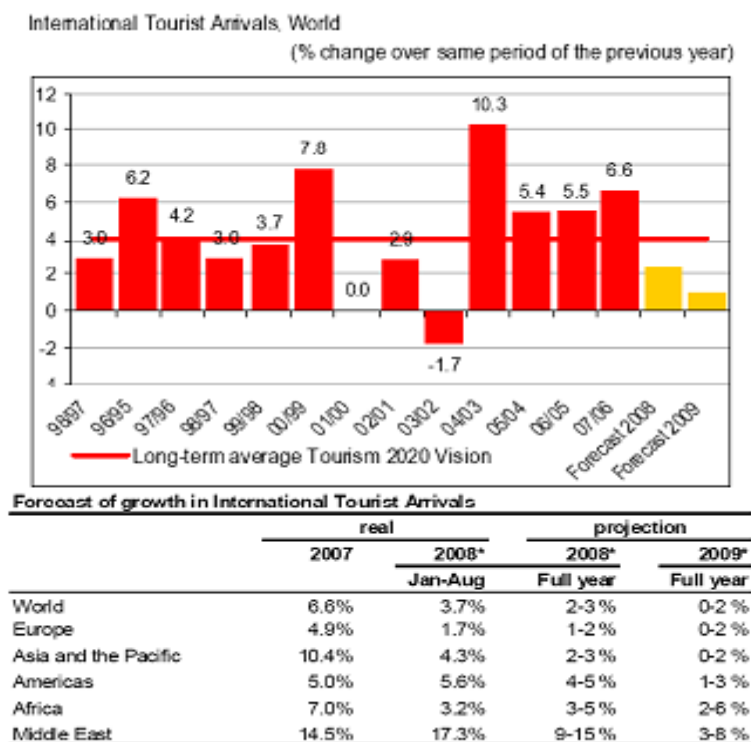


Fonte: OMT (1995)

Como ilustra o gráfico anterior e os seguintes, o turismo é uma das maiores indústrias

mundiais. No entendimento do Conselho Mundial de Turismo (1999), afirmou que a indústria do turismo irá gerar directamente e indirectamente, 200 milhões de empregos, 8% do emprego total e 5,5 milhões de novos postos de empregos por ano até 2010.

Gráfico 3 - Chegas de Turistas Internacionais - Análise Anual



Fonte: OMT (1995)

A OMT (1998), demonstrou que 663 milhões de pessoas permaneceram pelo menos uma noite num país estrangeiro. O gasto no turismo internacional perfaz 453 biliões de dólares – *uma taxa de 3% que tem vindo a aumentar desde 1998*.

As previsões para 2020, defendem que a indústria turística continuará a aumentar a uma média de 4,1% por ano nas próximas duas décadas.

Actualmente o crescimento do sector é movido pela maior disponibilidade de tempo que as pessoas têm, pela facilidade nas condições de pagamento, pelo aumento da renda, na segmentação do mercado turístico baseado nas preferências e motivações das pessoas e, devido à grande globalização, a busca pela singularidade local e pela fuga da rotina. Agrupando, por várias afinidades, os motivos que levam as pessoas a viajar é possível identificar uma variedade de tipos de turismo (Cunha, 2003: pág. 47).

A (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal [AICEP Portugal], 2011), considerou o turismo como a principal actividade exportadora nacional, tendo representando em 2010 cerca de 14% das exportações de bens e serviços e 43,3% das receitas de exportações de serviços.

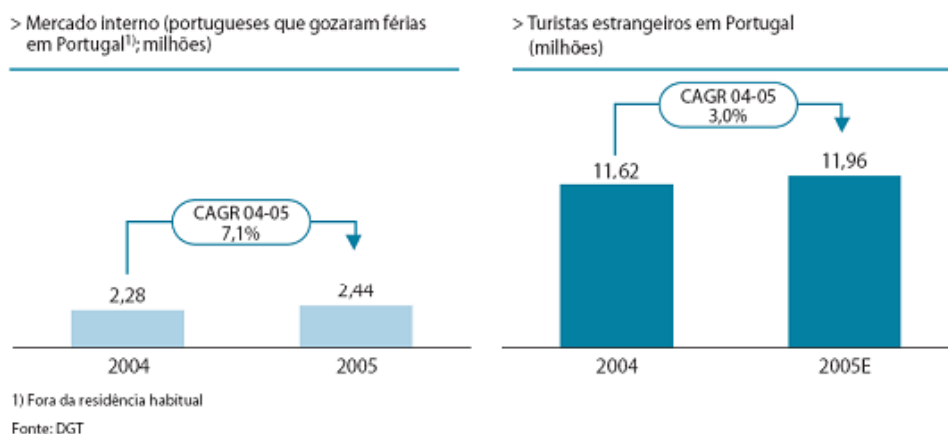
1.4 Turismo em Portugal

Portugal, pode ser considerado como um dos principais destinos mundiais, dado que ao longo dos anos tem vindo a afirmar-se como sendo um destino de excelência, na perspectiva do turismo internacional. Em concordância com Cavaco (1995), a actividade turística assume uma importância verdadeiramente estratégica, para a economia portuguesa, em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego e melhorar a qualidade de vida da sociedade.

Vieira (2006), refere a actividade turística em quatro categorias, sendo Turismo Doméstico; Turismo Internacional; Turismo Interno e Turismo Nacional. Em Portugal, o turismo interno tem uma grande expressão, e esta tem vindo a aumentar tendencialmente como ilustra o gráfico seguinte.

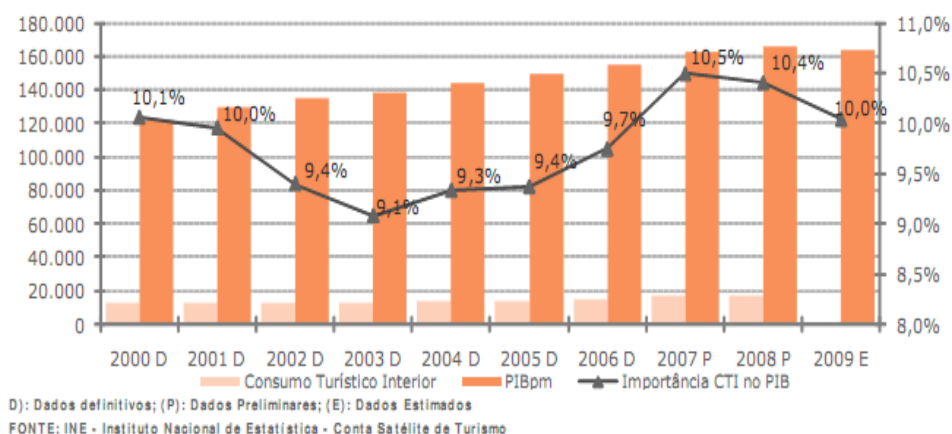
Gráfico 4 - Importância do Turismo Interno Face ao Externo

Turismo interno tem vindo a ganhar importância face ao externo



Fonte: PENT

Segundo (Turismo de Portugal [TP], 2004), esta actividade pode ser considerada como uma das prioritárias para a produção de riqueza nacional, Portugal recebeu 12 milhões de visitantes em 2005, o seu peso na economia tem vindo a crescer nos últimos anos, 10% do PIB em 2009 como ilustra o quadro seguinte.

Gráfico 5 - Consumo do Turismo - Análise do PIB**Consumo turístico interior no PIBpm**

Mas os benefícios do turismo não se esgotam no aumento do PIB. Eles também se reverteram na criação de valor acrescentado, com relevância para a economia nacional como ilustram os gráficos seguintes.

Segundo o TP (2010), em 2009, o Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT) “ascendeu a cerca de 7,0 mil milhões €, correspondendo a menos 353 milhões € relativamente a 2008”. No entanto, como podemos comprovar no gráfico denota-se diminuição de 4,8%, após um acréscimo ligeiro ocorrido em 2008, relativamente a 2007 (+1,3%). Entre 2000 e 2009, o VAGT cresceu a uma média anual de 3,6%.

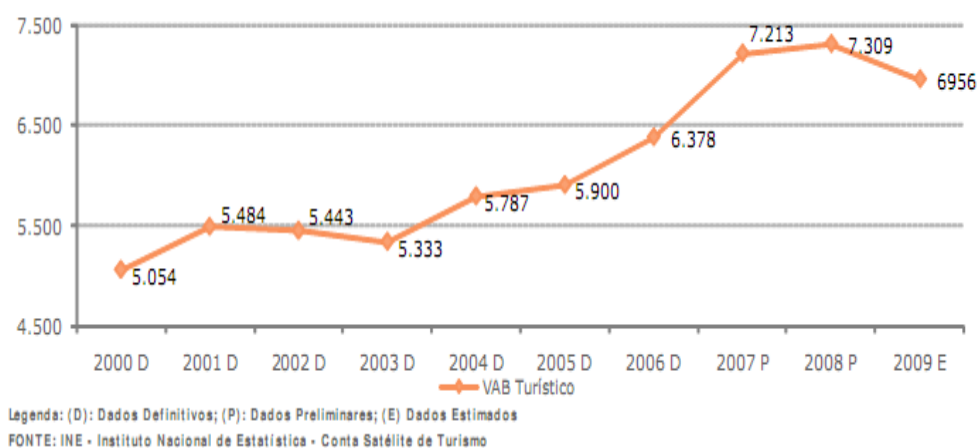
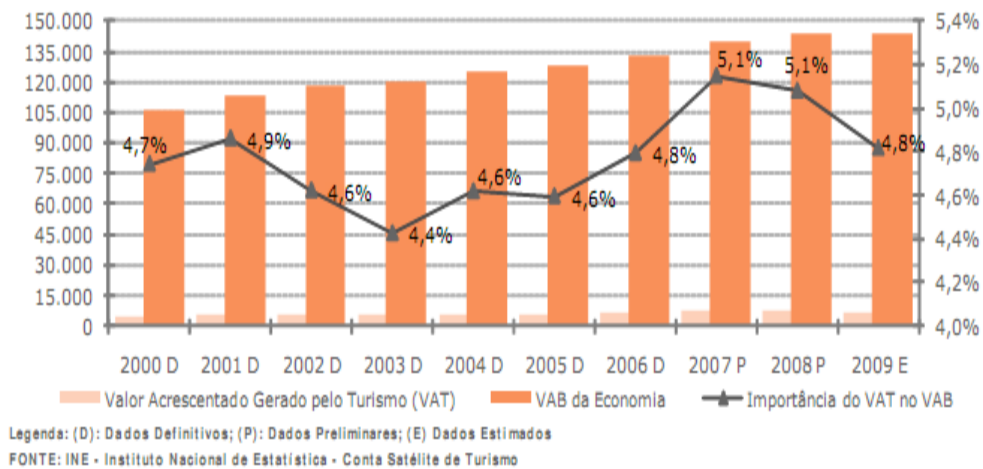
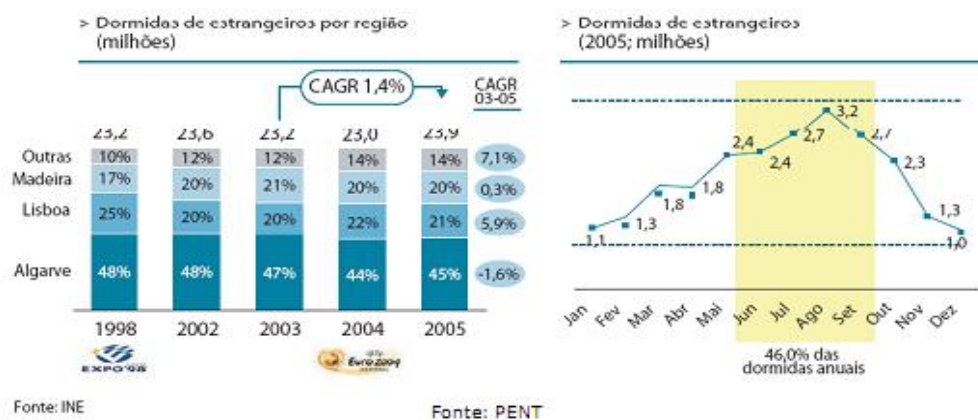
Gráfico 6 - Análise do Consumo Gerado pelo Turismo VAGT**Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo - Milhões de €**

Gráfico 7 - O Peso do VAGT na Economia Nacional**VAGT no VAB da Economia**

No entanto, Portugal perdeu quota de mercado a nível internacional, e está muito dependente de quatro mercados emissores e do desempenho de três regiões, o Algarve, Lisboa e a Madeira, sendo ainda afectado por uma elevada sazonalidade (Butler, 2001), o turismo é um fenómeno intrinsecamente insustentável (Singh, 2008), que funciona numa lógica de ciclos e limitações nas ligações aéreas, como relata o gráfico seguinte.

Gráfico 8 - A Sazonalidade das Principais Regiões Nacionais**Excessiva concentração em três regiões e elevada sazonalidade****Dormidas de estrangeiros em hotelaria global e sazonalidade - Portugal**

As receitas da actividade turística, segundo o TP (2005), representam para o país cerca de 6,3 mil milhões de euros, correspondendo a 9,4% do PIB, e apresentando-se de uma forma com tendência crescente. Esta é também uma das principais actividades geradoras de emprego, e representa 10,2 por cento da população activa.

Ilustração 4 - Portugal um dos 20 Principais Destinos Mundiais



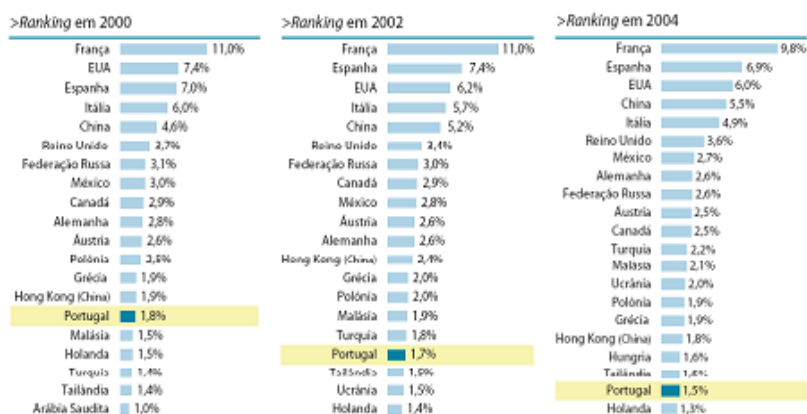
Fonte: INE, Banco de Portugal, 2008

Com base nas fontes encontradas, afirma-se que no ano de 2007 Portugal posicionou-se no 19º posição no “ranking” dos principais destinos turísticos com 12.3 milhões de turistas e na 20ª posição no “ranking” das receitas, com 7,4 mil milhões de euros. E com 99,6 milhões de dormidas globais das quais 26,6 milhões provêm de dormidas estrangeiras, como ilustra a quota de mercado do gráfico seguinte.

Gráfico 9 - Quota de Receitas de Portugal no Mercado Internacional

Portugal manteve a quota nas receitas internacionais, mas perdeu em termos de chegadas de turistas

Quota no mercado mundial de Turismo (Top 20; % número de turistas recebidos)



Nota: Dados não disponíveis para a Hungria antes de 2004

Fonte: UNWTO

Fonte: PENT

No entanto, e comparativamente a alguns concorrentes da zona euro, podemos

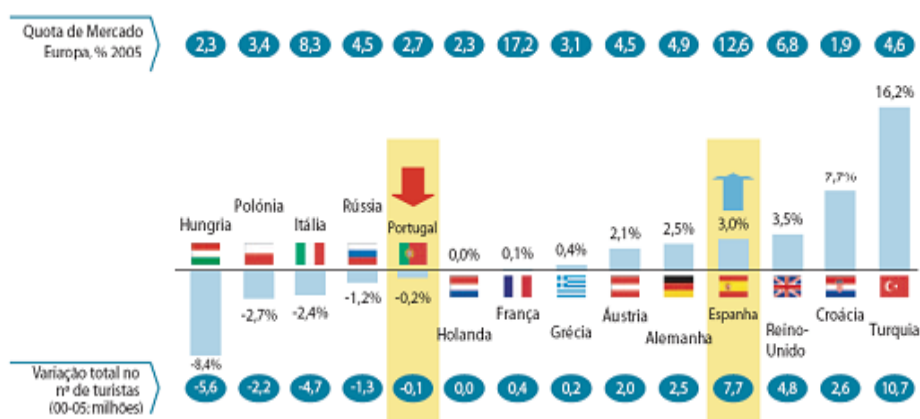
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Departamento de Turismo

constatar que Portugal é um destino muito procurado e importante na estrutura turística Mundial, mas que perdemos ligeiramente (-0,1%) de quota de mercado face a outros destinos como ilustra o gráfico seguinte.

Gráfico 10 - Desempenho do Destino Turístico Portugal

Desempenho abaixo dos concorrentes

Crescimento médio anual do número de turistas estrangeiros (2000-2005; %)



Nota: Para a Grécia não estão disponíveis os dados de 2005, pelo que foram considerados os dados de 2004

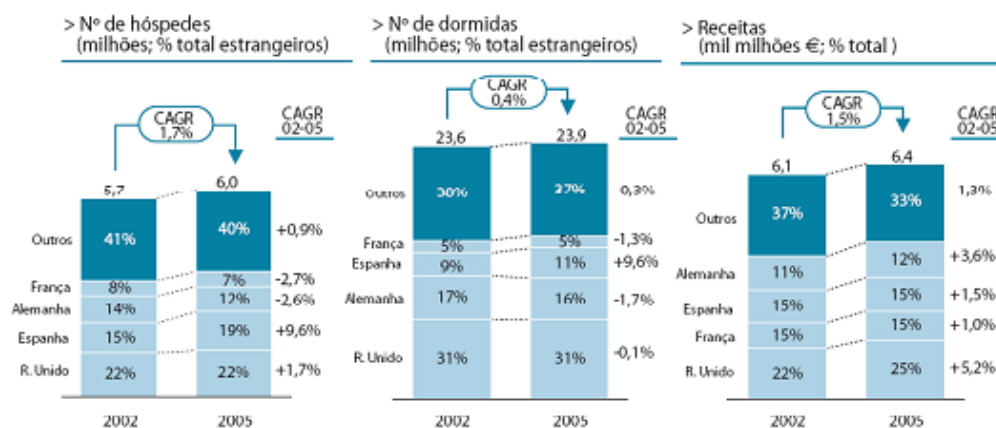
Fonte: UNWTO

Fonte: PENT

Ao analisarmos as dimensões turísticas de Portugal como destino turístico, não poderíamos deixar de perceber quais os mercados que nos alimenta turisticamente e o seu desempenho, como ilustra o gráfico seguinte. E com ele, poderemos tirar entendimentos e traçar linhas de orientação futura de desenvolvimento turístico sustentado numa perspectiva de captação de novos mercados e redireccionarmos os nossos *targets*.

Gráfico 11 - Principais Mercados Emissores de Turistas para Portugal

Dependência de um conjunto restrito de mercados emissores

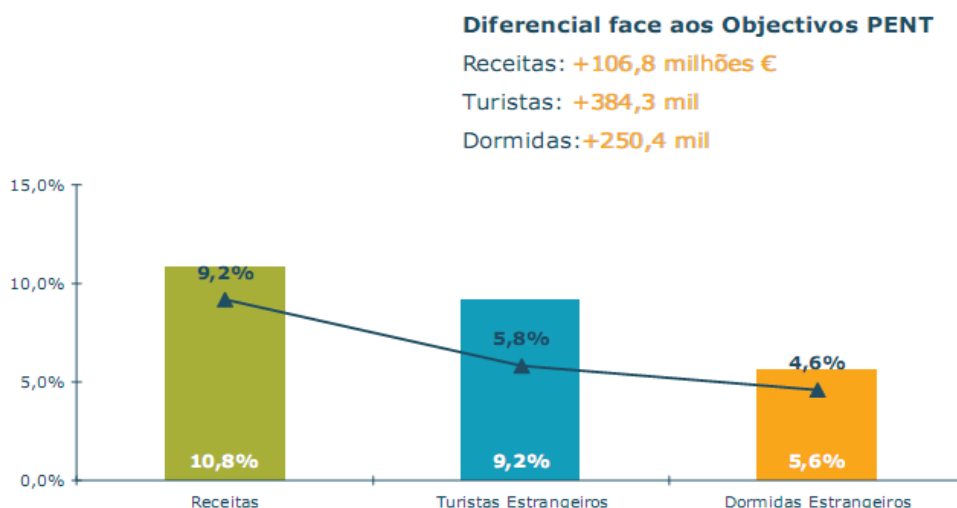


Fontes: INE; BP

Fonte: PENT

No Gráfico seguinte podemos ver os resultados obtidos pelas dormidas, turistas e receitas originadas pela actividade turística no território nacional tendo como referência o PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo, uma medida que visa a “organização estratégica do

Gráfico 12 - Desafio dos Objectivos em Função dos Valores Previsto pelo PENT



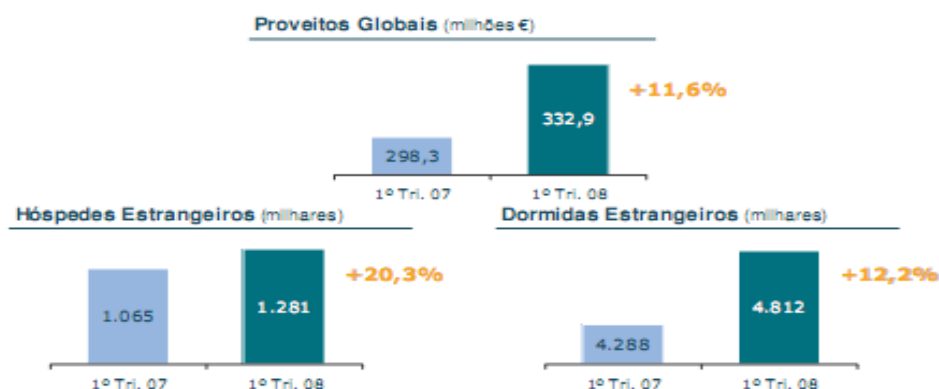
Fonte: INE (2008)

destino Portugal, definindo as acções para o crescimento sustentado do Turismo Nacional nos próximos 10 anos”, (THR: 2006, pág. 45).

E de acordo com o Programa do XVII Governo Constitucional, o turismo foi considerado uma actividade estratégica e prioritária para Portugal, nomeadamente no seu contributo para o PIB, na criação de emprego, na melhoria da qualidade de vida da população, num maior equilíbrio económico e social entre as diferentes regiões do país.

Gráfico 13 - Procura turística de Portugal no 1º Trimestre de 2008

No 1º trimestre de 2008, a procura externa para Portugal apresenta crescimentos acima dos objectivos PENT



Fonte: INE (2008)

Existem cada vez mais turistas que procuram Portugal, em busca da nossa hospitalidade, clima, património histórico, cultura e gastronomia e vinhos.

Por último, resta perceber qual o desempenho que as regiões em sistema de análise subdivididas por NUTS II, representam em termos turísticos, individualmente, para Portugal.

Tabela 1 - Análise do Desempenho das Principais Regiões Nacionais

Desempenho das diversas regiões não uniforme

Algarve

- Crescimento negativo das dormidas entre 2003 e 2005
- Níveis de ocupação e RevPar baixos e a decrescer
- Oferta dependente de apartamentos turísticos
- Elevado peso de camas paralelas
- Poucos *resorts* e hotéis de marcas internacionais

Lisboa

- Oferta hoteleira de qualidade, a crescer a um ritmo superior à oferta
- Níveis de ocupação e RevPar superiores à média nacional
- Crescimento inferior ao de Barcelona

Madeira

- Crescimento baixo do n.º de dormidas
- Níveis de ocupação acima da média nacional
- Redução da taxa de ocupação e do RevPar dos hotéis
- Níveis de ocupação baixos comparando com Canárias
- Oferta hoteleira de qualidade

Norte

- Dependência do mercado nacional, que cresceu
- Mercado internacional em quebra
- Grande peso das pensões na oferta de alojamento
- Pouca presença de hotéis de qualidade internacional

Fonte: www.turismodeportugal.pt (2008)

Desempenho das diversas regiões não uniforme

Centro

- Dependência do mercado nacional
- Grande peso das pensões no conjunto da oferta
- Níveis de ocupação e RevPar estáveis
- Apenas um hotel 5* de cadeia internacional

Açores

- Crescimento significativo do mercado internacional
- Níveis de ocupação e RevPar sofreram grande redução
- Oferta hoteleira baseada em 4 e 3*

Alentejo

- Dependência do mercado nacional
- Crescimento reduzido
- Oferta baseada em hotéis de 4 e 3*
- Níveis de ocupação e RevPar baixos e em quebra

Fonte: www.turismodeportugal.pt (2008)

Nos dois quadros anteriores, que representam uma análise feita pelo TP (2008), nos anos de 2003 a 2005, apercebemo-nos que ainda há muito a fazer para construir um

território turístico mais competitivo num destino turístico global e uniforme.

Esta análise por região reveste de toda a importância, pois com ela, conseguimos ter uma ideia do estado da arte, e da importância estratégica que cada uma tem no contributo turístico global. Promovendo um pensamento de hierarquização estratégica de investimentos turísticos, por parte dos investidores público-privados.

O factor dependência dos mercados internacionais, e da sazonalidade segundo Jackson (2006), são elementos que afectam a nossa capacidade de desenvolvimento turístico, mas que por outro lado, motivam estudos e projectos que visem o retrocesso desta situação e a perpetuação do nosso destino.

Analisando a conjuntura do Turismo de Portugal, inserido no mercado Mundial, segundo o estudo trimestral do TP (2011), para o primeiro trimestre de 2011 como ilustra o gráfico seguinte.

Apercebemo-nos que, caminhamos no bom sentido, no que toca à estratégia de desenvolvimento turístico que Portugal assumiu para si próprio, e que todos os esforços, em termos de investimento e desenvolvimento turístico estão a dar os seus frutos. Ao efectuar uma análise atenta verifica-se que, tendo em conta a actual crise económica mundial desoladora, o turismo cresceu nas suas diversas dimensões turísticas.

Actualmente Portugal, assume os seguintes valores como ilustra o gráfico do 1º trimestre de 2011 disponibilizado pelo Instituto Turismo de Portugal, IP.

1.4.1 Estado da Arte do Sistema Turístico (2011)

Na tabela seguinte, podemos aferir qual a real situação do sistema turístico nacional, no decorrer do primeiro trimestre do ano de 2011, em todas as suas diversas dimensões da estrutura e modelo turístico.

Tabela 2 - Estado da Arte do Sistema Turístico 2011

• Estabelecimentos hoteleiros receberam 2,4 milhões de hóspedes que originaram 6,1 milhões de dormidas (+2%, ou seja, +113 mil dormidas do que em 2010). • Reino Unido liderou o ranking dos principais mercados estrangeiros emissores de dormidas com 876 mil e com mais 8 mil do que em 2010 (+1%). • Algarve registou o maior número de dormidas de estrangeiros do país, 1,4	• Proveitos de aposento (65% do total de proveitos) atingiram 181 milhões de € e um decréscimo de 1%, face a • 2010 (-2 milhões de €). Esta evolução reflectiu-se no rácio do RevPar (19,7€), que registou um valor inferior ao de 2010 • 2010 (-2 milhões de €). Esta evolução reflectiu-se no rácio dos Aeroportos nacionais, com 2,1 milhões de passageiros desembarcados de voos
---	--

milhões, que se traduziu no maior aumento absoluto (+4%, ou seja, +57 mil dormidas).

- Lisboa foi, para o mercado interno, a região que se posicionou em 1º lugar com 556 mil dormidas e com o terceiro aumento absoluto mais elevado (+1% que correspondeu a +8 mil dormidas).
- Taxas médias de ocupação cama (27,6%) e quarto (37,7%) com evoluções opostas no trimestre, face a 2010. Ocupação cama diminui 0,1 p.p. e ocupação-quarto aumenta 0,6 p.p.. Proveitos totais atingiram 278 milhões de € no país, reflectindo uma quebra de 3% (-8 milhões de €).

internacionais (+148 mil passageiros (21,0€) do que em 2010, ou seja, +7%).

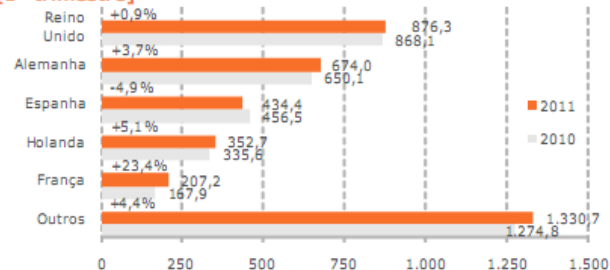
- Reino Unido liderou o ranking dos principais mercados estrangeiros desembarcados, com 373 mil passageiros (355 mil em 2010).
- Receitas do turismo atingiram 1,3 mil milhões de € (+83 milhões de € do que em 2010, ou seja, +7%).

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística (2011)

Gráfico 14 - Dormidas de Estrangeiros

Dormidas por mercados estrangeiros - milhares; Δ% 11/10

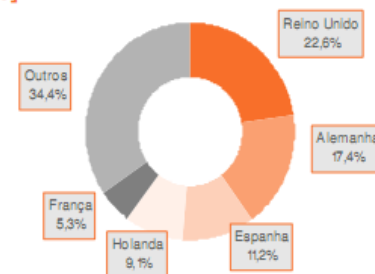
[1º trimestre]



FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística (valores provisórios)

Dormidas por mercados estrangeiros - quota

[1º trimestre]



FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística (valores provisórios)

Neste estudo, constata-se que Portugal obtêm um elevado número de dormidas proveniente do mercado emissor estrangeiro, nele afere-se que o mercado estratégico para Portugal em termo de dormidas é o Reino Unido com 22,5% da nossa taxa de hospedagem. Esta taxa está distribuída por diversas tipologias de alojamento, que compõem a nossa oferta hoteleira como podemos constatar os seus valores no gráfico seguinte.

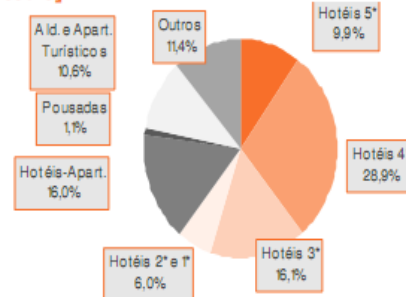
Constatamos que os hotéis são as estruturas de hospedagem de eleição dos visitantes com especial relevo, os de 4 estrelas que assumiram este trimestre 1.755,8 milhares de hóspedes.

Gráfico 15 - Tipologia de Alojamento Escolhido pelo Turismo Internacional

Dormidas (milhares)	1º trimestre		
Tipologias	2011	Δ 11/10 %	Abs
Hotéis	3.702,2	4,7	167,7
Hotéis 5*	603,8	12,7	68,0
Hotéis 4*	1.755,8	1,0	18,2
Hotéis 3*	979,4	1,7	16,2
Hotéis-Apartamentos	975,1	3,9	36,9
Pousadas	69,0	7,5	4,8
Aldeamentos Turísticos	168,4	-8,9	-16,4
Apartamentos Turísticos	479,0	1,2	5,8
Outros	690,0	-11,1	-85,8
Total	6.083,6	1,9	113,0

FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística (valores provisórios)

Dormidas por tipologias/categorias - quota [1º trimestre]

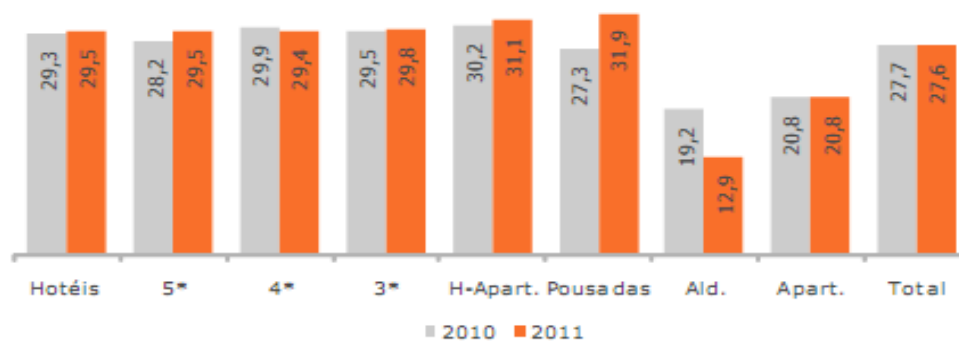


FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística (valores provisórios)

Segundo o TP (2011), a taxa de ocupação para este trimestre manteve-se, apresentando um “índice de ocupação-cama fixou-se em 27,6%, valor sem variação significativa, face ao período homólogo de 2010. De destacar que os índices alcançados pelos empreendimentos turísticos situaram-se acima da média nacional, com especial incidência nas pousadas (31,9%) e nos hotéis-apartamentos (31,1%). As pousadas assinalaram, mesmo, o aumento mais significativo (+4,6 p.p.)”, como ilustra o gráfico seguinte.

Gráfico 16 - Taxa de Ocupação de Cama por Segmento

Taxas de ocupação-cama, por categorias - % [1º trimestre]



Legenda: O Total não inclui pensões

FONTE: TP - Turismo de Portugal (valores provisórios)

1.4.2 Receitas Turísticas

A receita turística é sem dúvida um dos principais benefícios que a actividade turística proporciona ao desenvolvimento económico do País em termos financeiros e na captação de divisas estrangeiras para a nossa economia.

A AICEP Portugal (2011), aponta que os turistas estrangeiros deixaram em Portugal

“receitas turísticas de 1,9 mil milhões de euros nos primeiros quatro meses deste ano, mais 154,7 milhões de euros e um aumento de 8,7% face ao período homólogo do ano passado”.

Constata-se ainda o desempenho de Portugal enquanto destino Turístico, nomeadamente em termos financeiros, e quais os principais países emissores de turistas responsáveis pela entrada desta divisa, face ao ano anterior, como ilustra seguidamente o artigo *online* do jornal de negócios.

1.4.2.1 INE: Receitas de turismo crescem mais de 3% em 2010

“Os proveitos globais da actividade turística nacional cresceram em 2010 com o maior contributo a vir dos mercados italiano, espanhol e holandês.

As receitas turísticas nacionais cresceram 3,2% para 1,821 mil milhões de euros no ano de 2010, o que representa uma melhoria face aos “resultados desfavoráveis em 2009”, segundo os dados preliminares divulgados hoje pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) para a actividade turística.

Das receitas turísticas, 1,233 mil milhões de euros dizem respeito aos proveitos com dormidas, que cresceram 3,7% em 2010. No que diz respeito aos dados mensais, os proveitos totais foram de 90,3 milhões de euros e destes, 55,8 milhões são proveitos de aposento.

O crescimento das receitas reflecte o aumento do número de hóspedes e de dormidas que se verificou no turismo nacional em 2010.

O número de hóspedes cresceu 5% para 13,6 milhões e o número de dormidas avançou 2,9% para 37,5 milhões. Deste número de dormidas, 13,8 milhões foram hóspedes provenientes do território nacional e 23,7 milhões foram estrangeiros.

Os mercados italianos, espanhol e holandês destacam-se na procura de estabelecimentos hoteleiros em Portugal “pelo seu desempenho positivo, quer em termos de evolução, quer de peso relativo”, avança o comunicado do INE.

No mês de Dezembro, a melhoria da hotelaria deveu-se ao desempenho do mercado no Continente, onde o número de dormidas cresceu 4,5%, enquanto o número de dormidas nas regiões autónomas decresceu 7,6% nos Açores e 9,9% na Madeira.” Paula, H (2011)

Estrangeiros deixaram em Portugal receitas turísticas de 1,9 mil milhões de euros até Abril

“Os turistas estrangeiros deixaram em Portugal receitas turísticas de 1,9 mil milhões de euros nos primeiros quatro meses deste ano, mais 154,7 milhões de euros e um aumento de 8,7% face ao período homólogo do ano passado, revelam dados do Banco de Portugal.

Naquele período os hóspedes aumentaram 4,8%, as dormidas 7,1%.

Todos os mercados estratégicos contribuíram para o crescimento das receitas até Abril, com destaque para a França, Reino Unido (um dos que mais se destacou em dormidas e receitas, invertendo a descida dos últimos anos), Brasil e EUA.

O turismo é hoje a principal actividade exportadora nacional, tendo representando em 2010 14% das exportações de bens e serviços e 43,3% das receitas de exportações de serviços.” Paula, H (2011)

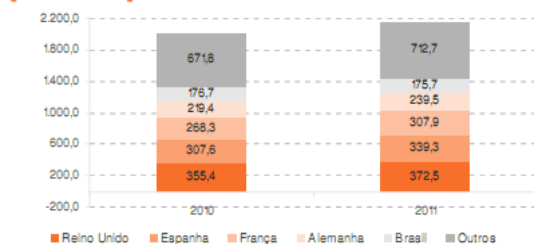
No que toca aos movimentos aéreos de Portugal enquanto destino receptor, segundo TP (2011), verifica-se que o país que mais enviou turistas foi o Reino Unido. Este facto justificará também o seu ranking no que diz respeito à taxa de ocupação hoteleira atrás

discutida. Sendo assim, constata-se que no 1º trimestre do ano desembarcaram nos aeroportos nacionais 2,1 milhões de passageiros de voos internacionais, assistindo-se a um significativo aumento de 7% (+148 mil passageiros), face ao mesmo período de 2010.

A opção por voos tradicionais foi maioritária (60% no total dos passageiros desembarcados), e os cinco principais mercados estrangeiros representaram 67% do total da procura internacional, com o Reino Unido a surgir na 1ª posição (373 mil passageiros que representaram 17,3% no total) como ilustram os gráficos seguintes.

