



**P**Low**DeR**

DATA MANAGEMENT PLATFORM  
OF ECONOMIC ACTIVITIES' IMPACT  
ON LOW DENSITY TERRITORIES

# **Projeto PLowDeR**

## **Relatório Final**



universidade de aveiro  
theoria poiesis praxis

## **FICHA TÉCNICA**

### **Título:**

Projeto PlowDeR: Relatório Final

### **Coordenador:**

Carlos Alberto Lourenço dos Santos

### **Autores:**

Ana Isabel Pires Beato Alves de Melo  
Augusta da Conceição Santos Ferreira  
Carlos Alberto Lourenço dos Santos  
Dalila Marisa Conceição Dias Augusto  
Gonçalo Nuno de Castro Oliveira Gomes  
Graça Maria do Carmo Azevedo  
Maria Manuela Santos Natário  
Paula Alexandra Leal Rocha  
Ricardo Oliveira Braga Moreira Biscaia  
Rúben Diogo Freitas Duarte  
Rui Pedro Figueiredo Marques

### **Editora:**

UA Editora – Universidade de Aveiro

1ª edição – janeiro 2020

### **ISBN:**

978-972-789-628-8

# ÍNDICE

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
2.1	TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE .....	5
2.2	TURISMO EM TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE .....	7
2.3	INDICADORES ESPECÍFICOS PARA OS TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE .....	10
<b>3</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DAS AHP .....</b>	<b>21</b>
3.1	ALMEIDA .....	21
3.2	BELMONTE .....	22
3.3	CASTELO MENDO .....	24
3.4	CASTELO NOVO .....	25
3.5	CASTELO RODRIGO .....	26
3.6	IDANHA-A-VELHA .....	27
3.7	LINHARES DA BEIRA .....	28
3.8	MARIALVA .....	29
3.9	MONSANTO .....	30
3.10	PIÓDÃO .....	30
3.11	SORTELHA .....	31
3.12	TRANCOSO .....	33
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>35</b>
4.1	METODOLOGIA PARA O DESENHO DA <i>FRAMEWORK</i> E DOS INDICADORES .....	35
4.2	TRABALHO DE CAMPO .....	38
4.3	FOCUS GROUPS .....	40
<b>5</b>	<b>A FRAMEWORK PLOWDER .....</b>	<b>43</b>
5.1	DIMENSÕES DE CARACTERIZAÇÃO .....	43
5.1.1	<i>Impacto económico</i> .....	44
5.1.2	<i>Impacto social</i> .....	44
5.1.3	<i>Impacto ambiental</i> .....	45
5.1.4	<i>Impacto na habitabilidade</i> .....	46
5.1.5	<i>Impacto na viabilidade</i> .....	46
5.1.6	<i>Impacto na equidade</i> .....	47
5.1.7	<i>Impacto na sustentabilidade</i> .....	47
5.2	DIMENSÕES DE AGREGAÇÃO .....	47
5.2.1	<i>Ecossistema</i> .....	48
5.2.2	<i>Bem-estar</i> .....	48
5.2.3	<i>Satisfação</i> .....	48
5.2.4	<i>Cultura</i> .....	49
5.2.5	<i>Vitalidade económica</i> .....	49
5.2.6	<i>Emprego</i> .....	49
5.2.7	<i>Marketing</i> .....	50
5.2.8	<i>Mobilidade e acessibilidade</i> .....	50
5.3	LISTA DE INDICADORES .....	50

<b>6</b>	<b>A PLATAFORMA ILDA .....</b>	<b>59</b>
6.1	INTRODUÇÃO E METODOLOGIA .....	59
6.2	CONCEPTUALIZAÇÃO E PROTOTIPAGEM.....	60
6.3	INQUÉRITOS POR QUESTIONÁRIO PARA RECOLHA DE DADOS.....	65
6.4	PRÉ-TESTE DA RECOLHA DE DADOS.....	67
6.5	RECOLHA DE DADOS .....	67
<b>7</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS .....</b>	<b>73</b>
7.1	RESULTADOS POR INDICADOR E DIMENSÃO DE AGREGAÇÃO .....	73
7.1.1	<i>Vitalidade económica</i> .....	74
7.1.2	<i>Emprego</i> .....	79
7.1.3	<i>Marketing</i> .....	84
7.1.4	<i>Cultura</i> .....	87
7.1.5	<i>Ecossistema</i> .....	87
7.1.6	<i>Mobilidade e acessibilidade</i> .....	88
7.1.7	<i>Bem-estar</i> .....	88
7.1.8	<i>Satisfação</i> .....	90
7.2	ANÁLISE COMPLEMENTAR DOS DADOS .....	96
7.2.1	<i>Residentes</i> .....	96
7.2.2	<i>Visitantes</i> .....	102
7.3	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	109
<b>8</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>113</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>115</b>
	<b>ANEXO A – OBJETIVOS DAS DIMENSÕES DE CARACTERIZAÇÃO .....</b>	<b>119</b>
	<b>ANEXO B – FICHA TÉCNICA DE INDICADORES.....</b>	<b>125</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

---

Figura 2.1 - Campo de soluções para o problema do ambiente e do desenvolvimento .....	13
Figura 5.1 - Dimensões clássicas de desenvolvimento sustentável.....	43
Figura 6.1 - Arquitetura funcional da proposta de solução .....	62
Figura 6.2 - Base de dados para armazenamento de dados recolha (exportado do MySQL WorkBench) .....	64

---

promotores



Turismo  
Centro  
Portugal



universidade de aveiro  
theoria possui praxis



programa



Fundação  
para a Ciência  
e a Tecnologia

co-financiamento



[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 2.1 – Indicadores da competitividade do turismo .....	11
Tabela 2.2 – Indicadores de desempenho social e cultural e económico, segundo a VISIT .....	15
Tabela 2.3 – Dimensões e indicadores para medir o turismo sustentável .....	15
Tabela 2.4 – Categorias de características de produtos e atividades do turismo segundo Obst (Obst, 2016b).....	16
Tabela 2.5 – Problemáticas associadas ao turismo sustentável segundo Tanguay <i>et al.</i> (2013).....	17
Tabela 2.6 – Temas a monitorizar no turismo sustentável segundo Blackstock <i>et al.</i> (2008) .....	17
Tabela 4.1 – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caracterização e de agregação (versão 1).....	37
Tabela 4.2 – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caracterização e de agregação (versão 2).....	40
Tabela 4.3 – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caracterização e de agregação (versão 3).....	41
Tabela 5.1 – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de agregação e caracterização.....	51
Tabela 6.1 – Tipos de utilizador e respetivas descrições de utilização.....	63
Tabela 6.2 – Dados globais das aldeias históricas de Portugal.....	68
Tabela 6.3 – Respostas obtidas na primeira recolha de dados junto dos residentes e dos agentes económicos .....	69
Tabela 7.1 – Satisfação relativamente ao orgulho, à recomendação de visita e à colaboração dos residentes .....	97
Tabela 7.2 – Nível de satisfação médio dos residentes, por aldeia.....	98
Tabela 7.3 – Nível de satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por idade .....	99
Tabela 7.4 – Nível de satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por sexo.....	99
Tabela 7.5 – Satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por nível de escolaridade .....	100
Tabela 7.6 – Recomendação dos residentes de visita à aldeia e colaboração em eventos por nível de escolaridade.....	100
Tabela 7.7 – Satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por dificuldade motora.....	101
Tabela 7.8 – Satisfação dos residentes relativamente a variáveis dependentes, por dimensão do agregado familiar .....	102
Tabela 7.9 – Participação na dinamização de atividades e eventos turísticos por dimensão do agregado familiar .....	102
Tabela 7.10 – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP relativamente a algumas variáveis dependentes, por idade .	103
Tabela 7.11 – Nível de satisfação dos visitantes relativamente à rAHP, por idade .....	104
Tabela 7.12 – Nível de satisfação dos visitantes relativamente a algumas variáveis dependentes, por sexo.....	104
Tabela 7.13 – Satisfação dos visitantes relativamente a algumas variáveis dependentes, por nível de escolaridade .....	105
Tabela 7.14 – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP, por nível de escolaridade (média) .....	106
Tabela 7.15 – Satisfação dos visitantes relativamente a variáveis dependentes, tendo em conta a dificuldade motora .	106
Tabela 7.16 – Diferenças de médias por nacionalidade do visitante .....	108
Tabela 7.17 – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP, por nacionalidade (média).....	109
Tabela A. 1 – Objetivos identificados na dimensão ecossistema .....	119
Tabela A. 2 – Objetivos identificados na dimensão bem-estar .....	119
Tabela A. 3 – Objetivos identificados na dimensão satisfação .....	120
Tabela A. 4 – Objetivos identificados na dimensão satisfação .....	120
Tabela A. 5 – Objetivos identificados na dimensão emprego .....	121
Tabela A. 6 – Objetivos identificados na dimensão vitalidade económica .....	122
Tabela A. 7 – Objetivos identificados na dimensão marketing .....	123
Tabela A. 8 – Objetivos identificados na dimensão mobilidade e acessibilidade .....	123

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento





## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 5.1 – Indicadores da dimensão ecossistema .....	52
Quadro 5.2 – Indicadores da dimensão bem-estar.....	52
Quadro 5.3 – Indicadores da dimensão mobilidade e acessibilidade .....	53
Quadro 5.4 – Indicadores da dimensão satisfação.....	54
Quadro 5.5 – Indicadores da dimensão cultura .....	55
Quadro 5.6 – Indicadores da dimensão marketing .....	55
Quadro 5.7 – Indicadores da dimensão vitalidade económica .....	56
Quadro 5.8 – Indicadores da dimensão emprego .....	57
Quadro 7.1 – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (sexo).....	74
Quadro 7.2 – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (grupo etário).....	74
Quadro 7.3 – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (nacionalidade) .....	75
Quadro 7.4 – Percentagem de dormidas, por tipo de alojamento .....	75
Quadro 7.5 – Estada média (em dias) dos hóspedes, por tipo de alojamento .....	75
Quadro 7.6 – Total das despesas relacionadas e não relacionadas com pessoal dos agentes económicos turísticos .....	76
Quadro 7.7 – Preço médio de uma refeição, no destino turístico .....	76
Quadro 7.8 – Preço médio mensal de uma dormida, no destino turístico .....	76
Quadro 7.9 – Percentagem de compras a fornecedores locais.....	77
Quadro 7.10 – Taxa de ocupação mensal, por tipo de alojamento .....	77
Quadro 7.11 – Capacidade nos estabelecimentos de alojamento turístico coletivo, por tipo de alojamento .....	77
Quadro 7.12 – Capacidade da restauração, por tipo de estabelecimento.....	78
Quadro 7.13 – Capacidade dos outros estabelecimentos turísticos (número), por tipo de estabelecimento .....	78
Quadro 7.14 – Percentagem de negócios turísticos detidos por locais, no destino turístico.....	79
Quadro 7.15 – Percentagem de alojamento que serve refeições .....	79
Quadro 7.16 – Percentagem de empregados por tipo de alojamento.....	80
Quadro 7.17 – Percentagem de empregados, por tipo de estabelecimento de restauração, bebidas e similares .....	80
Quadro 7.18 – Percentagem total de empregados, por tipo de "outra atividade económica turística".....	81
Quadro 7.19 – Percentagem de colaboradores no setor turístico com conhecimento de línguas, no destino turístico .....	81
Quadro 7.20 – Percentagem de colaboradores no setor turístico, residentes no destino turístico.....	81
Quadro 7.21 – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por nível de escolaridade.....	82
Quadro 7.22 – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por idade.....	82
Quadro 7.23 – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por sexo .....	83
Quadro 7.24 – Escalão de salário médio, mensal, dos empregados no setor turístico.....	83
Quadro 7.25 – Percentagem de colaboradores no setor turístico com formação de base na área do turismo .....	83
Quadro 7.26 – Percentagem de colaboradores que frequentaram ações de formação na área do turismo .....	84
Quadro 7.27 – Percentagem de agentes económicos turísticos que utilizam a marca do destino turístico (AHP) .....	84
Quadro 7.28 – Percentagem de visitantes, por fonte de informação relativamente ao destino turístico (AHP) .....	85
Quadro 7.29 – Número de prémios recebidos, no âmbito de atividades turísticas .....	85
Quadro 7.30 – Satisfação dos agentes económicos turísticos locais com a promoção que é feita ao seu negócio .....	86
Quadro 7.31 – Satisfação dos agentes económicos com a informação disponibilizada sobre o destino turístico.....	86
Quadro 7.32 – Percentagem de visitantes atraídos pela rAHP, segundo a motivação .....	86
Quadro 7.33 – Percentagem de agentes económicos que possuem certificação formal, além da obrigatória.....	87
Quadro 7.34 – Percentagem de agentes económicos turísticos que são inspecionados .....	88
Quadro 7.35 – Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com a associação a marcas de agregação .....	89
Quadro 7.36 – Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com o impacto do turismo na comunidade .....	89
Quadro 7.37 – Percentagem de residentes orgulhosos de pertencer à comunidade e cultura locais .....	90
Quadro 7.38 – Percentagem de residentes que participa ativamente nas atividades turísticas .....	90
Quadro 7.39 – Nível de satisfação dos visitantes com a experiência global .....	91
Quadro 7.40 – Nível de satisfação dos visitantes com a segurança do destino turístico .....	91