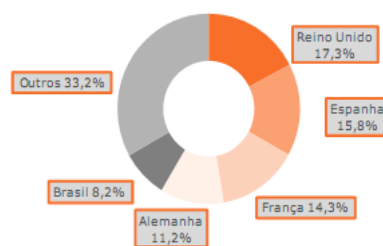
Gráfico 17 - Passageiros Desembarcados por Mercado Turístico

Passag. desembarcados por mercados - nº; milhares
[1º trimestre]



FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Passageiros desembarcados por mercados estrangeiros - quota
[1º trimestre]



FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal (valores provisórios)

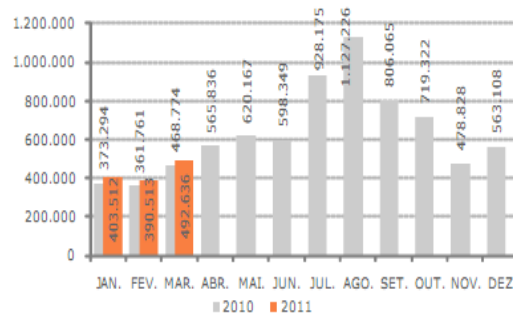
O gráfico abaixo representado, proveniente de TP (2011), ilustra o aumento das receitas obtidas por Portugal no ano passado desenvolvido pelas actividades turísticas. Podemos facilmente constatar que se verificou um significativo crescimento da receita do ano 2010 face ao ano 2011.

Gráfico 18 - Balança Turística

1º trim. 2011 Δ % 11/10 Δ Abs. 11/10			
Receitas (10 ⁶ €)	1.286,7	6,9	82,8 ▲
1º trim. 2011 Δ % 11/10 Δ Abs. 11/10			
Despesas (10 ⁶ €)	680,4	1,7	11,4 ▲
1º trim. 2011 Δ % 11/10 Δ Abs. 11/10			
Saldo (10 ⁶ €)	606,3	13,4	71,4 ▲

FONTE: BdP - Banco de Portugal (valores provisórios)

Receitas do turismo por meses - 10³ €



FONTE: BdP - Banco de Portugal (valores provisórios)

Através da análise do presente gráfico verifica-se a importância que esta actividade representa na economia portuguesa. O balanço que se faz ao observar entre 2010 a 2011 é que os níveis de receitas e os de despesa, se encontram desfasados, isto é, o número de receitas que Portugal obteve nesses meses foi sem dúvida maior que o

número despesas que o país investiu.

Segundo o TP (2011), nos primeiros três meses de 2011, o saldo da balança turística foi de 606 milhões de €. Já no que se refere ao período homólogo de 2010, este, tinha sido segundo o TP (2011), “de 535 milhões de €, o que significa que se assistiu a um aumento de 13%, ou seja, de mais 71 milhões de €”. No campo das receitas do turismo atingiram 1,3 mil milhões de € e representaram, face ao trimestre homólogo de 2010, “um acréscimo de 7% (+83 milhões de €). As despesas (680 milhões de €) assinalaram também um aumento de 2%”, que se traduziu, em termos absolutos segundo o IP. (2011), em 11 milhões de euros.

Denota-se então, um balanço extremamente positivo na crescente receita promovida pelo sector turístico. (TP, 2011: pág. 35), “1º trimestre de 2011 (+7%) reflectiu a evolução favorável de 5% em Março, consolidada com os comportamentos relativos dos meses de Janeiro e Fevereiro (+8%)”, totalizando um crescimento conjunto de 83 milhões de euros.

Verifica-se ainda que, ambas as componentes têm vindo a apresentar um crescimento constante, mais pronunciado ao nível das receitas, no entanto o número de despesas vai aumentando de ano para ano acompanhando o investimento no sector, pelo facto da actividade turística estar a desenvolver e a crescer cada vez mais no país.

1.5 Modalidades de Turismo

Para além das oportunidades turísticas, torna-se ainda importante salientar as modalidades de turismo que seguidamente se apresentam, as quais surgiram por imposição do próprio mercado e das condições de vida actuais. Assim, devido à crescente consciência ecológica da população, ao *stress* urbano e ao ambiente cada vez mais poluído das cidades, as áreas rurais e naturais, começaram a ser encaradas simultaneamente como um escape à vida agitada dos grandes centros urbanos e como um local de contacto com a natureza no seu estado mais puro.

Pelo exposto se depreende que as tipologias de turismo enumeradas surgiram para responder a necessidades bem definidas da população e, de acordo com (Simões, 2003: pág. 16), estas “novas modalidades de turismo, relacionadas com os espaços rurais e naturais assumem um potencial de crescimento considerável”.

- *Turismo de Sol e Praia:*

Este tipo de turismo caracteriza-se como sendo um produto turístico tradicional por excelência, de lazer e descanso em destinos de praia, que origina as maiores correntes

turísticas a nível mundial, e para o qual Portugal possui condições particularmente favoráveis.

- *Turismo Residencial:*

Geralmente praticado por consumidores com um elevado rendimento e nível sociocultural, define-se como a escolha de um turista que pretende adquirir uma segunda habitação num destino fora da sua residência habitual.

- *Ecoturismo:*

Trata-se de uma forma de fazer turismo promovendo a ética ambiental, fomentando comportamentos com base na sustentabilidade e na preservação dos recursos, reduzindo o impacto da actividade turística.

O seu enfoque direcciona-se sobre actividades que promovem o acesso a ambientes naturais remotos e espectaculares, bem como a observação da vida selvagem, o contacto com nativos ou o acesso à floresta.

- *Turismo Urbano:*

Caracteriza-se pela deslocação a locais ou cidades de grande densidade populacional, tendo uma duração curta. O seu principal objectivo baseia-se na visita de monumentos, vida nocturna, entre outros e o seu consumidor designa-se por *Dinks*.

- *Turismo de Saúde:*

Apesar de inicialmente estar apenas conotado com todas as situações cujo fim fosse o curativo, este segmento evoluiu com base no reconhecimento da importância de factores psicológicos e dos desequilíbrios psicofisiológicos provocados pela vida moderna.

Tendo a saúde como motivação principal e os recursos naturais como elemento base, tem por finalidade proporcionar a melhoria de um estado psicológico ou físico, fora da residência habitual. Partindo desta perspectiva, actualmente abrange 3 dimensões: terapêutica ou curativa, preventiva e de recuperação ou reabilitação.

O termalismo foi uma das formas de turismo conhecidas. Conheceu o seu esplendor entre o séc. XIX e meados do século passado, assumindo um carácter aristocrático e privilegiado. Para além deste, nos últimos anos têm surgido diversos “produtos de saúde”, como clínicas de beleza, emagrecimento, reabilitação, *Spa's* ou *Health Club's*, que fornecem serviços como consulta de nutricionismo até à hidroginástica ou à natação para bebés, o que mostra a importância que o bem-estar tem hoje no estilo de vida das pessoas.

- *Turismo Social:*

Sendo o turismo parte integrante da vida social contemporânea, deve ser considerado como um direito inalienável do indivíduo. Assim, este tipo de turismo surge do

reconhecimento de que o gozo de férias fora da sua residência habitual é um direito de todos, independentemente do nível social e rendimento disponível.

- Turismo Cinegético:

A caça e a pesca são duas actividades que se transformaram num desporto e numa forma de convívio que desperta grande interesse nos diversos estratos sociais. Para além do abate de espécies cinegéticas, este tipo de turismo engloba a observação da fauna, safaris fotográficos ou a simples perseguição das espécies animais sem as abater.

Neste tipo de turismo, é importante salientar que o mesmo promove não só a minimização do efeito da sazonalidade, bem como a disseminação espacial do turismo, devido às condicionantes do tipo de caça, altura do ano e região onde se pretende realizar.

1.6 Condicionantes do Turismo

O conceito de turismo, como já foi referido, tem várias formas de apresentação, dependendo da vertente para a qual está direccionado. Mesmo assim, não deixa de estar sob influência de algumas *condicionantes*, das quais se destaca:

- Condições climáticas: na medida em que influenciam a procura específica de certos tipos de turismo. Isto revela-se na medida em que quem pretende praticar desportos de Inverno, não escolhe necessariamente o sol como condição essencial, mas evita períodos de fortes chuvas e vice-versa. Independentemente das motivações de base ou do destino escolhido, as pessoas procuram, acima de tudo, condições que satisfaçam as suas necessidades.

- Regimes e épocas de férias: este factor torna-se importante, pois as pessoas que pretendem passar uns dias de férias estão dependentes do seu tempo livre, pois este é condicionado e determinado pelas épocas de férias dos seus postos de trabalho, bem como pelas férias escolares.

- Hábitos: como é de conhecimento geral, as pessoas, por influência dos pontos acima referidos, habituem-se a ir de férias em períodos do ano muito específicos, o que promove a eleição das mesmas datas para anos seguintes.

- Condições Sociais: por arrastamento, este factor acaba também por ser influenciado pelos anteriormente descritos, com a agravante de também poder estar ligado ao espírito da imitação ou a questões relacionadas com o *status* e a moda.

- Razões económicas: este factor acaba por se reflectir, maioritariamente, em cidades industrializadas derivado ao facto de grande parte das empresas encerrar/diminuir a sua produção no Verão. Desta forma, as férias dos seus funcionários são influenciadas, na medida em que têm de “gozar” as suas férias neste período.

1.7 Destino Turístico

O conceito de Destino Turístico, tem sido alvo de diversas definições e de um enorme esforço de investigação por parte da comunidade académica nas últimas décadas, estes encontram ainda algumas dificuldades em termos de identificação e delimitação.

De acordo, com Gunn (1988) e Dredge (1999), uma área de Destino Turístico, deve ser entendida como um instrumento baseado numa lógica coerente e integradora que incluiria recursos naturais, população, transportes, atracções, imagem, equipamentos e infra-estruturas turísticas que compõem o local

Mais recentemente, Davidson (1997), depois de reafirmar as dificuldades em obter consenso à volta da definição, aponta, como características partilhadas por todos os destinos, o complexo e multidimensional produto turístico.

(Hu & Ritchie, 1993: pág. 26), definem destino turístico como "... Um conjunto de instalações e serviços do turismo, que como qualquer outro produto direccionado para o consumidor, é composto de uma série de atributos multi-dimensionais"; Pearce (1992), define um destino, como uma amálgama de produtos e serviços disponíveis num local e para ser usufruído é necessário que se desloquem até ele.

Um destino turístico é constituído por atracções, infra-estruturas, transportes e hotelaria segundo Mill & Morrison, (1992).

Desta forma, segundo Pearce (1992), os destinos turísticos são considerados elementos centrais do sistema turístico, cujas funcionalidades podem ser classificadas em duas categorias principais – primária e secundária. A funcionalidade **primária** inclui o clima, ecologia, cultura e arquitectura tradicional, a **secundária** contempla é o desenvolvimento verificado nos vários níveis da actividade turística, tal como hotéis, restaurantes, transportes e entretenimento (Mill & Morrison, 1992). Juntos estes dois principais grupos de funcionalidades principais contribuem para a atractividade de um destino turístico.

Buhalis (2000), afirma que os destinos são uma **amálgama** dos produtos turísticos, oferecendo uma experiência integrada para consumidores. Com base nos vários modelos de desenvolvimento do turismo delineados por Pearce (1992), é sensato definir um destino, como uma amálgama de **produtos** e **serviços** disponíveis em um local, que pode chamar visitantes espaciais para além dos seus limites espaciais.

Para Ritchie & Crouch (2003), um destino arquitecta-se sempre à volta de um **produto central** "o recurso", que lhe confere identidade e imagem, e que está na base do seu **posicionamento** em termos comparativos internacionais. Os produtos centrais estão

muito relacionados com o tipo de estrutura geográfica e social que lhes está subjacente, urbanos, rurais e costeiros.

1.8 Impactos do Turismo no Desenvolvimento Regional

O Turismo tem como objectivo gerar riqueza, por parte dos empreendedores, e tem alcançado uma grande importância económica a nível mundial.

Para criar um destino turístico, a actividade estabelece uma relação com a natureza do local. Os recursos naturais, que se encontram na área do destino, funcionam como um produto, onde são explorados para gerar a actividade turística, mas em simultâneo, a pressão feita na área, podem comprometer a qualidade da oferta, que a natureza proporciona, e assim acaba também por comprometer a sua competitividade, inovação (Pardelas *et al.*, 2005) e a capacidade de gerar mais fluxo turístico na própria actividade.

A relação entre o turismo e o ambiente nem sempre é pacífica. Encontra-se actualmente em conflito, pois o desenvolvimento da actividade turística tem-se sobreposto às questões ambientais, onde acabou por gerar, diversos efeitos na natureza, incluindo a modificação de paisagens e impactos ecológicos. É necessário que a actividade turística, ganhe consciência, quanto aos recursos que utiliza na produção do produto turístico, para alcançar o equilíbrio entre os mesmos e para que possa assegurar o desenvolvimento da actividade preservação do ambiente.

Considerando o turismo como uma actividade de prestação de serviços (AICEP, 2011), advêm daí factores positivos, como por exemplo: maior promoção do país; geração de emprego (Vieira, 2008); aumento da renda e desenvolvimento económico local, regional, estadual e nacional (Gannon, 1994); estímulo e comercialização de produtos locais; promoção de uma melhoria de equipamentos urbanos e de infra-estrutura de apoio como as estradas, segurança e saneamento.

Além disso, há investimentos voltados para a protecção do meio ambiente e para a cultura, melhoria do nível sociocultural da população residente e intercâmbio de ideias, costumes e estilos de vida. Como considera William (1996), esta actividade mostra vários aspectos positivos como:

- Capacidade de gerar ganhos de divisas estrangeira
- Crescimento económico
- Rápido crescimento de empregos em massa

Neste sentido, podemos entender como uma das principais actividades financeiras do mundo actualmente, tendo em conta a diversidade de contextos geográficos, políticos e

socioeconómicos. Tornou-se num dos sectores-chave da economia de um grande número de regiões/países. Apresenta efeitos indiscutíveis na sociedade e na cultura, assim como na influência das relações internacionais e no mercado externo.

Em concordância com Homer (2004), a expansão do fenómeno turístico e o rápido crescimento da actividade, nas mais distintas regiões do mundo nas últimas décadas, tem sido objecto de estudo, por diversos autores, que apontam a globalização, aumento do tempo livre, desenvolvimento dos meios de transportes e das reformas trabalhistas, como elementos que despoletaram o desenvolvimento do turismo.

Na linha de pensamento de Gómez (1988), a actividade turística, tem-se verificado num forte contributo para reforço dos valores próprios do lugar, como por exemplo, a promoção da cultura e do património local, abertura da sociedade às influências do exterior, promovendo uma melhoria da qualidade de vida da população. E tal como qualquer outra actividade que faz parte de uma economia local, esta precisa de ser pormenorizadamente analisada para detectar os elementos chave que poderão chegar a convertê-la num eficaz motor de desenvolvimento local (Valls,1996).

Nos dias que correm, está cada vez mais a tornar-se frequente falar em desenvolvimento local baseado na actividade turística. Aliás, são muitos os territórios que, de acordo com a extraordinária evolução que esta actividade tem tido, estão a protagonizar processos de recuperação, expansão, dinamização económica e desenvolvimento. Podemos então, afirmar sem reservas, que estamos perante uma importante actividade de carácter transversal no panorama económico e que se manifesta como uma oportunidade estratégica de primeira magnitude (Swarbrooke, 2007).

Na óptica de Thibal (2007), o desenvolvimento da actividade turística também contribui para o desenvolvimento local, uma vez que induz os governos a construir e a melhorar as infra-estruturas, tais como: melhores condições de saneamento, melhor qualidade da água, preservação do património e das artes culturais, artesanato, estradas, electricidade e rede de transportes, entre outros.

Apesar disso, não são apenas os turistas que sofrem com esses problemas, mas também as comunidades receptoras, que muitas vezes passam a viver em outra realidade imposta por esses problemas causados pelo turismo (Simões, 1993).

Em muitos países, torna-se evidente as diferenças económicas entre turistas e moradores, o que causa algum ressentimento à população local.

A OMT (2003), refere as diferenças económicas entre turistas e moradores, o que causa um certo ressentimento na população local, à medida que o turismo vai crescendo, vai-se empregando pessoas de outras regiões, esquecendo, de certa maneira dos moradores locais, o que leva ao aumento da criminalidade, da prostituição, do jogo, do

terrorismo e dos conflitos causados por drogas.

Apesar do fenómeno turístico, poder beneficiar incontestavelmente os territórios de actuação pelas mais diversas razões, este quando não é planeado devidamente, em contrapartida, pode causar diversos problemas ambientais, sociais, económicos (Cavaco, 1996) e daí a sua necessidade de prevenção e minimização deste tipo de impactos. Estes impactos são o resultado do pensamento meramente económico das empresas privadas.

As entidades muitas vezes estão mais preocupadas em aumentar as exportações, atrair um maior número de turistas e captar investimento estrangeiro, não dando a devida atenção à gestão e ao planeamento do território, menosprezando os impactos positivos como negativos que daí advertem (Getz, 1986).

Neste mundo competitivo, é sabido que todos os países competem entre si (Vanhove, 2005), numa forma feroz, com o intuito de aumentar as exportações, atrair mais turistas e captar investimento estrangeiro (Beerli & Martim, 2004).

Muitas vezes os gestores dos destinos turísticos atribuem maior importância ao crescimento da actividade, desejando ter um grande fluxo turístico e consequentemente promover um rápido crescimento económico. Esta visão por vezes leva a que se esqueça o ordenamento de modo a que não destrua o que está á sua volta, e com o crescimento da área turística, crescem também os problemas causados pela actividade, os chamados impactos do turismo (Mathiesom & Wall, 2006).

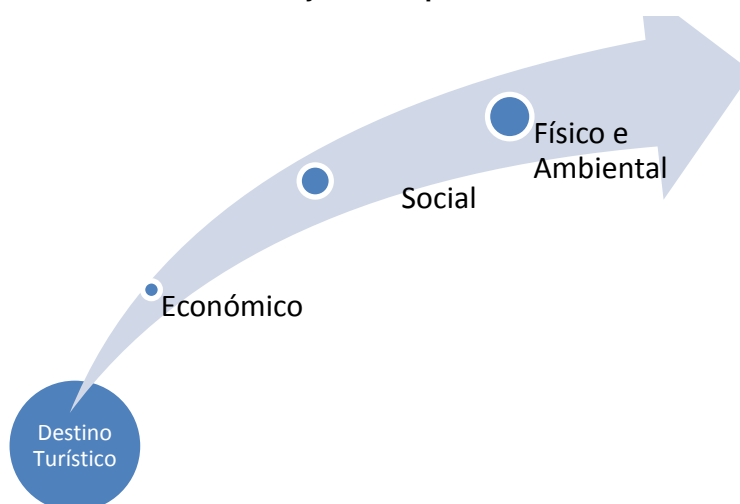
1.9 Impactos do Gerais do Turismo

O turismo gera impactos positivos e negativos como aponta Gómez (1988), dependendo se o seu planeamento é ou não bem dimensionado e gerido.

Segundo (Cooper & Fletcher, 2007: pág. 211), não é possível desenvolver turismo nas suas várias dimensões, sem que para isso inevitavelmente, ocorram impactos ambientais. Mas por outro lado, é possível com uma estratégia de planeamento adequada e bem gerida (Inskip, 1991), sensível para os impactos que o turismo pode causar, conseguir minimizar os impactos negativos, ao mesmo tempo em que se estimulam os impactos positivos. No caso do último este provoca um desenvolvimento social e local (Hammes, 1998).

Em geral, os impactos aparecem de acordo com a intensidade e a incidência do turismo face as características do local, estes são classificados em impactos socioculturais, económicos e ambientais, como enumeram os autores referidos.

Ilustração 5 - Impactos no Destino



Fonte própria adaptada de (Mathieson & Wall 2006)

Gómez (1988), entende que turismo pode gerar efeitos positivos no turista como o desenvolvimento da personalidade, a recuperação das energias físicas e psíquicas, o fomento da cooperação e a amizade com a população residente, a percepção empática da cultura local, etc. Para além disso, o turismo gera benefícios na população local receptora, permitindo a tomada de consciência da cultura própria, o estímulo de zonas desfavorecidas, a mudança social, a potenciação dos recursos naturais e socioculturais (conservação da arquitectura, a protecção do meio natural, a recuperação do património cultural, etc.).

Como afirma (Cooper *et al.*, 2007: pág. 210), " Assim que a actividade turística ocorre, o ambiente é inevitavelmente modificado, seja para facilitar o turismo, seja através do processo de produção do turismo".

Pode-se de forma global, segundo (Perreira, 2008: pág. 3-4), sintetizar o seguinte quadro onde se apresenta a "Relação dos aspectos positivos e negativos gerais frequentemente associados à actividade turística" e os "Principais efeitos económicos resultantes da actividade turística".

Tabela 3 - Impactos Gerais do Turismo

Positivos	Negativos
• Oferece oportunidades de emprego, tanto especializado como não especializado, dado tratar-se de um sector de mão-de-obra intensiva. • Gera a entrada de moeda estrangeira; Aumenta as receitas locais; Contribui	• Cria, com frequência, excesso de utilização dos recursos locais. • Gera dificuldades devido à sazonalidade. • Causa inflação. • Gera dependência económica. • Pode contribuir para um desenvolvimento

para o aumento do Produto Interno Bruto. • Desenvolve infra-estruturas que irão ajudar no desenvolvimento da indústria e do comércio locais. • Pode ser desenvolvido a partir de produtos e recursos locais. • Contribui para a diversificação da economia. • Tende a ser uma actividade económica compatível com outras existentes localmente. • Contribui para a difusão junto da população dos efeitos benéficos do desenvolvimento. • Tem um elevado efeito multiplicador; Amplia os sentimentos culturais e educacionais e melhora os sentimentos de auto valorização. • Melhora a qualidade de vida, nomeadamente, no que respeita aos rendimentos e ao aumento dos níveis de vida. • Reforça a preservação do património e da tradição. • Justifica a protecção e as melhorias ambientais. • O interesse dos visitantes nas manifestações propicia emprego para artistas plásticos, músicos e outros, contribuindo assim para a cultura; • Gera a criação de instalações turísticas e recreativas que podem ser utilizadas pela população local. • Diminui barreiras linguísticas, socioculturais, de classe, raciais, política e religiosas.	económico desequilibrado. • Degrada e polui o ambiente físico natural. • Aumenta a incidência de crime, prostituição e jogo. • Aumenta a vulnerabilidade a mudanças económicas e políticas. • Degrada o ambiente cultural; Mercantiliza a cultura, a religião e a arte. • Conduz à transformação das artes e do artesanato em banalidades. • Conduz à perda do orgulho cultural, se a cultura for vista pelo visitante como um costume ou forma de entretenimento estranho. • Gera desentendimentos. • Propicia a ocorrência de conflitos na sociedade anfitriã. • Contribui para a ocorrência de doenças. • Gera problemas trânsito e de transportes. • Propicia o aparecimento do chamado “efeito de ostentação”, no qual os habitantes locais passam a desejar os mesmos luxos e bens que são consumidos pelos turistas. • Gera o desenvolvimento de uma atitude servil, nomeadamente, por parte dos funcionários das empresas turísticas. • Estimula a ocorrência de mudanças muito bruscas nos modos de vida locais.
--	--

• Cria uma imagem favorável para o destino em termos nacionais e internacionais. • Promove uma comunidade global. • Promove a compreensão e a paz.	
--	--

Fonte : Adaptado de (Perreira, 2008: pág. 3-4)

1.9.1 Principais Efeitos

O quadro seguinte, adaptado de (Perreira, 2008: pág. 3-4), sintetiza os efeitos gerais que se pode considerar num determinado território pela acção da actividade turística.

Tabela 4 - Principais Efeitos Económicos Resultantes da Actividade Turística

1. As despesas de visitantes estrangeiros a um país tornam-se exportações (principalmente de serviços). Os efeitos económicos são os mesmos dos derivados da exportação de bens tangíveis. 2. Os empreendimentos turísticos geralmente exigem grandes investimentos de capital. Assim, as economias locais, nas quais os empreendimentos são implantados, são estimuladas. 3. Aos turistas são cobrados vários tipos de impostos, directa e indirectamente, durante a visita a uma região. Dessa forma, as receitas provenientes de impostos aumentam. 4. Os turistas, geralmente, gastam mais por dia em férias do que gastam no seu local de residência. Essas despesas suplementares podem causar pressões inflacionistas e o aumento de preços para bens de consumo nas áreas de destino. 5. As despesas turísticas injectadas na economia produzem um multiplicador de rendimento para a população local. Isso acontece devido à diversificação de despesas feitas por aqueles que recebem os pagamentos dos turistas. As receitas turísticas são utilizadas para comprar uma ampla variedade de bens e serviços. O movimento financeiro cria um rendimento local adicional. 6. A multiplicação do rendimento causado pelas despesas turísticas pode provocar a necessidade de contratar mais pessoas. Assim, provoca um multiplicador de emprego. 7. O aumento das despesas produz mais transacções financeiras, criando um

multiplicador de transacções, de particular interesse para governos que têm impostos sobre vendas ou de valor acrescentado sobre esse tipo de transacção.

8. À medida que o destino turístico se desenvolve, mais capital é investido em novos empreendimentos. O resultado é um multiplicador de capital.

Fonte : Adaptado de (Perreira, 2008: pág. 3-4)

1.9.2 Impactos Económicos

No quadro seguinte adaptado de Viera (2008), encontraremos alguns impactos genéricos que o autor apontou, tais como:

Tabela 5 - Impactos Económicos do Turismo

Positivos	Negativos
• Aumento do emprego. • Contacto com outros povos e outros hábitos. • Abertura ao mundo de sociedades geralmente muito fechadas sobre si próprias. • Criação de emprego. • Aumento do rendimento e da qualidade de vida dos habitantes locais. • Desenvolvimento local, melhoria de infra-estruturas como saneamento, qualidade da água, rede de transportes, etc. • Modificação da estrutura económica e social. • Aumento das receitas. • Criação de novas oportunidades de divertimento – ocupação dos tempos livres.	• Aumento de empregos mal remunerados. • Custos elevados na construção de infra-estruturas. • Acréscimo dos preços dos produtos e serviços nas zonas turísticas, afectando a vida dos residentes locais. • Abandono de outros sectores económicos. • A sazonalidade da procura turística provoca efeitos negativos nas localidades. • Degradação da economia local por causa do aumento da inflação. • A expansão da economia do turismo não beneficia de modo algum o desenvolvimento da economia tradicional, nomeadamente a pesca.

Fonte : Adaptado de Viera (2008)

A internacionalização dos intercâmbios comerciais, registada de forma progressiva ao longo dos séculos, tem vindo a dar lugar a um fenómeno muito vasto, que vem a

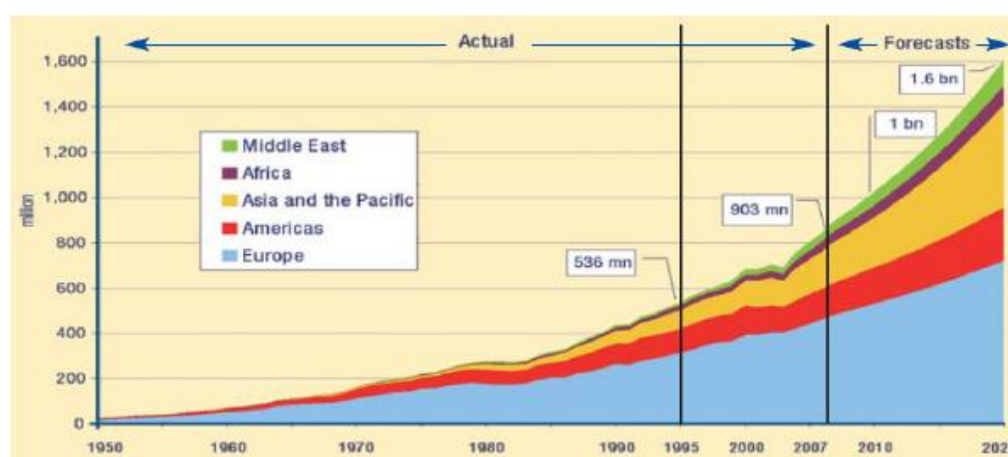
intensificar-se nas últimas duas décadas e que se deve, à enorme evolução das tecnologias da comunicação: a globalização.

Ao longo das últimas seis décadas, o sector do turismo tem conhecido um crescimento contínuo, tendo-se tornado num dos sectores económicos mundiais, que conheceu maior e mais rápido crescimento (UNWTO, 2008). No entanto, ainda se verifica pouco empenho por parte das organizações políticas no desenvolvimento e promoção do sector turístico (Vadéz & Ruiz, 1996), mesmo perante provas estatísticas inquestionáveis da importância económica do sector. Pelo contrário, “as organizações internacionais são as primeiras a considerar que o turismo contribui para a expansão económica, para a compreensão internacional, para a paz e a prosperidade, bem como para o respeito universal e a observância dos direitos e das liberdades humanas fundamentais” (Cunha, 2006: pág. 67).

Apesar da grande importância do turismo interno, continua a dar-se mais atenção ao turismo receptor, sendo este último, o que mais influencia as políticas desta actividade económica. Para iniciar esta avaliação começa-se por analisar o turismo receptor, através das chegadas internacionais de turistas, já que o turismo interno é mais complicado de mensurar e, a nível mundial, nem todos os países o analisam estatisticamente.

Nos últimos cinquenta anos, registou-se um incremento significativo das chegadas internacionais de turistas, como se pode constatar no gráfico seguinte, tendo a crescente mobilidade da população favorecido este processo de desenvolvimento do sector.

Gráfico 19 - Chegadas Internacionais dos Turistas



Fonte: Organização Mundial do Turismo (2008)

Segundo a OMT (2008), as chegadas internacionais de turistas aumentaram de 25 milhões em 1950 para 903 milhões em 2007, o que corresponde a um índice de crescimento médio anual de cerca de 6,5% (UNWTO, 2006). Através da análise do gráfico nº 19, pode concluir-se que as previsões apontam para que a evolução se mantenha no futuro e a OMT

(2008), estima que em 2020 as chegadas internacionais de turistas ascendam a 1,6 mil milhões.

O turismo cria riqueza para as comunidades locais, sendo responsável por milhões de empregos. Para além da criação de emprego, abre oportunidades para outras empresas que fornecem bens e serviços, principalmente para as que se relacionam com os sectores da agricultura e pescas, artesanato e construção (Simões, 1993).

Em concordância com Vieira (2008), os impactos económicos do turismo subdividem-se em dois grandes eixos, classificando-os em impactos de curto e longo prazo.

De curto prazo contemplando os **Directos**: resultam das compras directas a empresas turísticas ET (despesas turísticas); **Indirectos**: compras pelas ET a fornecedores mesmo fora do grupo das ET; **Induzidos**: compras pelos empregados das ET.

De longo prazo os **Catalíticos**: noutros sectores económicos

1.9.3 Impactos Ambientais

A crescente procura pela actividade turística, tem exigido a massificação desta indústria. Por consequência o desenvolvimento na área turística, tem sido feito a um ritmo acelerado, desorganizado e inadequado por vezes.

Tabela 6 - Impactos Ambientais do Turismo

Positivos	Negativos
• Criação de programas de preservação para áreas naturais. • Medidas de preservação e conservação Ambiental, com o objectivo de manter a qualidade e a atracção dos recursos naturais. • Promoção da descoberta e da acessibilidade das regiões naturais não exploradas através de determinados programas. • Financiar a implementação de equipamentos e de medidas de preservação. • A nível ecológico, verifica-se uma utilização mais racional dos espaços.	• Poluição do ar, água e sonora • Destruição da paisagem natural • Destruição da fauna e flora Acumulação de turistas no espaço e no tempo fazendo com que haja sobrecarga dos serviços e das infra- estruturas • Degradação dos monumentos artísticos • Perda de identidade cultural e histórica. • Construção de empreendimentos turísticos que conduzem a graves implicações no meio ambiente natural

O ambiente e a cultura locais beneficiam da actividade turística, quando as receitas do governo relacionadas com o sector do turismo são utilizadas para reconstruir ou restaurar monumentos, abrir museus e estabelecer parques naturais. Por outro lado, à medida que a actividade turística se desenvolve, cresce a necessidade de criar infra-estruturas que sustentem esse incremento. A construção de novos portos, aeroportos, estradas, estações de tratamento esgotos e água, são impactos pelo desenvolvimento turístico, estes derivam de uma visão política / governativa (Laws, 1995), de desenvolvimento local, melhoram a qualidade de vida das comunidades locais (Lea, 1993).

1.9.4 Impactos Socioculturais

Tendo em conta, todos os impactos, tanto positivos como negativos, percebe-se que apesar disso, esta actividade pode beneficiar a sociedade, o ambiente e a economia. Mas que por outro lado pode ao mesmo tempo prejudicá-las face ao crescimento da pressão que pode exercer sobre os destinos turísticos. Por isso, é crucial que as entidades entendam a necessidade de uma boa gestão e planeamento das regiões (Laws, 1995), promovendo desta forma um turismo sustentável.

Tabela 7 - Impactos Socioculturais Turismo

Positivos	Negativos
• Apoio a iniciativas culturais. • Preservação do património local (<i>heritage</i> e tradição). • Organização de eventos culturais. • Criação de emprego com base nos eventos culturais (artistas, artesãos, etc.). • Financiamento de investimentos na recuperação e na manutenção do património histórico. • Promoção das relações culturais. • Criar orgulho pelo local. • Promoção dos valores culturais / locais. • Elimina os estereótipos negativos. • Promoção dos produtos locais, como por	• Impactos fracturantes. • Redução do estatuto social dos residentes. • Aumento da criminalidade e da prostituição. • Tensão social. • Problemas de droga e alcoolismo. • Perda da coesão social. • Alteração no equilíbrio demográfico. • Confronto com os turistas através de atitudes negativas: xenofobismo. • Adulteração e erosão de expressões culturais locais genuínas. • Comercialização excessiva do

exemplo o artesanato e gastronomia. • A valorização e preservação do património histórico. • Dinamização da oferta cultural e patrimonial da respectiva região.	património. • Importação de elementos culturais estranhos. • Perigo de imperialismo cultural. • A procura excessiva de artesanato pode alterar os processos produtivos. • O choque de culturas resultante das diferenças culturais, étnicas, religiosas, de valores e de língua. • Aumento da, insegurança criminalidade, prostituição, delinquência etc. • Imitação de comportamentos, a mudança de linguagem usada no destino.
---	--

Fonte: Adaptado de Vieira (2008)

No entanto, é o dever de todos aqueles que estão envolvidos nesta actividade, considerando como tal, as empresas, responsáveis políticos, as populações locais, que devem cooperar umas com as outras, criando sinergias harmoniosas. Por isso é fundamental que todos unam forças para minimizar os impactos negativos potenciando os impactos positivos.

O turismo desempenha um papel crucial na criação de emprego, o que é especialmente importante durante a actual crise económica que o mundo atravessa. Os principais desafios são estabelecer políticas sustentáveis para melhorar tanto a quantidade como a qualidade do emprego na indústria do turismo promovendo um bem-estar de toda a estrutura global.

Neste sentido, o turismo, tem sido considerado como uma estratégia de desenvolvimento económico e social pelos mais variados argumentos, tais como o aumento de rendimentos, construção de novas infra-estruturas, formação de recursos humanos, criação de emprego e aumento de produção, entrada de divisas, e em geral, criação de mais riqueza (Simões, 1993). Este desempenha um papel benéfico, mas que ao mesmo tempo, provoca danos no que concerne a aspectos referentes ao meio ambiente, social, económico e cultural. Impactos estes que causam alterações por vezes de modo irreversível, à realidade social, ecológica e económica da região, o que faz com que o turismo corra o risco de destruir rapidamente o potencial, do qual ele próprio se alimenta (Jackson, 2002).

No entanto, (Pompl & Lavery, 1993); (Williams & Shaw, 1991); Hannigan (1994); Deroi (1991); Wickens (1999) citados por Briedenhann & Wickens (2004), defendem que a

reestruturação do sector na agricultura e consequente industrialização rural, diminuiu o êxodo rural e reteve mais jovens. Este facto levou à adopção do processo em países ocidentais, pois o turismo é visto como uma alternativa de desenvolvimento para a revitalização económica e social das zonas rurais e desfavorecidas.

Thibal (2007), afirma que o turismo rural é um factor de avanço social, melhora padrões de vida, dá continuidade e importância às competências dos artesãos, explora a produção agrícola, ajuda a evoluir a população local dando novas visões às pessoas e mudando mentalidades.

O desenvolvimento de uma determinada área, gerado pelo estímulo da actividade turística, segundo Hendreson (2006), é muito diversificado e complexo, no que diz respeito ao entendimento dos autores; (Ritchter & Waugh, 1986: pág. 320) que sintetizam uma linha de pensamento também partilhada por outros autores, como a questão da estabilidade política como requerimento central do turismo. Um destino só pode se desenvolver, se este for um destino estável e pacífico (Poirier, 1997), com uma estratégia bem definida e apoiada na promoção e marketing (Buhalis, 2000). O apoio governamental (Partidário, 1998) e as acessibilidades (Prideaux, 2000), são factores cruciais ao desenvolvimento de qualquer local.

No entanto, com a mudança de tendências os destinos passam a desenvolver-se mais pelos atractivos artificiais do que pelos de cariz geográfico Fyall *et al.*, (1998), já Gunn (2002), entende que o mesmo acontece pela suas atracções e infra-estruturas do destino. Na obstante existem outros factores que não podem ser descurados, como a reputação e a imagem positiva de um local, que provocam o seu desenvolvimento (Mattsson, 2005).