Quadro 7.41 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração.....	91
Quadro 7.42 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares .	92
Quadro 7.43 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade do alojamento .....	92
Quadro 7.44 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas .....	92
Quadro 7.45 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades culturais realizadas .....	93
Quadro 7.46 – Nível de satisfação dos visitantes em relação ao nível de limpeza/higiene dos espaços públicos .....	93
Quadro 7.47 – Nível de satisfação dos visitantes com a informação disponibilizada .....	93
Quadro 7.48 – Nível de satisfação dos visitantes com o comércio local/tradicional.....	94
Quadro 7.49 – Nível de satisfação dos visitantes com as empresas de animação turística.....	94
Quadro 7.50 – Nível de satisfação dos visitantes com os locais de interesse .....	94
Quadro 7.51 – Nível de satisfação dos visitantes com as vias de acesso .....	95
Quadro 7.52 – Nível de satisfação dos visitantes com a rede de transportes pública .....	95
Quadro 7.53 – Nível de satisfação dos visitantes com as rotas e percursos pedestres.....	95
Quadro 7.54 – Nível de satisfação dos visitantes com as redes de comunicação .....	96
Quadro 7.55 – Nível de satisfação dos visitantes com os cuidados médicos existentes no destino turístico.....	96
Quadro 7.56 – Residentes, com dificuldade motora, que colaboram na dinamização de atividades e eventos .....	101
Quadro 7.57 – Satisfação média relativamente à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares .....	107
 Quadro B. 1 – Codificação dos indicadores primários e derivados.....	 125
Quadro B. 2 – Caracterização dos indicadores primários e derivados .....	125

# 1 INTRODUÇÃO

---

O Interior de Portugal é caracterizado por ter territórios de baixa densidade populacional, com fracas vias de comunicação, escassos serviços públicos e privados, uma dinâmica económica débil e reduzida capacidade para atrair investimentos que ajudem a fixar as populações, quando comparado com o Litoral.

A sustentabilidade a curto, médio e longo prazos dos territórios de baixa densidade requer uma estratégia assente em fatores e recursos endógenos e enquadrada nos objetivos da Estratégia Europa 2020 para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, que se focalize nos resultados e que procure maximizar o impacto do financiamento da União Europeia. Neste contexto, importa perceber como as regiões e os seus atores podem gerar mecanismos endógenos de criação de riqueza com base nos seus recursos específicos (Alves, 2007), e como se podem avaliar os resultados (sociais e económicos) da aplicação desses recursos.

A rede Aldeias Históricas de Portugal (rAHP) integra 12 aldeias unidas por características históricas, patrimoniais, paisagísticas e, também, pela sua interioridade: Almeida; Belmonte; Castelo Mendo; Castelo Novo; Castelo Rodrigo; Idanha-a-Velha; Linhares da Beira; Marialva; Monsanto; Piódão; Sortelha e Trancoso. Estas aldeias estão inseridas em três NUTS III – Beiras e Serra da Estrela; Beira Baixa e Região de Coimbra –, integradas na NUTS II Centro.

A indisponibilidade de dados estatísticos oficiais desagregados ao nível da aldeia, intramuros, e o facto de três das aldeias que integram a rAHP serem sede de concelho (Almeida, Belmonte e Trancoso) ou de haver concelhos em que coexistem duas aldeias pertencentes à rAHP (Almeida e Idanha-a-Nova), tem dificultado ou impossibilitado o estudo em profundidade, e real, do impacto social e económico das atividades turísticas das aldeias pertencentes à rAHP.

Face à ausência de estudos nesta área, considera-se que estudar o impacto da criação da rAHP na economia regional e no contexto social é inovador e de grande relevância. A inovação e relevância do estudo passam, essencialmente, pelo desenho de indicadores mais adequados e completos,

atendendo às particularidades já referidas e à melhoria das possibilidades de recolha de informação verificadas nos últimos anos.

O projeto PLOWDeR surge com o intuito de criar um mecanismo de monitorização de um conjunto de dimensões consideradas relevantes para análise do impacto social e económico das atividades turísticas nos territórios de baixa densidade, tendo como caso de estudo a rAHP.

Assim, o projeto PLOWDeR tem como objetivo principal definir um conjunto de indicadores integrados numa *framework* para avaliar o impacto económico e social das atividades turísticas das Aldeias Históricas de Portugal (AHP). No âmbito do projeto foi ainda desenvolvida uma plataforma tecnológica, para permitir a recolha de dados e a gestão dos dados recolhidos e o protótipo de uma aplicação móvel para monitorizar a satisfação dos visitantes das AHP.

Ao avaliar o impacto económico e social das atividades turísticas das AHP nos territórios de baixa densidade em que estão inseridas, através da criação de um conjunto de indicadores, espera-se que o projeto não só forneça às AHP os dados necessários para planearem a sua estratégia de desenvolvimento, mas que também contribua para apoiar a tomada de decisão por parte das entidades que necessitam de ter indicadores económicos e sociais relacionados com a valorização do património. Para além disso, espera-se que o projeto permita a transferência de conhecimento para as comunidades académicas, através da melhoria dos *curricula* de algumas unidades curriculares, e que promova a atração de turistas, novos investidores e habitantes para as AHP, contribuindo, deste modo, para a sua sustentabilidade e para o desenvolvimento dos territórios de baixa densidade em que se inserem.

Para concretizar os objetivos deste projeto, após a revisão da literatura e devida construção da *framework*, seguiu-se o trabalho de seleção e definição dos indicadores de forma a ser dada resposta às dimensões definidas na *framework*. Este trabalho foi validado junto de diversos *stakeholders*: académicos; políticos; agentes económicos e residentes. De seguida, procedeu-se ao trabalho de construção do instrumento de recolha de dados (Inquérito por Questionário) para alimentar os indicadores, quer na versão física (em papel), quer digital (*online*), via plataforma tecnológica. Finalmente, os indicadores foram calculados e os resultados analisados.

Este relatório, para além deste capítulo, onde se faz a sua introdução, apresenta no segundo capítulo o enquadramento teórico. O terceiro capítulo apresenta uma breve caracterização das Aldeias Históricas de Portugal. No capítulo seguinte, capítulo quatro, é apresentado o enquadramento metodológico, dividido em três partes: a construção dos indicadores da *framework*, a construção do instrumento de recolha de dados e a administração do inquérito por questionário. O capítulo cinco

desenvolve e descreve o trabalho de construção das dimensões de caracterização e de agregação que compõem a *framework* de indicadores, bem como os requisitos tidos em conta na sua construção. No capítulo seis apresenta-se a plataforma – *Indicators for Low Density Areas* (ILDA) –. O capítulo sete é dedicado ao tratamento e análise de dados, onde cada uma das dimensões de caracterização é tratada individualmente, seguindo-se um trabalho de análise complementar dos dados, isto é, da informação recolhida por inquérito por questionário que não é utilizada diretamente para o cálculo dos indicadores, mas que complementa a análise global. Esta análise complementar debruça-se sobre dois grupos populacionais: os residentes e os visitantes.

Finalmente, no capítulo oito são apresentadas as principais conclusões e possíveis desenvolvimentos do trabalho feito no âmbito deste projeto.

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# 2

## ENQUADRAMENTO TEÓRICO

---

### 2.1 Territórios de baixa densidade

Conforme referido no capítulo anterior, a rAHP está inserida nos designados “territórios de baixa densidade”, caracterizados pelo crescente despovoamento (C. Santos & Ferreira, 2010b, 2010a), estagnação e atraso (Azevedo, 2011; Johansson & Rauhut, 2002), e pelos níveis de desajustamento social e económicos difíceis de reverter, associados a menores níveis de desenvolvimento (Domingos, 2009).

M. Santos (2012) apresenta uma caracterização genérica dos territórios de baixa densidade, realçando o facto de se tratarem de territórios: com pequenos aglomerados populacionais; com duplo envelhecimento – por via da saída dos jovens e da baixa taxa de natalidade; e com um tecido empresarial micro e pequeno, em que grande parte da população ativa preenche lugares nos serviços não comercializáveis. Estas características conduzem, por um lado, à perda de capital humano e, por outro, ao défice de investimento endógeno e móvel em atividades de base inovadoras.

Ferrão (2015) designa estes territórios de baixa densidade como territórios de baixo nível relacional, ou seja, onde as interações entre as pessoas são reduzidas, consequência do envelhecimento e/ou da fraca mobilidade, e ainda, do baixo nível relacional entre instituições, como a fraca cooperação entre empresas, autarquias e unidades de investigação e de ensino superior.

Ainda segundo Ferrão (2015), estas características dos territórios de baixa densidade dizem respeito a dois terços do território nacional, com diversas consequências: perda de saberes, culturas e identidade; fraco poder de compra destas populações; défice de mobilidade que se podem traduzir em diversos riscos ecológicos. Não obstante, estes territórios oferecem potencialidades e oportunidades que devem ser identificadas e exploradas no sentido de travar os inconvenientes da desertificação do território. O capital territorial, associado à capacidade produtiva e aos recursos

naturais, aos conhecimentos tradicionais, à produção artesanal ou ao património histórico e cultural, representam fatores relevantes de atração e de mobilização de pessoas (Ferrão, 2015).

O desenvolvimento e a promoção de processos e dinâmicas de inovação em territórios de baixa densidade, associados à maior eficiência na utilização dos recursos, são fundamentais para melhorar a competitividade, dinamizar a criação de emprego e para a sua sustentabilidade. Assim, o fomento da rAHP assume-se como um elemento âncora de promoção e desenvolvimento destes territórios, contribuindo para aumentar a sua atratividade e para reter recursos e excedentes que tendem a abandonar a região.

Neste contexto, torna-se importante perceber o impacto da rAHP nos territórios onde está inserida e detetar novas formas para intensificar as dinâmicas de inovação e de competitividade destas aldeias com base no paradigma abrangente e inclusivo de inovação. É a partir deste conhecimento que se poderá operacionalizar um referencial metodológico capaz de se estender a outros territórios e ancorar a conceção e o desenho de políticas e esquemas de incentivos públicos eficazes, designadamente para concretizar a Estratégia 2020 (Madureira, Gamito, Ferreira, & Portela, 2013).

Saliente-se que os estudos sobre os territórios de baixa densidade têm incidido, fundamentalmente, sobre o desenvolvimento de processos e dinâmicas de inovação (C. Santos & Ferreira, 2010b, 2010a), sobre as questões demográficas (Braga, Natário, Daniel, & Fernandes, 2013), sobre a procura de estratégias de eficiência coletiva (Â. Silva, Lima, & Chamusca, 2010), e sobre o fomento ao empreendedorismo (M. Santos, 2012). Numa outra vertente, os estudos realizados focam a problemática dos meios rurais, procurando identificar fatores que estimulem o seu desenvolvimento, a inovação (Madureira et al., 2013) e o empreendedorismo (Macías, Rodríguez, Fernandes, Natário, & Braga, 2014).

Com efeito, estes estudos não oferecem informação sobre os fluxos de turistas na rAHP e as transações económicas efetuadas, traduzidos em valor acrescentado para as regiões, nem sobre o impacto destes fatores na economia regional e local. Significa, assim, que há falta de estudos que meçam o impacto social e económico do turismo da rAHP no território.