Já Briedenhann & Wickens (2004), acordam que a agregação de actividades e atracções em rotas turísticas nas áreas menos desenvolvidas, estimula cooperação e parcerias entre as comunidades locais e regiões vizinhas, o que serve como um veículo para a promoção do desenvolvimento económico através do turismo (Vadéz & Ruiz, 1996). No entanto, Homer (2004), sintetiza em termos de desenvolvimento local, o turismo como principais vantagens:

- Pode ser desenvolvido de forma relativamente rápida;
- Custos financeiros são muitas vezes inferiores em comparação com o desenvolvimento de novas empresas ou até mesmo outras indústrias;
- É menos poluente do que a maioria das outras indústrias;
- Pode trazer benefícios cruciais e determinantes para comunidade local, desde que devidamente desenvolvido e planeado;
- Pode ajudar a manter a viabilidade das explorações agrícolas;

- Turismo rural proporciona empregos para grupos, que de outra forma teriam dificuldade em ter emprego em áreas rurais, como jovens e mulheres.

Ainda neste tema, (Cavaco 1996: pág. 98), destaca que o “crescimento económico, identificado com o aumento global de produção de riqueza, importa o desenvolvimento, que é simultaneamente económico, social e também territorial, envolve processos de mudança estrutural, produção social significativa, redistribuição das condições de vida e das expectativas, sobretudo dos grupos menos favorecidos”.

Os autores, Duquette & Mason (2008), analisaram o facto do desenvolvimento causado, através de franchises de equipas de hóquei WHL uma determinada área. Estes concluíram 4 importantes benefícios:

- Económicos: os adeptos conjugam a ida aos jogos para fazer compras e pernoitam, trazem divisas para a localidade, deixam receitas pela compra dos bilhetes;
- Exposição mediática: o local vai ser projectado pelos meios de comunicação social televisão, jornais, rádio o que dá notoriedade e promove o local;
- *Status*: são cidades consideradas superiores em comparação as que não tem estes franchises, pois permite às cidades ligarem-se a centros urbanos maiores;
- Uma equipa justifica os custos da construção de infra-estruturas de apoio à modalidade: leva a criação de um destino de entretenimento e promove o desenvolvimento da malha urbana que até então podia ser entendido como uma zona rural.

Jackson (2002), analisou a importância dos festivais turísticos³ e o seu contributo para o desenvolvimento económico local. Este concluiu que as cidades, aldeias e vilas estão cada vez mais interessadas em partilhar a sua cultura e a sua envolvente transformando os festivais numa oportunidade de desenvolvimento económico através de divisas e promoção do local pela divulgação e promoção dos festivais.

Em concordância com Wanhill (2005), destaca que a maioria das contribuições do turismo é criar empregos e diversificar as actividades económicas das regiões. Os instrumentos da política regional têm-se tornado disponível para projectos, objectivando o desenvolvimento do turismo de forma que o enfoque territorial não leve ao desenvolvimento de actividades desordenadas de turismo no ambiente rural.

Poder-se-á dizer que turismo por si só não vai promover o desenvolvimento de uma determinada área menos favorecida, mas sim em consonância com um processo adequado

³ Festivais turísticos, são entendidos nesta perspectiva, como todos os eventos musicais relevantemente atractivos, passíveis de por si só se transformarem no objecto de motivação principal para a deslocação do turista para fora da sua área habitual de residência.

de planeamento, que vai incluir o turismo como uma actividade a ser explorada de uma forma sustentável duradoura na evolução do destino.

Para Beni (2000), o planeamento do turismo visto como estimulador económico é o raciocínio sobre os fundamentos definidos do turismo. Aponta ainda a importância da faculdade do turismo como forma de desenvolvimento local, e que este deve ser bem pensado e planeado para não destruir “a sua arte” e desviar os interesses da comunidade.

Entende-se que uma boa gestão do turismo planeado provoca um desenvolvimento social e local, mas que tem de respeitar valores sociais e ambientais para que este aconteça.

“O planeamento do turismo rural integrado, baseia-se no fomento da biodiversidade, no respeito pela identidade cultural, o aumento da renda e nível de vida da população residente, na aplicação dos princípios de economia da produção turística, evitando o risco de desenvolver o turismo de longa duração. O turismo seja ele de cariz suave ou brando é o que apresenta fluxo compatível com a capacidade de recepção de determinado local em determinado tempo, oferecendo pequenas condições de ocasionar impactos ambientais e culturais, ou seja, o maior esforço deve ser feito no controle do fluxo turístico, mantendo-o próximo à capacidade de conservação da área”. (Hammes,1998: pág .7)

Contudo, (Cavaco 1996: pág. 94), preferiu a expressão “o desenvolvimento local” para expressar o processo em que as localidades, munidas de seus recursos mais variados, criam oportunidades de promoção do bem-estar colectivo, implementando actividades que de alguma forma dinamizem a economia em pequena escala, gerando o desenvolvimento do lugar mediante estratégias de baixo impacto social e ambiental.

No processo de desenvolvimento de um local por acção dos impactos positivos do turismo não se pode esquecer a importância dos *stakeholders*, pois podem ser estimuladores ou condicionantes de um desenvolvimento a nível local. No que se refere aos espaços rurais, estes têm sido palco dos mais variados protagonistas desde instituições internacionais e governos, passando por grupos e associações locais, técnicos, e às próprias populações.

As instituições comunitárias identificam assim o turismo como um sector legível, no desenvolvimento da política comunitária, e apontam-no como uma estratégia para alcançar o «desenvolvimento harmonioso e equilibrado das actividades económicas, de um crescimento sustentável e não inflacionista, que respeite o ambiente» in, artigo 2. do Tratado da União Europeia, Comissão Europeia, Livro Verde 1995.

Thibal (2007), afirma que, o turismo em áreas regionais é um estímulo para o envolvimento de autoridades locais e de cooperação intermunicipal, no entanto são os responsáveis pela *Governance* da área rural que têm o compromisso de trabalhar para a melhoria da qualidade de vida do cidadão e da humanidade (Partidário,1998).

O turismo é inovador, viabiliza novas possibilidades nos meios rurais criando desenvolvimento local, assim como outras actividades e afins têm contribuído para uma mudança social e económica nesses mesmos espaços, de tal forma que à volta do turismo tem-se gerado alguma dinâmica de desenvolvimento e transformação económica, social, cujos impactos são positivos ou negativos (Gannon, 1994).

1.10 Impacto dos Eventos Turísticos no Desenvolvimento do Destino

Os megaeventos são eventos únicos, normalmente geram impactos profundos a longo prazo, tanto positivos como negativos, sobre as comunidades anfitriãs segundo (Kim, Gursoy & Lee, 2006: pág. 87).

No entanto (Kim *et al.*, 2006: pág. 87), identificou consequências positivas e negativas de mega-eventos, nas seguintes seis áreas: economia, turismo / comercial, sociocultural, psicológico e político. “Apesar dos impactos negativos, são esperados benefícios para a comunidade e para as empresas locais; mega-eventos são capazes de gerar benefícios económicos positivos”; “Têm a longo prazo consequências positivas para as cidades e comunidades que os acolhem”.

Ainda neste ponto, Kim & Chalip (2004), realçam que, os mega-eventos podem dar a conhecer a região como destino interno e/ou viagens internacionais e também oferecer / criar novas oportunidades para os potenciais investidores, o que resultará em um aumento da actividade comercial no seio da comunidade de acolhimento. Uma das mais significativas vantagens da realização de mega eventos, é a existência de instalações construídas para o evento e que posteriormente servem para benefício da comunidade.

Já Lee & Taylor (2005), que os mega-eventos são susceptíveis de servir como catalisador para chamar a atenção para o ambiente natural e, assim, ajudar na preservação física dos elementos da paisagem e do património local que caso contrário teria sido ignorado.

A realização de eventos bem-sucedidos pode incentivar uma maior participação em práticas desportivas ou outras actividades de lazer. Isto combinado com a adopção de novos padrões sociais e exposição a novas formas de cultura podem estimular um aumento do voluntariado, a participação da comunidade e de interacção e colaboração intercultural (Mason, 2003).

1.11 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

Ao longo do século XX e até aos dias de hoje, o sector turístico tem vindo a demonstrar um progresso significativo, o qual foi impulsionado por diversos factores, tais como, aumento de salários, a redução das horas de trabalho, a generalização do conceito “*férias*”, o desenvolvimento dos meios de transportes, o crescente nível de instrução da população e ainda a crescente curiosidade de conhecimento de novos povos, culturas e tradições que, de certa forma se encontram esquecidas (Simões, 1993).

Nos próximos anos perspectiva-se que o sector turístico continue a crescer a ritmo considerável. Uma das razões que suporta esta estimativa é o facto de nem a crescente instabilidade política que tem abalado o mundo ter abrandado o ritmo de crescimento deste sector. No entanto, para além deste crescimento, prevê-se que se continuem a verificar mudanças em termos de origens e destinos.

Os territórios tendem cada vez mais a entrar numa espiral de decadência, num ciclo em que se vão perdendo empregos, qualidade de vida, degradação ambiental, culturas, costumes, porque a necessidade de subsistência obriga muitas vezes à emigração e ao abandono de actividades menos lucrativas embora sejam de grande valor cultural.

Porém, o desenvolvimento das áreas geralmente inseridas em zonas protegidas que, no caso particular do turismo, visam permitir a recuperação e conservação do património natural e cultural. Este actua como uma ferramenta de alavancagem base, como estrutura de desenvolvimento de uma forma racional e ponderada.

A evolução do local por parte da actividade turística do ponto de vista estratégico assume-se pelo associativismo e redes/parcerias, promoção empresarial e institucional, com critérios de qualidade, apoiados por competência técnica, de índole endógena e ou exógenas, passando pela participação e envolvimento dos agentes, recursos locais e consequente preocupação e cuidado com a população local (Marques, 2008).

CAPÍTULO II – TURISMO UM FACTOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

2.1 Breve Introdução ao Turismo, Enquanto Factor de Desenvolvimento Sustentável

Pode-se apontar o turismo, como sendo mais do que uma ferramenta de revitalização, afirmando até, que se trata de um motor de potencialidades físicas, sociais e ambientais (Lankford, 2008). Este promove o crescimento, estimula o desenvolvimento económico que, quando bem planeado, transforma-se numa fonte de rendimento constituindo-se uma nova oportunidade sustentável para os locais e para a população local, traduzindo-se no desenvolvimento sustentado (Hormer, 2004).

Neste sentido, este capítulo visa aferir as diversas dimensões e vectores de intervenção local, que concorrem para o desenvolvimento local sustentável e equilibrado de um determinado lugar. Assim como também, perceber a importância de alguns recursos e métodos de gestão de destino, mesurar a sua importância, analisar e compreender a hierarquização do potencial turístico dos recursos, que levam ao tão pretendido e gratificante desenvolvimento sustentável.

2.2 Turismo / Desenvolvimento local

A actividade turística tem-se afirmado ao longo dos anos numa grande aposta para qualquer organização/região visto que não assegura somente o crescimento económico de todo o grupo receptor, mas também o desenvolvimento estratégico do próprio local. Tem em atenção a preservação, conservação e valorização das tradições/costumes, assim como o da economia garante igualmente a sustentabilidade do ambiente, social, cultural e ainda beneficia tanto a população habitante como os turistas.

O turismo tem tido sem dúvida, e baseando nos inegáveis impactos positivos, capacidade de gerar ganhos de divisas estrangeiras, crescimento económico, rápido crescimento de empregos em massa, estímulo ao consumo e um papel crucial e extremamente importante na formulação de estratégias de desenvolvimento de países desenvolvidos. (William, 1996).

Ao inserirem-se nesta actividade também as empresas têm em mente adquirir várias vantagens como: fontes de emprego criadas pelas novas empresas de exploração turística que aparecem conforme o crescimento do sector, como agências de viagens, hotéis, restaurantes, postos de turismo, etc.; a preservação e conservação dos patrimónios naturais, culturais e históricos que muitas vezes não têm a devida atenção que merecem mas, que por outro lado, reconhece-se melhoramentos dos equipamentos e infra-estruturas sustentáveis; a qualidade de vida da sociedade local pode tornar-se bastante

melhor; atraindo cada vez mais um maior número de turistas, satisfazendo as suas necessidades.

Outro factor em que o turismo surge como trunfo, âncora ou tábua de salvação é o combate à pobreza, considerada a sua importância ao nível de várias organizações internacionais (Vanegas, 2008).

A pobreza é um dos aspectos mais evidentes e mais vulneráveis nos países em vias de desenvolvimento, e formam o mais pobre e fraco segmento da comunidade internacional (Campos, Mendes & Silva, 2006). Para muitos destes países, o turismo representa uma actividade económica em que se deve apostar, para a redução da pobreza e crescimento económico, até porque, historicamente, o turismo internacional é uma aposta que os países em vias de desenvolvimento fazem para aumentar a sua participação na economia mundial.

A apreciada ligação entre o desenvolvimento do turismo crescimento económico, e redução da pobreza são assuntos sobre os quais já se escreveu em economia e desenvolvimento turístico. Recente é a proeminência que o turismo tem recebido na luta contra a pobreza pelas organizações internacionais como é o caso da Organização Mundial de Turismo, Nações Unidas entre outras.

O turismo é uma das ferramentas apontadas para erradicar a pobreza com eficácia, com relativa rapidez e de maneira economicamente acessível para os países em vias de desenvolvimento (Croes & Vanegas 2008). Assentam na veiculação do turismo como forma de ganhar uma vantagem competitiva no combate à pobreza com potencial impacto no crescimento para esses países (Baptista, 1990).

Assim sendo, o turismo, gerador de lucros provenientes do estrangeiro, começa a considerar-se como factor importante na criação de emprego, aumento dos rendimentos familiares, retorno de impostos e crescimento económico de países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento por todo o mundo (Hormer, 2004).

Podemos sintetizar os benefícios do turismo como factor de desenvolvimento sustentável dos territórios (Hammes, 1998), como:

- Fontes de emprego, criadas pelas novas empresas que aparecem conforme o crescimento do sector;
- Preservação e conservação dos patrimónios naturais, culturais e históricos
- Melhoramento dos equipamentos e infra-estruturas sustentáveis;
- A qualidade de vida da sociedade torna-se melhor;
- Atrai um maior número de turistas, satisfazendo as suas necessidades;

2.3 Desenvolvimento Sustentável

Com o aumento da actividade turística a uma velocidade alucinante, nasce a preocupação com novas dimensões como a sustentabilidade e a competitividade entre destinos (Crouch, 2003), esta tem vindo a alcançar uma importância de relevo a nível mundial pela maior parte das sociedades do Mundo. Nas duas últimas décadas, e como o conhecimento dos indesejáveis dos modelos de desenvolvimento que muitos destinos têm adoptado durante estes anos, colocaram por diversas vezes quase de uma forma inconsciente, em causa o equilíbrio do tecido social, a estrutura das actividades económicas e o equilíbrio ambiental em causa.

Desta forma, originaram formas de apelo à necessidade de reformulação e implementação de estratégias nacionais de desenvolvimento sustentável coerentes, direccionadas e ponderadas, nomeadamente por parte das Nações Unidas, que decidiram dedicar a década 2005-2015 à consagração universal do carácter estratégico do desenvolvimento sustentável e da União Europeia que aprovou em 2001, no Conselho de Gotemburgo, a Estratégia Europeia para o Desenvolvimento Sustentável (Mota *et al.*, 2004).

Durante grande parte dos séculos XIX e XX, o factor económico foi sem dúvida o enfoque de todas as estratégias empresariais e políticas na crença de que traria, por si só, uma melhoria generalizada das condições de vida da sociedade e um mundo mais justo, saudável e equilibrado.

No entanto, a gradual consciencialização da comunidade internacional sobre os impactos negativos deste género de modelo de desenvolvimento económico, a seu tempo, deu lugar à procura de um modelo alternativo, que por sua vez considerasse outros factores mais alargados, como as questões do bem-estar e qualidade de vida das populações, a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente e o necessário desenvolvimento económico.

A Comissão Mundial da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (UNCED) apresentou em 1987, neste sentido, um documento intitulado *Our Common Future*, mais conhecido como Relatório Brundtland, nasce um novo conceito, o conceito de desenvolvimento sustentável, considerado, como "o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades" citado por (Mota *et al.*, 2004: pág. 6). Este, baseia-se em duas grandes lógicas de solidariedade: a das gerações actuais com as futuras e a das gerações actuais com a natureza que elas ocupam hoje como aponta Lucca (2003).

Entendido com um conceito "difícil de digerir e de se lhe dar forma é contudo reconhecido como a grande alternativa de modelo de desenvolvimento para o século XXI" (Partidário, 1997: pág. 2), tendo sido activamente promovido pela Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento em 1992. "Na sua essência, o desenvolvimento sustentado pressupõe uma alteração profunda dos valores e das valências de desenvolvimento, das prioridades de acção e intervenção e da equação das relações entre comunidades e regiões com índices de desenvolvimento profundamente díspares" (Partidário, 1997: pág. 2).

Ilustração 6 - Pilares da Sustentabilidade



Fonte: Própria, adaptado dos autores referidos

Reconhecendo a importância desta temática as Nações Unidas promoveram a nível mundial estratégias nacionais para o desenvolvimento sustentável, esta ficou patente, na Cimeira de Joanesburgo, ao dedicar a década 2005/2015 à consagração universal do carácter estratégico do desenvolvimento sustentável, Resolução do Conselho de Ministros n.º 180/2004.

Em 1998, no Conselho Europeu de Cardiff, a União Europeia decidiu que as suas políticas sectoriais passariam a adaptar também componentes específicas como as estratégias integradoras das questões ambientais e de desenvolvimento sustentável, e que estas passariam posteriormente a fazer parte da sua agenda política ao mais alto nível de decisão. Em 2001, é acordado em Gotemburgo a Estratégia Comunitária para o Desenvolvimento Sustentável.

Em Portugal, a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável ENDS (2002), teve início em 2002, com a aprovação das "Grandes Linhas de Orientação da ENDS". Foram três os domínios estruturantes da estratégia a definir (Mota *et al.*, 2004: pág. 8):

- Garantir o desenvolvimento integrado do território encarando-o como um bem a preservar, integrador de recursos, funções, actividades, eixo de diferenciação e estruturação do país;
- Melhorar a qualidade do ambiente, contemplando riscos ambientais e a sua relação com a saúde humana e a acessibilidades a serviços básicos;
- Assegurar uma produção e consumo sustentáveis, englobando todo o bloco de integração sectorial (...);

O espaço geográfico é, de facto, o palco da interacção da actividade humana com o meio, reflectindo as opções de desenvolvimento adoptadas, desde sempre, pela humanidade.

Como refere (Partidário, 1997: pág. 2), "O conceito de sustentabilidade ambiental é normalmente utilizado neste contexto para exprimir a existência de uma relação inequívoca e biunívoca entre a actividade turística e o capital de recursos naturais, com objectivos de geração de experiências de elevada qualidade para o utilizador". Já Orlando Ribeiro (1986), afirma "a paisagem de hoje, corresponde a um produto do passado, constitui um registo da memória colectiva".

2.4 Turismo Sustentável

O Turismo tem sido apontado como um facto de desenvolvimento, sobretudo para países ou regiões (IDP, 1999). O Turismo está entre as actividades económicas que mais dependem da prática da sustentabilidade, especialmente para os destinos turísticos que têm notoriedade pelas suas atracções relacionados à cultura e às belezas naturais.

O Desenvolvimento Sustentável satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades (Partidário, 1998). É a partir deste, que surge o conceito de turismo sustentável, que procura conciliar os objectivos económicos do desenvolvimento turístico com a preservação dos recursos naturais.

Ilustração 7 - Turismo Sustentável



Fonte: www.google.pt

O turismo sustentável foi definido pela (OMT, 1995: pág. 372) como: “Aquele ecologicamente suportável a longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais (Lea, 1993). Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando a frágil balança que caracteriza muitas destinações turísticas, em particular pequenas ilhas e áreas ambientalmente sensíveis”.

O desenvolvimento sustentável das áreas rurais geralmente inseridas em zonas protegidas, que no caso particular do turismo visa permitir a recuperação e conservação do património natural e cultural apoiado em quatro vectores principais conservação da natureza, desenvolvimento local, qualificação da oferta turística e diversificação da actividade turística.

A sustentabilidade é um conceito fresco e que tem vindo a ser cada vez mais usado na área do Turismo, para administrar os recursos naturais e melhorar as infra-estruturas dos destinos para receber os fluxos turísticos. O grande objectivo é fazer com que haja um desenvolvimento social e económico sustentável para as sociedades impulsionando factores críticos de desenvolvimento para a indústria do turismo, sem comprometer os recursos para a gerações vindouras.

Actualmente a actividade turística está entre as actividades económicas que mais depende da prática da sustentabilidade, especialmente para os destinos turísticos que se referenciam pelas suas atracções relacionados à cultura e às belezas naturais. Pode-se afirmar, que existe sustentabilidade quando a actividade consegue alcançar os resultados económicos desejados respeitando o meio ambiente e o desenvolvimento das comunidades locais (Pizam, 1978) de modo a que se possa prolongar no futuro para gerações vindouras.

Segundo a OMT (1998), "O desenvolvimento do turismo sustentável atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e aumenta as oportunidades para o futuro. É visto como um fio condutor para a gestão de todos os recursos, de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida."

O turismo sustentável pode, ser visto como o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a actividade das gerações futuras para satisfazer suas próprias buscas. Deve respeitar as leis sociais, garantir os direitos das populações locais (Pizam, 1978), conservar o ambiente natural e a sua biodiversidade, ter em consideração o património e a identidade cultural e os valores locais, estimulando o desenvolvimento social e económico dos destinos turísticos, evitando a sua saturação e respeitando os limites de mudança tolerável para o local.

Para que isso aconteça, é fundamental a participação activa da população, em prol dos factores de sucesso do turismo sustentável levando a população local a comprometer-se num esforço global.

A sociedade precisa estar inteiramente consciente, beneficiar dos seus efeitos positivos e das mais-valias que estes se reverterão para a população local e para o território em geral.

Salienta-se ainda que, esta actividade é uma forma de desenvolvimento global e estruturante criando a possibilidade de prosperidade político-social de toda uma região de intervenção turística. Não se pode descurar o facto de ser um pequeno passo para a evolução e bem-estar social, e ao mesmo tempo ser um grande passo para a humanidade em geral, confirmando-se contudo, a sua propriedade de inclusão social com a geração de emprego e renda nas próprias localidades.

A prática do turismo é uma experiência de vida para alguns e talvez até a realização de um sonho para outros. Este sentimento é tanto maior, se for feito em ambiente saudável e preservado ecologicamente e no qual há respeito pela diversidade humana e cultural. No entanto, se essas condições não forem garantidas, o destino começa a declinar e deixa de gerar os benefícios económicos, sociais e ambientais a que se pretende e pelos quais tanto se preza.

A cada dia que passa, a actividade turística torna-se um factor mais importante para todas as regiões contribuindo para um mundo melhor e mais optimizado, contudo este pode tornar-se vítima do seu próprio êxito se não se desenvolver de uma forma sustentável num futuro próximo, podendo trazer vários problemas, e consequentemente os seus pressupostos de desenvolvimento sustentável acabarem por desfalecer.

Com base nos referentes anteriores, pode-se sintetizar que desenvolvimento sustentável promove:

- Crescimento da visão de desenvolvimento: quando o define como mais do que o crescimento económico;
- Permanência do desenvolvimento ao preocupar-se com as futuras gerações;
- Extensão do desenvolvimento quando o apresenta como
- Necessário em todos os países (implicações planetárias do desenvolvimento)
- Um processo de mudança para o desenvolvimento ao indicar a necessidade de reorientação de uso dos recursos naturais, da tecnologia, dos investimentos, das leis e das instituições, e a adopção de novos valores pela sociedade.

Entretanto, quando não planeado e não pensado pode ter um impacto negativo sobre os territórios e sobre as populações, como já identificado anteriormente (Beni, 2003). A actividade turística é promotora de grandes desequilíbrios, quer positivos ou negativos nos países receptores.

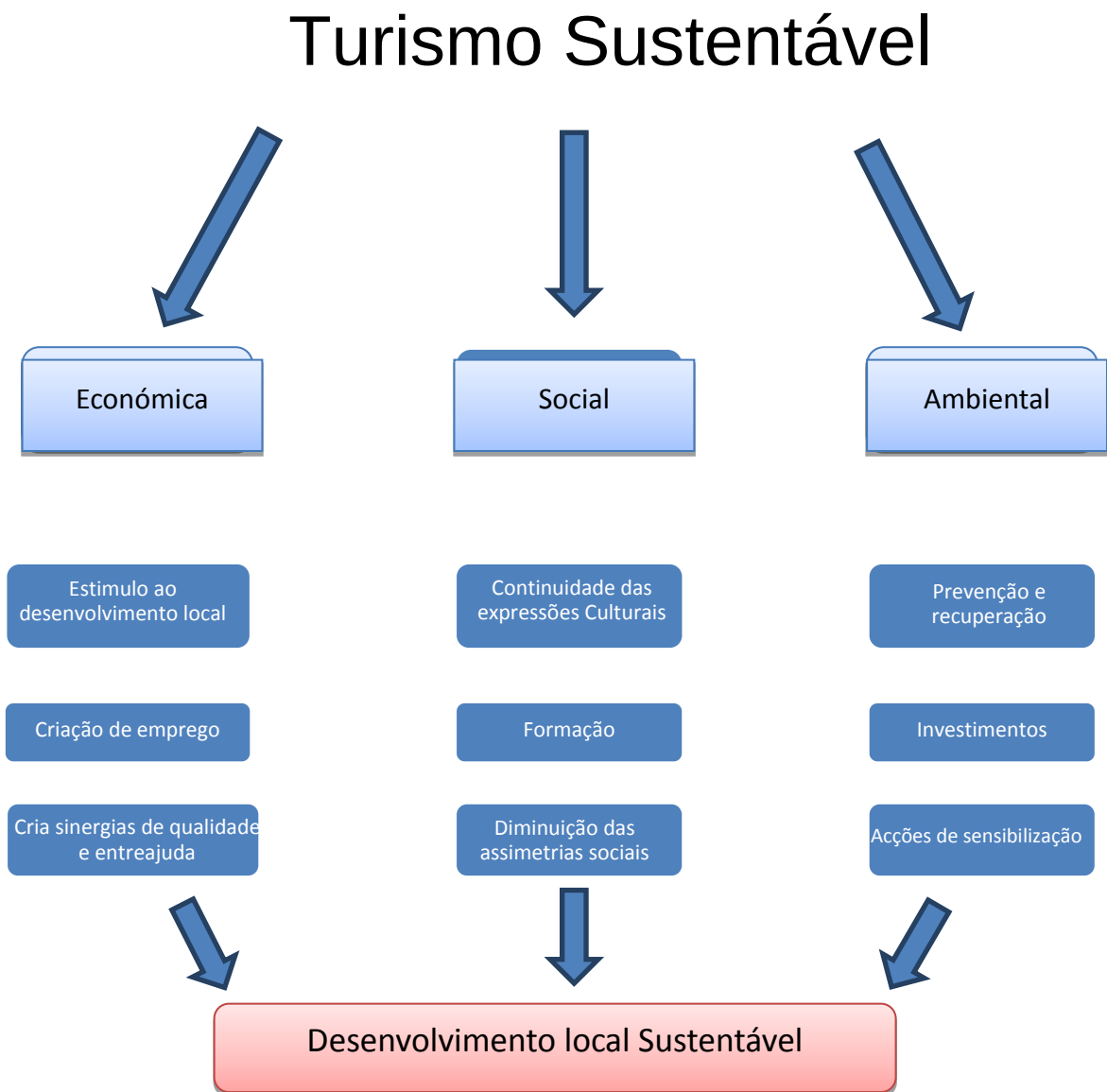
Por ser o turismo fortemente dependente da preservação do ambiente físico e património cultural, deve tratar estes recursos não apenas como uma matéria-prima, mas encará-los sob a perspectiva de que constituem património comum de toda a humanidade.

Deste modo o compromisso da actividade com o desenvolvimento sustentável que ao longo dos tempos vem se ampliando apresenta-se, dessa forma, como estratégico.

Para isso é fundamental ter em consideração determinados procedimentos sustentáveis tais como:

- Minimização do desperdício através da diminuição do uso de recursos e aumento desta forma a qualidade;
- Gestão do uso de energia visando a redução do consumo e emissão de substâncias potencialmente poluentes da atmosfera;
- Medidas de preservação e conservação ambiental,
- Manter a qualidade e a atracção dos recursos naturais

Ilustração 8 - Conceptualizações entre *Stakeholders* e as Temáticas de Sustentabilidade



Fonte: Própria, adaptado dos autores referidos

2.5 Importância TER - Turismo em Espaço Rural

O turismo é considerado uma actividade de grande relevância para a dinamização turística, sobretudo quando se fala em territórios rurais ou desvitalizados do ponto de vista económico.

O recuo da agricultura tradicional, a falta de empregos, a riqueza patrimonial e cultural de tais territórios, surgem como janelas de oportunidade para o desenvolvimento do turismo e simultaneamente para a perpetuação da cultura, para a melhoria do bem-estar da população, assim como para a preservação do ambiente.

Com o declínio da actividade económica a reestruturação do sector agrícola, a diminuição da industrialização no meio rural e a emigração de jovens instruídos, levaram à adopção, à semelhança de outras regiões e países, do turismo como meio de subsistência e alternativa estratégica para o desenvolvimento económico e regeneração social de áreas menos favorecidas (Briedenhann & Wickens 2004).

A actividade turística aporta às zonas rurais enormes desafios quer ao nível económico quer ao nível social, os quais se prendem com uma série de factores que, embora afectem também as zonas urbanas, tomam formas específicas nas zonas rurais, menos auto-suficientes e autónomas e mais sensíveis às tendências internacionais.

Salienta-se como novas tendências, entre outros factores, o declínio da actividade agrícola e da importância económica relativa da produção alimentar, uma maior exposição das empresas locais à concorrência e uma maior interdependência entre territórios e sectores de actividade. Por outro lado, torna-se importante salientar as ameaças e oportunidades para o mundo rural, sendo que as primeiras se traduzem na existência de actividades de transformação pouco remuneradas, de serviços outrora protegidos pela distância que sofrem agora ameaças e na exploração dos recursos naturais.

As oportunidades prendem-se com o acesso a novos mercados, a criação de novas actividades no sector dos serviços e da protecção do ambiente, o desenvolvimento do turismo rural bem como do lazer e a instalação de novos residentes (Ferreira, Veloso & Jukes, 2003).

Cada destino detém uma panóplia de elementos e características diversas, não só em função da sua localização geográfica mas como também da sua resenha histórica (Pearce, 1992).

Actualmente as zonas rurais apresentam alguns sinais que se associam ao actual estado da sociedade, como a falta de emprego, o êxodo das camadas mais jovens da população e a dificuldade de estabelecer os investimentos necessários ao desenvolvimento económico.

Estas, apresentam vantagens competitivas que surgem das novas e inesperadas tendências, a saber: a inversão registada em algumas regiões de Portugal do fluxo tradicional campo-cidade; um reposicionamento dos centros de actividade económica para benefício de novas regiões e cidades intermédias no interior do nosso país; um dinamismo socioeconómico inesperado em certas zonas periféricas e desfavorecidas, concretamente territórios rurais; o sucesso de redes de pequenas e médias empresas que conseguem realizar as mesmas economias de escala que as grandes empresas, devido à cada vez maior segmentação dos bens e serviços; e por fim o surgimento de novos empregos rurais em áreas como o turismo e o lazer, os produtos agro-alimentares, o artesanato e, por vezes, em actividades respeitantes à protecção do ambiente e nos serviços ligados às novas

telecomunicações. Assim, com a perda de laços nacionais e com o reforço da concorrência internacional, a globalização confronta as áreas rurais, quer com oportunidades de desenvolvimento, quer com ameaças nunca antes existentes.

A mudança de base rural da agricultura, para outras actividades, deve ser acompanhada por políticas de intervenção, as quais, por sua vez, têm que ter em conta que as regiões rurais têm diferentes especificidades que moldam em grande medida o seu potencial e a sua trajectória de desenvolvimento: a localização geográfica, a proximidade aos mercados, a topografia e o clima, os recursos naturais, o património industrial, e a existência de capital físico, humano e social, o acesso a novas tecnologias, etc. Todos estes factores são importantes para o desenvolvimento do Turismo Rural⁴ como uma actividade de relançamento da importância para o desenvolvimento do interior do país, adequando as potencialidades de cada região às oportunidades que nela se encontram implícitas.

Actualmente, poucos se encontram totalmente sensibilizadas para o significado e expressão que o turismo tem sobre o mundo e no quanto esta actividade pode ser rentável para o desenvolvimento e crescimento de uma dada região (Partidário, 1998).

Pode-se entender esta afirmação, através de um exemplo em que podemos analisar para demonstrar que o turismo é fundamental, referindo as áreas rurais, como principal indicador.

Todos os recursos têm o seu devido valor cultural, patrimonial ou paisagístico, mas é preciso saber hierarquiza-los de uma forma estratégica e perceber qual deles tem maior potencial para desenvolver o turismo e maximizar os retornos dos investimentos projectados.

Hoje em dia, estão a apostar na implementação, na gestão e no planeamento da actividade turística pelo simples facto de estarem conscientes das inúmeras vantagens que esta gera (Getz, 1986). Nomeadamente, a valorização e protecção dos aspectos culturais locais, conservação e preservação dos recursos naturais, diminuição de um dos grandes problemas dos espaços rurais, especificamente o êxodo rural (Perreira, 2008). Em que os habitantes fogem para outros locais à procura de uma vida melhor, novos empregos para a população.

Não se pode esquecer que é pela via da actividade turística, que de uma forma sustentável se garante a perpetuação e a continuidade de algumas profissões locais, em vias de extinção, por outras mais rentáveis, como por exemplo a do artesanato local (Dernoi,

⁴ Evidencia-se como sendo um turismo diferenciado, derivado ao seu conjunto diversificado de actividades turísticas. Tem por objectivo apresentar não só plantações e culturas que servem de referência à zona onde se encontra inserido, como também permite um contacto directo e genuíno com a natureza, a agricultura e as tradições locais, através da hospitalidade privada em ambiente rural e familiar. Por outro lado, proporciona a fuga dos ambientes demasiadamente urbanos e tem um importante papel no desenvolvimento turístico, de valorização do meio rural e de reequilíbrio económico e social.

1991). É pela vinda de turistas e visitantes que garante a venda e escoamento dos produtos de artesanato ou outros de âmbito local, promovendo a dimensão económica, e notoriedade da região (Hommer, 2004).

Contudo existem outras vantagens desta actividade que se revertem numa melhoria de qualidade de vida e mais-valias para a população local. Considera-se estas valências tendo em enfoque as áreas naturais como as infra-estruturas sociais, estradas, hotéis, casas, postos de turismo, hospitais, e instalações de saneamento básico, espaços verdes equacionados e enquadrados no tecido urbano, que se resume na égide de tudo o que é capaz de proporcionar uma melhoria da qualidade de vida dos moradores e turistas (Hommer, 2004).

Ilustração 9 - Turismo em Espaço Rural



Fonte: www.google.images.pt

2.6 Avaliação do Potencial Turístico

A avaliação analítica do potencial turístico, pode ser aplicada, a um amplo conjunto de técnicas de avaliação cujo denominador comum é a hipótese em que um local/ destino/ recurso tem para gerar turismo. Considerando a presença ou ausência de determinado conjunto de componentes, que, quando analisados pode-se chegar a uma avaliação da qualidade turística de um recurso em particular ou de uma área com vocação turística.

Trata-se, pois, de atribuir o valor intrínseco do próprio recurso com base nas suas principais características, a partir das quais, se obtém um índice de qualidade comparável ao calculado para outras áreas ou recursos mais ou menos parecidos (Cerro,1993).

Já em análise das preferências dos seus utilizadores, como medida de avaliação turística, segundo o autor Cerro (1993), parte do pressuposto lógico que, quanto maior for o valor de um determinado recurso ou destino turístico, maior interesse ele despertará nos seus potenciais utilizadores.

2.6.1 Valor Turístico de um Lugar

De forma a determinar o valor turístico de um determinado lugar é necessário ter em conta os factores: recursos turísticos; acessibilidades; equipamentos.

O potencial turístico de um território depende de factores medíveis: da quantidade e qualidade dos seus recursos, das acessibilidades, do tecido empresarial do sector turístico, (Blas & Fabeiro 2003).

Durante a planificação turística deverá haver um processo de selecção constituída por três fases sucessivas: 1) identificação das alternativas, 2) avaliação, 3) eleição da alternativa que melhor se adapte aos objectivos fixados e aos recursos disponíveis. Este modelo de identificação deve segundo (Cunha, 2008: pág. 25) “processa-se através do inventário dos recursos turísticos que consiste na elaboração de um catálogo dos lugares, elementos naturais, objectos ou estabelecimentos que, pelas suas características, isoladamente ou em conjunto, originem a deslocação de visitantes e tornam possível o desenvolvimento de actividades turísticas”.

De acordo com Blas & Fabeiro (2003), dos três factores que determinam o valor turístico de um determinado lugar, são os recursos turísticos que precisam de um importante trabalho de campo para estabelecer com maior extensão o inventário dos recursos e uma pequena classificação por parâmetros de conservação, acesso, conhecimento, valorização social, uso actual e uso potencial.

Não sendo possível este levantamento, para este trabalho, foram seleccionados os recursos mais representativos por uso actual e em melhor estado de conservação em cada campo de análise.

2.6.2 Recursos Turísticos em Análise

O Recurso turístico conjunto elementos turisticamente atractivos, incluem-se os atributos positivos que atraem as pessoas e fortalecem o produto turístico: as praias, sol, montanhas, ambiente, cultura e modos de vida, fauna, flora. Enquanto os factores negativos podem reduzir a capacidade de atracção do produto turístico como a poluição e outras situações negativa.