Acresce que os estudos relativos ao desenvolvimento do turismo na rAHP (PROVERE, 2009), que ligam as aldeias históricas ao turismo e aos seus resultados em termos desenvolvimento local (Correia & Carvalho, 2009), e os estudos sobre a análise ao setor (Banco de Portugal, 2014), centram-se mais nas infraestruturas disponíveis do que na medição dos fluxos e impactos económicos. Acresce, ainda, que os indicadores disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), no patamar dos concelhos, pelo Banco de Portugal, pela União Europeia e pela



Organização Mundial do Turismo estão desagregados, fundamentalmente até ao nível das NUTS III, e estão mais associados às infraestruturas disponíveis, sem contemplar os de valor acrescentado pelo setor ou de impacto económico.

Os indicadores a desenvolver para medir o impacto económico e social das atividades turísticas associadas à rAHP devem, assim, permitir uma aferição do atual papel destas aldeias no seu meio envolvente e contribuir para o desenho e melhoria de políticas e estratégias que ajudem ao desenvolvimento do território. Dentro deste grupo de estratégias poderá encontrar-se, por exemplo, o Marketing Territorial (Aleixo, 2015; Pinto, 2016; Ramos & Ribeiro, 2014); o Desenvolvimento Sustentável e a Valorização dos Recursos Endógenos (Barbosa, 2014; Ferreira, 2015; A. Rodrigues, 2012), como previsto nos Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos (PROVERE), inseridos no QREN; ou o Modelo “Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização” (VRIO) adaptado ao contexto territorial (Beja, 2015). Estas estratégias poderão ser renovadas à luz dos novos indicadores recolhidos para a rAHP, estando, portanto, estes alinhados com os objetivos do Horizonte 2020 de crescimento inteligente, sustentável e inclusivo.

## 2.2 Turismo em territórios de baixa densidade

A satisfação do turista é garantida quando a ação é orientada para o consumidor, no sentido da promoção dos comportamentos de “fidelização” dos turistas que dependem das memórias e experiências positivas geradas, diz Ali *et al.* (as cited Teodoro, Dinis, Simões, & Gomes, 2017). No caso específico do turismo em territórios de baixa densidade, e segundo Teodoro *et al.* (2017), as motivações dos empreendedores no ramo turístico estão mais relacionadas com o estilo de vida que a atividade permite e a possibilidade de recuperação de ativos da família, do que com o retorno financeiro, que é, muitas vezes, lento e reduzido. Deste modo, o sucesso destes negócios é, também, medido pela satisfação alcançada por via da apreciação dos outros, que não apenas os consumidores, mas os locais, que, segundo os autores, valorizam a preservação e a promoção da herança local. Outros autores referem, ainda, o prazer associado ao receber e interagir com novas culturas, enquanto fator de satisfação dos empresários deste tipo de turismo, o que impulsiona a atividade económica nas regiões rurais, por parte daqueles que possuem maior disponibilidade financeira (L. Silva, 2006), Morrison e King (as cited Teodoro *et al.*, 2017) e Simpson (as cited Teodoro *et al.*, 2017).

No seguimento desta reflexão, é importante mencionar os três tipos de resultados, relativamente ao turismo rural, sugeridos por Polo-Peña *et al.* (2012): financeiros, “pessoais” e para o destino. Vários

são os fatores apontados para o sucesso das áreas rurais, que podem ser do tipo interno, como a receção, as instalações, os pequenos-almoços e a animação turística. Sobretudo a recriação de algumas atividades rurais, marcam o sucesso destes recursos, ou do tipo externo, como a arquitetura regional, as paisagens, a cultura e a tradição locais, ou as infraestruturas e serviços regionais, o comércio, o entretenimento e a cultura, que se afirmam relevantes para o impacto positivo junto dos visitantes (Teodoro *et al.*, 2017). Além disto, outros autores referem a importância das tecnologias da informação e comunicação para os bons resultados dos negócios turísticos em meio rural, ainda que se trate de pequenos negócios (Teodoro *et al.*, 2017), não apenas para a disponibilização de informação sobre o destino, como para o acesso a reservas e marcações. Não menos importante, estas tecnologias são também importantes para a manutenção da comunicação com os consumidores, após a visita, que poderá ser repetida ou replicada.

Porém, existem alguns constrangimentos inerentes à ruralidade, e que M. Santos (2012) analisa, diferenciando fatores e motivos que induzem problemas sobre a ação dos empreendedores nos territórios de baixa densidade, inibidores e obstaculizantes. No campo dos fatores, aponta: “i) imediatismo de se montar um negócio de apoio ao consumo em locais onde a procura é reduzida; ii) falta mais agravada de acesso a informações sobre inovação; iii) insuficiência de mecanismos (da responsabilidade do Poder Público) para facilitar a inovação tecnológica; iv) falta de conhecimento do mercado externo; e v) diminuta interação entre estabelecimentos de ensino superior e empresas”, e identifica, por sua vez, alguns motivos para os problemas que estes empreendedores enfrentam: “i) realização profissional dificultada por causas culturais e pela frouxa dinâmica económica; ii) causas familiares, tais como perda ou desemprego do cônjuge, e iii) complemento insuficiente da renda familiar” (M. Santos, 2012).

Cristina e Vieira (2014) salientam o facto de que além das visitas a museus, galerias de arte, sítios históricos e arqueológicos, o turismo cultural diz, também, respeito à cultura contemporânea e ao modo de vida do povo de uma região. Daí, também, a necessidade de manter a qualidade de vida dos habitantes, a reprodução e a transferência cultural e histórica.

Vários estudos demonstram o envolvimento da comunidade local no desenvolvimento do turismo, sendo consensual que, para um desenvolvimento sustentável do turismo, é necessária a participação dos residentes. Sobre isto, segundo Cristina e Vieira (2014), a perceção dos residentes é tendencialmente positiva, relativamente ao impacto económico do turismo. Porém, têm-se verificado impactos negativos, nomeadamente de âmbito cultural, social e ambiental e, por isso, o “turismo deve respeitar os direitos e desejos dos povos locais e prover a oportunidade para que

ampos sectores da comunidade contribuam nas decisões, no planeamento e na administração do turismo” (A. P. Rodrigues, Vieira, Marques, & Teixeira, 2014 p. 18).

De acordo com Fonseca e Ramos (2008), o turismo em Portugal é considerado uma das atividades mais capazes para impulsionar a economia rural. Várias foram as estratégias delineadas neste sentido, como o Plano Estratégico Nacional para o Desenvolvimento Rural, o Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território ou o Plano Estratégico Nacional para o Turismo, que classifica como estratégicos os produtos que são originários destas regiões. Do ponto de vista científico, como tem vindo a ser debatido, o turismo é, também, apontado como detentor de um importante papel para o desenvolvimento e revitalização da ruralidade.

Importa ressaltar, porém, que o desenvolvimento local de um destino turístico não passa apenas por possuir uma bela paisagem ou uma vasta gama de unidades hoteleiras. No sentido de garantir a consistência da atividade económica, é necessário reunir um conjunto diversificado de tipos de oferta, de modo a garantir as necessidades do turista, ao longo do tempo (Saraiva, 2012).

Fonseca e Ramos (2008) utilizaram Almeida - uma das 12 aldeias da rAHP - como caso de estudo sobre o turismo rural em territórios de baixa densidade. Neste estudo, um dos benefícios apontados do turismo em espaço rural, relaciona-se com a recuperação dos imóveis, embora os investidores ressalvem o facto de que a recuperação dos investimentos apenas seja atingida a médio/longo prazo, dado o baixo índice de ocupação. Outros impactos foram salientados, embora com menor relevância junto dos inquiridos, como no artesanato, na produção agroalimentar ou nas atividades de contacto com a natureza, concluindo que os contributos do turismo rural na diversificação da economia local são ainda sectoriais e reduzidos (Fonseca & Ramos, 2008). Além disto, o turismo em espaço rural não tem, ainda, o resultado esperado na promoção da cooperação entre as entidades locais, sejam elas públicas ou privadas. E, embora alguns autores afirmem que a cooperação em espaços rurais seja mais resistente (Fonseca & Ramos, 2008), esta seria relevante nestes territórios, no sentido da mitigação do individualismo, da falta de escala ou da fragmentação das ações que se promovem localmente.

Os autores defendem que os benefícios associados ao turismo em espaço rural são ainda residuais, dada ainda a fraca articulação entre este e os recursos patrimoniais e a população local (Fonseca & Ramos, 2008). Uma vez mais, são também aqui apontados, enquanto motivos do fraco desenvolvimento do turismo rural nesta região, a falta de incentivos públicos e a deficiente relação entre os agentes locais e regionais, que fragmentam o esforço e os recursos existentes. Sublinha-se ainda o facto de que a consequente conflitualidade entre os territórios rurais significa que as

estratégias de desenvolvimento rural têm falhado, representando, por isso, uma prioridade no planeamento da agenda política.

O turismo terá de ser inserido num processo mais globalizante e integrado numa dupla perspectiva: a um nível horizontal, dando prioridade à participação e ao envolvimento das entidades no processo de planeamento das actividades, articulando as restantes políticas sectoriais com o turismo e canalizando recursos e investimentos para os domínios mais carentes; e a um nível vertical, procurando aprofundar o diálogo e a integração turística à escala regional e transfronteiriça, em acções como a promoção, a definição de percursos, etc., recolhendo os benefícios do aumento da massa crítica e das sinergias que este efeito de escala promove (Fonseca & Ramos, 2008 s.p.).

## 2.3 Indicadores específicos para os territórios de baixa densidade

O turismo é reconhecido como um dos setores-chave do desenvolvimento em todos os países e uma importante fonte de rendimento, emprego e criação de riqueza, com impacto ao nível social, económico e ambiental. Com efeito, este setor tem vindo a assumir-se como um fator de competitividade dos países e das regiões (Dupeyras & MacCallum, 2013). Para avaliar a competitividade do turismo Dupeyras e MacCallum (2013) discutem um conjunto de indicadores, partindo da seguinte definição:

Tourism competitiveness for a destination is about the ability of the place to optimise its attractiveness for residents and non-residents, to deliver quality, innovative, and attractive (e.g. providing good value for money) tourism services to consumers and to gain market shares on the domestic and global market places, while ensuring that the available resources supporting tourism are used efficiently and in a sustainable way (Dupeyras & MacCallum, 2013 p. 7).

Os 11 indicadores-chave para medir a competitividade do turismo desenvolvidos por Dupeyras e MacCallum (2013) estão resumidos na Tabela 2.1 e pretendem:

- medir o desempenho e os impactos do turismo;
- avaliar a capacidade de um destino para oferecer serviços de turismo de qualidade e competitivos;
- monitorizar a atratividade de um destino;
- fornecer respostas políticas e oportunidades económicas.