Os “**recursos turísticos**”, são a base da actividade do turismo, denominados também de “**oferta original**” ou “**primária**”; estes elementos constituem a **condição básica de desenvolvimento turístico**; sem terem originalmente uma ligação directa com o turismo, determinam contudo a capacidade atractiva de uma região ou de um local; definem as potencialidades e trunfos turísticos das mesmas.

Adoptando a definição do Plano Nacional do Turismo (1987), podemos definir recurso turístico, aplicado a uma determinada região, como todo o elemento natural, actividade gerada pelo ser humano ou seu produto, que por si só é capaz de motivar a deslocação de pessoas ou de ocupar durante os seus tempos livres.

Conforme classifica (Cunha, 2008: pág. 24) “recursos, como sendo todos os meios tangíveis e intangíveis utilizados num processo de transformação para a obtenção de bens ou serviços destinados à satisfação de necessidades humanas.”

Quer pelos seus atractivos, naturais, culturais ou recreativos quer pela conjugação de todos ou parte desses factores, o recurso turístico é um factor essencial para a escolha de um destino.

Segundo Cunha (2008), estes recursos tornam-se de cariz turístico, quando pelas suas particularidades específicas, atractividades, singularidades, despertam o interesse por parte dos turistas levando-os a sua deslocação para consumo do dito recurso.

2.6.3 Como perceber se um local tem potencial para produzir turismo?

Segundo Cooper *et al.*, (2001), apresentam uma estrutura de planeamento turístico composta por diversas fases, e entre elas, a fase de análise que pressupõe:

- Avaliação do potencial turístico
- Análise de mercado
- O planeamento de desenvolvimento
- As análises de impactos.

Neste campo desenvolveram-se uns estudos que incidia na análise de atractividade e hierarquização de recursos considerados atractivos turisticamente. Esse estudos resultam num conjunto de propostas e para sistematizar atractivos culturais, afirmam ainda que tal tipo de análise podia ser perspectivado de diversas ópticas, resultando em métodos que vão desde da análise de destinos, como um só todo na globalidade da oferta turística como destino, até aqueles aos mais singulares que servem para classificação de componentes muito específicos da oferta turística.

A sua metodologia de análise segundo (Cunha, 2008: pág,26), passa por elaborar “inventários dos recursos consistem na classificação de elementos nos quais se agrupam aqueles que possuem características idênticas. Por exemplo: recursos hidrológicos nos quais se incluem todos aqueles que se identificam com a água: rios, lagos, nascentes, cascatas etc..”

Segundo, Cerro (1993), OMT (1998), Cunha (2008), situa em 5 grandes categorias que dão pelo nome: Sítios naturais; Museus e manifestações culturais históricas; Folclore; Realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas, por último aparecem os Acontecimentos programados.

No que toca à divisão em hierarquização da avaliação dos recursos Cerro, (1993), entende que está será balizada numa escala de 1 a 5 sendo a primeira (1) detentora de uma

menor importância turística, e a última (5) considerada como ex-líbris no que refere ao seu potencial de atratividade e singularidade de um dado recurso.

Assim, segundo Ferreira, (2005)⁵, os critérios da avaliação turística aplicados a um recurso são:

1- **Capacidade Atractiva**: refere-se à capacidade que determinado recurso tem em motivar por si só uma deslocação. Esta capacidade é mensurável através de indicadores como capacidade atractiva internacional, nacional, regional, local e ainda nula. Capacidade atractiva **internacional**, quando é capaz de gerar motivações de pessoas de outros países. **Nacional**, quando motiva pessoas de todo o país; **regional**, quando exerce influência e potencia a motivação de pessoas do concelho/região envolvente ao destino turístico. Diz-se que o recurso tem uma capacidade atractiva de nível **local** quando só atrai pessoas que por um qualquer motivo já estavam no concelho; e finalmente **nula**, quando não exerce nenhum potencial de atracção.

2- **Singularidade**: Este critério avaliativo diz respeito ao valor intrínseco numa dada categoria de recursos patrimoniais, e avalia-se segundo três estádios específicos. Sendo eles: recurso **bom na classe** - quando este tem valor intrínseco e que pela sua singularidade se destaca dos demais. De singularidade **média**, quando possui alguns elementos singulares que o distinguem do vulgar; **vulgar**, quando não se destaca dentro da categoria.

3- **Notoriedade**: Diz respeito ao grau de conhecimento que os mercados potencialmente emissores de turistas possuem sobre determinado recurso, pode ser **elevada**, caso o conhecimento sobre esse recurso seja amplamente conhecido e difundido por exemplo na região Centro é sobejamente conhecida a Janela do Capitulo e onde fica; diz-se **média** quando o seu conhecimento apenas se estende às pessoas que residem no concelho ou que por ele passam frequentemente, ou seja mais limitada. Assim sendo entende-se por notoriedade **fraca**, quando são poucas pessoas a saber onde fica e o que é.

2.6.3 Hierarquização dos Recursos

Segundo Cunha (2008), referenciando Cerro (1993), OMT (1998), apontou para avaliação e hierarquização dos recursos turísticos a metodologia por categorias adoptado pela OEA – Organização dos Estados Unidos. Este, incide em 5 categorias fulcrais:

1- **Sítios Naturais**: que englobam todos os lugares que têm um valor paisagístico, com exclusão de qualquer outro critério, bem como os recursos associados ao interesse paisagístico como a fauna, flora, caça e pesca.

⁵ In Plano Estratégico de Santiago do Cacém

- 2- **Museus e manifestações culturais históricas:** inclui o conjunto dos recursos de natureza cultural que têm um valor histórico, artístico ou monumental tais como: museus, realizações urbanas, lugares históricos ou centros arqueológicos.
- 3- **Folclore:** que compreende todas as manifestações relacionadas com o acervo cultural, os costumes e tradições da população residente.
- 4- **Realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas:** que abarcam apenas os elementos que pela sua singularidade ou alguma característica excepcional têm interesse turístico: explorações minerais ou industriais, obras de arte e técnica, centros científicos e técnicos.
- 5- **Acontecimentos programados:** que compreendem todas as manifestações e eventos organizados, actuais ou tradicionais, que podem ter capacidade para atrair visitantes, quer sejam artísticos, desportivos ou outros.

Estando claramente todos os recursos contemplados e organizados em função deste modelos, segue-se a hierarquização dos mesmos em 5 níveis, que segundo Cunha (2008), inicialmente apenas 4 estabelecidas pela OEA:

- **Hierarquia 5:** recurso com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz de por si só originar uma importante corrente de visitantes actuais e potencial interesse internacional;
- **Hierarquia 4:** atractivo excepcional capaz de motivar uma corrente actual ou potencial de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atractivos locais interesse nacional;
- **Hierarquia 3:** atractivo com alguma capacidade de atracção capaz de interessar visitantes de longa distância mas que se deslocam ao local por outras razões turísticas.
- **Hierarquia 2:** atractivo com interesse, capaz de originar correntes turísticas regionais ou locais.
- **Hierarquia 1:** atractivos sem méritos suficientes para considerar o recurso como relevante mas que desempenha um papel complementar, diversificado e potenciando os restantes recursos.

Como dissertado anteriormente, os recursos por si só não constituem a forma global do produto para poder ser considerado para a avaliação do seu potencial turístico (Cunha, 2008). Existem outros factores que não se pode descurar, como as acessibilidades, infra-estruturas de apoio, e a qualidade das mesmas, pois pode-se considerar que o turismo é tempo espaço e acessibilidade.

Em concordância com Cunha (2008), os principais objectivos para se avaliar o potencial turístico de uma determinada zona são:

- Determinar o valor de diversas zonas a fim de estabelecer uma ordem de prioridades de desenvolvimento ou de programação dos investimentos a realizar.
- Avaliar em que medida uma determinada zona aumenta ou diminui o seu potencial turístico em função do seu crescimento.
- Comparar o potencial turístico de uma zona com o de outras que com ela concorrem.
- Avaliar a capacidade de atracção de uma zona após um acontecimento positivo recuperação de uma área degradada, construção de equipamentos em resultado de um evento desportivo ou de um acontecimento negativo como catástrofe natural, poluição das praias por derrame de petróleo, incêndios florestais.

No momento da sua avaliação do recurso devemos-nos basear no recurso, no estado físico, na qualidade de serviço, na acessibilidade, na notoriedade, na singularidade e na atractividade do mesmo (Cunha, 2008). Mesurando o seu papel para contribuir para aumentar ou não o potencial turístico do Destino Turístico onde se insere, pois, segundo (Cunha, 2008: pág. 29), “O valor turístico da zona baseia-se nos recursos turísticos de que dispõe e das características que a identificam clima, cultura, mas a análise do valor real do seu potencial turístico não se mede apenas pelo número dos recursos que possui mas também pela sua qualidade”.

Neste sentido, pode-se avaliar convenientemente o potencial turístico de uma determinada zona de análise podendo calcula-la através da expressão Cerro, (1993):

$$Pt = \alpha Fr + \beta fa + \delta Fe \text{ em que:}$$

Pt= Potencial turístico

Fr= Valor dos recursos

Fa= Valor das acessibilidades

Fe= Valor dos equipamentos

α, β, δ = Coeficientes de ponderação

2.7 Planeamento / Desenvolvimento local

Pensar em desenvolvimento é, antes de qualquer coisa, pensar em distribuição de renda, saúde, educação, meio ambiente, liberdade, lazer, de entre outras variáveis que podem afectar a qualidade de vida da sociedade (Veal, 2002). Este pensamento é partilhado pelo turismo como actividade económica que se preocupa com a preservação dos recursos naturais, culturais que são a base de qualquer produto que se possa oferecer.

Esta preocupação na preservação dos recursos, tem como fim garantir que estes não se acabem e que perdurem no futuro, em termos económicos é o mesmo que dizer não se mate a galinha que nos dá os ovos de ouro (Jackson 2002).

De modo a atingir a preservação plena, é necessário estabelecer limites, assim surgem algumas imposições como o conceito de limites de mudança tolerável capacidade de carga física do turismo, que deseja limitar o desenvolvimento de qualquer zona turística à sua capacidade de carga ambiental.

Neste sentido, deve-se fazer um planeamento e gestão de forma integrada com outros sectores económicos, com o fim de proteger o meio natural para o transmitir, em boa qualidade, às futuras gerações, bem como deverá ter uma monitorização constante dos impactos de modo a minimizar os aspectos negativos.

Assim o planeamento turístico deve ter como principais objectivos:

- Contributo do turismo nas questões ambientais e económicas;
- Promover o desenvolvimento equilibrado;
- Melhorar a qualidade de vida das comunidades receptoras;
- Permitir uma experiência de qualidade ao visitante / turista;
- Manter a qualidade do meio ambiente sobre o qual os objectivos dependem;

2.8 Indústria Turística

O sector privado é responsável pela venda de produtos e serviços aos turistas. Neste sentido, é imperioso que a indústria apoie o desenvolvimento sustentado (Valls, 1996), através de acções que hoje em dia são conhecidas como práticas de responsabilidade social.

Nas quais se integram a protecção da biosfera; o uso sustentável de recursos; a aplicação de conceitos inovadores que permitam a aplicação de práticas energéticas eficientes; a redução e depósito de detritos; empreender acções de “marketing verde”; o atenuar de estragos, através da restauração; fornecer informação completa e credível aos turistas; inclusão de valores ambientais na gestão das operações; conduzir auditorias ambientais regulares – limites de mudança tolerável, qualidade da água, consumos de energia, esgotos (Villasante, 1999).

Poder-se-á dizer, que turismo por si só não vai promover o desenvolvimento de uma determinada área menos favorecida, mas sim em consonância com um processo adequado de planeamento estratégico, que vai incluir o turismo como uma actividade a ser explorada de uma forma sustentável, perdura e duradoura na evolução do destino.

Qualquer estratégia de gestão de um destino tem por objectivos base a melhoria da qualidade, esta deve ser orientada por objectivos claros, precisos e inequívocos sobre o que o Destino Turístico pretende vir a atingir dentro de prazos pré-estabelecidos. Esta situação implica que o destino turístico tenha, entre outros instrumentos de gestão, um **plano estratégico** que defina as linhas de orientação sobre o futuro, baseadas em análises e

estudos pormenorizados sobre a oferta, capacidade de carga, mercados, expectativas de potenciais clientes,

Beni (2000), entende o planeamento do turismo como **estimulador económico**, é o raciocínio sobre os fundamentos definidos do turismo. Aponta ainda a importância da faculdade do turismo como forma de desenvolvimento local, e que este deve ser bem pensado e planeado para não destruir “a arte” e desviar os interesses da comunidade.

Hammes (1998), entende que uma boa gestão do turismo planeado provoca um **desenvolvimento social e local**, mas que tem de respeitar valores sociais e ambientais para que este aconteça.

No desenrolar do desenvolvimento de um local por acção dos impactos positivos do turismo não se pode esquecer da importância dos **stakeholders**, e os seus **Players**, pois podem ser estimuladores estratégicos ou condicionantes de um desenvolvimento a nível local.

Já Partidário (1998), enfatiza que os responsáveis pela “**Governance**” do destino / local têm o compromisso de trabalhar para a melhoria da eficácia do planeamento e respectiva qualidade de vida do cidadão e da humanidade.

Segundo (Beni 2000: pág. 189), “o planeamento é uma **actividade** que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objectivos propostos”, define o conceito de planeamento, do ponto de vista **governamental**, é “um processo que estabelece objectivos, define linhas de acção e planos detalhados para atingi-los e determina os recursos necessários à sua consecução”.

O objectivo do planeamento está relacionado com a **missão do destino**. De acordo com a natureza do destino todo o plano de marketing começa com três questões que têm que ser colocadas antes de qualquer estudo: Onde estamos? Para onde vamos? Como chegamos onde queremos estar? (Wachab *et al.*, 1976).

O planeamento é uma das fases chaves do desenvolvimento do destino, mas também um dos elementos chave do marketing. De modo a entender a importância do binómio **planeamento e marketing** é necessário analisar os conceitos estratégia e planeamento, de que forma a primeira influencia a existência da segunda e como o planeamento vai permitir, em termos de marketing, definir o produto, criar uma imagem e estabelecer preço.

2.9 Conceptualizações de Desenvolvimento

Tabela 8 - Conceptualizações de Desenvolvimento

Autor	Data	Teoria
Ritchter & Waugh	1986	Estabilidade política como requerimento central do turismo.
Bote Gómez	1988	Turismo pode gerar efeitos positivos no turista como o desenvolvimento da personalidade, a recuperação das energias físicas e psíquicas, o fomento da cooperação e a amizade com a população residente.
Pompl & Lavery; Williams & Shaw; Hannigan; Dernoi; Wickens	1993 1991 1994 1991 1999	Defendem que a reestruturação do sector da agricultura e consequente industrialização rural, diminuiu o êxodo rural e reteve mais jovens.
Simões	1993	Turismo é uma estratégia de desenvolvimento económico e social.
Gannon	1994	Turismo é inovador, viabiliza novas possibilidades nos meios rurais criando desenvolvimento local.
Cavaco	1996	Crescimento económico, identificado com o aumento global de produção e de riqueza, importa o desenvolvimento, que é simultaneamente económico e social e também territorial, e que envolve processos de mudança estrutural, produção social significativa, redistribuição das condições de vida e das populações.
Poirier	1997	Destino estável e pacífico.
Hammes	1998	Entende que uma boa gestão do turismo planeado provoca um desenvolvimento social e local, mas que tem de respeitar valores sociais e ambientais para que este aconteça.

Fonte: Própria, adaptado dos autores analisados

Autor	Data	Teoria
Partidário	1998	“Governance” da área deprimida têm o compromisso de trabalhar para a melhoria da qualidade de vida do cidadão e da humanidade promovendo o desenvolvimento.
Beni	2000	Planeamento do turismo como estimulador económico é o raciocínio sobre os fundamentos definidos do turismo.
Buhalis	2000	Associado à promoção e marketing.
Prideaux	2000	Acessibilidades do local numa óptica territorial.
Jackson	2002	Cidades, aldeias e vilas, estão cada vez mais interessadas em partilhar a sua cultura e a sua envolvente transformando os festivais numa oportunidade de desenvolvimento económico.
Weaver & Lawton	2002	Apoio governamental.
Fyall & Garrod	1998	Novos estilos são cada vez menos devido ao cariz geográfico mas sim de atractivos artificiais.
Briedenhann & Wickens	2004	Agregação de actividades e atracções em rotas turísticas nas áreas menos desenvolvidas, estimula cooperação e parcerias entre as comunidades locais. Defendem que reestruturação do sector da agricultura e consequente industrialização rural, diminuiu o êxodo rural e reteve mais jovens.
Homer	2004	Desenvolvimento local, principais vantagens: • É menos poluente do que a maioria das outras indústrias • Pode ser desenvolvido de forma relativamente rápida • Pode ajudar a manter a viabilidade das explorações agrícolas • Pode trazer benefícios para comunidade local
Gunn	2004	“attraction and amenity standards”.
Beerli & Martim	2004	Reputação e a imagem positiva de um local que provocam o desenvolvimento.
Thibal	2007	Turismo em áreas regionais é um estímulo para o envolvimento social e das autoridades, criando sinergias locais e de cooperação intermunicipal.

Fonte: Própria, adaptado dos autores analisados

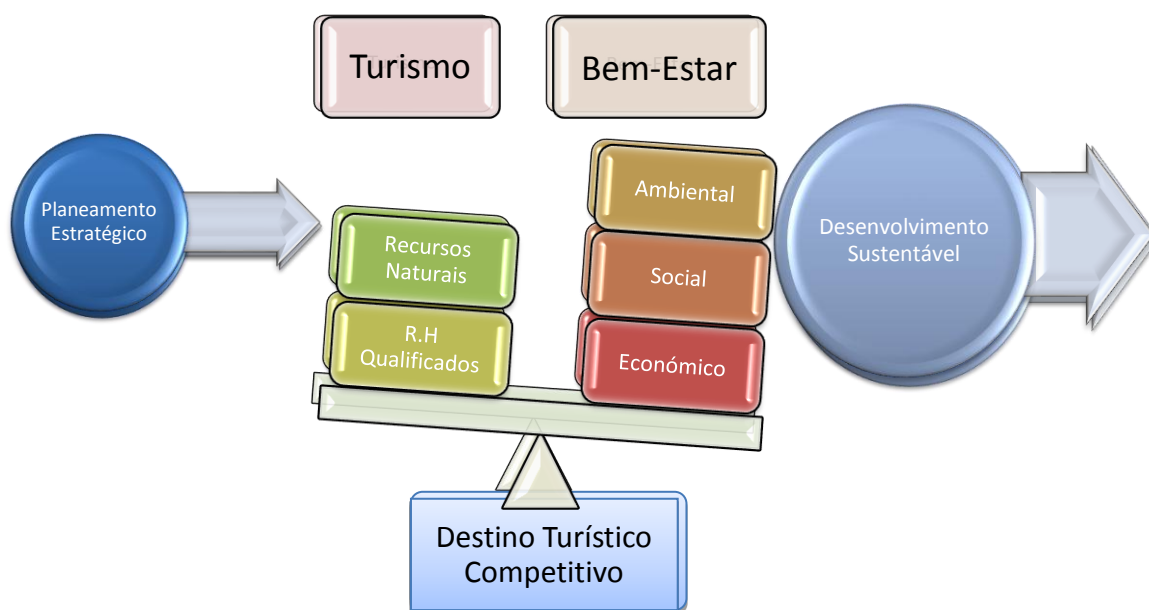
2.10 Matriz do Desenvolvimento Turístico Sustentável

Com base nas premissas sustentáveis, e no enquadramento de todos os entendimentos feitos neste capítulo, elabora-se, um esquema que visa configurar a importância da sua quota-parte, que cada variável tem no contributo do conceito de desenvolvimento sustentável considerado paralelamente com outros factores.

Aqui, verifica-se que este é vasto e complexo, respeitando uma ordem de hierarquias, valores e prioridades.

Com vectores fulcrais, dependentes uns de outros, faz com que, o equilíbrio saudável desta inequação lógica, se reproduza num desenvolvimento sustentável, consistente para o destino, quer enquanto destino turístico alicerçado nos seus recursos nucleares, quer no entendido como um local territorial com vida própria e a correspondente dinâmica da sua biodiversidade.

Ilustração 10 - Matriz do Desenvolvimento Sustentável



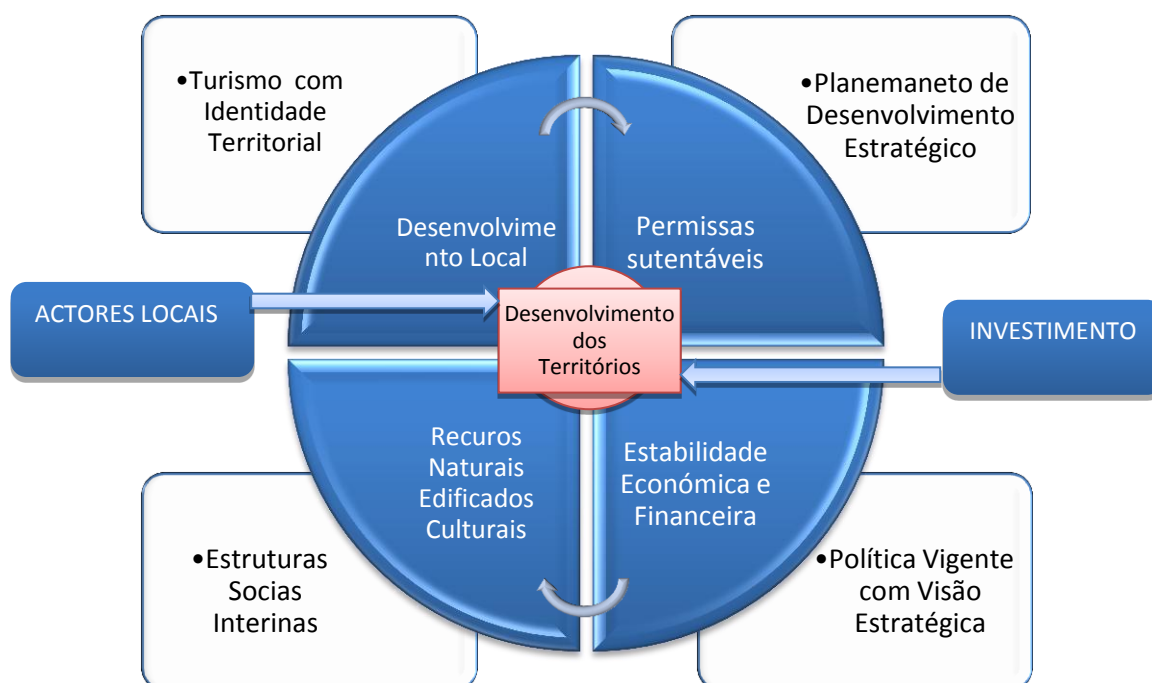
Fonte: Própria adaptada dos autores analisados

2.11 Modelo de Desenvolvimento Turístico

Através dos entendimentos dos vários autores/investigados, procedeu-se uma sugestão de modelo de desenvolvimento turístico, que reflecte as várias variáveis e vectores de análise que concorrem para o mesmo.

Este, é um modelo genérico, adaptado dos autores, e com ele pretende-se criar a imagem de um modelo de análise para se poder aplicar aos territórios permitindo fazer a leitura do ponto de situação de um determinado lugar.

Ilustração 11 - Modelo de Desenvolvimento Turístico



Fonte: Própria, adaptado dos autores referidos

Entende-se pela sùmula do enquadramento dos autores atrás analisados que, o desenvolvimento local provocado pela actuação do turismo, só pode acontecer se o mesmo se basear em premissas sustentáveis. Apoiado por uma estabilidade económica de referência e fundamentado no património natural/edificado.

Esta plataforma virtual, sustenta-se num turismo de qualidade, enquadrado num planeamento estratégico bem dimensionado e bem definido, compreendendo as estruturas sociais, devidamente consciencializadas e participadas neste desenvolvimento, sobe a égide de uma política vigente sensibilizada para a importância desta actividade.

Contudo, faltam os seus catalisadores. Da mesma forma, que nenhuma empresa, organização, ou sector actividade, consegue despoletar o seu desenvolvimento sem um impulsionador financeiro, a actividade turística certamente não será excepção. Neste sentido, o desenvolvimento far-se-á pela aplicação de investimentos público-privados nos *stakeholders*/actores locais de intervenção/exploração turística que, como pretende demonstrar o esquema provocaram um movimento de rotatividade positiva da plataforma central, ilustrando as engrenagens de um motor mecânico, que na gíria turística ambiciona ser entendido, como um modelo de desenvolvimento turístico aplicado a um determinado local.

2.12 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

O Turismo e o desenvolvimento sustentáveis são hoje uma realidade. Conhece-se a necessidade de uma actividade turística com visões a curto, mas principalmente, a longo prazo. Parte dos recursos, que fazem do turismo uma das principais fontes da economia mundial, já foram destruídos devido a acção inconsequente do homem sobre os destinos turísticos.

O conceito de turismo sustentável surgiu com a necessidade de se criar uma actividade turística com futuro, num mundo onde é extremamente necessário manter um equilíbrio entre o ambiente, o turismo e a sociedade uma forma viável (Oliveira, 2002), seja a nível social, cultural ou económico, não é uma tarefa fácil, mas é o caminho correcto para que se consiga assegurar um turismo de qualidade no futuro.

A sustentabilidade preza valores que se preocupem com o ambiente, o chamado Verde gera um crescimento sustentável e um desenvolvimento económico saudável para o país e para a população local. Não podemos falar em desenvolvimento sustentável de um local sem que este contemple o bem-estar social das populações (Cavaco, 1996).

Muitas das vezes promovem-se grandes feitos em territórios rurais, mas que funcionam quase como *bunker*, pois não contemplaram a população local, e esta não usufrui desse benefício de desenvolvimento, tornando-se inevitavelmente num desenvolvimento não sustentado (Hammes, 1998). Numa boa gestão, e enquadrada nas linhas de orientação de um desenvolvimento sustentável integrado, este poderia vender o seu artesanato, a sua gastronomia, a sua história in loco.

Para se atingir o desenvolvimento sustentável deve ser feito um planeamento e gestão de forma integrada com outros sectores económicos, com o fim de proteger o meio natural para o transmitir, em boa qualidade, às futuras gerações, bem como deverá ter uma monitorização constante dos impactos de modo a minimizar os impactos negativos e potenciar os seus impactos positivos.

Compreendendo que o turismo é uma actividade geradora de riqueza e consumidora de financiamentos, é extremamente necessário reconhecer-se a importância de saber hierarquizar convenientemente os investimentos, numa lógica de maximização de retorno financeiro e desenvolvimento turístico. Só com uma avaliação eficaz, precisa e profunda de todo o potencial turístico, nos dá, concisamente quais as áreas de investimento turístico estratégico para o destino.

CAPÍTULO III – CONCELHO DE ÓBIDOS

3.1 Breve Enquadramento ao Tema

A escolha da Vila de Óbidos, baseia-se no facto de toda a região onde está inserida, ser detentora de inúmeras áreas rurais e outras em vias de desenvolvimento, onde a actividade turística se assume como o principal motor de desenvolvimento para a região.

Para além deste factor, não se pode descurar, que este território conta com uma importante mais-valia, para além do seu património cultural específico, que lhe potencia significativamente o seu desenvolvimento, este pequeno grande pormenor, assume-se pela sua localização muito próxima da zona de Lisboa e do aeroporto internacional de Lisboa.

Neste sentido, a análise deste estudo de caso, visa compreender de que forma a actividade turística se converteu numa oportunidade de desenvolvimento para a zona de Óbidos, melhoria da qualidade de vida dos seus residentes e utilizadores, garantindo a perpetuação dos espaços para as gerações vindouras.

Por fim, e após a análise exaustiva da actividade turística neste território pretende-se criar as condições necessárias, para que se possa enquadrar este território num modelo de análise de hierarquização e avaliação do seu potencial turístico.

3.2 Caracterização da Região do Oeste

A região oeste tem uma extensa área de 2.220km², é constituída por – Óbidos, Caldas da Rainha, Alenquer, Torres Vedras, Peniche, Bombarral, Nazaré, Cadaval, Alcobaça, Lourinhã, Arruda dos Vinhos, Sobral de Monte Agraço, como ilustra o quadro seguinte.

Tabela 9 - Caracterização dos Concelhos da Região do Oeste

11 Concelhos	Área	População	Densidade Popul. (hab/Km ²)	Empresas/ Instituições	Índice de Rendimento
Alenquer	302	34.200	113	651	3,0
Arruda dos Vinhos	78	9.550	122	208	0,92
Bombarral	91	12.280	135	219	1,35
Cadaval	174	13.080	75	279	1,24
C. Rainha	253	44.450	176	1.167	4,72
Lourinhã	148	21.880	150	501	2,17
Óbidos	141	11.850	82	140	1,36
Peniche	77	26.330	342	449	2,57
R. Maior	272	20.050	74	475	2,48
Sobral M. Agraço	52	7.070	136	214	1,0
T. Vedras	406	68.260	168	1.720	6,90
TOTAL	1.994	269.000	134,9	6,023	27,75

Fonte: Região de Turismo do Oeste (2008)

A região do Oeste conta com 269.000 habitantes, o Município de Torres Vedras conta com a maior fatia de população na ordem dos (68.260), já o Sobral de M. Agraço conta com o menor número (7.070) habitantes, Município de Óbidos conta com (11.850) habitantes, tendo um valor intermédio comparativamente aos restantes, dados de 2008.

Tabela 10 - Caracterização do Sector Empresarial nos Concelhos da Região do Oeste

Concelho	Empresas	Pessoas	Média de Pessoas por Empresa
Alenquer	42	185	4,4
Arruda dos Vinhos	18	36	2,25
Bombarral	13	50	3,85
Cadaval	20	47	2,35
C. Rainha	142	544	3,83
Lourinhã	44	146	3,32
Óbidos	19	121	6,37
Peniche	70	227	3,24
R. Maior	47	138	2,94
Sobral M. Agraço	18	43	2,39
T. Vedras	148	648	4,38
TOTAL	579	2.185	3,77

População do Oeste em:

1960: 335246
1970: 313865
1981: 354694
1991: 359430
2001: 380658

% da população do Oeste em relação a:

1960: RLVT- 14,7%	Continente- 3,8%
1970: RLVT- 12,4%	Continente- 3,6%
1981: RLVT- 10,9%	Continente- 3,6%
1991: RLVT- 11,0%	Continente- 3,7%
2001: RLVT- 11,4%	Continente- 3,8%

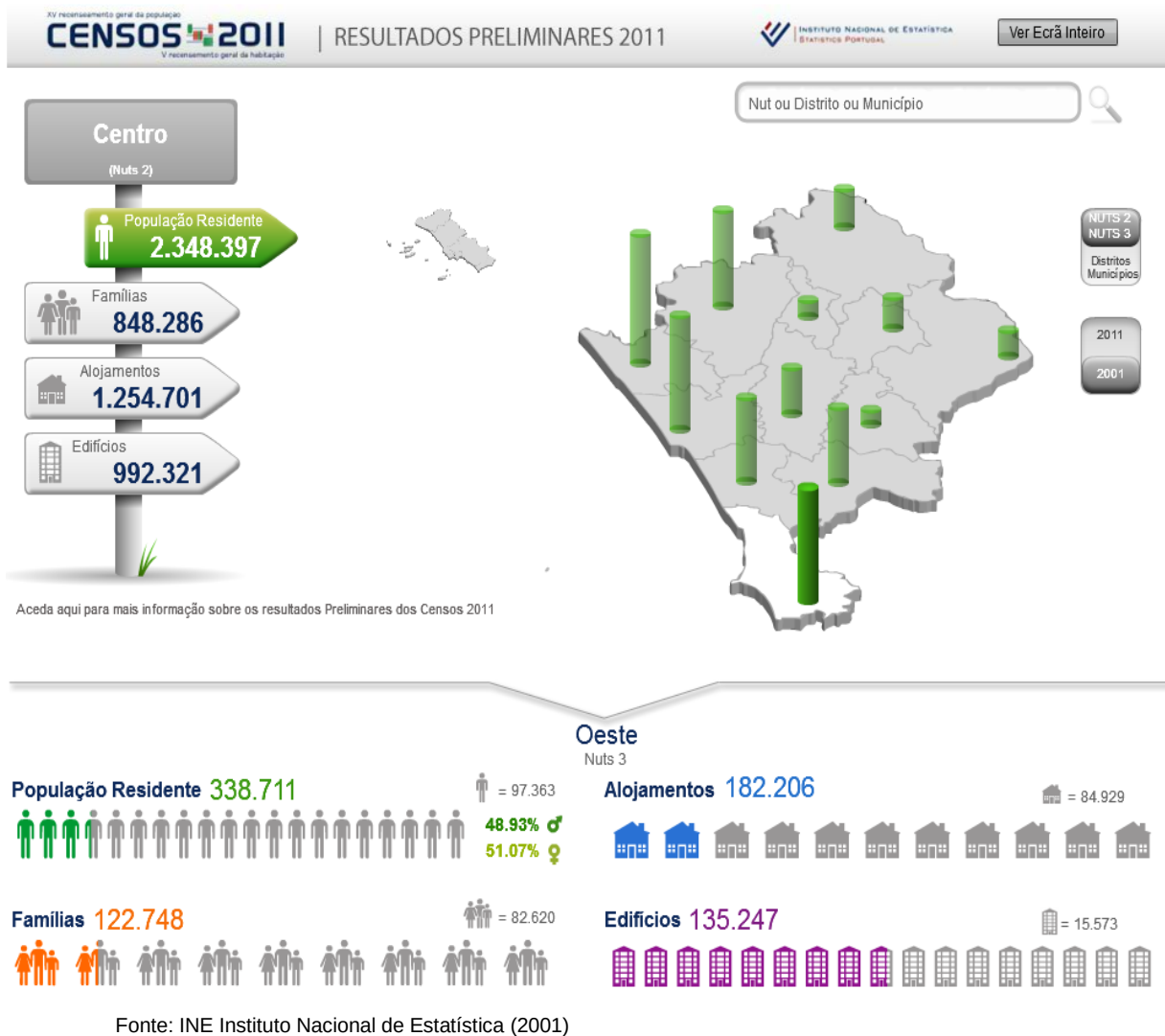
Quadro X – Empresas e Trabalhadores na Actividade Turística (Marketest)

Fonte: Região de Turismo do Oeste (2008)

Neste estudo de 2008, relativamente ao tecido empresarial ligado directamente ao ramo do turismo, constata-se que o Município de Torres Vedras e Caldas da Rainha por ordem, são os que albergam mais empresas e consequentes empregos originados pelo efeito directo multiplicador da acção do turismo na região.

Município de Óbidos não fica atrás, embora albergue um menor número de empresas em comparação com os outros, este emprega mais pessoas por empresa, pois com apenas 19 organizações empresariais, emprega 121 pessoas.

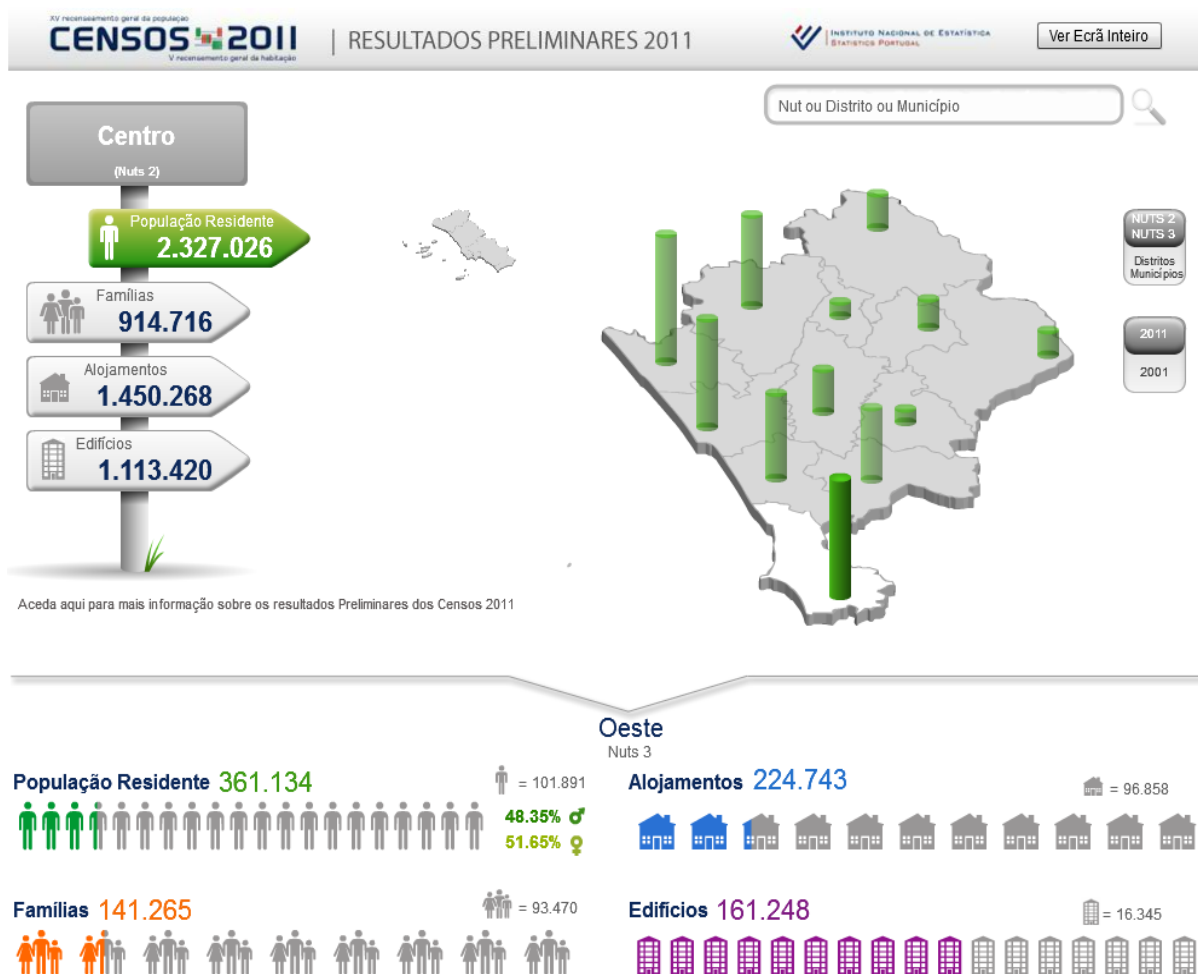
Ilustração 12 - Estatística Geral do Oeste ano 2001



Comparando os dois gráficos de 2001 e 2010, os indicadores Sociais, demonstram que a Região do Oeste, se desenvolveu abruptamente em 10 anos, o turismo trouxe novos motivos para o desenvolvimento da região. Novos empregos, fixou pessoas, desenvolveu o tecido empresarial, criou alojamentos e infra-estruturas para os residentes.