**Tabela 2.1** – Indicadores da competitividade do turismo

Indicador	Descrição
Produto Interno Bruto Direto do Turismo (PIBT)	O foco é sobre impactos diretos, consumo doméstico e consumo resultante do turismo. O desafio para o futuro é medir os impactos indiretos e induzidos. Uma comparação das mudanças do PIBT ao longo dos anos é talvez a estatística mais simples da competitividade do turismo.
Receitas da entrada de turismo por visitante pelo mercado de origem	Medida da atividade económica dos visitantes identificando a taxa de crescimento ou de declínio ano-a-ano nas receitas da entrada de turismo por visitante pelo mercado de origem. O foco está no consumo da entrada turística. O desafio é a disponibilidade de dados e protocolos consistentes.
Dormidas por tipo de alojamento	Medida dos fluxos turísticos em alojamento, capturando o crescimento percentual ou declínio ano-a-ano em dormidas por tipo de alojamento ou, se não estiver disponível, em hotéis e estabelecimentos similares. O foco é nas entradas e na economia interna. O desafio está nas dormidas/alojamentos não registados.
Exportação de serviços turísticos	Medida das exportações de serviços turísticos e desempenho relativo em comparação com outros setores, capturando o crescimento ou declínio ano-a-ano em valor e em percentagem. O foco está no consumo das entradas turísticas. O desafio é recolher dados detalhados para subsegmentos. A medida mostrará mudanças no desempenho que refletem a concorrência em termos de marca, reconhecimento de valor e atração internacional.
Produtividade do trabalho nos serviços de turismo	Medida do nível e evolução da produtividade dos empregados no turismo e do potencial produtivo da economia do turismo. A produtividade é uma dimensão principal de competitividade. O desafio relaciona-se com as dificuldades de medição, em particular para abordar questões de qualidade e a especificidade do setor de turismo, incluindo a pequena dimensão das empresas.
Paridades de poder de compra (PPPs) e preços do turismo	Medida das diferenças de nível de preços do turismo entre países, expressa como índices com base (real ou artificial) escolhidos por país ou grupo de países. A mudança dos custos está entre os fatores de competitividade mais importantes. O desafio é desenvolver grupos detalhados de itens específicos do setor de turismo e preços para itens individuais.
Requisitos de visto de entrada no país	Medida de requisitos de visto de entrada, incluindo métodos de emissão de vistos e número de vistos emitidos por ano e compartilhamento de chegadas de turismo de entrada. A mobilidade do viajante é um elemento crítico e as questões de visto são parte do ambiente de competitividade. O desafio é encontrar um formato adequado para a análise de políticas, uma vez que as políticas de vistos variam consideravelmente entre países.
Recursos naturais e biodiversidade	Medida do <i>stock</i> de ativos naturais de um país, em termos de número de patrimónios naturais reconhecidos e áreas preservadas. Isso deve ser avaliado juntamente com informações sobre biodiversidade e ecossistemas, localização geográfica e densidade populacional. Os recursos naturais são os principais impulsionadores da atratividade e oferecem aos países uma vantagem competitiva. O desafio é identificar uma medida consolidada.
Recursos culturais e criativos	Número de atrações culturais e criativas reconhecidas em diferentes formas. Recursos culturais e criativos são os principais impulsionadores da atratividade. Construir uma estratégia que capitalize recursos culturais e criativos pode oferecer vantagens competitivas. O desafio é identificar uma medida consolidada.
Satisfação dos visitantes	Medida do valor de atratividade do lado da procura, usando uma medida comparável de classificação de satisfação do visitante e intenção para visitas repetidas. A satisfação dos visitantes é um importante indicador qualitativo do lado da procura. O desafio é recolher dados baseados em métodos estatísticos sólidos e permitir a comparação ao longo do tempo.
Plano Nacional de Ação de Turismo	Indicador de competitividade que reconhece a existência e a qualidade da implementação, efetividade e avaliação de um Plano Nacional de Ação de Turismo para melhorar a competitividade do turismo num país. O desafio é ver como melhor capturar o valor do plano de ação para melhorar a competitividade de um destino.

Fonte: Adaptação de Dupeyras e MacCallum (2013).

Embora estes sejam considerados indicadores de âmbito macro para aferir o impacto do turismo, e nem todos possam ser aplicáveis no contexto da rAHP, a sua importância prende-se com o facto de identificar os indicadores que já existem e que possam ajudar a desenhar os mais adequados aos contextos micro dos territórios de baixa densidade, alicerçados em características de proximidade.

Uma dimensão de grande importância para o turismo é a sustentabilidade, problemática que tem constituído uma preocupação dos governos de vários países da União Europeia através do *European Tourism Indicators System for sustainable destination management* (Beja, 2015; UE, 2013), de diversas organizações (UNWTO, 2017; UNWTO, 2004) e de diversos investigadores (Blackstock, White, Mccrum, Scott, & Hunter, 2008; Brito, 2011; Obst, 2016a, 2016b; Tanguay, Rajaonson, & Therrien, 2013). Esta preocupação tem-se focado na procura de indicadores e na elaboração de modelos que se apoiem no desenvolvimento e competitividade do turismo com sustentabilidade e qualidade de vida para os seus habitantes. O desenvolvimento sustentável pressupõe, assim, uma compreensão científica dos problemas – daí a necessidade de serem definidos critérios e instrumentos de captação da informação – devendo os países partilhar o conhecimento e as tecnologias para alcançar o fim último da sustentabilidade (UNCED, 1992).

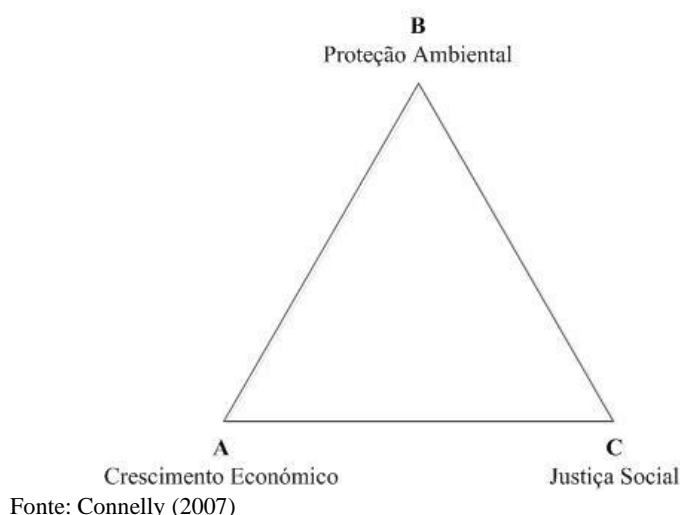
A Comissão Europeia considera que a competitividade e a sustentabilidade são indissociáveis, dado que a qualidade dos destinos turísticos é fortemente influenciada pelo seu ambiente natural, cultural e pela sua integração na comunidade local (UE, 2013, 2017). Portanto, a longo prazo, é necessário um equilíbrio entre sustentabilidade económica, sociocultural e ambiental.

Tal significa dizer que o desenvolvimento económico sustentável corresponde ao desenvolvimento total da sociedade, isto é, a sustentabilidade depende da interação das mudanças económicas (dimensão quantitativa) com as transformações sociais, culturais e ecológicas (dimensão qualitativa) (Laimer & Weiß, 2016; Obst, 2016a, 2016b). A dimensão quantitativa está associada à noção dos bens necessários para viver, ou seja, a garantia de que existem bens materiais que garantam o bem-estar físico e social e a luta contra a pobreza. Quanto à sua dimensão qualitativa esta é multifacetada, associada à garantia ecológica, social e cultural de longo prazo, potencialmente suportada pela alteração da atividade e estrutura económicas (Obst, 2016a, 2016b).