Numa década, esta Região viu a sua população aumentar em mais, 22423 residentes, alojamento em 42537 unidades de alojamento, em 26001 edifícios e mais 18517 famílias.

Ilustração 13 - Estatística Geral do Oeste ano 2011



3.3 Sistema Turístico da Região do Oeste

3.3.1 Oferta

Esta região conta com uma vasta e completa oferta turística, esta oferta é composta em grande parte por alojamento; recursos turísticos de relevo; infra-estruturas de apoio ao turismo e serviços turísticos.

3.3.1.1 Alojamento

No quadro seguinte de 2007, depreende-se que a região do Oeste, está munida de uma alargada e estruturante oferta de alojamento, contando com 241 formas de alojamento, das quais: 19 hotéis, 1 pousada histórica, 23 pensões, 27 TER, 39 outras tipologias de alojamento qualificado sendo os Município de Óbidos e Peniche os que dominam a tabela, e 132 outro tipo de alojamento não classificado.

Tabela 11 - Distribuição do Alojamento

ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS (inclui TER)		
Concelho	Nº Estabelecimentos Hoteleiros	Nº Quartos
Óbidos	21	439
Aenquer	4	18
Peniche	32	704
C. Rainha	13	442
Rio Maior	10	87
Bombarral	2	63
T. Vedras	19	699
Arruda dos Vinhos	1	10
Sobral Monte Agraço	1	9
Lourinhã	5	108
Cadaval	1	22
TOTAL	109	2801

- Hotéis = 19
- Pousada Histórica = 1
- Pensões = 23
- Outras tipologias de alojamento classificado = 39
- TER = 27
- Outro tipo de alojamento = 132

PARQUES DE CAMPISMO	
Concelho	Capacidade
Aenquer	330
Cadaval	90
C. Rainha	700
Lourinhã	250
Peniche	1990
T. Vedras	1050
TOTAL	4410

OUTRO ALOJAMENTO	
Concelho	Instal./C. Estágios/Pous. Juventude
C. Rainha	107
Lourinhã	25
TOTAL	132

Fonte: Região de Turismo do Oeste (2007)

3.3.1.2 Restauração e Agências de Viagens

Relativamente à questão da restauração e agências de viagens, verifica-se claramente na tabela seguinte, que o Município de Torres Vedras detém o maior número de instalações em ambas as temáticas. No campo da restauração o município de Óbidos vem directamente a seguir com menos 5 instalações comparativamente com o município de Torres Vedras, no entanto é o município de Caldas da Rainha que detém o segundo lugar em termos de capacidade de clientes.

No que diz respeito a agências de viagens e rent-a-car, o município de Caldas da Rainha, partilha o primeiro lugar no *ranking* com o município de Torres Vedras, seguido de Peniche.

Na caracterização da oferta turística presente no quadro seguinte, constata-se que apenas Caldas da Rainha e Torres Vedras, têm Estâncias Termiais.

O território conta ainda com 16 postos de informação turística (valores de 2007) e 6 áreas protegidas: Reserva Natural da Berlenga; Serra de Montejunto; Falésia do Oeste; Paul da Tornada; Lagoa de Óbidos e por último o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros.

Tabela 12 - Distribuição das Agências de Viagens e Restauração

RESTAURAÇÃO 2007			AGÊNCIAS DE VIAGENS E RENT- A - CARS		
Concelho	Nº Restaurantes	Capacidade	Concelho	Ag. Viagens	Rent-a-Car
Óbidos	7	635	Óbidos		
Alenquer	6	551	Alenquer	2	1
Peniche	6	260	Peniche	5	1
C. Rainha	2	1150	C. Rainha	10	4
Rio Maior	4	582	Rio Maior	2	1
Bombarral	4	330	Bombarral	2	
T. Vedras	12	2544	Torres Vedras	10	4
Arruda dos Vinhos	6	718	Arruda dos Vinhos	3	
Sobral Monte Agraço	2	210	Sobral Monte Agraço		
Lourinhã	3	420	Lourinhã	3	1
Cadaval	2	205	Cadaval	2	
TOTAL	54	7605	TOTAL	39	12

Fonte: Região de Turismo do Oeste (2007)

Na tabela seguinte verificamos a disponibilidade e a distribuição das Estâncias Balneares e as áreas protegidas da Região do Oeste. Aqui constata-se que apenas os concelhos de Caldas da Rainha, Torres Vedras possuem estes equipamentos, totalizando 3 unidades.

3.3.1.3 Estâncias Termais - Áreas protegidas - PIT

Salienta-se ainda que todo o território está equipado com um total de 16 Postos de Informação Turística.

Tabela 13 - Distribuição das Estancias Balneares e Áreas Protegidas

ESTÂNCIAS TERMAIS 2007		ÁREAS PROTEGIDAS 2007	
Óbidos		Reserva Natural da Berlenga	
Alenquer		Serra de Montejunto	
Peniche		Falésias do Oeste	
Caldas da Rainha	1	Paul da Tornada	
Rio Maior		Lagoa de Óbidos	
Bombarral		Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros	
Torres Vedras	2		
Arruda dos Vinhos			
Sobral Monte Agraço			
Lourinhã			
Cadaval			
TOTAL	3		

**16 Postos de Informação
Turística (PIT)**

Fonte: Região de Turismo do Oeste (2007)

3.3.1.4 Principais Museus

Desde há muito, que esta região conquistou o seu lugar na história de Portugal. Foi palcos de guerras, encantos, paixões proibidas que lhe deram o impacto etnográfico e históricos tão característicos desta vila.

Tendo em conta toda a sua importância como marco na história, pelos preciosos monumentos culturais e tradições que preservou até hoje, enumera-se seguidamente, os museus que esta região, ao longo do tempo orgulhosamente viu nascer, enriquecendo o seu património cultural.

Ilustração 14 - Património Cultural da Região do Oeste

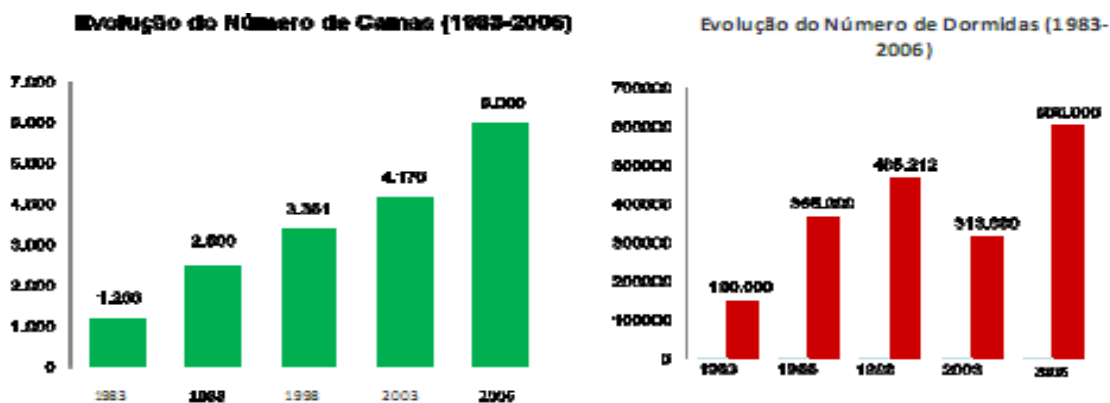


Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)

3.3.2 A Procura

No gráfico seguinte podemos analisar a evolução da oferta turística desta região, assim como a evolução das dormidas entre 1983 até 2006.

Gráfico 20 - Caracterização da Procura



Fonte: INE; Região Turismo Oeste (2008)

Em 2008, é notório o investimento turístico e o protagonismo que se dá a esta região. São numerosos os projectos de carácter turístico que se desenvolveram nesta área que tanto fruto turístico tem dado, graças à sua atractividade e singularidade.

Tabela 14 - Investimentos em Golf e Resorts

Investimentos Golf Resorts - Região de Turismo do Oeste						
	Investimento (milhões de Euros)	Área Total (hect.)	Postos de Trabalho		Golfe (n. buracos)	N. Camas total
			Actual	Futura		
Oferta existente						
Praia D'El Rey (Óbidos)	470	210	350	600	18	978
Golden Eagle (Rio Maior)	900	534	50	5.000	36	27.000
Campo Real I e II (Torres Vedras)	125	153	90	450	27	1.266
Vimeiro (Torres Vedras)	50	220	250	350	18	2.400
Botado (Peniche)						
Em obra						
Bom Sucesso (Óbidos)	390	270	300	680	18	3.362
Pérola da Lagoa (Óbidos)	140	190	12	150	9	456
Quintas de Óbidos (Óbidos)	100	58	10	50		650
Quinta de Abrigada (Alenquer)	200	223	50	300	18	1.444
Projectos Novos						
Roya Golf & Spa (Óbidos)	200	130	6	150	18	2.500
Rainha Golf & Spa (Caldas da Rainha)	200	173		350	18	4.542
Palésia D'El Rey (Óbidos)	375	230	10	400	18	3.081
Palmeiro (Lourinhã)						
Szandro Village Resort (Torres Vedras)	200	150		400	18	2.250
Rio Grande Resort (Torres Vedras e Lourinhã)						
Quinta da Chamaca (Torres Vedras)						
Pinhal Atlântico Golfe (Alcobaca)	750	500			18	
Design Resort Leisure Golf & SPA (Alcobaca)		170				
TOTAIS	4.100	3.211	1.138	6.880	216	50.329

Outros Investimentos
Marina de Peniche • 500 embarcações
Pousada da Fortaleza de Peniche
Hotel Rural de Óbidos
Alojamento Turístico "Quinta do Castro" • Cadaval
Hotel Lisboanense • Caldas da Rainha
Hotel Triana • Alenquer
Hotel Rural Areias do Salto • Torres Vedras
Ecoparque dos Monges • Alcobaca

Outros Resorts
Intenção de investimento em Peniche



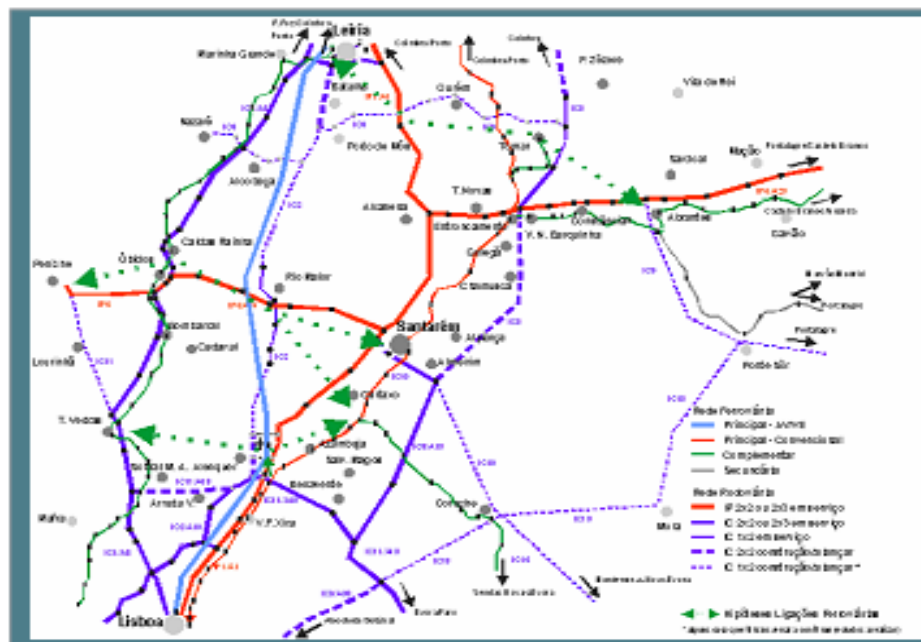
Fonte: Região de Turismo do Oeste (2008)

3.3.2.1 Acessibilidades da Região

Este território percebeu que para beneficiar devia promover as acessibilidades que o sustentam turisticamente, criando desta forma excelentes e rápidas vias de comunicação ligadas aos principais mercados fornecedores de turistas.

Esta Região constituirá um precioso factor de articulação entre a Área Metropolitana de Lisboa, o Centro, o Norte, o Alentejo e o interior.

Ilustração 15 - Acessibilidades da Região



Fonte: Redes Rodov. e Ferroviárias (PROTOVT, 2007)

A localização do eventual Novo Aeroporto em Alcochete facilita um maior reforço da integração da Região do Alentejo. Este horizonte de progresso permitirá o desenvolvimento turístico e de lazer (ex. turismo residencial, eventos, estágios desportivos, turismo natureza, de saúde e de bem estar, *touring*, golfe, etc.)

Assim podemos caracterizar o território que compõe a Região do Oeste, como sendo um território de luminosidade intensa e clima ameno, em que a costa marítima e o campo se cruzam no Horizonte, criando uma imagem onde o oceano é o plano de fundo repleta de gente hospitaleira. Apesar, de se encontrar aquém de ser um território homogéneo, e as áreas rurais são predominantes em toda a sua extensão territorial, esta conta com características mais singularmente marcantes, como as suas diversidades a nível económico, empresarial, demográfico, urbanístico, cultural, social e patrimonial, com fortes ligações ao Mar.

3.3.2.2 Principais Características do Território:

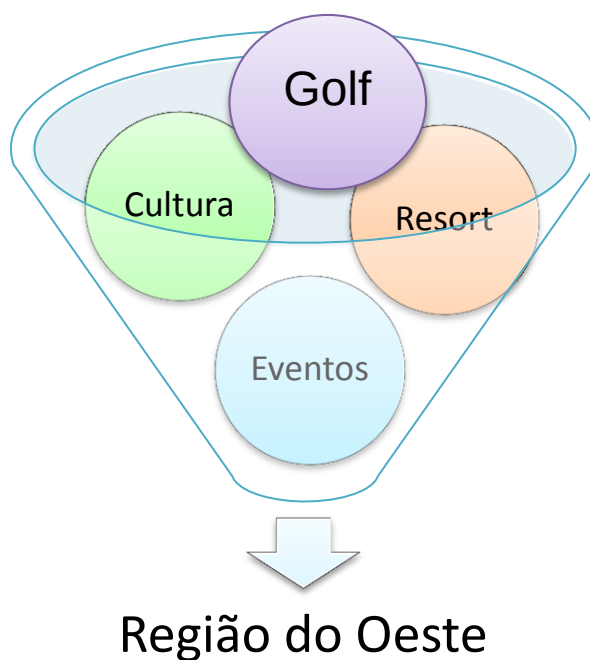
- Situado a Norte do Rio Tejo, com o Oceano Atlântico como fronteira natural.
- Níveis de altitude não excedem os 200m na maioria do território.
- Características litológicas: calcários cretácicos e sobretudo jurássicos (riqueza paleontológica da região).
- Maciço de Montejunto e Serra dos Candeeiros – os mais altos da região (666 m – 700 m).

- Temperaturas amenas na maioria da sua superfície. Excepção para zona quente no extremo oriental (Rio Maior).
- Maior nível de pluviosidade – Serra de Candeeiros (1000-1200 mm).
- Predominância do meio rural intervencionado pelo homem.

3.4 Matriz da Oferta Turística

Após a análise exaustiva desta região e quase em termo conclusivo, construiu-se o seguinte esquema baseado nas informações recolhidas. Este pretende identificar melhor, quais os pontos fortes estratégicos em que assenta o modelo da estrutura turística da região.

Ilustração 16 - Matriz da Oferta Turística da Região do Oeste



Fonte: Própria, adaptado das análises feitas à região

3.5 Desenvolvimento da Região do Oeste

A proximidade à grande Lisboa, traduz-se numa situação estratégica no que diz respeito às ligações com outros centros urbanos de referência, o que tem sido factor base estruturante do desenvolvimento para esta região.

Desde a altura, em que o Oeste começou a apostar na actividade turística, constatou-se uma grande evolução da região enquanto destino. Este local é muito vasto e contempla uma terra de agricultura, possui um espaço rural único de uma riquíssima gastronomia, é conhecido pelas suas belas paisagens, magnificamente preservadas e amadurecidas pelo belo e doce sabor do tempo, com grande simbologia cultural para o património natural e edificado de Portugal.

A Região Oeste não ficou atrás, e com desenvolvimento desta área territorial, imensos factores que antigamente já ostentavam um grande potencial, actualmente estão ainda melhores, mais fortes, mais estruturados, mais coesos, graças à aposta intensiva que as instituições público-privadas, têm feito ao longo dos tempos a nível de infra-estruturas, recursos – naturais, construídos, culturais entre outros.

3.6 Importância do Turismo no Oeste

“Talvez por estar bem perto da zona de Lisboa, a costa Oeste é muitas vezes esquecido!” (Rotas & Destinos)

Através da citação acima referida, constata-se que para muitos, o Oeste ainda não está totalmente autónomo, e que por estar próximo da capital, não consegue ter o fluxo turístico que realmente merece. No entanto, é compreensível, pois muitos turistas que conhecem Portugal, vêm à procura do maravilhoso clima do Algarve, ou dos deliciosos pastéis de Belém, ou ainda do famosíssimo vinho do Porto, tendo pouco conhecimento das mais-valias turísticas desta região, que guardam imaculados séculos de história.

Contudo, esta área tem aos poucos crescido turisticamente, e isso nota-se através da grande evolução, tanto a nível de **dimensão** e de **qualidade** das infra-estruturas como os alojamentos, restaurantes, hotéis, postos de turismo, empresas ligadas ao sector turístico etc.

Uma grande diversidade de unidades de alojamento, designadamente de Turismo no Espaço Rural, tais como hotéis, albergarias, *resorts*, apart-hotéis, evoluiu imenso, com o investimento e o crescimento turístico sentido ao longo dos anos, que se reverteu, no

aumento de infra-estruturas, emprego, notoriedade e melhoria da qualidade de vida para a população local.

“O oeste é hoje um moderno e promissor destino de golfe!” (revista, Turismo de Portugal)

Nos dias que correm é muito comum ouvir-se falar de grandes fluxos turísticos para o sul de Portugal, nomeadamente o Algarve, este recebe todos os anos milhares e milhares de turistas provenientes de todo o Mundo. Na sua maioria chegam em viagens de negócios, aproveitando desta forma, as pausas das reuniões/conferências para se dedicarem ao seu desporto favorito que tanto tem ajudado no combate à sazonalidade, o golfe.

Entretanto, o Oeste também tem vindo a apostar circunstancialmente no sector do golfe, investindo na criação de *resorts* especificamente para o golfe, desenvolvendo grandes e verdes campos de alta qualidade, de grandes grupos internacionais, que se entrecruzam, contemplando ao seu lado a deslumbrante diversidade dos atractivos e a sua magnífica paisagem rural preservada na sua envolvente.

O território, tem conseguido conquistar o turista, esta considerável adesão por parte dos turistas que o apreciam, e que para além de complementar a experiência vivida, é uma forma de distinguir estrategicamente este destino de outros.

Dentro do leque de opções de campos de golfe o Oeste oferece aos seus visitantes: o Campo de Golfe – Praia d’El Rey em Óbidos classificado entre os melhores da Europa; Campo Real; Royal Óbidos e o Clube de Golfe do Vimeiro.

Ilustração 17 - Golfe Resort - Oeste



Fonte: www.cm-oeste.pt (2011)

3.6.1 Natureza

O concelho de **Peniche** é abençoado com algumas das praias mais bonitas do país, ideal para a pesca, passeios de barco, mergulho, e prática de desportos náuticos.

Este local é considerado uma referência na área do surf devido às suas características para a prática do surf, o que faz mover anualmente imensos praticantes da modalidade.

Nas falésias do **Oeste** e da **Serra de Montejunto**, os amantes de desportos radicais podem deleitar-se com a prática de Parapente, Asa Delta, Escalada, Alpinismo ou até Espeleologia. Na **Lourinhã**, existem inúmeros fósseis de dinossauros o que o tornam um dos locais paleontológicos mais valiosos do mundo.

3.6.2 Património Cultural

No que toca a cultura a região Oeste é dotada de uma grande diversidade e representatividade, tanto de património histórico como cultural, o Oeste é rico em património arqueológico único, o que chama a atenção dos apaixonados e académicos, castelos, mosteiros, igrejas, pontes, museus, fortalezas etc.

Apontando como exemplos existe o Mosteiro de Alcobaça que foi considerado pela UNESCO, Património Mundial, os castelos árabes de Torres Vedras e Óbidos, o convento de S. Francisco em Alenquer, o Museu da Cerâmica na Nazaré e o Palácio Gorjão no Bombarral.

O **artesanato** é outro inegável património cultural, com destaque para os Municípios de Peniche e Caldas da Rainha que têm um dos mais importantes centros cerâmicos do país.

Na questão gastronomia e vinhos o Oeste conta com uma grande herança gastronómica diversificada, e pela proximidade com o mar, contempla vários pratos tradicionais dominados pelo peixe e marisco.

Em relação aos vinhos, o Oeste é das maiores Regiões Vinícolas de Portugal, para aqueles que são grandes fãs desta bebida, tem muito por onde escolher, tal como pela zona vitivinícola de Alenquer, Arruda, Torres Vedras, podendo até fazer circuitos por várias regiões.

Desta forma, pode-se considerar, que a actividade turística é extremamente importante para a região, tendo sempre presente a égide de ser uma das melhores formas de se valorizar e preservar a o património do Oeste.

Através da avaliação dos pontos fortes que a área contempla, deparamo-nos com a importância e a expressão que os impactos do turismo imprimem no local, isto é, se não fosse pela aposta neste sector talvez muitas das particularidades pelas quais o identificam, certamente, não seriam as mesmas, ou então, não teriam tanta qualidade, preservação e diversidade.

Estes patamares de excelência só se conseguiram pelo desenvolvimento do

turismo em qualidade, que se reverteu em valências cruciais e significativas em prol do colectivo da região do Oeste. Sendo assim, podemos entender os pontos fortes a níveis turísticos que o Oeste oferece como a qualidade dos recursos naturais, ambientais e patrimoniais, as tradições socioculturais valiosas, a estrutura produtiva diversificada, o elevado potencial agrícola e turístico e as acessibilidades rodoviárias.

Esta área, tem-se empenhado significativamente no contributo para salvaguardar a sustentabilidade ambiental e socioeconómica da região, tomando desta forma orientações estratégicas para o seu sucesso, como se pode ver no quadro seguinte.

3.7 Sustentabilidade da Região do Oeste

Em termo de síntese, e com base nas apreciações feitas anteriormente, pode-se considerar em traços gerais que, os principais factores que identificam a sustentabilidade na Região do Oeste se traduzem no quadro seguinte.

Tabela 15 - Sustentabilidade na Região do Oeste

	Redução da Poluição • Gestão e planemaneto das áreas naturais • Preservação dos Parques Naturais • Aumento da consciencialização ambiental
	Económicos • Cresciemnto da economia do Oeste • Maior valorização dos produtos da região • Criação e desenvolvimento de empresas turísticas
	Sociais • Melhoria da qualidade de vida • Orgulho de pertença territorial • Aumento da oferta profissional

Fonte: Própria, adaptado dos entendimentos realizados.

3.8 Concelho de Óbidos

3.8.1 Caracterização de Óbidos

De seguida ir-se-á proceder à análise da caracterização de Óbidos, através dos indicadores administrativo, territoriais, sociais e demográficos, económicos, ambientais.

3.8.2 Indicador Administrativo

Óbidos é uma vila museu portuguesa, o seu nome deriva do termo latino *oppidum*, que significa “cidade fortificada”. Nas suas proximidades ergue-se a cidade romana de *Eburobrittium*.

Em Óbidos há sempre montanhas azuladas no horizonte, montes difusos na distância, serros e cabeços a cortar a visão mais próxima. A nível da flora observa-se uma grande variedade de plantas sendo um local economicamente bem explorado.

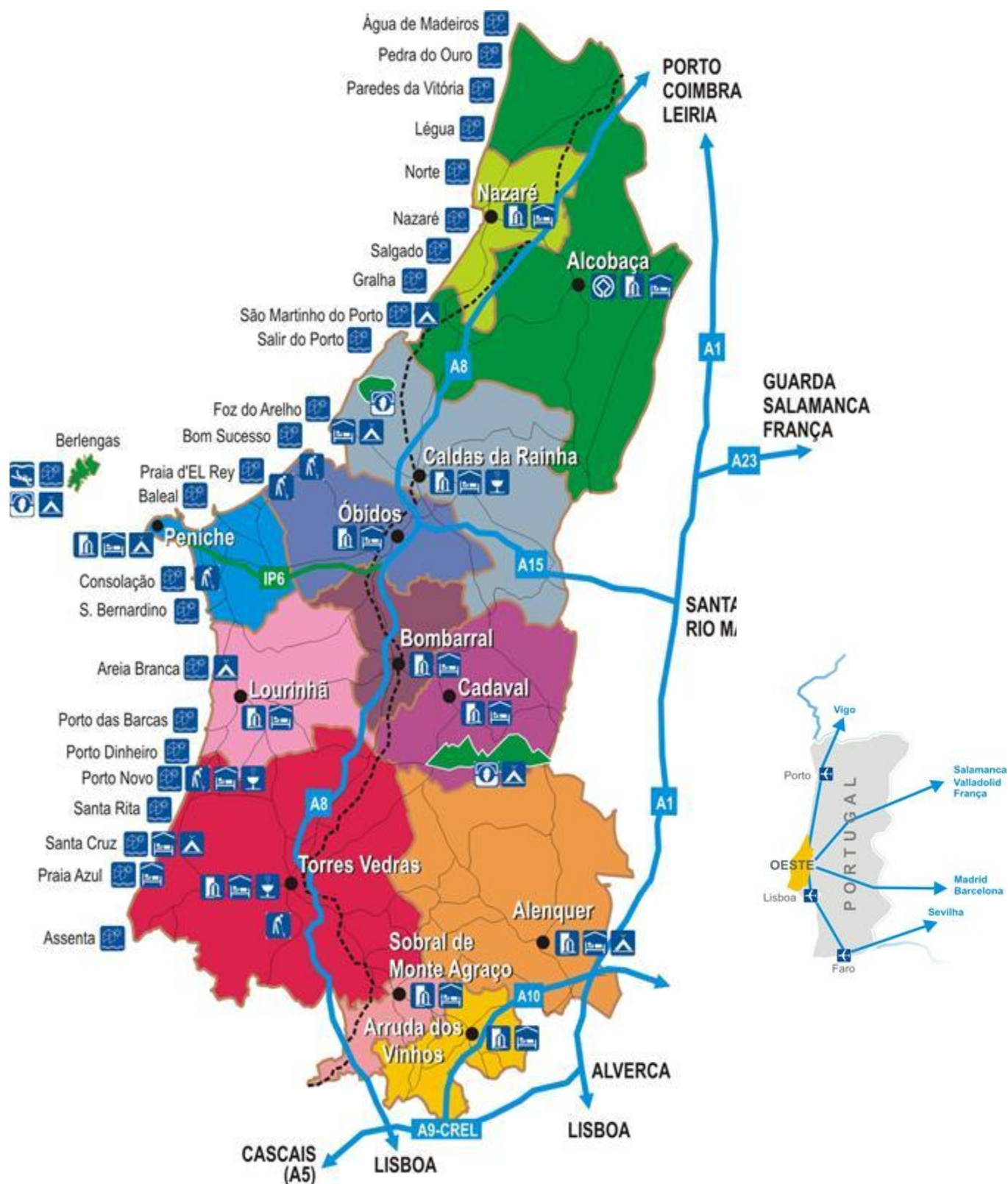
Aqui vive-se um grande desafio cultural: o castelo na vila de Óbidos tal como as suas igrejas e monumentos espalhados por todo o município são exemplos de museus vivos, as suas ruas e praças continuam tradicionais e genuínas, as pessoas acolhem qualquer visitante com um sorriso nos lábios! Óbidos deve ser usufruído de forma calma e serena para uma plena contemplação do mais belo património natural. Caracteriza-se pelo casario branco dentro das muralhas com aproximadamente de 2 km de comprimento. Não há ninguém que, quando visite Óbidos, não se delicie com a sua gastronomia. Óbidos é uma experiência.

3.8.2.1 Localização

Situa-se a cerca de 80 km a norte de Lisboa, no distrito de Leiria, região Centro e sub-região do Oeste. Tem actualmente cerca de 11.000 habitantes e 146 km².

É constituído por 9 freguesias: Negros; Amoreira; Gaeiras; Olho Marinho; Santa Maria; São Pedro; Sobral da Lagoa; Usseira e Vau. Tem excelentes acessos com ligações às principais vias de ligação internacional como as auto-estradas A8 (Lisboa-Leiria-Aveiro), A17/A29 (Aveiro-Porto), A15 (Óbidos - Santarém), IP6 (Peniche-Óbidos) e A1 (Lisboa-Porto) e A10 (faz a ligação entre a A9/CREL e a A1 no Carregado), tornam o acesso ao Oeste extremamente fácil e agradável.

Ilustração 18 - Localização de Óbidos



Fonte: www.google.imagens.p

3.8.2.2 Organização Política

Este município, reconhece claramente que o turismo é um elemento fulcral a toda a actividade empresarial, da qual, a cidade se alimenta. Por isso e diferentemente de outros municípios o Departamento de Turismo está directamente ligado com a Presidência do Município, diminuindo burocracias e potenciando decisões, como podemos constatar em Anexo, documento nº VIII, Organigrama do Município de Óbidos.

3.8.3 História

Esta vila, abriga séculos de história entre as suas muralhas e com ela, um vasto património de arquitectura religiosa e vestígios históricos – monumentais, como castelos, igrejas, capelas, santuários e museus.

A vila de reis e rainhas foi, noutros tempos, local de preferência para descanso ou refúgio das desavenças da Corte. D. João IV e D. Luísa Guerra, D. Pedro II e D. Maria I, D. Leonor, D. Catarina de Áustria e D. Carlos, foram alguns dos monarcas que passaram por estas terras deixando, de uma forma ou de outra, marcas que a vila honradamente preserva até hoje.

Ilustração 19 - Castelo de Óbidos



Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)

Foram encontrados em Óbidos, vestígios de ocupação humana do neolítico a fundação do Castelo data de 308 AC e a origem da vila remonta ao século I como região geoestratégica e fértil para a agricultura foi sempre cobiçada por povos que viveram na Península Ibérica do século I ao VII a cidade de *Eburobrittium*, prova a permanência romana, no local.

Entre o século V e VIII, os visigodos são o povo dominante até ao século XII, os árabes marcaram presença com a reedificação do castelo. A vila de Óbidos, representada através de casas brancas enfeitadas com buganvílias e madressilvas foi conquistada aos mouros pelo primeiro rei de Portugal, D. Afonso Henriques, em 1148. Mais tarde, D. Dinis doou-a a sua mulher, a rainha Santa Isabel. Desde então e até 1883, a região de Óbidos e as terras em redor pertenceram sempre às rainhas de Portugal, que gostavam de passar aqui temporadas nos seus castelos.

Foi considerada em tempos a vila de reis e rainhas, local de preferência para descanso ou refúgio das desavenças da Corte. Envolvida por uma cintura de muralhas medievais e coroada pelo castelo mouro reconstruído por D. Dinis, que hoje é uma pousada, Óbidos é um dos exemplos mais perfeitos da nossa fortaleza medieval. Como nos tempos antigos, a entrada faz-se pela porta sul, de Santa Maria, embelezada com decoração de azulejos do séc. XVIII.

Dentro das muralhas, que sob o sol poente tomam uma coloração dourada, respira-se um alegre ambiente medieval feito de ruas tortuosas, de velhas casas branqueadas com esquinas pintadas de azul ou de amarelo, de vãos e janelas manuelinas, lembrando que D. Manuel I (séc. XVI) aqui fez grandes obras, de muitas flores e plantas coloridas

Esta Vila, guarda um vasto património de arquitectura religiosa e vestígios histórico e monumentais, e está classificado como Monumento Nacional e proposta para Património Mundial. As suas muralhas, têm sido devidamente conservadas e o seu património e fachadas dos edifícios preservados de forma a manter os traços típicos de uma cidade medieval.

3.8.4 Indicadores Territoriais Sociais e Demográficos

O Município de Óbidos é habitado por 10.875 habitantes, conta com 9 freguesias: A-dos-Negros, Amoreira, Olho Marinho, Santa Maria, São Pedro, Sobral da Lagoa, Vau, Gaeiras e Usseira, dados estatísticos correspondentes ao ano de 2001.

Como se pode observar na tabela seguinte, existem muitas variantes, mas pode-se verificar que em todo o município existe mais população masculina que feminina.

O concelho de Óbidos, apresentou em 2001 uma diminuição da população, em 1991, como podemos analisar no estudo demográfico da Região Oeste. O efectivo populacional era de 11.188 (H/M), 10 anos depois passou a 10.875 indivíduos (H/M), apresentando uma redução de 313 residentes.

Tabela 16 - Caracterização da População de Óbidos por Sexo

Freguesias	População Residente	Homens Residentes	%	Mulheres Residentes	%
A-dos-Negros	1493	752	50,3	741	46,6
Amoreira	985	493	50	492	49,9
Olho Marinho	1258	620	49,3	638	50,7
Santa Maria	1788	892	49,8	896	50,1
São Pedro	1280	629	49,1	651	50,8
Sobral da Lagoa	420	206	49	214	50,9
Vau	825	451	51,5	424	48,4
Gaeiras	1858	896	48,2	962	51,7
Usseira	918	459	50	459	50

Fonte: INE Instituto Nacional de Estatística (2001)

Os dados relativos ao ano de 2011, ainda não estão disponíveis em relação aos números por freguesia do Município Óbidos, no entanto nos últimos censos de 2001 e de acordo com o INE, das 9 Freguesias do Concelho, a freguesia de Gaeiras é a mais representativa em termos populacionais, 1.858 indivíduos (H/M), sendo que a freguesia do Sobral da Lagoa que apresenta menos habitantes, 420 indivíduos (H/M).

A diminuição da população foi um fenómeno verificado transversalmente nas freguesias, à excepção da freguesia das Gaeiras que apresenta um ligeiro aumento populacional relativamente ao ano de 1991.

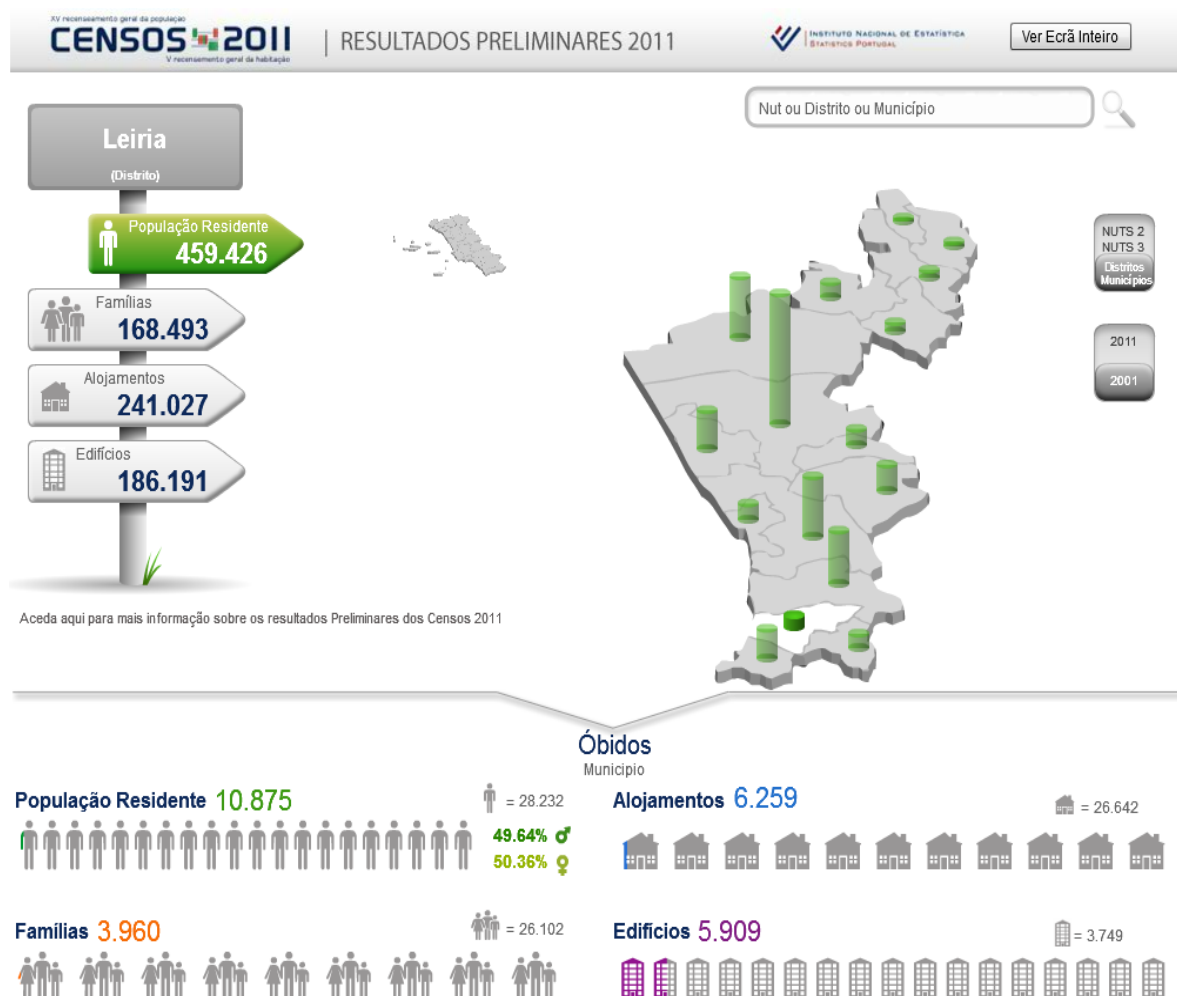
Como se pode observar no quadro seguinte, relativamente às idades da população pode-se verificar que a população mais velha sobressai relação à mais nova (população entre os 25 / 64 e + 65).

Tabela 17 - Caracterização da População de Óbidos por Idades

Freguesias	0 / 4	5 / 9	10 / 13	14 / 19	20 / 24	25 / 64	+ 64
A-dos-Negros	64	59	64	110	93	882	307
Amoreira	46	47	26	64	62	544	255
Olho Marinho	76	52	43	76	87	728	279
Santa Maria	100	78	60	114	125	1056	370
São Pedro	48	56	58	85	90	779	245
Sobral da Lagoa	19	22	12	30	23	237	99
Vau	32	31	29	65	53	508	205
Gaeiras	87	95	88	127	132	1179	265
Usseira	41	50	46	54	76	541	179

Fonte: INE Instituto Nacional de Estatística (2001)

Ilustração 20 - Estatística Geral de Óbidos ano 2001

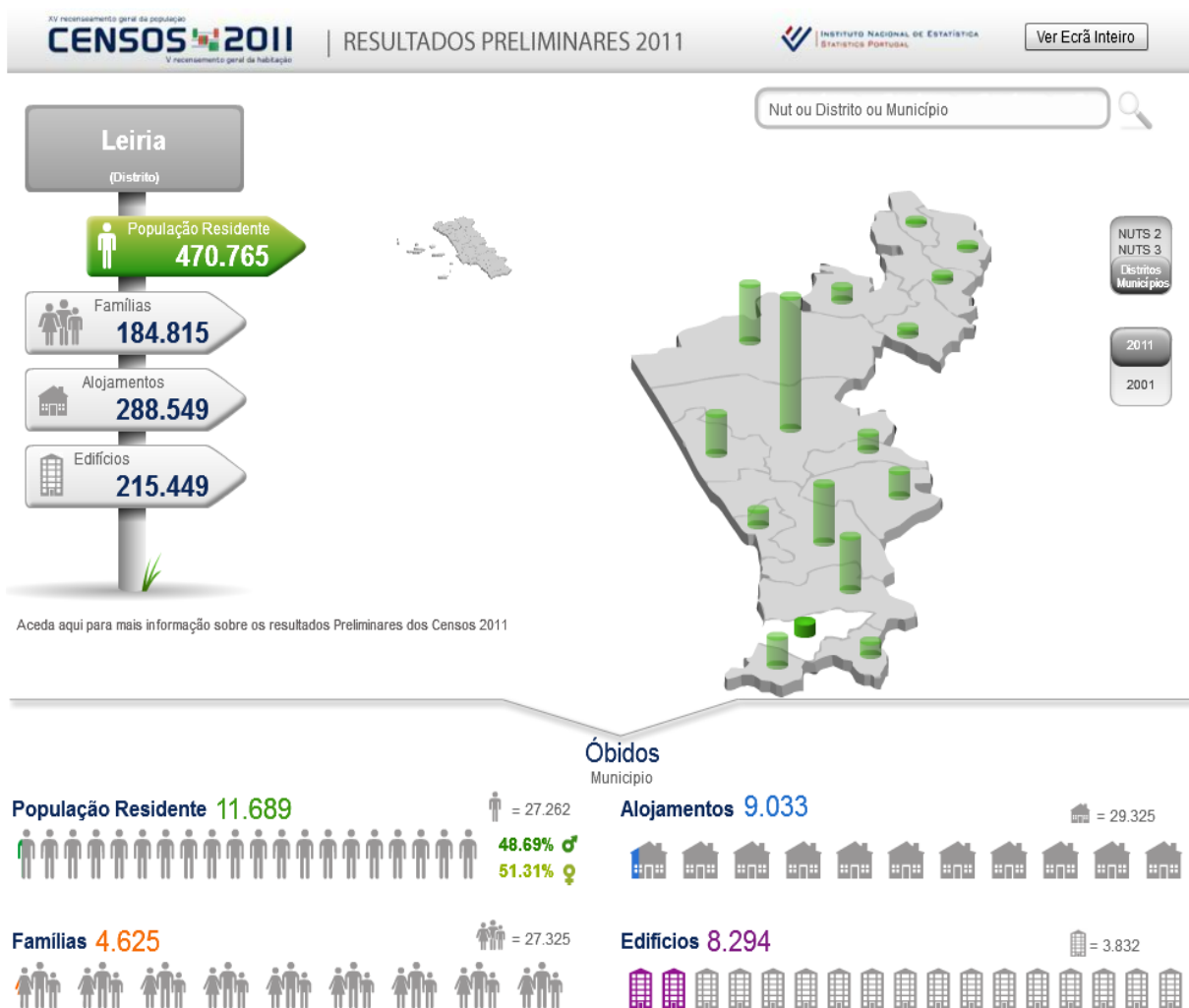


Fonte: INE Instituto Nacional de Estatística (2001)

Comparando os dois gráficos de 2001 e 2010, os indicadores sociais, demonstram que o concelho se desenvolveu abruptamente em 10 anos, o turismo trouxe novos empregos, fixou pessoas, desenvolveu o tecido empresarial, criou alojamentos e infra-estruturas para os residentes.

Numa década o concelho de Óbidos viu a sua população aumentar em mais, 814 residentes, alojamento em 2774 unidades de alojamento, em 2385 edifícios e mais 665 famílias.

Ilustração 21 - Estatística Geral de Óbidos ano 2010



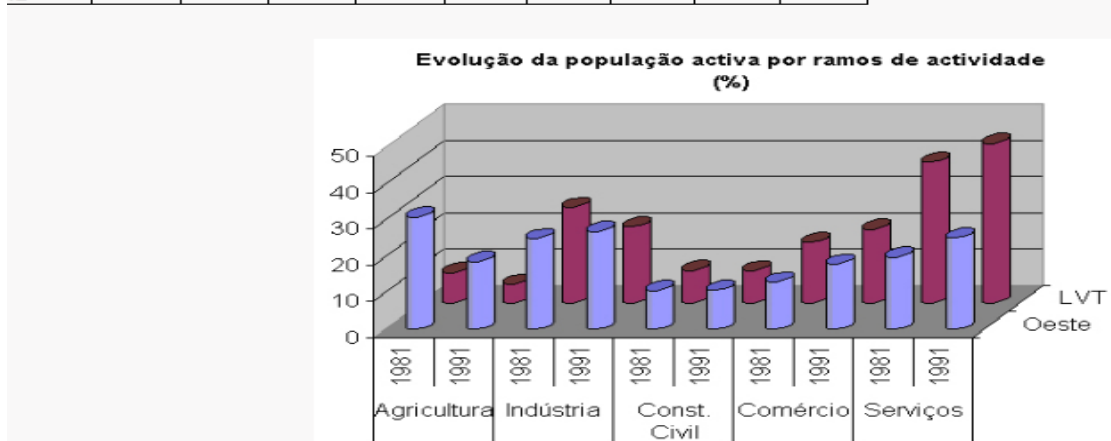
Fonte: INE Instituto Nacional de Estatística (2011)

3.8.5 Indicadores Económicos

Como já foi referido anteriormente, a actividade turística é uma fonte de rendimentos, no gráfico seguinte podemos observar de como esta actividade tem desenvolvimento economicamente no concelho de ódios, convertendo-se numa mais-valia para o concelho.

Evolução da população activa por ramos de actividade (%)

Agricultura		Indústria		Const. Civil		Comércio		Serviços	
1981	1991	1981	1991	1981	1991	1981	1991	1981	1991
31,1	18,8	25,1	27,1	10,7	10,8	13,1	18	20	25,3
8,4	5,2	26,5	21,2	9,1	8,9	16,9	20,5	39,1	44,2



3.8.6 Indicadores Ambientais

A nível ambiental, o Município de Óbidos tem claramente definido uma orientação de protecção ambiental e desenvolvimento ecológico de todo o concelho.

No próximo artigo, pode-se verificar a preocupação do actual presidente de Câmara nesta matéria, assim como também, as diversas medidas estratégicas de protecção e gestão ambiental, que a região do Óbidos pretende implementar rumo ao desenvolvimento sustentável.

Óbidos: Município lança 16 medidas para melhorar o ambiente

Reduzir emissões de CO2

“A Câmara de Óbidos quer reduzir em 40 por cento as emissões de dióxido de carbono no Concelho, através de medidas como a promoção do princípio do “poluidor-pagador” e a poupança de electricidade. As medidas foram ontem anunciadas.

O programa “Carbono Social”, hoje apresentado pela Câmara Municipal de Óbidos (CMO), integra 16 medidas que visam a redução e o aumento da sequestração de dióxido de carbono no Concelho, numa meta que representa o dobro dos objectivos definidos pela União Europeia: baixar em 20 por cento as emissões até 2020.

O presidente da CMO, Telmo Faria, afirmou estar consciente de que “um pequeno Concelho”, com cerca de 14 mil hectares, “não vai resolver o problema das alterações climáticas”, mas manifestou a vontade de servir de “modelo”. Segundo a autarquia, já está a funcionar a recolha eficiente de resíduos sólidos urbanos (RSU), em ecopontos, ilhas ecológicas e recolha porta-a-porta, que reduziram em 500 toneladas o depósito de RSU em aterro, traduzindo-se em “menos 480 toneladas de dióxido de carbono por ano”. Telmo Faria anunciou que a autarquia vai promover o princípio do “poluidor-pagador” para a definição da taxa de resíduos, substituir “toda a iluminação dos edifícios do município”, prevendo uma poupança de 2.500 euros por ano na factura anual de electricidade, e instalar “reguladores de fluxo” na iluminação pública do Concelho.

A partir de Dezembro, a Câmara de Óbidos vai distribuir lâmpadas de baixo consumo aos reformados do Concelho e, em Janeiro de 2008, começará a recolher óleos alimentares usados para transformação em biodiesel. A eco-construção nos edifícios municipais, com colectores solares e painéis fotovoltaicos, e a construção de dois parques florestais, um com 20 hectares e outro na Lagoa de Óbidos com 600 hectares, fazem parte do programa hoje apresentado, que conta com a participação de entidades como a EDP, Philips, Quercus, Rodoviária do Tejo e Federação Portuguesa dos Produtores Florestais. Também o eco-design, “reaproveitando as telas de promoção de eventos” em Óbidos, será rentabilizado na forma de “merchandising”, explicou Telmo Faria, acrescentando que os visitantes da vila medieval poderão “criar cenários de comportamento e avaliar custos ambientais e económicos” com um “carbobarómetro”, um instrumento que permite “medir” as consequências de determinadas atitudes, como a utilização de biodiesel em vez de gasolina.” (In, www.oestecim.pt, 2011)

Para além destas, de clara evolução ambiental, o município conta com mais 16 medidas que visam a redução de gases com efeito de estufa no Concelho, segundo a Câmara Municipal de Óbidos, o objectivo é baixar em 40% as emissões até 2020 o dobro da meta da União Europeia.

Para este efeito essa edilidade, apresentou o programa *Óbidos Carbono Social*, que visa a redução da emissão de gases com efeito de estufa no Concelho, dentro destas medidas de protecção ambiental, salienta-se a implementação de um sistema eficaz de recolha selectiva de resíduos, a substituição da iluminação pública, dos edifícios públicos e doméstica, a construção eco-eficiente, a implementação de um sistema de recolha de óleos alimentares e a sua reutilização sob a forma de biodiesel.

Por último e ainda dentro das questões ambientais, o município compromete-se ainda a criar, nos próximos cinco anos, dois parques verdes no Concelho, num total de 620 hectares. Sendo um Município de pequena escala, com apenas 11 mil habitantes, a Câmara Municipal de Óbidos aposta numa estratégia de dar o exemplo ao País.

3.9 Avaliação dos Recursos

Pela sua excelente localização junto ao mar, estas terras desde sempre foram habitadas. Desta forma, possuem um património histórico incrível. No entanto, devido ao terramoto de 1755, que se fez sentir com intensidade, parte de algumas construções foram danificadas e mesmo destruídas. Mas apesar disso, ainda existem alguns museus e monumentos que deliciam quem os visita.

3.10 Sistema Turístico de Óbidos

3.10.1 Oferta

A oferta turística resume-se em boa parte num conjunto de elementos, bens e serviços que possam ser adquiridos ou eventualmente utilizados pelos visitantes / turistas. Neles enquadram-se todos os tipos de elementos, recursos ou formas de contacto com o turista, considerando ainda directamente os elementos naturais e culturais que fomentam a deslocação dos visitantes.

No entanto, por vezes devido às especificidades de cada recurso torna-se, difícil estabelecer a distinção entre a oferta classificada como turística e aquela que em não podemos considerar como tal. Este depende sim do tipo de utilização que está sujeita, seja por visitantes, seja por residentes. É o caso dos estabelecimentos de restauração, cuja utilização é simultaneamente feita por visitantes e por residentes.

Devido à importância que a oferta turística representa em todo o sistema turístico, pode-se afirmar que é o consumo turístico que define a oferta turística, pois sem a oferta não há procura.

3.10.1.1 Recursos Patrimoniais

Sendo Óbidos uma região com um vasto nível de património histórico e cultural, os visitantes terão a oportunidade de conhecer o que de melhor este destino tem para oferecer.

Considerada uma das 7 maravilhas de Portugal, esta vila contém uma herança material de valor incalculável que viajou de outros séculos até aos dias de hoje. Foi palco de guerras, vitórias, histórias de amor e ódio, contemplou a vida de milhares de pessoas e as suas muralhas são como um livro do tempo, que guardam essas vivências, nas entranhas da memória das suas sólidas paredes, que a transformam num pólo de grande atracção turística, para muitas pessoas.



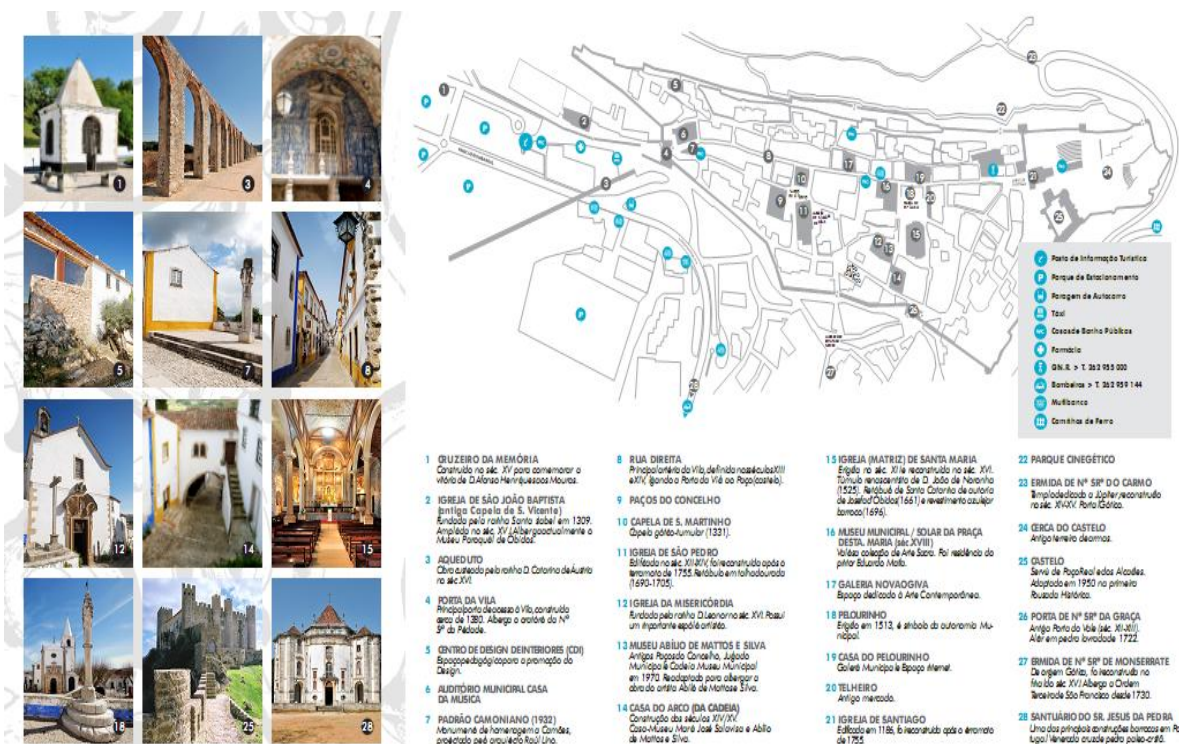
Locais a visitar

- **Cruzeiro da memória** – capela rudimentar, mandado construir por D.Afonso Henriques
- **Igreja de S. João baptista** – Antiga capela de S. Vicente, fundado pela Rainha Santa Isabel em 1309, actualmente alberga o Museu Paroquial de Óbidos.
- **Porta da vila** – principal Portão de acesso á Vila, construída cerca de 1380, no seu interior encontra-se o oratório se Nossa Senhora da Piedade com altar em talha dourada e revestimentos em azulejos azuis do séc. XVII.
- **Padrão camoniano** - Monumento de homenagem a Camões em 1932, pela Comissão de Iniciativa do Turismo, neste padrão está escrito uma parte dos Lusíadas que se refere a Óbidos
- **Câmara municipal** – antigo palácio da Vigararia, era a residência dos Beneficiados da Colegiada de S. Pedro, tem uma torre sineira que na altura servia para chamar os reverendos ás celebrações, no séc. XIX foi confiscado e nele instalou-se a Câmara Municipal.
- **Igreja de S. Pedro** – construída no século XIII-XIV, desmoronou-se com o terramoto de 1755, restando apenas o altar-mor e a torre sineira, a sua reconstrução foi muito simples. Encontram-se aqui a sepultura de Josepha de Óbidos e do orador Rafael Silveira.
- **Capela de S. Martinho** – foi construída em 1331 por Pedro Fernandes Prior de Santiago de Torres Vedras e é uma capela gótico-tumular muito característica.
- **Museu municipal** – Antigo edifício dos Paço do Concelho do Séc.XVI, construído no tempo de D. Manuel, apresenta pinturas das Igrejas da Vila, arqueologia, escultura e uma sala de armas da Guerra Peninsular.

Tabela 18 - Museus e Alojamento no Concelho de Óbidos

Museus e Galerias	Monumentos
• Museu Municipal • Museu Abílio de Mattos e Silva • Museu Paroquial • Galeria Nova Ogiva • Galeria da Casa do Pelourinho	• Castelo da Vila de Óbidos • Igreja de São João baptista • Igreja de São Pedro • Capela de São Martinho • Igreja da Misericórdia • Igreja Matriz de e Santa Maria • Igreja de São Tiago • Ermida de Nossa Senhora do Carmo • Ermida da Ordem Terceira • Santuário do Senhor Jesus da Pedra • Pelourinho • Aqueduto • Porta da Vila • Porta do Vale

Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)



Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)

3.10.1.2 Recursos Naturais

A vila de Óbidos é notável em relação aos recursos naturais e que a actividade turística. Para os amantes da natureza aconselha-se a visitar lindíssimas praias e enseadas, a realizar as mais diversas actividades de lazer que a área proporciona.

- Campos de Golfe
- Lagoa de Óbidos
- Percursos Pedestres
- Actividades - canoagem, windsurf, passeios a cavalo / charrete / aéreos / ténis etc.
- Percursos pedestres
- Praias (de Covões, d' el Rei, de Rei Cortiço e do Bom Sucesso)

3.10.1.3 Equipamentos

Apesar de haver poucos equipamentos ao longo do município, nas redondezas desta região existem muitos hospitais, centros de saúde, escolas, equipamentos de bens e serviço que prestam serviços a Óbidos.

Saúde

- Hospital Santa Casa da Misericórdia
- Centro de Saúde de Óbidos
- Bombeiros Voluntários
- Farmácia Higiénica
- Farmácia Oliveira
- Farmácia Vital

3.10.1.4 Hotelaria, Restauração e Bar

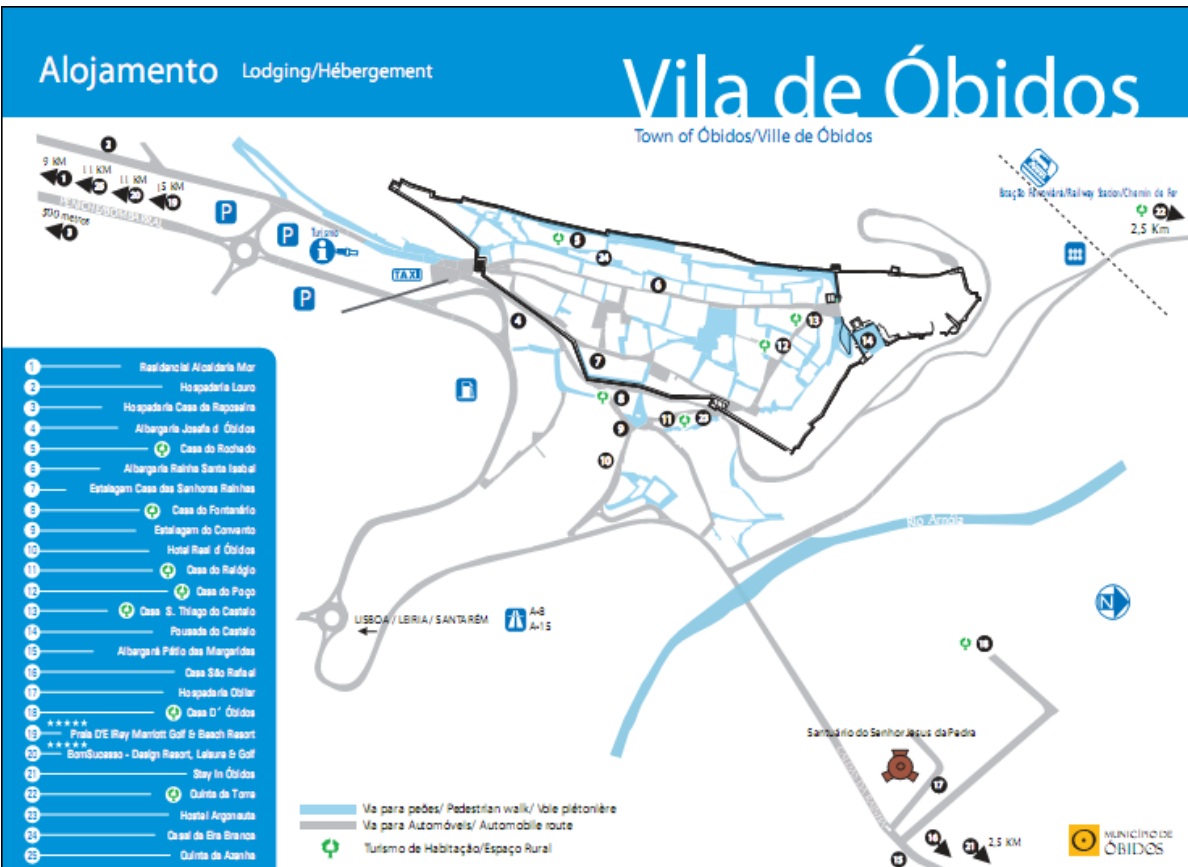
Apesar de não ser uma das regiões do país como maior dimensão, este local tem prestado provas na prestação de um serviço de qualidade, avaliando pela quantidade de turistas que visita Óbidos, como comprovam as estatísticas do município atrás descritas.

Com o progresso do turismo nesta região foram aparecendo cada vez mais níveis de estabelecimentos hoteleiros, hoje ao apreciarmos o quadro seguinte constatamos o quanto numerosos e diversificados são. Os preços praticados podem-se consultar em Anexos, o documento nº xx, cedido pelo Posto de Turismo da Câmara Municipal de Óbidos.

Tabela 19 - Alojamento e Restauração no Concelho de Óbidos

Alojamento	Restauração Bares
➤ Praia d' el Rey Marriott Golf & Beach	➤ A Ilustre Casa de Ramiro

Resort 5* ➤ Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf ➤ Pousada do Castelo 4* ➤ Hotel Real de Óbidos 4* ➤ Estalagem do Convento 4* ➤ Estalagem Casa das Senhoras Rainhas 4* ➤ Albergaria Josefa d' Óbidos 4* ➤ Albergaria Rainha Santa Isabel 4* ➤ Albergaria Pátio das Margaridas 4* ➤ Hotel Mansão da Torre, Hotel & Spa 3* ➤ Casa do Fontanário ➤ Casa do Relógio ➤ Casa do Rochedo ➤ Casa d' Óbidos ➤ Casa do Poço ➤ Casa de São Thiago do Castelo ➤ Casa de Campo São Rafael ➤ Hospedaria Louro ➤ Hospedaria Casa da Raposeira ➤ Residencial Alcaidaria-mor ➤ Hospedaria Obilar ➤ Quinta da Torre	➤ O Caldeirão ➤ Vila Infanta ➤ Alcaide ➤ Albergaria Josefa d' Óbidos –Restaurante ➤ O Conquistador ➤ O Pretensioso ➤ Adega Ramada ➤ Casa das Senhoras Rainhas ➤ Albergaria Pátio das Margaridas ➤ Porta da Vila ➤ Muralhas Restaurante ➤ Petrarum Domus Bar ➤ Snack Bar D. Dinis ➤ Restaurante Clube de Golf da Praia d'el Rey ➤ Pérola da Lagoa ➤ Restaurante Rio Cortiço ➤ O Traçadinho ➤ Restaurante Zina ➤ Restaurante o Apiadeiro ➤ Alcaidaria-mor ➤ Cidade d' Aboborica ➤ O Comboio ➤ O Camponês ➤ Café restaurante Solar do Manhoso ➤ O Lar ➤ Poço dos Sabores ➤ Real Taverna d' Óbidos ➤ Ibn Errik Rex ➤ Lagar da Mouraria ➤ Cave do Vale “Toupeiro” ➤ Troca Tintos ➤ O Parlatório ➤ Covão dos Musaranhos
---	---



No que toca à gastronomia típica do local, esta envolve-se com a Lagoa de Óbidos, permeando grandes especialidades e apresenta-nos como pratos típicos: ensopado de enguias, enguias fritas com arroz de tomate, amêijoas ao natural, arroz de pato, na doçaria tradicional salienta-se a tradição conventual – trouxas-de-ovos, alcrides, pastéis da moura.

Outra das especialidades de Óbidos, são os prestigiados vinhos, que medalhados várias vezes apresentam uma espantosa qualidade, o seu aroma é fruto do microclima aí existente.

Nesta vertente, Óbidos construiu diversos centros e infra-estruturas de suporte a toda a actividade cultural dando lugar também ao enriquecimento alma e do entretenimento, através dos espaços seguintes.

- Auditório Municipal Casa da Música
- Auditório São Tiago
- Biblioteca Municipal
- Complexo Desportivo Municipal
- Circulo Centro de Convívio
- NET – Espaço Internet do Concelho de Óbidos

3.10.1.7 Eventos Turísticos, Base de Desenvolvimento Local

Os eventos são uma atractividade que serve como um **puxar** do desenvolvimento do destino segundo Getz (1997); Hail (1992); citados por, (Kim *et al.*, 2004: pág. 696). Assim, a questão fundamental é saber se o potencial visitante acha o evento atractivo o suficiente para efectuar a deslocação.

Os eventos de vertente desportiva, assumem importância para a actividade turística, pois o tema desporto pode ser o motivo determinante para a programação de uma viagem (Kaplanidou & Vogt, 2006). Por um lado contribui para a mobilização de grandes fluxos de visitantes, por outro dinamiza as infra-estruturas e serviços turísticos já existentes.

Devido à movimentação de pessoas para assistir a este tipo de eventos, travam-se conhecimentos com uma nova cultura, gastronomia, tradições próprias identificativas do local, esta troca de conhecimentos culturais entre povos permite a potenciação do destino turístico.

O impacto dos megaeventos internacionais sobre turismo e consequentemente o local é, em parte, uma consequência da sua capacidade de atrair um público internacional através dos meios de comunicação social que obtenham segundo Ritchie & Smith (1991); Whitelegg (2000) citado por (Kim *et al.*, 2004: pág. 695).

O Município de Óbidos desde cedo que compreendeu a importância turística dos eventos, pelo que desencadeou uma vasta oferta de festas tradicionais típicas da região como, feiras e romarias que a vila de Óbidos oferece ao longo do ano.

Estes grandes acontecimentos têm-se tornado cada vez mais popular e por isso se deve ao aumento na vertente de oferta do destino turístico, assim como, serviços e actividades durante estes acontecimentos.

Como consequência do aumento da procura e constante aposta no investimento turístico foram aparecendo restaurantes, locais para comprar lembranças, lojas de artesanato local, actividades relacionadas com o respectivo evento, estimulando o visitante/turista, a consumir mais, beneficiando profundamente a economia local e a relação entre os habitantes locais e os turistas.

3.10.1.7.1 Actividades de Animação Cultural e Desenvolvimento Comunitário

- Festival Internacional de Chocolate
- Mercado Medieval
- Óbidos Vila Natal
- Grandes Concertos da Semana Santa de Óbidos
- Maio Barroco
- Espectáculos de Dança
- Festival do Teatro;
- Temporada de Cravo
- Junho das Artes
- Festival de Ópera
- Semana Santa
- Semana Internacional de Piano
- Festival de Ópera

3.10.1.7.2 Iniciativas, Programas e Projectos

- Iniciativa “A Minha Rua”
- Ambiente (Programas de educação ambiental nas escolas, recolha de resíduos)
- Desenvolvimento Rural
- Projectos de Modernização do Comércio
- Intervenção Social
- Programas Sociais (“Crescer Melhor”, “Melhor Idade”, “Saúde Melhor”, “Óbidos Voluntários”, “SOS Criança”)
- Projecto Re– Habitar
- Programa “Férias Activas”
- Projecto “Óbidos Carbono Social”

Dentro da questão dos eventos, não será certamente desconhecido para um amante do chocolate a conceituada Festival Internacional do chocolate que ocorre todos os anos em Óbidos. O que antigamente era um simples evento para os residentes locais deliciarem-se e divertirem-se, actualmente expandiu-se à escala internacional sendo um evento de grande êxito que atrai milhares e milhares de turistas.



Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)

Esta festival ao longo dos tempos também foi evoluindo, apesar de por si só ser um ótimo motivo para o fluxo turístico, ao longo dos tempos foram aparecendo cada vez mais infra-estruturas, ofertas, e serviços, tais como restaurantes, bares, artesanato, lojas, animação turística, entre outros.

A região de Óbidos ao apostar no crescimento e desenvolvimento de factores como este, demonstra estratégia e um domínio do conhecimento das propriedades de desenvolvimento que o Turismo na sua globalidade potencia e incrementa. Este destino aprendeu a beneficiar do turismo porque compreendeu que é uma forma de melhorar a economia, o relacionamento entre a população e os visitantes, o reconhecimento a nível internacional.

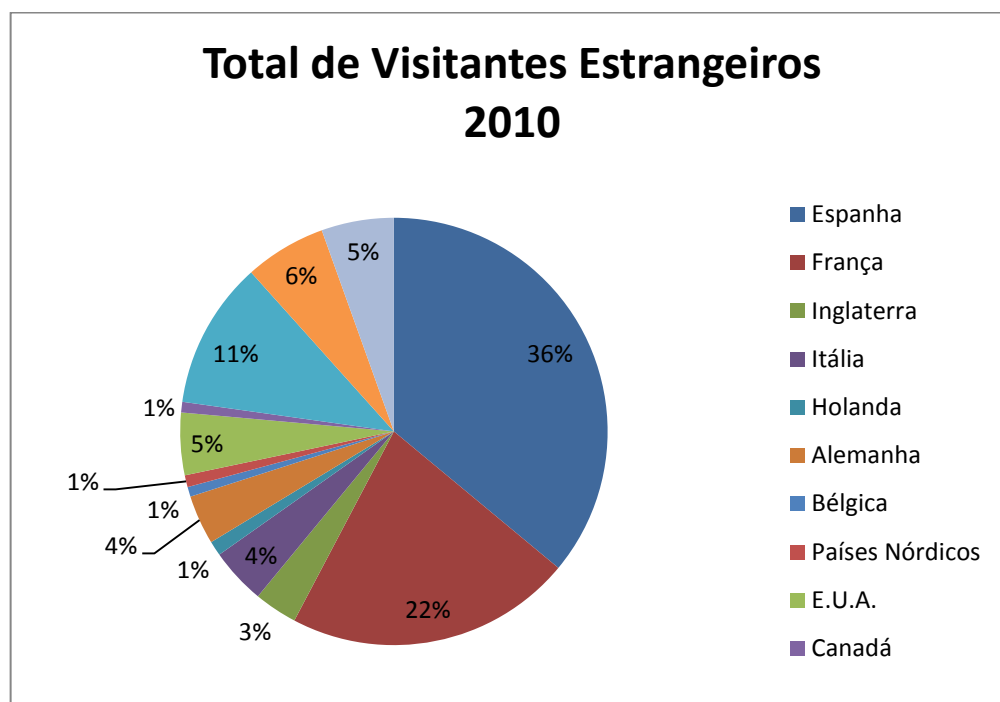
3.10.2 A Procura

3.10.2.1 Mercados de Origem dos Turistas e Visitantes

Na análise ao panorama dos visitantes, depara-se que 80% dos turistas são provenientes do turismo internacional.

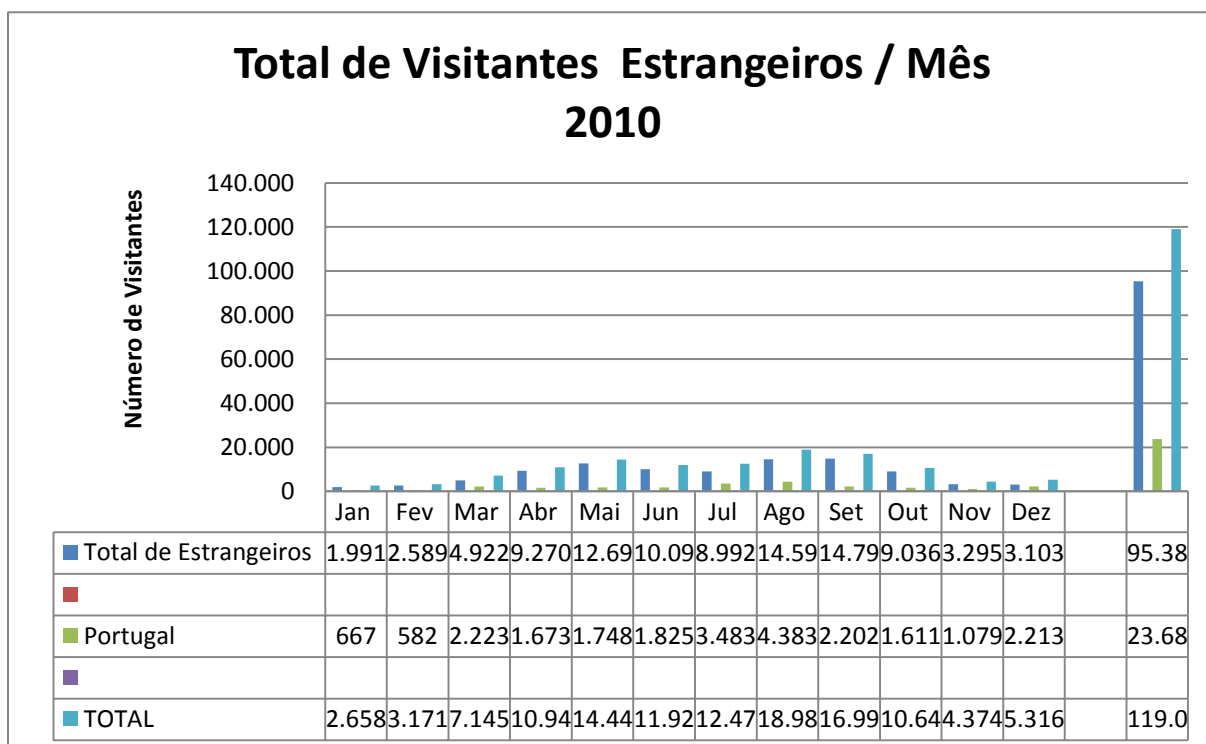
Os 20% restantes são correspondentes ao turismo interno. Constata-se ainda que o principal mercado emissor é a Espanha detendo 36% da quota de mercado, seguida de França com 22%, por último e ainda com significativa relevância encontramos o Brasil com 11% da quota total de mercado turístico de Óbidos.

Gráfico 21 - Caracterização da Procura de Óbidos



Fonte: Adaptado de www.cm-obidos.pt (2010)

Gráfico 22 - Caracterização da Procura por Meses



Fonte: Adaptado de www.cm-obidos.pt (2010)

Relativamente à sazonalidade, este destino apresenta pico mais acentuado no mês de Agosto, no entanto os períodos de maior procura, encontram-se compreendidos nos

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Departamento de Turismo 121

meses de Março a Outubro.

3.11 Posicionamento de Óbidos Enquanto Destino Turístico

“Óbidos é o melhor município do país para o turismo!”

A citação acima referida é parte integrante de uma notícia publicada pelo Expresso numa cerimónia, no âmbito do “Portugal Trade Awards 2011”, organizado pelo Jornal Publituris, em que a região de Óbidos foi considerado o melhor município do país para o turismo, tendo o Presidente da Câmara, Telmo Faria (2011), feito referência que “este município está a fazer um caminho importante nesta área”.

“Nos últimos anos fez as coisas com cabeça, conseguiu fazer um bom planeamento e, ao mesmo tempo atrair investimento, projectos especiais, marcas hoteleiras”, proferiu, destacando também que conseguiram criar estatuto de cinco estrelas ao turismo de Óbidos e desenvolver o turismo de charme”.

Ilustração 22 - Artigo do Presidente da Câmara de Óbidos

“O nosso “joker” está nas economias criativas e culturais. Atrair agregados familiares europeus e nacionais, seja pela via do turismo residencial, das habitações criativas, ou de empresas que assentam em actividades criativas é o nosso principal objectivo. O nosso crescimento não se mede sobretudo pelo número de visitantes ou investidores, mas pela riqueza gerada”.

“A estratégia de comunicação é apresentar resultados progressivamente. A partir daí as pessoas sentem a nossa presença, a nossa importância enquanto boa prática. Não é preciso fazer anúncios na TV. Passa de boca em boca. É a comunicação mais forte, mais verdadeira”.

**Telmo Faria, Presidente da Câmara Municipal de Óbidos,
In Marketeer, Janeiro 2008**

3.12 Estratégia Turística de Óbidos

A região de Óbidos tem apostado incontestavelmente no sector do turismo, muitos turistas e visitantes quer nacionais ou internacionais quando vêm visitar o país,

não resistem em passar por este destino, nem que seja apenas para se deliciar com os maravilhosos chocolates do festival, (Jornal Publituris 2011).

O Município de Óbidos, apesar de ser uma localidade de pequenas dimensões dispõe de bastantes potencialidades turísticas que tem aproveitado ao máximo. Além disso, dentro das suas dimensões, a cidade encontra-se bem equipada a nível de acessibilidades e de infra-estruturas de apoio ao turismo.

A Região possui diversos recursos, em relação à natureza existem vários campos de golf, lagoas, praias, e passeios pedestres, em que os turistas podem aproveitar em qualquer altura do ano devido ao bom clima e temperatura amena. A nível histórico-cultural a localidade possui vários monumentos, museus e galerias onde a cultura deste destino sobressai para os interessados. Realiza visitas guiadas de forma a dar a conhecer mais pormenorizadamente a história localidade.

Dispõe de bastante património e cultura de excelência, realiza muitos eventos bem explorados, pois encontram-se situados, quase sempre, dentro das muralhas do Castelo, o que para além de se praticar um turismo de eventos, também aproveitam para observar os monumentos e a paisagem. Desta forma, acaba por potencializar a valorização dos recursos contribuindo para o crescimento económico, como podemos constatar em Anexo , documento nº xx, Balanço Contabilístico do Município de Óbidos.

Ao analisarmos os efeitos multiplicadores do turismo nesta região constatamos que actividade turística é uma ferramenta crucial à região, que proporciona a revitalização deste destino. Traduz-se num aumento do crescimento da economia do local, a notoriedade, melhoria de vida da população de Óbidos, criação de emprego, melhoramento das infra-estruturas como por exemplo os empreendimentos hoteleiros, postos de turismo, restaurantes, os hospitais.

Compreendendo a importância de toda a estrutura financiamento para o sucesso de qualquer evento, Óbidos não se deixou ficar para trás na corrida, aos melhores *sponsors*, tendo como parceiro estratégico o Bano Espirito Santo, EDP- Energia de Portugal, que aliados a uma excelente estratégia de marketing, partilham em conjunto o sucesso dos eventos.

Ilustração 23 - Vila Natal

ÓBIDOS VILA NATAL
BANCO ESPÍRITO SANTO

No último Natal, e em apenas uma semana após a sua abertura ao público, a Óbidos Vila Natal Banco Espírito Santo acolheu mais de 50 mil visitantes, o dobro face ao período homólogo do ano passado.

ÓBIDOS VILA NATAL
BANCO ESPÍRITO SANTO

8 Dezembro a 6 Janeiro

Óbidos Vila Natal BES está de volta com mais encanto, surpresas e muito magia...
Este ano, o gelo e a neve vão tornar Óbidos, uma das 7 maravilhas de Portugal, num cenário de fantasia onde duendes, renas, bonecas de neve, pinguins e o Pai Natal vão divertir e aquecer toda a família.
Muitas brincadelinhas, os melhores momentos de pura alegria e diversão – com muito espírito natalício!
Óbidos Vila Natal BES, o Natal mais enfeitado de sempre.

2007/2008
www.obidosvilanatal.pt

Horários:
Terça-feira e Sábado 11h00 às 22h00
Quarta e Quinta-feira 11h00 às 20h00
21 Dezembro e 1 Janeiro 10h00 às 22h00
24 e 25 Dezembro 11h00 às 18h00

Fonte: www.google.imagens.pt (2011)

Ilustração 24 - As 7 Maravilhas de Portugal



Fonte: www.cm-obidos.pt (2011)

3.13 Modelo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos

É baseado nestas premissas, que Óbidos tem arriscado em vários programas, como por exemplo; Óbidos *Patrimonium* que tem como objectivo a promoção turística, e o desenvolvimento de acções visando a valorização do Património Histórico e Natural da região. No entanto, devido à prevalência de algumas actividades turísticas fez com que,

muitos dos seus produtos tradicionais, como os bordados, vidrais, entre outros sejam pouco contemplados.

Ilustração 25 - Processo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos



Fonte: Própria, adaptado dos autores referidos

3.14 Análise do Potencial Turístico de Óbidos

Este espaço pretende ser, um estudo mais genérico da análise do potencial turístico deixando linhas de orientações, para futuras teses ou dissertação acerca do Potencial Turístico de Óbidos. Aqui apenas será feito uma contextualização do território da Região de Óbidos, com as diversas variáveis e métodos de análise ligados ao modelo de avaliação do potencial turístico, definido no enquadramento teórico desta dissertação.

A linha de análise do potencial turístico, incidirá crucialmente na apreciação dos indicadores económico, sociais e ambientais Moares (2008), e pela qual conjuntamente com as apreciações do quadro de avaliação recursos Ferreira, (2005) e hierarquização dos mesmos na importância para a globalidade da oferta turística Cunha (2008), serão as bases para alguns entendimentos inerentes à avaliação generalizada da importância e do potencial turístico da região de Óbidos.

A escolha dos recursos e todos os entendimentos visam, perceber de que forma se enquadra esta região e como deve ser entendido este modelo de análise, em função das especificidades deste território de estudo. Neste ponto serão **apenas escolhidos por**

categoria, **4 recursos turísticos**, com maior importância para o território.

O modelo de selecção, tem presente, algumas linhas de orientação atribuídas pelos autores analisados na parte conceptual desta dissertação e os vários entendimentos feitos durante a exposição da componente turística desta zona. Nomeadamente os eventos / recursos / atracções com mais visitantes; mais lucrativos; que gerem mais valor económico; representem a marca de Óbidos; recurso (s) alavanca; que melhore identifiquem a sua imagem; o seu posicionamento; projecções de notoriedade Nacional ou Internacional.

Este modelo de identificação, segundo (Cunha, 2008: pág. 25) “processa-se através do inventário dos recursos turísticos que consiste na elaboração de um catálogo dos lugares, elementos naturais, objectos ou estabelecimentos que, pelas suas características, isoladamente ou em conjunto, originem a deslocação de visitantes e tornam possível o desenvolvimento de actividades turísticas”.

Os recursos seleccionados, acompanhar-nos-ão ao longo do decorrer deste tema, durante toda a aplicação do modelo de análise. Segundo o mesmo e tendo em conta os entendimentos desenvolvidos na parte conceptual, existem variáveis adicionais, como a qualidade, acessibilidade, estado de conservação, *performance* turística, que vão influenciar / condicionar o seu potencial turístico e daí esta análise ser meramente interpretativa.

O seu estudo mais aprofundado requer muitas investigações de análise da sua eficácia, *performance* turística, valores de imagem percebida pelos potenciais consumidores, valores de atractividade, fichas / inventários de recurso entre outros campos que esta dissertação deixa para futuras investigações, dando continuidade ao raciocínio lógico e ao contributo de conhecimento que aqui se deixa.

Identificação de pontos fortes e vantagens comparativa

- Natureza preservada
- Praias com grande beleza natural
- Paisagens deslumbrantes e diversificadas
- Património arqueológico e histórico
- Memórias do passado rural Cultura com referências importantes na literatura e na música

3.14.1 Metodologia

A sua metodologia de análise segundo (Cunha, 2008: pág,26), passa por elaborar “inventários dos recursos consistem na classificação de elementos nos quais se agrupam aqueles que possuem características idênticas. Por exemplo: recursos hidrológicos nos

quais se incluem todos aqueles que se identificam com a água: rios, lagos, nascentes, cascatas etc..”

Os seus objectivos para esta análise de potencial turístico dos recursos, visa estabelecer uma medida e um valor correspondente que permita ser quantificável e posteriormente fundamentar futuras decisões que possam vir a ser delineadas (Cunha, 2008).

As diferentes formas e estruturas dos recursos turísticos tornam inválida a tese de se usar um único método de análise, pois é impossível criar um critério de avaliação universal onde inclua tão grande variedade de tipologias dos recursos turísticos. Neste sentido, todos os momentos de avaliação, terão um critério próprio sensível a especificidade de cada recurso (Cunha, 2008).

Assim, como analisamos no capítulo II desta dissertação e segundo os entendimentos de Ferreira, (2005), os critérios da avaliação turística que iremos aplicar aos recursos seleccionados são:

1- Capacidade Atractiva

- Internacional
- Nacional
- Local
- Regional

2- Singularidade

- Bom na classe
- Média
- Vulgar

3- Notoriedade

- Elevada
- Média
- Fraca

3.14.2 Quadro de Recursos

Expostos os conceitos de avaliação dos recursos utilizados para o referido estudo, o seguinte quadro apresenta uma síntese da avaliação dos recursos turísticos da região de Óbidos nas suas diversas formas.

Tabela 20 - Avaliação dos Recursos Turísticos de Óbidos

Recurso	Classificação	Capacidade atractiva	Singularidade	Notoriedade
Lagoa de Óbidos	Imóvel de Interesse Público	Regional / Local	Vulgar	Fraca
Campo de Golf Praia D'I Rey	Imóvel de carácter internacional	Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Praia D'I Rey	Imóvel de Interesse Público	Regional / Local	Média	Média
Castelo da Vila de Óbidos	Monumento Nacional	Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Aqueduto	Monumento Nacional	Regional / Local	Média	Média
Igreja Matriz de Santa Maria	Monumento Nacional	Regional / Local	Média	Média
Santuário do São Jesus de Prata	Monumento Nacional	Nacional / Regional	Média	Média
Semana Santa		Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Temporada do Cravo		Regional / Local	Média	Média
Semana Internacional do Piano		Regional / Local	Média	Elevada
Galeria Nova Ogiva		Regional / Local	Vulgar	Fraca
Galeria Casa do Pelourinho		Regional / Local	Vulgar	Fraca
Museu Municipal		Regional / Local	Vulgar	Fraca
Museu Abílio de Mattos e Silva	Imóvel de Interesse Público	Nacional / Regional	Médio	Fraca
Feira Internacional de Chocolate	Evento de carácter internacional	Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Vila Natal	Evento de carácter internacional	Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Mercado Medieval	Evento de carácter internacional	Internacional e Nacional	Bom na classe	Elevada
Grandes Concertos da Semana Santa de Óbidos		Regional / Local	Vulgar	Fraca

Fonte: Própria, adaptada dos autores referidos

Este quadro, foi preenchido com as possibilidades de escolha dos critérios correspondentes, teve em consideração os campos de análise na descrição dos autores

acerca dos mesmos, em função das realidades identificadas ao longo da descrição e avaliação do concelho de Óbidos anteriormente nesta dissertação.

3.14.3 Área de Oportunidade para o Turismo e lazer

Pelas análises dos recursos salienta-se os recursos em que Óbidos se pode apoiar para continuar no seu percurso de desenvolvimento turístico, reconhece-se que Óbidos tem recursos estratégicos que lhe permitem valorizar a sua oferta turística e as oportunidades do futuro. Neste ponto, e avaliando o seu potencial turístico de cada recurso, segundo Ferreira (2005), há que continuar a desenvolver os conceitos para cada produto.

Património Cultural

- História
- Animação Cultural
- Gastronomia

Natureza e Paisagem

- Turismo Natureza / Ecoturismo

Turismo em Espaço Rural

- Turismo Rural
- Memórias

Sol, Mar e Praia

- O turismo balnear não é uma vocação estratégica central para o concelho, se bem que não seja desprezível, dado que constitui motivo de atracção importante.

Recreio de Ar Livre e Desporto

- Turismo Activo e Desportivo / Aventura / Outdoor (conceito)
- Centros hípicas e turismo equestre
- Caça turística
- Golf

Sénior

- Formação de produtos específicos para este segmento

- Facilidade para estadas longas e para vilegiatura de reformados

Para se proceder a um processo de avaliação turística de um determinado local, deve-se situar os recursos turísticos em 5 grandes categorias que dão pelo nome: Sítios naturais; Museus e manifestações culturais históricas; Folclore; Realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas, por último aparecem os Acontecimentos programados. (Cerro, 1992; OMT, 1998; Cunha, 2008).

3.14.4 Categorias Metodológicas

1. Sítios Naturais

- Lagoa de Óbidos
- Campo Golf da Praia d'el Rei
- Praia d' el Rey

2. Museus e Manifestações Culturais Históricas

- Castelo da Vila de Óbidos
- Aqueduto
- Igreja Matriz de Santa Maria
- Santuário do Senhor Jesus da Pedra

3. Folclore

- Semana Santa
- Temporada de Cravo
- Semana Internacional de Piano

4. Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas Contemporâneas

- Galeria Nova Ogiva
- Galeria da Casa do Pelourinho
- Museu Municipal
- Museu Abílio de Mattos e Silva

5. Acontecimentos Programados

- Festival Internacional de Chocolates Óbidos
- Vila Natal
- Mercado Medieval

➤ Grandes Concertos da Semana Santa de Óbidos

3.14.5 Hierarquização dos Recursos

De modo a completar uma avaliação do potencial turístico, de determinado local, é necessário incluir as condições de acessibilidade e os equipamentos existentes, que servem de apoio aos turistas bem como a todos os residentes desse local. Este trabalho apenas incide sobre a capacidade de distinguir recursos de produtos, categorizá-los e hierarquizar segundo critérios de captação e correntes nacionais, internacionais, regionais, locais, capacidade de atracção por si só ou em conjunto com outras.

No que toca à divisão em hierarquização da avaliação dos recursos Cerro (1993), entende que está será balizada numa escala de 1 a 5 sendo a primeira (1) detentora de uma menor importância turística, e a última (5) considerada como ex-líbris no que refere ao seu potencial de atractividade e singularidade de um dado recurso.

Os recursos, abaixo divididos por categoria não se apresentam nos mesmos níveis de hierarquia pelo que remete-se aqui a devida justificação. De salientar que a pontuação recaída em cada categoria apresenta-se com o mínimo de 1 e com o máximo de 5.

Tabela 21 - Hierarquização dos Recursos Turísticos

Hierarquização das Categorias Metodológicas	Sítios Naturais	Museus e Manifestações Culturais Históricas	Folclore	Realizações Técnicas, científicas e artísticas Contemporâneas	Acontecimentos programados
5	Campo de Golf Praia D'I Rey	Castelo da Vila de Óbidos;			Feira Internacional de Chocolate; Vila Natal; Mercado Medieval
4		Igreja Matriz de Santa Maria; Santuário do São Jesus de Prata	Semana Santa		Grandes Concertos da Semana Santa de Óbidos
3	Praia D'I Rey	Aqueduto	Semana Internacional do Piano		
2			Temporada do Cravo	Galeria Nova Ogiva; Galeria Casa do Pelourinho; Museu Abílio de Mattos e Silva; Museu Municipal	
1	Lagoa de Óbidos				

Fonte: Própria, adaptada dos autores referidos

No que diz respeito ao máximo da hierarquia (5) está representado pelos recursos turísticos: Feira Internacional de Chocolate; Vila Natal; Mercado Medieval; Castelo da Vila de

Óbidos; Campo de Golf Praia D'I Rey, por serem recursos com características de potencial significado para o mercado turístico internacional, capaz de por si só originar uma importante corrente de visitante.

No nível da hierarquia 4 apresenta-se: Igreja Matriz de Santa Maria; Santuário do São Jesus de Prata; Semana Santa; Grandes Concertos da Semana Santa de Óbitos, pois são atractivos capazes de motivar uma corrente actual e potencial de visitantes nacionais ou estrangeiros, por si só ou em conjunto com outros atractivos locais, são atractivos de interesse nacional.

Em termos de nível 3 da hierarquia dos recursos apresentados existem Praia D'I Rey; Aqueduto; Semana Internacional do Piano, são um atractivo com alguma capacidade de atracção capaz de interessar visitantes de longa distância mas que se deslocam ao local também razões turísticas.

Seguidamente no patamar 2 da hierarquia inúmera: Temporada do Cravo; Galeria Nova Ogiva; Galeria Casa do Pelourinho; Museu Abílio de Mattos e Silva; Museu Municipal, por serem atractivos com interesse, capaz de originar correntes turísticas regionais ou locais.

Por fim encontraremos o nível 1 da hierarquia onde contemplamos a Lagoa de Óbidos, por ser um atractivo com alguma capacidade turística, mas sem mérito suficiente para se considerar um recurso relevante, tendo em conta a contextualização turística da zona onde se insere, mas que desempenha um papel complementar, diversificado e potenciador dos restantes recursos turísticos numa lógica de oferta turística global, como destino.

3.15 Potencial Turístico de Óbidos

Esta análise assenta numa lógica de enquadramento do modelo de análise e avaliação do potencial turístico à zona de Óbidos, pelo que, aqui se deixa para reflexões futuras. Esta deve basear-se segundo Cunha (2008), numa lógica de 4 grandes categorias, fazendo a primeira referência para a **determinação do valor** de diversas zonas com o objectivo de estabelecer uma ordem de prioridade de desenvolvimento ou numa vertente de projecção de investimentos a realizar.

A segunda categoria de análise, incide na **avaliação do contributo turístico** que determinada zona atribui na relação directa com seu crescimento.

Na terceira categoria, assenta num **modelo de comparação do potencial** turístico de uma zona, em confronto com outras que lhe sejam concorrentes, a fim de se perceber qual a sua *performace* turística.

Por último, a avaliação da **capacidade de atracção**, que uma determinada zona de análise, detém em função de um acontecimento turístico positivo ou negativo.

O valor turístico da zona é dado pelo valor dos recursos turísticos, em função da sua singularidade e das características específicas que o identificam (Cunha, 2008). Contudo, o valor real do potencial turístico que esta zona de análise poderá apresentar será influenciado por condicionantes já identificados na componente conceptual. Estes assentam no número e na qualidade dos recursos que compõe a zona turística, assim, como todos os equipamentos e infra-estruturas de apoio a actividade e consumo turístico desses recursos; à qualidade das vias de acesso em função do preço e tempo de percurso.⁶

3.16 Análise SWOT

PONTOS FORTES

- Enquadramento Regional
- Qualidade do ambiente / recursos naturais
- Grandes valores patrimoniais
- Hotéis reconhecidos a nível nacional e internacional
- Prática de um turismo sustentável e ecológico

PONTOS FRACOS

- Debilidade infra-estrutural
- Poucos equipamentos sociais
- Dentro de território regional exposto a bastantes perigos naturais

AMEAÇAS

- Concorrência de outros municípios com maior potencial de captação de investimento

OPORTUNIDADES

⁶ O potencial turístico será dado pela resolução directa da fórmula:

$$Pt = \alpha Fr + \beta fa + \delta Fe$$

em que:

Pt=Potencial turístico

Fr= Valor dos recursos

Fa= Valor das acessibilidades

Fe= Valor dos equipamentos

α, β, δ = Coeficientes de ponderação

- Valorização e conservação do território garantido a satisfação tanto territorial como global

3.17 Sustentabilidade de Óbidos

Em termo de síntese, e com base nas apreciações feitas anteriormente, podemos considerar em traços gerais que, os principais factores que identificam a sustentabilidade na Vila de Óbidos e se traduzem no quadro seguinte.

Ilustração 26 - Sustentabilidade de Óbidos

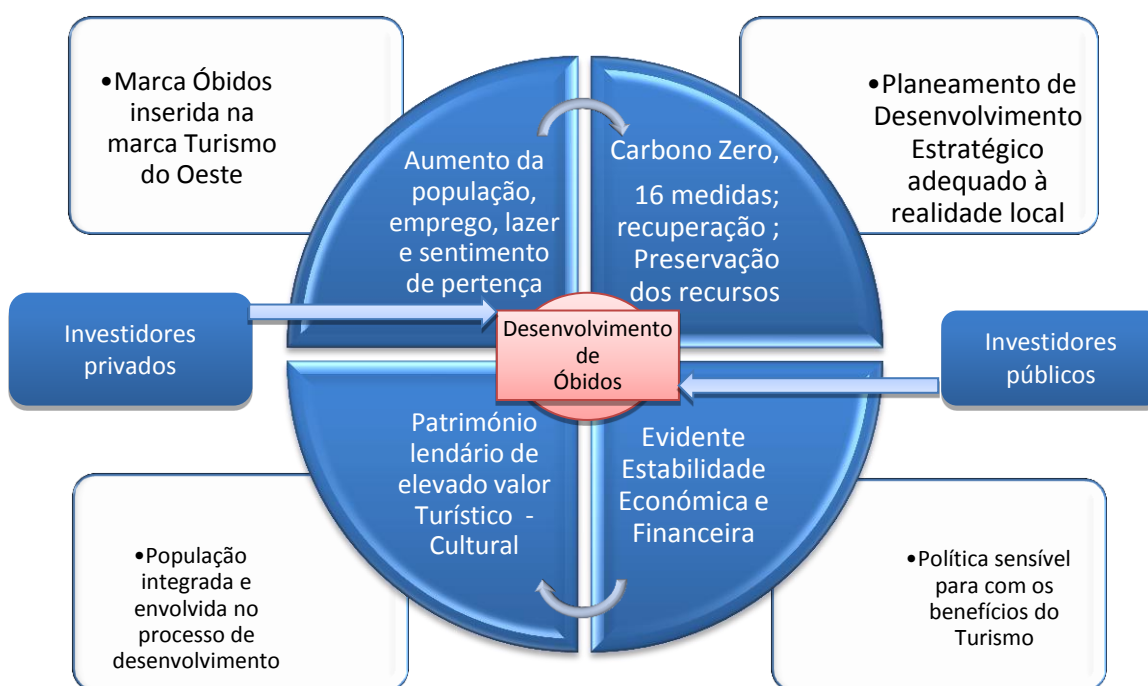


Fonte: Própria, adaptado dos entendimentos realizados

3.18 Modelo Desenvolvimento Turístico de Óbidos

Através do preenchimento deste modelo de desenvolvimento turístico adaptado com os entendimentos dos diversos autores analisados, podemos, aferir a forma de como está organizada toda a estrutura inerente ao modelo de desenvolvimento turístico que Óbidos protagonizou.

Ilustração 27 - Análise ao Modelo de Desenvolvimento Turístico de Óbidos



Fonte: Própria, adaptado dos autores referidos

3.19 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

Através deste capítulo, observa-se que a actividade turística é sem dúvida um forte dinamismo que promove o desenvolvimento, com ele, os territórios assumem uma nova oportunidade sustentável para si próprios, sendo o turismo a principal via de desenvolvimento nas suas várias dimensões.

Caso ele não existisse, eventualmente, muitos países / regiões / localidades que actualmente apontam índices de desenvolvimento acentuado, não teriam certamente estas valências, que hoje a Vila de Óbidos tanto preza e se orgulha.

O comprovado sucesso da região do Oeste em geral e no caso de Óbidos em particular deve-se à sua estratégia em apostar incessante neste sector de actividade, ou não fosse este, considerado por muitos autores o sector chave da economia das regiões, e fundamental na capacidade de combater a emigração da população e manutenção das gerações. Nesta sequência lógica, este desenvolvimento pode-se constatar quer através dos indicadores, quer através da hierarquização e avaliação do potencial turístico. Promoveu consideravelmente o aparecimento de muitas empresas ligadas ao sector, dando energia, vigor e um estímulo significativo a todo o tecido empresarial e industrial.

É este tipo de oferta que Lisboa não pode dar, a ligação ao mar, à natureza, à cultura que faz deste território uma preciosidade a explorar, é nesta altura que percebe-se que este fluxo turístico provoca diversos impactos de várias dimensões no território de intervenção pela sua natural actividade.

Este dinamismo de desenvolvimento reverteu-se na construção de hotéis, *resorts*, criação, gestão e manutenção de campos de golfe, infra-estruturas para a população, desenvolvimento e consolidação das suas actividades culturais que assumiram proporções a escala dos milhares de visitantes como relata o caso de Óbidos.

Outra vantagem, assenta na estratégia sustentável que este destino turístico em análise se congratula, primando-se pela valorização e preservação dos patrimónios naturais e culturais de forma sustentável, garantido a continuidade do recurso do qual o turismo se alimenta.

Esta visão, aponta um factor muito importante, pois por vezes, pela actividade geram-se oportunidades e riscos inerentes aos impactos negativos do turismo, tais como; ambiente e com a desflorestação, incêndios, poluição, ou então problemas relacionados com a sociedade como é o caso da insegurança, da prostituição, que precisam de ser considerados e protegidos, por forma a minimizar os seus impactos negativos. A Vila de Óbidos aposta no desenvolvimento sustentado, preocupando-se com o meio ambiente,

implementado medidas como o carbono social, e as 16 acções estratégicas para melhorar o ambiente do concelho, atrás referidas.

Contudo, à que salientar, que esta Vila soube aproveitar muito bem as potencialidades dos recursos já existentes no destino, nas quais, fez despoletar o desenvolvimento turístico e consequente, com uma boa gestão de destino e uma adequada e bem fomentada estratégia de marketing, a seu tempo deu frutos que hoje colhe com enorme prazer e deleite.

Com o recurso ao modelo de análise da avaliação do potencial turístico, pode-se constatar, que Óbidos é detentor de um património cultural único no país, pelo que, com outros eventos é um núcleo de atracção turística. Esta análise revelou também que os seus recursos, encontram-se bem dinamizados e enquadrados no contexto da globalidade da oferta turística enquanto destino receptor. Com grande singularidade e notoriedade capazes, de por si só, serem elementos fulcrais, que promovem a deslocação do turista para consumo do recurso.

CONCLUSÃO GERAL

O mundo tem presenciado, uma crescente procura à fuga do *stress* e à pressão do quotidiano urbano, o que leva a que os destinos mais acolhedores e tranquilos sejam mais do que espaços territoriais.

Para além das necessidades de evasão e de fuga ao quotidiano, o turismo é hoje associado a questões mais complexas, pois as pessoas são motivadas não só no intuito da satisfação das suas necessidades básicas, mas essencialmente como forma de auto-realização pessoal, valorizando, entre outros aspectos, o contacto com a natureza e o bem-estar físico e psíquico.

Esta tendência, torna-se num factor muito importante para o desenvolvimento económico destas áreas, uma vez que pode promover o património da região, dinamizar outras actividades económicas gerando emprego e riqueza e ainda ajudando no combate à desertificação.

Assim, na região de Óbidos têm-se criado ao longo dos anos vários postos de trabalho para a sociedade local, nomeadamente em hotéis, postos de turismo, agências de viagens, restaurantes, escolas profissionais entre outros, além de obras públicas, serviço público, serviço comunitário, empresas de serviços privados.

Esta situação permitiu a fixação de pessoas aos locais evitando o êxodo rural e melhorando notoriamente a qualidade de vida da população.

Após análise exaustiva de vários investigadores e opiniões, confrontados com o estudo de caso, conclui-se que o turismo é uma ferramenta extremamente importante e dinamizadora no papel do desenvolvimento e criação de valor acrescentado de um determinado local. Os locais, especialmente Óbidos, passaram a ser geridos e planeados de modo mais sustentável e a qualidade de vida da sociedade melhorou significativamente (Partidário, 1998).

É de realçar o papel que a comunidade pode ter no processo de desenvolvimento, pois tem de estar disposta e preparada para aceitar o turismo e os seus impactos. Deve conhecê-lo e respeitar os seus valores, assumindo a mentalidade que irá ser positivo para quem vive no local.

Para que se consiga fazer perpetuar este bem-estar turístico, é necessário que as instituições responsáveis, a sociedade e até mesmo os turistas estejam sempre envolvidos e integrados no plano de desenvolvimento turístico para que haja maiores probabilidades de sucesso.

A evolução do local por parte da acção da actividade turística do ponto de vista estratégico entende-se em grande parte, pelo associativismo e redes/parcerias sinérgicas que se criam gradualmente, pela promoção empresarial e institucional. Baseada em critérios de qualidade, apoiados estrategicamente numa vertente de competência técnica, de índole endógena e ou exógenas, passando pela participação e envolvimento dos agentes, recursos locais (Pardelas *et al.*, 2005), conseqüente preocupação e cuidado com a população local.

Em muitos casos, várias regiões têm-se deparado com problemas de empregabilidade, degradação da qualidade de vida, degradação ambiental entre outros aspectos. Estes factos criam muitas vezes a necessidade migração das populações e leva ao abandono de actividades menos lucrativas embora estas possam ser de grande valor cultural.

O desenvolvimento sustentável das áreas pressupõe a recuperação e conservação do património natural e cultural entre outros aspectos. Este actua como uma ferramenta de alavancagem base, como estrutura de desenvolvimento sustentável de uma forma racional e ponderada valorizando o produto turístico final.

Assim, pode-se apontar o turismo como sendo mais do que uma oportunidade para os territórios. Pode ser encarado como uma ferramenta de revitalização, entendida como motor de potencialidades físicas, sociais e ambientais. Este alavanca o crescimento, estimula o desenvolvimento económico que, quando bem planeado, se pode transformar numa fonte de rendimento e entretenimento para a população local, traduzindo-se num desenvolvimento mais equilibrado e mais sustentável.

No caso concreto de estudo, podemos constatar, quer através dos impactos da acção do turismo dos correspondentes indicadores, quer na avaliação do potencial turístico actual que, as premissas presentes na revisão bibliográfica, referem o turismo como uma oportunidade de desenvolvimento sustentável para a Vila de Óbidos, não só no passado, mas como também uma garantida de perpetuação de futuro.

Estes benefícios produzidos pelo turismo geram condições que causam um bem-estar na comunidade que o turista sente, pois nunca se pode esquecer que, um turista contente é um turista que volta futuramente.

Cada recurso tem um valor muito específico e todos os recursos unidos formam uma oferta sólida, consolidada dando um elevado potencial competitivo ao destino (Beerli & Martim, 2004). Daí, a sua importância em avaliar convenientemente a sua capacidade de gerar turismo e hierarquizar em função da sua importância turística para a zona onde se insere.

O modelo de análise e avaliação do potencial turístico, demonstrou genericamente o potencial da Vila de Óbidos, onde se concluiu que esta região tem um potencial turístico

único, estratégico e significativo dentro da oferta turística do País enquanto destino receptor internacional / nacional.

Em termos de futuras linhas de orientação/investigação, pode-se destacar a avaliação profunda e aplicabilidade de todos os vectores e correspondente variáveis do modelo de avaliação do potencial turístico da região de Óbidos, aqui contextualizado.

Hoje termina, o início do futuro do amanhã, numa lógica do aperfeiçoamento do conhecimento do próprio ser, enquanto ser pensante e filósofo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AICEP, (2011), “Noticias do Turismo em Portugal”, Disponível em: <http://www.portugalglobal.pt/PT/PortugalNews/Paginas/NewDetail.aspx?newId={B5520393-4EFD-45AD-8BD0-15FE5B5EF2CE}> [acedido em 10 Julho 2011].

BAPTISTA, M., (1990), *O turismo na economia – uma abordagem técnica, económica, social e cultural*, Instituto Nacional de Formação Turística, Portugal.

BEERLI & MARTIM, (2004). “Factors influencing destination image”, *Annals of Tourism Research*, 31, pp. 657-681, England.

BENI, M.C., (2000), “Política e estratégia do desenvolvimento regional – planeamento integrado e sustentável do turismo”, *Turismo: teoria e prática*, Atlas, pp. 165-173, Brasil.

BENI, M. C., (2003), *Análise estrutural do turismo*, Editora Senac, Brasil.

BLAS, X. P., FABEIRO, C. P., (2003), “El Potencial turístico de la costa gallega despues de la catastrophe del Prestige: la diversidad de la oferta como propuesta”, *Estudios Turísticos*, 157, pp. 41-63, Spain.

BOTE GÓMEZ, V. (1988), *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid, Editorial Popular, Spain.

BRIEDENHANN, J., WICKENS,E.(2004), “Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?”, *Tourism Management*, pp. 25,71-79, England.

BUHALIS, D., (2000), “Marketing The Competitive Destination Of Future”, *Tourism Management*, 21, pp. 97-116, England.

CÂMARA MUNICIPAL DE ÓBIDOS., “Município de Óbidos”. <http://www.cm-obidos.pt/> [acedido em 15 Novembro 2010].

CAMPOS, L. C. D. A. M., & GONÇALVES, M. H. B. (2003). *Introdução a Turismo e Hotelaria*, Editora Senac, Brasil.

CAVACO, C. (1996), "Turismo rural e desenvolvimento local" in Rodrigues, A.A.B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoque regionais*, São Paulo, Hucitec, , pp.95-155, Brasil.

CERRO, L., (1992), "La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla", *Estudios Turísticos*, 16, pp. 49-85, Spain.

COMISSÃO DA COMUNIDADE EUROPEIA (1995), *O Papel da União Europeia em Matéria de Turismo. O Livro Verde da Comissão*. COM(95) final, 04.04.1995, Bruxelas.

COOPER, C. & FLETCHER, J. (1996), "Tourism Strategy Planning", *Annals of Tourism Research*, V. 23, London, pp. 181-200, England.

COSTA, C. (2005), "Turismo e Cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)", in *Análise Social*, Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, vol XL (175), pp. 279-295, Portugal.

CROES, R., & VANEGAS, M. (2008), Cointegration and causality between tourism and poverty reduction. *Journal of Travel Research*, 47, 94-103, England.

CROUCH, G., (2003), *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*, CABI Publishing, England.

CUNHA, L. (1997), *Economia e política do Turismo*, McGraw-Hill, Portugal.

CUNHA, L. (2001), *Introdução ao Turismo*, Verbo, Portugal .

CUNHA, L. (2002), *Introdução ao Turismo*; Editora Verbo - 5ª Edição, Portugal.

CUNHA, L. (2003), *Perspectivas e tendências do turismo*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, Portugal.

CUNHA, L. (2006), *Economia e Política do Turismo*, Lisboa, Editorial Verbo, Portugal.

CUNHA, L., (2008), "Avaliação do potencial turístico", *Cogitur Journal of Tourism Studies*, Edições Universitárias Lusófonas, Portugal.

DERNOI, L. A (1991), "About rural and farm tourism", *Tourism Recreation Research* n.º 16, pp. 3-16, England.

DREDGE, D. (1999), "Destination place planning and design", *Annals of Tourism Research* 26 (4), pp. 772-791, England.

DUQUETTE, G., MASON, D., (2008), Exploring the relationship between local hockey franchises and tourism development, *Tourism Management*, 29, pp. 1157-1165, England.

FERREIRA, A., VELOSO, A. AND JUKES. V., (2003), *TER: Turismo em espaços rurais e naturais*, SerSilito, S.A, Portugal

FERREIRA, M. S. Eduardo, (2009), "Uma perspectiva socioeconómica sobre a potencialidade do turismo na economia angolana", *Livro de Actas*, pp. 517 – 538, Portugal.

FERREIRA, M., (2005), "Plano Estratégico de Turismo de Santiago do Cacém" - *Natureza e História no Alentejo Litoral*, *Centro de Estudos de Turismo e Cultura*, Instituto Politécnico de Tomar, Portugal.

FYALL, A. e GARROD, B. (1998), "Sustainability and rural heritage: a question of price?", *Rural tourism management, sustainable options Conference Proceedings*, 9-12 September, The Scottish Agricultural College, Scotland.

GANNON, A. (1994), "Rural Tourism as a Factor in Rural Community Economic Development for Economies in Transition", *Journal of Sustainable Tourism*, (2) ½, pp. 51-61, England.

GEE, C., FAYOS-SOLÁ, E., (1999), *International tourism: a global perspective*, World Tourism Organization, Spain.

GETZ, D. (1986), "Models in tourism planning - towards integration of theory and practice", *Tourist Management* 7(1): 21-32, England.

GOELDNER, C., MCINTOSH, R., RITCHIE, J. R., (2000), *Tourism-Principles, practices, philosophies*, Inc, 8th ed., John Wily & Sons, USA.

GUNN, C. (1988), *Tourism planning*, Taylor & Francis, USA.

GUNN, C. (2002), *Tourism planning: basics, concepts, cases*, Routledge, USA.

GUNN C. (2004), *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Taylor and Francis, UK.

HAMMES, V. S. (1998), “*Contribuição ao planeamento agroturístico da Área de Proteção Ambiental de Sousas e Joaquim Egídio (Campinas, SP)*”.181p.,Doutorado Faculdade de Engenharia Agrícola , Universidade Estadual Campinas, Brasil.

HENDERSON, J., (2006), “Tourism destination competitiveness: From definition to explanation?”, *Journal of Sustainable Tourism*, 10, pp. 325-335, England.

HORMER, S., (2004), “Tourism and Rural Development”, *Tourism Management*, 28, pp. 347-357, England.

HU, Y., & RITCHIE, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(3), pp. 25-34. , England.

IGNARRA, L. R. (2003), *Fundamentos do Turismo*, Thomson, São Pulo, Brasil.

INSKEEP, E., (1991), *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*, Edward John Wiley & Sons, Inc, London, England.

INSTITUTO DEMOCRACIA PORTUGUESA [IDT], (2011) “*Desenvolvimento da zona do Oeste*”. [Disponível em <http://idp.somosportugueses.com/site/?p=2836> [acedido em 15 Novembro 2010].

INSTITUTO DO AMBIENTE, (1999), “*Relatório do Estado do Ambiente*”. Disponível em: <http://www.iambiente.pt/rea99/docs/45turism.pdf> [acedido em 12 Fevereiro 2011].

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA [INE], (2011), [Disponível em <http://www.ine.pt>] [acedido a 3 de Julho 2011]

JACKSON, J., (2006), "Development regional tourism in china: The potential for activating business clusters in a socialist market economy", *Tourism Management*, 27, pp. 695-706, England.

JACKSON, M., (2002), "Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic development", *International journal of tourism research*, 08, pp. 87-99, England.

KAPLANIDOU, K., VOGT, C., (2006), A structural analysis of destination travel intentions as a function of web site features. *Journal of Travel Research*, 45, pp. 204-216, England.

KIM, H.J., GURSOY, D., LEE, S. (2006), "The Impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games", *Tourism Management*, 27, pp. 86-96, England.

KIM, N., CHALIP, L., (2004), "Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints", *Tourism Management*, 25, pp. 695-707, England.

LANKFORD, S., (2008), "Attitudes and Perceptions Toward Tourism and Rural Regional Development", *Journal of travel research*, 47, pp. 94-103. , England.

LEE, C., TAYLOR, T., (2005), "Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup", *Tourism Management*, 26, pp. 595-603, England.

LUCCA F., V., (2003), "*Implantação de uma Incubadora de Empresas Turísticas em Florianópolis*" Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/incubadora.html> [acedido em 24 Outubro 2010].

MARQUES, H., (2008), 1ºColóquio Regional de Turismo de Lafões, *Turismo- Actividade Motora do Desenvolvimento Regional*, pp. 01-10, Portugal.

MASON, P., (2003), *Tourism Impacts, Planning and Management*. Elsevier Butterworth-Heinemann, London, England.

MATHIESON, A., & WALL, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*, Longman, London, England.

MATHIESON, A., & WALL, G. (2006), *Tourism; Change, Impacts and Opportunities*, Pearson Prentice Hall, England.

MATTSSON, J., & JOHNS N., (2005), "Destination development through entrepreneurship: a comparison of two cases", *Tourism Management*, 26, pp. 605-616, London, England.

MILL, R. E MORRISON, A. (1992), *The tourism system: an introductory text*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, USA.

MOTA, I.A., PINTO, M., SÁ, J. V. MARQUES, V. S., E RIBEIRO, J. F., (2004), *Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável – ENDS- 2005-2015*. Lisboa [Disponível em: http://www.portugal.gov.pt/NR/rdonlyres/2D23430D-3202-4CC8-8DAC30E508633158/0/ENDS_2004.pdf] [acedido em 20-12-2009].

MURPHY, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach* (2 ed.): Routledge, London, England.

LAWS, E., (1995), *Tourist destination management: issues, analysis and policies*, Routledge, London, England.

LEA, J. P., (1993), Tourism development ethics in the Third World, *Annals of Tourism Research*, v. 20, 4, pp. 701-771, England.

OLIVEIRA, C., (2002), *Viabilidade e sustentabilidade do turismo rural*. Serviço Nacional Desevendizagem do cooperativismo, Disponível em: Turismo Rural <http://www.scribd.com/doc/6884207/ViabilidadeSustentabilidadeTurismoRural> [acedido em 18 Junho 2009].

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1987), *Evaluación de los Recursos Turísticos*, OMT, Madrid, Spain.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1995), *Educando Educadores en Turismo*, Organização Mundial do Turismo, pp. 237-251, Madrid, Spain.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1998), *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*, OMT, Madrid, Spain.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1998), *Introducción al turismo*, 1ª Ed. Julho 1998, OMT, Madrid, Spain.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (1999). *National and regional tourism planning*, International Thomson Business Press, London, England.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (2003). *Year book of tourism statistics*. OMT, Madrid, Spain.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (2004). *New Models for Destination Management and Marketing Structures*, 21-22 October 2004 Cyprus. [Disponível em: <http://www.restaurantnewsresource.com/trendsdetail-sid-13544.html>]. [acedido a 28 de Janeiro 2010]

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO [OMT], (2005). *New paradigms for city tourism management*. 1-3 June 2005 Turkey, [Disponível em <http://www.itas.fzk.de/tatup/053/pask05a.htm>] [acedido a 28 de Janeiro 2009]

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO, [OCDE] (1994), *Tourism Strategies and Rural Development*, Organization for Economic Cooperation and Development, Paris, France.

PARDELLAS, X. et al., C. (2005), “Competitividade e innovación no sector turístico: unha nova oportunidade de avaliación dos recursos endóxeos”, em *II Estudos Estratéxicos do Eixo Atlântico – Libro IV*, SOUTO, X. et al (coord.), Eixo Atlântico, pp.357-412.

PARTIDÁRIO, M. R., (1997), *Desafios da Interioridade: a riqueza ambiental e a vantagem para a sustentabilidade*. Comunicação apresentada no Colóquio promovido pelo Presidente da República durante a Jornada da Interioridade, 13 de Junho de 1997 em Idanha-a-Nova, Disponível em: http://www.presidencia-republica.pt/pt/biblioteca/outros/interioridade/1_5.html [acedido em 18 Fevereiro 2009].

PARTIDÁRIO, M. R. (1998), "Ambiente e turismo", *Economia & Prospectiva - Turismo: Uma Actividade Estratégica*, n.º 4, pp. 79-88, Brasil

PAULA, H (2011), "INE: Receitas de turismo crescem mais de 3% em 2010 ", Disponível em: <http://www.portugalglobal.pt/PT/PortugalNews/Paginas/NewDetail.aspx?newId={4D0D38AD-F902-4C60-9EB1-DBED8A8DD9CC}> [acedido em 10 Julho 2011].

PEARCE, D., (1992), *Tourist organizations*. Harlow, Essex, Longman Group UK Ltd, England.

PEARCE, D., (1997), "Competitive destination analysis in southeast Asia", *Journal of Travel Research*, 22(3), pp. 616-269, Longman, England.

PEREIRA, P., (2008), "*A actividade turística e a sustentabilidade das regiões de destino*" Disponível em: http://www.apgeo.pt/files/docs/CD_X_Coloquio_Iberico_Geografia/pdfs/017.pdf [acedido em 12 Maio 2011].

PIRES, E. (2004), *Inter-Relações Turismo, Meio Ambiente e Cultura*, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal.

PIZAM, A.(1978), "Tourism Impacts: the social costs to the destination community as perceived by residents", *Journal of Travel Research*, (16) 4, pp. 8-12.

POIRIER, ROBERT A., (1997), "Political Risk Analysis and Tourism." *Annals of Tourism Research*, 24, pp. 675-686, England.

PRIDEAUX, B., (2000), "The role of the transport system in destination development", *Tourism Management*, 21, pp. 53-63, Oxford Elsevier Science, England.

PUBLITURIS., (2011), "*Turismo Sustentável*" [Disponível em: [Http://www.publituris.pt/2009/08/05/turismo-sustentavel-umconceito%E2%80%A6uma-obrigacao-parte-ii/](http://www.publituris.pt/2009/08/05/turismo-sustentavel-umconceito%E2%80%A6uma-obrigacao-parte-ii/)] [acedido em 20 Maio 2011].

RECENSEAMENTO GERAL DA POPULAÇÃO [CENSOS], (2011), [Disponível em http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos2011_apresentacao] [acedido a 3 Junho 2011]

REGIÃO DE TURISMO DO OESTE, [Disponível em: <http://www.rt-oeste.pt/>] [acedido em 24 Novembro de 2010].

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DE MINISTROS N.º 112/98. *D.R. I Série B*, 195 (25-08-1998), pp. 4348-4350.

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DE MINISTROS N.º 180/2004. *D.R. I Série B*, 298 (22-12-2004), pp. 7256-7256.

RICHTER, L. K., & W. L. WAUGH, JR., (1983), "Tourism Politics and Political Science: A Case of Not So Benign Neglect", *Annals of Tourism Research*, 10:3 13-3 15, England

RITCHIE, J.R., & CROUCH, G., (1993), *Competitiveness in international tourism*, 43rd congress of AIEST 17 to 23 October (Alberta, Canada). England.

RITCHIE, J. R., & CROUCH, G., (2003), *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*, CABI Publishing, England.

RIBEIRO, M., (2000), "Turismo: Diagnóstico e orientações prospectivas", *Fórum da Iniciativa Económica em Trás-os-Montes e Alto Douro*, Vila Real: SPIDOURO, Portugal.

SIMÕES, J. M., (1993), "Um olhar sobre o turismo e o desenvolvimento regional", *Inforgeo*, Geografia do Turismo, Associação Portuguesa de Geógrafos, Portugal.

SIMÕES, O., (2003), "Turismo em espaços Rurais e naturais: um ponto de partida" in Simões, O. e Cristóvão, A. (Org.) *Turismo em espaços rurais e naturais*, Coimbra: IPC, pp. 15 – 25, Portugal.

SINGH, S., (2008), "Destination development dilemma- Case of Manali in Himachal Himalaya", *Tourism Management*, 29, pág. 1152-1156, Ontario, Canada.

SWARBROOKE, J., (2007), *The Development and Management of Visitor Attractions*, Elsevier, pp. 9 - 10; 22 – 25, England.

THIBAL, S., (2007), "Tourism in Rural Europe". *Rural Tourism: A Solution for Employment, Local Development and Environment*. CEU-ETC Joint Seminar, pp. 95-97, England.

THR (Asesores en Turismo Hotelaría y Recreación, S.A.), (2006), "*10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*", Turismo de Portugal, I.P., Lisboa, Portugal.

TURISMO DE PORTUGAL IP., (2011), "*Produto Turístico da Região do Oeste*". Disponível em: [Http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/destinos/destinosturísticos/Anexos/Oeste.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/destinos/destinosturísticos/Anexos/Oeste.pdf) [acedido em 08 Janeiro 2011].

TURISMO DE PORTUGAL IP.,(2011) "*Estatística do Turismo da zona Oeste*". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1liseestat%C3%ADsticas/oturismoem/Anexos/Anuario%20das%20Estat%C3%ADsticas%20%20do%20Turismo%202009.pdf> [acedido em 15 Janeiro 2011].

TURISMO DE PORTUGAL IP., (2011), " Estatística do Turismo-1ºtrimestre", Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1liseestat%C3%ADsticas/osresultadosdoturismo/Anexos/1%C2%BAT%202011%20-%20%20Os%20resultados%20do%20Turismo.pdf> [acedido em 09 Julho 2011].

VALLS, J. F. (1996), *Las claves del mercado turístico*, Ed. Deusto, Bilbao, Spain.

VALDÉS, L. e RUIZ, A. (Coord.) (1996), *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*, Servic. Publicaciones, Universidad de Oviedo, Spain.

VANEGAS, R., (2008), "Cointegration Causality between Tourism and Poverty Reduction", *Journal of travel research*, 46, pp. 35-42, England.

VANHOVE, N., (2005), "Competition and the tourism destination", *The economics of Tourism Destinations*, England.

VILLASANTE, T.R., (1999), "Cuatro redes para hacer transformaciones sustentables", *Política y Sociedad*, nº 31, pp.37-54, Spain.

VEAL, A. J. (2002), *Leisure and tourism policy and planning*, 2ª ed., CABI Publishing. Oxon.

VERA, F., (2002), "Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales", em *Estrategias turísticas urbanas*, PARDELLAS, X. (coord.), AEER, Vigo, Spain.

WANHILL, S., (2005), "Some Fundamentals of Destination Development", *Revista Portuguesa de Gestão*, pp. 19-33, Portugal.

WAUGH, JR., W. L., (1990), *Terrorism and Emergency Management*. New York: Marcel Dekker, USA.

WILLIAM, G., (1996), "Tourism development", *Tourism development: principles, processes, policies*, pp. 08-11, Oxford Elsevier-Butterworth-Heinemann, England

ANEXOS

Número de visitantes atendidos pelo posto de turismo de 2006 a 2010

Nº de Visitantes atendidos no
Posto de Turismo de Óbidos

2006

País/Mês	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	ToTal
Espanha	116	1300	1486	3532	2501	1841	3036	7069	3137	3380	994	1642	30034
Franga	44	120	329	1764	3709	2074	1505	3330	2948	1453	240	52	17566
Inglaterra	106	66	130	213	385	592	635	599	624	319	76	88	3833
Italia	84	96	218	714	1031	789	986	3001	1052	529	60	198	8898
Holanda	10	16	41	140	626	466	200	132	334	229	21	2	2216
Alemanha	40	90	314	1240	904	383	211	204	454	601	36	31	4508
Bélgica	5	14	18	171	214	131	118	70	145	70	6	3	965
Países Nórdicos	1	14	6	17	20	60	120	33	42	22	8	2	343
E.U.A.	172	267	526	533	996	541	382	430	603	1296	512	76	6336
Canadá	11	17	88	91	186	30	73	44	225	227	17	13	1002
Brasil	294	266	312	421	676	467	512	388	562	848	270	316	5550
Japão	935	524	866	1025	1099	916	349	473	321	537	512	335	7892
Outros Países	152	116	247	489	2540	1261	733	726	1403	1046	367	53	9159
Total de Estrangeiros	1970	2848	4583	10350	15067	9590	8860	16499	11850	10559	3117	2811	98104
Portugal	594	1572	1932	3146	3413	3664	3028	5459	5044	1923	1412	2526	33715
TOTAL	2564	4420	6515	13496	18480	13254	11888	21958	16894	12482	4529	5339	131819

Nº de Visitantes atendidos no
Posto de Turismo de Óbidos

2007

País/Mês	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	ToTal
Espanha	493	554	1345	3939	1748	1997	2702	7953	4998	3093	1181	1078	31179
Franga	46	33	319	1660	3550	2136	1416	3067	4089	1696	341	89	18444
Inglaterra	54	45	166	220	543	224	412	822	760	342	160	148	3918
Italia	191	44	215	542	832	510	846	2262	1160	542	87	123	7374
Holanda	3	11	20	96	297	96	304	96	280	174	25	16	1420
Alemanha	43	7	248	592	741	378	237	231	604	533	67	26	3707
Bélgica	0	2	36	23	136	142	131	19	206	5	44	41	787
Países Nórdicos	2	0	55	26	36	24	39	75	73	17	28	14	391
E.U.A.	176	47	495	504	614	496	574	331	1114	1227	479	217	6274
Canadá	5	7	34	241	186	61	70	32	230	315	18	24	1225
Brasil	249	130	216	366	694	515	667	354	838	906	566	429	5934
Japão	303	142	309	480	426	305	247	239	227	406	470	482	4036
Outros Países	154	24	302	701	1197	1300	765	550	1417	761	164	159	7534
Total de Estrangeiros	1719	1146	3764	9396	11004	8184	8410	16051	16014	10039	3652	2846	92225
Portugal	567	357	1530	2119	1996	2093	5385	6607	2917	3276	2306	10694	39647
TOTAL	2286	1503	5294	11515	12999	10277	13795	22658	18931	13317	5957	13540	132072

Nº de Visitantes atendidos no
Posto de Turismo de Óbidos

2008

País/Mês	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	ToTal
Espanha	522	1291	3985	1942	3400	2399	2729	5848	3365	2711	1724	1168	31084
França	89	139	443	1578	4188	3293	1812	2855	4650	1325	299	53	20422
Inglaterra	123	97	166	263	283	360	478	821	663	372	62	88	3774
Italia	138	48	363	526	679	552	537	1968	654	226	135	74	5900
Holanda	9	20	47	142	289	202	134	122	186	240	11	5	1407
Alemanha	28	61	337	412	589	289	234	253	450	358	85	14	3110
Bélgica	0	6	449	130	26	75	53	38	243	61	0	2	1083
Países Nórdicos	12	29	28	115	84	18	198	58	82	19	8	0	651
E.U.A.	164	349	520	849	622	372	331	393	788	699	266	71	5424
Canadá	5	19	41	41	165	115	78	36	235	185	22	7	949
Brasil	576	376	634	818	892	528	969	438	1007	930	273	344	7783
Japão	494	410	376	347	485	256	222	181	180	380	361	246	3918
Outros Países	161	171	532	687	1006	1061	756	721	1346	719	255	75	7490
Total de Estrangeiros	2321	3016	7921	7848	12686	9520	8329	13732	13749	8226	3501	2147	92995
Portugal	1526	2779	1980	1249	2386	1882	2976	4607	2953	1575	1610	3187	28670
TOTAL	3847	5795	9901	9097	15072	11382	11305	18339	16702	9800	5111	5334	121665

Nº de Visitantes atendidos no
Posto de Turismo de Óbidos

2009

País/Mês	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	ToTal
Espanha	446	1299	2631	3891	2985	2370	3580	6407	4041	3279	1269	695	33101
França	57	149	250	1550	3527	2811	1448	2468	4411	2024	152	99	18944
Inglaterra	44	41	72	261	395	414	410	802	533	218	160	176	3326
Italia	91	51	116	182	417	417	418	1465	653	282	39	56	4197
Holanda	6	14	48	145	286	157	172	159	432	157	32	5	1593
Alemanha	17	70	236	512	682	395	275	315	560	484	73	31	3670
Bélgica	5	8	34	252	177	157	131	19	204	88	8	0	1083
Países Nórdicos	1	36	71	80	135	105	58	33	67	52	15	5	678
E.U.A.	72	104	274	368	597	512	618	352	825	489	210	92	4493
Canadá	1	3	41	48	51	56	84	80	202	152	6	3	727
Brasil	415	321	248	344	601	532	728	557	897	998	484	415	6520
Japão	377	433	385	687	637	326	142	365	355	430	443	454	5034
Outros Países	132	108	376	377	1057	909	696	736	1142	727	191	126	6577
Total de Estrangeiros	1664	2647	4782	8697	11535	9161	8758	13558	14362	9360	3062	2357	89943
Portugal	860	1278	3312	1507	1513	2695	3183	4150	1822	1672	956	2392	25330
TOTAL	2514	3925	8094	10204	13048	11856	11941	17708	16184	11032	4018	4749	115273

2010

País/Mês	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro		Total
Espanha	256	753	2382	4834	3517	2724	3482	6692	4374	2868	975	1495		34382
França	68	128	388	1317	3981	3727	1825	3381	4289	1482	330	47		20689
Inglaterra	51	25	81	193	380	437	382	721	458	250	54	82		3114
Itália	44	44	32	217	821	370	485	1128	705	334	29	58		4048
Holanda	10	62	18	88	178	144	177	110	169	88	8	14		1062
Alemanha	34	23	163	482	722	334	290	298	730	472	70	21		3559
Bélgica	2	50	4	132	148	57	17	20	178	68	32	2		708
Países Nórdicos	0	2	137	112	194	59	43	47	139	108	14	2		855
E.U.A.	89	97	342	294	648	445	578	329	678	588	315	138		4497
Canadá	2	33	47	44	74	82	98	42	211	141	8	4		784
Brasil	668	489	474	720	1028	873	1370	975	1422	1528	479	632		10828
Japão	833	885	525	482	548	421	204	308	292	434	808	582		5878
Outros Países	178	210	353	377	682	445	343	552	1153	717	173	48		5227
Total de Estrangeiros	1991	2589	4922	9270	12697	10098	8992	14899	14794	9036	3295	3103		95386
Portugal	667	552	2223	1673	1748	1825	3483	4383	2202	1611	1079	2213		23689
TOTAL	2658	3171	7145	####	14445	####	12475	18982	16996	10647	4374	5316		119075

Estrutura Hoteleira e Preços de Óbidos

POUSADA DO CASTELO Pousada Real - Apartado 18 2510 - 999 ÓBIDOS Telef. 252 955 080 Fax. 252 955 148 Site: www.pousadas.pt Email: recepcao.castelo@pousadas.pt 9 Quartos/ Room/ Chambres	01.04.11			
	31.10.11	Twin Duplo/ Double Twin	€ 210,00 € 300,00	
ESTALAGEM DO CONVENTO Rua D. João de Ornelas 2510 - 074 ÓBIDOS Telef. 252 959 214 / 252 959 216 / 252 959 217 Fax. 252 959 159 Site: www.etalagemdoconvento.com Email: estaconvento@etalagemdoconvento.com 31 Quartos/ Room/ Chambres	01.04.11	Individual Single	€ 87,00	
	31.10.11	Duplo/ Double Req. Suite	€ 108,00 € 125,00	
ESTALAGEM CASA DAS SENHORAS RAINHAS Rua Padre Nunes Tavares, 6 2510 - 102 ÓBIDOS Telef. 252 955 350 Fax. 252 955 359 Site: www.senhorasrainhas.com Email: reservas@senhorasrainhas.com 10 Quartos/ Room/ Chambres	01.04.11	Individual Single	€ 155,00	
	31.10.11	Duplo/ Double Tamanho Cama extra/ Extra bed	€ 179,00 € 204,00 + € 55,00	
ALBERGARIA JOSEFA D'ÓBIDOS HOTEL Rua D. João de Ornelas 2510 - 074 ÓBIDOS Telef. 252 959 225 / 252 959 533 / 252 959 534 Fax. 252 959 533 Site: www.josefadobidos.com Email: josefadobidos@iol.pt 40 Quartos/ Room/ Chambres	17.03.11	Individual Single	€ 85,00	
	31.10.11	Duplo/ Double Tripla Suite Qt. Nupcial	€ 80,00 € 90,00 € 115,00 € 105,00	
ALBERGARIA RAINHA SANTA ISABEL Rua Direita 2510 - 074 ÓBIDOS Telef. 252 959 023 / 252 955 070 Fax. 252 959 115 / 252 955 077 Site: www.obidosahotel.com Email: isabel@isabelahotel.com 20 Quartos/ Room/ Chambres		Individual Single	a/to	
		Duplo/ Double	a/to	
ALBERGARIA PÁLIO DAS MARGARIDAS Estrada Nacional 18 Senhor da Pedra 2510 - 102 ÓBIDOS (1 Km) Telef. 252 955 380 Fax. --- Site: www.paliodasmargaridas.com Email: geral@paliodasmargaridas.com 4 Quartos/ Room/ Chambres		Individual Single		
		Duplo/ Double Tripla		
HOSPEDARIA LOURO Rua da Antiga Estrada Real nº 2 2510 - 042 ÓBIDOS (200 m) Telef. 252 955 100 Fax. 252 955 101 Site: www.hospedarialouro.com Email: chefe@hospedarialouro.com / sepedalouro@hospedarialouro.com 25º Latitude - 39° 21' 11" N Longitude - 8° 28' 30" O 23 Quartos/ Room/ Chambres Piscina/ Swimming-pool/ Piscine	01.07.11	Individual Single	€ 55,00 € 60,00	
	30.10.11	Duplo/ Double	a/to € 55,00 € 75,00	
		Tripla	€ 80,00	
			a/to € 90,00	

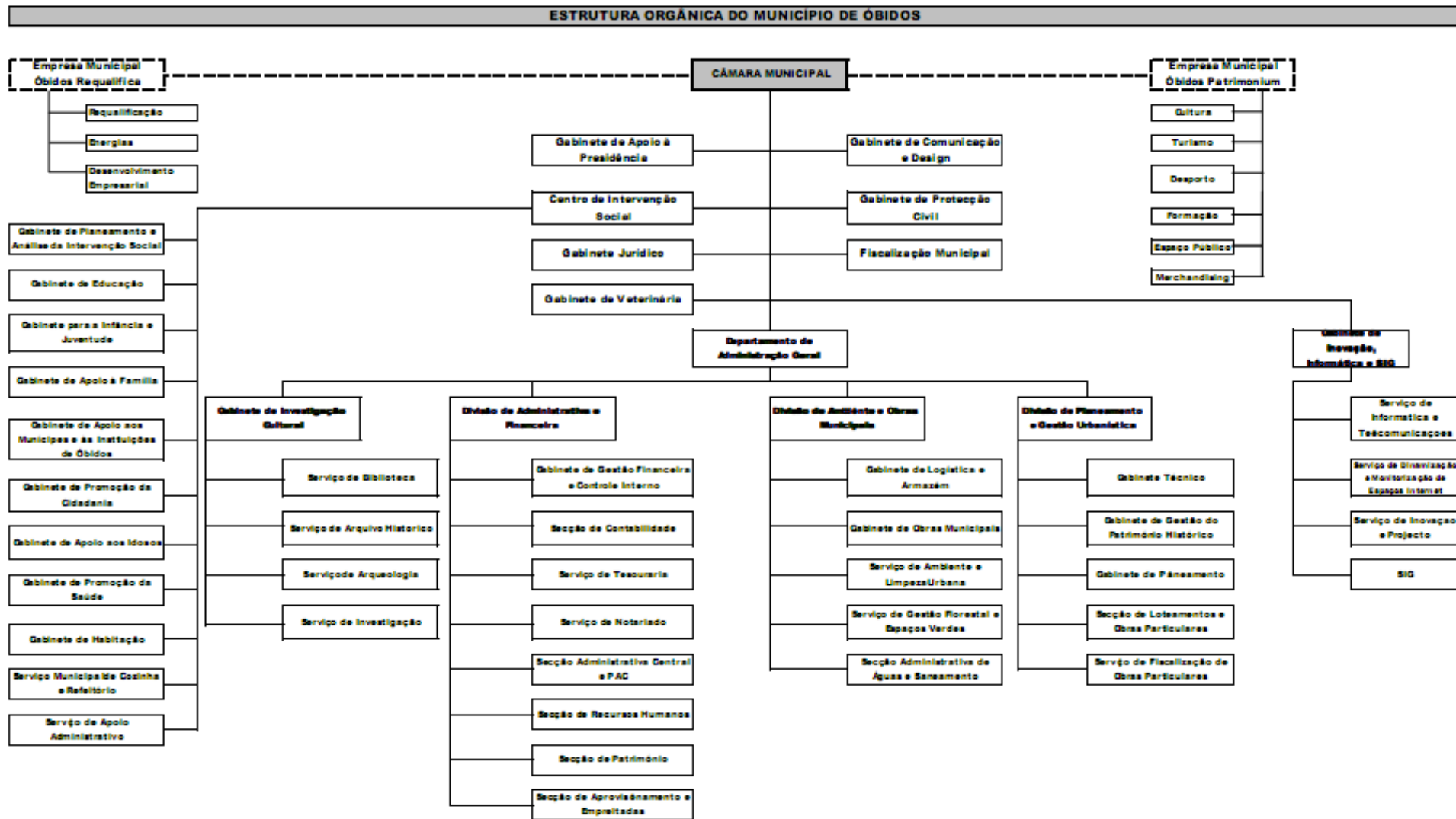
HOSPEDARIA CASA DA RAPOSEIRA Rua NPI, Porta 1.1 Bairro da Raposeira 2510 - 115 ÓBIDOS (500 m) Telef. 252 959 552 6 Quartos/ Room/ Chambres	01.05.11	Individual Single	€ 30,00	
	31.10.11	Duplo/ Double	€ 35,00	
		Tripla	€ 45,00	
HOTEL ARGONAUTA Rua Adelaide Ribalmeia, 14 2510 - 045 ÓBIDOS Telef. 252 955 055 T.M. 95 3024175 Email: hotel.argonauta@orange.pt 1 Quarto Duplo/ Double Room/ Chambre double 1 Dormitório 4to com 4 camas extra/ Dorm. 4to with 4 extra beds	01.05.11	Duplo/ Double	€ 50,00	
	31.05.11	Comitório Misto/ Mix Dorm/ (Free per person/ Free per pers) Cama extra/ Extra bed	€ 25,00 + 15,00	
HOTEL REAL D'ÓBIDOS Rua D. João de Ornelas 2510 - 074 ÓBIDOS Telef. 252 955 090 / 7 Fax. 252 955 099 Site: www.hotelrealdobidos.com Email: real@realdobidos.com 17 Quartos/ Room/ Chambres Piscina/ Swimming-pool/ Piscine		Individual Single Standard Superior		
		Duplo/ Double Standard Superior		
		Suite (1 x 2 Pax)		
PRINCE OF THE MARRIOTT GOLF & BEACH RESORT **** Av. D. Inês de Castro, nº 1 Vale de Janeiro Amadora 2510 - 451 ÓBIDOS (15 Km) Telef. 252 905 100 Fax. 252 905 101 / 252 905 112 Site: www.marriott.com/golf www.prince-of-the-marriott.com Email: reservations@marriott-pt.com 179 Quartos/ Room/ Chambres Piscina/ Swimming-pool/ Piscine	15.07.11	Individual Single	a/to € 201,00 € 257,00	
	20.05.11	Duplo/ Double	a/to € 217,00 € 273,00	
		Suite Júnior Suite Suite Presidencial	€ 428,00 € 481,00 € 684,00	
CASA DO POÇO (TH) Travessa da Rua Nova 2510 - 055 ÓBIDOS Telef. 252 959 255 Fax. 252 959 252 Email: casa.dorochedo@apo.pt 4 Quartos/ Room/ Chambres		Individual Single		
		Duplo/ Double		
		Tripla		
CASA DO RELÓGIO (TH) Rua da Graça, Apartado 12 2510 - 909 ÓBIDOS Telef. 252 959 252 / 252 955 554 Fax. 252 959 252 / 252 955 559 Email: casa.relogio@iol.pt Site: www.casadorelogio.com 5 Quartos/ Room/ Chambres	01.04.11	Individual Single	€ 45,00	
	31.07.11	Duplo/ Double	a/to € 45,00 € 60,00	
		Tripla	€ 80,00	
CASA DO ROCHEDO (TH) Rua do Jogo de Bola 2510 - 075 ÓBIDOS Telef. 252 959 120 Fax. 252 959 252 Email: casa.dorochedo@apo.pt 6 Quartos/ Room/ Chambres Piscina/ Swimming-pool/ Piscine		Individual Single		
		Duplo/ Double		
		Tripla		

RESIDENCIAL ALCAIDARIA MOR Praça Dr. Américo Penedo, 5 – 8 2510 – 408 AMOREIRA, CSD (9 Km) Telef./Fax.: 252 959 948 5 Quartos/ Rooms/ Chambers	Dupla/ Double Twin
BOM SUCESSO – DESIGN RESORT LEISURE & GOLF**** Bom Sucesso 2510 – 552 VAU Telef.: 252 965300 / 252 965552 Fax.: 252 965309 / 252 965505 E-mail: info@bomsucesso.pt Site: www.bomsucesso.pt GPS: N39 382 49W W9 245124 N39° 22'57.00" W9°14'44.59"	Townhouse: 1 Quarto/Room atp 2 Quartos/Rooms atp 3 Quartos/Rooms atp
QUINTA DA AZENHA Rua da Azenha Olho Marinho 2510 – 505 Ólidos Telef.: 252 955 155 Fax.: (Reservas) 252 955 157 E-mail: (Reservas): geral@quintadazinha.com Web site: www.quintadazinha.com 12 Quartos/Rooms/ Chambers 2 Piscinas/Swimming-pools/Piscinas	Individual/Single Dupla/Double

Mapa do Alojamento de Óbidos



Estrutura Orgânica do Município de Óbidos



Flayer Promocional da Vila de Óbidos





1 CRUZEIRO DA MEMÓRIA
Construído no séc. XV para comemorar a vitória de D. Afonso Henriques sobre os Mouros.

2 IGREJA DE SÃO JOÃO BAPTISTA
(antiga Capela de S. Vicente)
Fundada pelo rei D. João I em 1309. Ampliada no séc. XV. Atualmente o Museu Paroquial de Obidos.

3 AQUEDUTO
Obra atribuída pelo rei D. Catarina de Áustria no séc. XVI.

4 PORTA DA VILA
Principal porta de acesso à Vila, construída entre 1380. Abre para a estrada da N.º 5ª da Pedra.

5 CENTRO DE DESIGN DE INTERIORES (CDI)
Espaço pedagógico para a promoção do Design.

6 AUDITÓRIO MUNICIPAL CASA DA MÚSICA

7 PADRÃO CAMONIANO (1932)
Monumento de homenagem a Camões, projetado pelo arquiteto Raúl Lino.

8 RUA DIREITA
Principal rua da Vila, definida nos séculos XIII e XIV, ligando a Porta da Vila ao Castelo.

9 PAÇOS DO CONCELHO

10 CAPELA DE S. MARTINHO
Capela gótica-funúria (1331).

11 IGREJA DE SÃO PEDRO
Edificada no séc. XII-XIV, foi reconstruída após o terremoto de 1755. Retábulo em talha dourada (1690-1705).

12 IGREJA DA MISERICÓRDIA
Fundada pelo rei D. Leonor no séc. XVI. Possui um importante espólio artístico.

13 MUSEU ABÍLIO DE MATTOS E SILVA
Antiga Capela do Concelho, ligada ao Município e ao Museu Municipal em 1970. Adaptada para albergar a obra do artista Abílio de Mattos e Silva.

14 CASA DO ARCO (DA CADEIA)
Construção dos séculos XIV/XV. Casa-Museu Maria José Salazar e Abílio de Mattos e Silva.

15 IGREJA (MATRIZ) DE SANTA MARIA
Erigida no séc. XII e reconstruída no séc. XVI. Túmulo renascentista de D. João de Noronha (1525). Retábulo de Santa Catarina da autoria de João de Obidos (1661) e revestimento azulejar barroco (1696).

16 MUSEU MUNICIPAL / SOLAR DA PRAÇA DESTA MARIA (séc. XVIII)
Valeu coleção de Arte Sacra. Foi residência do prior Eduardo Mallo.

17 GALERIA NOVA OGIVA
Espaço dedicado à Arte Contemporânea.

18 PELOURINHO
Erigido em 1513, é símbolo da autonomia Municipal.

19 CASA DO PELOURINHO
Galeria Municipal e Espaço Memorial.

20 TELHEIRO
Antigo mercado.

21 IGREJA DE SANTIAGO
Edificada em 1186, foi reconstruída após o terremoto de 1755.

22 PARQUE CINÉTICO

23 ERMIDA DE N.º SR.ª DO CARMO
Implantada o século XVIII, reconstruída no séc. XVIII. Porta Gótica.

24 CERCA DO CASTELO
Antiga linha de muralha.

25 CASTELO
Serviço de Apoio Real e das Alcaides. Adaptado em 1950 na primeira Rua da História.

26 PORTA DE N.º SR.ª DA GRAÇA
Antiga Porta da Vila (séc. XII-XIII). Alterada em pedra lavada 1722.

27 ERMIDA DE N.º SR.ª DE MONSERRATE
De origem gótica, foi reconstruída no final do séc. XVI. Abre para o Jardim Terrestre São Francisco desde 1730.

28 SANTUÁRIO DO SR. JESUS DA PEDRA
Uma das principais construções barrocas em Portugal. Venerada cruz de pedra polia-crã.

Balanço Consolidado de 2010

40 - Ativo Fixo
41 - Ativo Realizável a Longo Prazo
42 - Ativo Líquido

CÓDIGO DAS CONTAS	PASSIVO	EXERCÍCIOS	
		N	N-1
	Fundos próprios:		
51	Património	33.933.235,66 €	33.933.235,66 €
55	Ajustamento de partes de capital em empresas	- €	- €
56	Reservas de reavaliação	- €	- €
	Reservas:		
571	Reservas legais	2.059.324,72 €	1.990.068,46 €
572	Reservas estatutárias	- €	- €
573	Reservas contratuais	- €	- €
574	Reservas livres	- €	- €
575	Subsídios	- €	- €
576	Doações	- €	- €
577	Reservas decorrentes de transferências de activos	- €	- €
59	Resultados transferidos	9.353.544,26 €	10.710.127,31 €
	Diferença de Consolidação	26.639.016,12 €	25.213.176,81 €
88	Resultado líquido em exercício	429.105,76 €	603.958,25 €
	Total dos Fundos Próprios	29.810.439,76 €	27.211.268,14 €
	Passivo:		
292	Provisões para riscos e encargos	- €	- €
2312	Dívidas a terceiros - Médio e longo prazos (a)	7.359.901,74 €	5.357.019,46 €
	Dívidas a terceiros - Curto Prazo		
2311	Empréstimos de curto prazo	- €	- €
289	Adiantamentos por conta de vendas	- €	- €
221	Fornecedores c/c	3.997.468,58 €	3.398.807,05 €
228	Fornecedores - Facturas em recepção e conferência	13.830,18 €	10.174,38 €
252	Credores pela execução do orçamento	- €	- €
219	Adiantamentos de clientes, contribuintes e utentes	10.777,50 €	8.277,50 €
2611	Fornecedores de imobilizado c/c	800.214,04 €	2.529.115,42 €
24	Estado e outros entes públicos	339.924,12 €	317.849,64 €
264	Administração autárquica	- €	- €
262+263+267+268	Outros credores	3.615.202,79 €	4.077.742,93 €
222+2612+262	Garantias e Cauções	- €	- €
		16.137.318,95 €	15.698.906,38 €
	Acréscimos e diferimentos:		
273	Acréscimos de custos	1.293.629,97 €	803.290,55 €
274	Proveitos diferidos	17.601.030,57 €	14.689.713,39 €
		18.894.660,54 €	15.493.003,94 €
	Total do PASSIVO	35.031.979,49 €	31.191.990,32 €
	Total dos FUNDOS PRÓPRIOS E PASSIVO	64.842.419,25 €	58.403.258,46 €

Órgão Executivo

Em ____/____/____

Órgão Deliberativo

Em ____/____/____