A economia sustentável resulta, assim, da demonstração de que o desenvolvimento económico coexiste com a conservação ambiental, na sua definição primária. O conceito será tanto mais útil, quanto mais aplicável for à atividade económica e social, pelo que as recomendações políticas deverão emergir em três áreas fundamentais: análise custo-benefício; decisões políticas macroeconómicas; e investigação aplicada sustentável (Barbier, 1987).

Sobre as prioridades e normas subjacentes às políticas, Connelly (2007) refere que estas estão associadas a normas e valores, a políticas específicas e à análise de práticas sobre o tema. Assim, as posições assumidas no campo das soluções dependem da ênfase atribuída aos objetivos económicos, ambientais ou sociais (ver Figura 2.1).

**Figura 2.1** - Campo de soluções para o problema do ambiente e do desenvolvimento



Fonte: Connelly (2007)

Nos vértices do triângulo (Figura 2.1) posicionam-se as abordagens extremistas, sem consideração das restantes. Nos eixos entre os vértices abre-se o debate a outras discussões: entre o ponto A e C está o debate tradicional sobre o crescimento económico e a equidade; entre o A e o B reside a discussão entre as prioridades relativas ao ambiente e ao crescimento económico; e entre o B e o C está o debate entre os objetivos ambientais e sociais. Numa posição central, entre os eixos, reside o desenvolvimento sustentável, que envolve um conjunto de indicadores capazes de medir as restantes áreas, para prosseguir uma análise (o mais ampla possível).

Nos últimos 20 anos surgiu, na academia, um conjunto de indicadores para captar a interligação entre o turismo e os sistemas económico, ambiental e social dos destinos (Brito, 2011; Kristjánssdóttir, Ólafssdóttir, & Ragnarsdóttir, 2017; Mowforth & Munt, 1998; Swarbrooke, 1999; Tanguay et al., 2013; Weaver, 2001). O objetivo era forma minimizar os impactos negativos do turismo e maximizar as potenciais mais-valias, para um território.

A preocupação com o turismo sustentável e a sua integração no planeamento estratégico deve-se, fundamentalmente, ao facto das atividades de turismo terem causado vários problemas ambientais e socioeconómicos (Tanguay et al., 2013), particularmente sobrecargas, pressões e saturações sobre os territórios. Apesar de tal facto não ser uma realidade no território em que se insere a rAHP, deverá ser salvaguardado um conjunto de critérios de acompanhamento para que o território não



venha a ser penalizado por este tipo de efeitos. Neste contexto, Blackstock *et al.* (2008), por exemplo, estudaram a relação entre a responsabilidade e a sustentabilidade através da análise de indicadores de turismo sustentável como forma de operacionalizar este conceito de turismo e para parametrizar as questões a serem monitorizadas e respondidas ao longo do tempo, contribuindo, simultaneamente, para a definição de uma estratégia para o turismo sustentável e responsável.

Assim, um passo fundamental em direção à sustentabilidade do turismo é a existência de um sistema de monitorização e de avaliação, que permita reintegrar, continuamente, o *feedback* proveniente destes processos, numa atitude de reprodutibilidade. Os modelos de planeamento turístico, nomeadamente o da “Terceira Via para o Planeamento Turístico”, da autoria de Peter Burns (2004), evidenciam a necessidade de avaliação constante nos vários momentos do processo, para que a correção dos desvios detetados seja feita em tempo útil (Brito, 2011).

Com efeito, todas as formas de turismo, em todos os tipos de destinos, incluindo o turismo de massa e os vários segmentos ou nichos de turismo, podem aplicar as diretrizes de desenvolvimento de turismo sustentável e boas práticas de gestão. Deve ser estabelecido um equilíbrio adequado entre as três dimensões: ambiental, económica e sociocultural, para garantir a sua sustentabilidade a longo prazo, tendo em conta os princípios de sustentabilidade referidos por Obst (2016a, 2016b) para o desenvolvimento do turismo.

O desenvolvimento sustentável do turismo requer, ainda, a participação de todos os *stakeholders*, bem como uma forte liderança política para garantir a ampla participação e a construção de consensos. Alcançar o turismo sustentável é um processo contínuo e requer uma monitorização constante dos impactos, com medidas preventivas e/ou corretivas sempre que necessário. Por isso é importante manter um elevado nível de satisfação do turista, garantir a consciencialização dos turistas para as questões de sustentabilidade e promover práticas de turismo sustentável Obst (2016a, 2016b).

Também a *World Tourism Organization* (UNWTO, 2017) procura desenvolver um quadro estatístico no sentido de medir o turismo sustentável. Para isso, considera três pilares integrados (modelo *triple bottom line*): económico, social e ambiental, salientando a necessidade de englobar os cinco P: Pessoas, Planeta, Paz, Prosperidade e Parceria. No mesmo sentido, Laimer e Weiß (2016) consideram que a sustentabilidade esteja ancorada em três pilares fundamentais: a sustentabilidade ecológica, a sustentabilidade social e a sustentabilidade económica.

Todavia, não é suficiente apontar quais as políticas e estratégias, quais os pilares e indicadores para promover a sustentabilidade do turismo. É fundamental efetuar a sua constante monitorização.



Neste sentido, Brito (2011), apresenta um conjunto de indicadores de sustentabilidade turística, apoiando-se na *World Tourism Organisation* (UNWTO), com indicadores de políticas de sustentabilidade, e no *Voluntary Initiatives for Sustainability in Tourism* (VISIT), com indicadores de desempenho ambiental, de desempenho social e cultural e de desempenho económico (Tabela 2.2). Com estes indicadores o autor pretende monitorizar e potenciar o desenvolvimento turístico em determinado território, numa perspetiva de sustentabilidade.

**Tabela 2.2** – Indicadores de desempenho social e cultural e económico, segundo a VISIT

Indicadores de desempenho social e cultural	Indicadores de desempenho económico
Porcentagem de empregados não residentes no sector do turismo em relação ao número total de empregos no setor do turismo	Variação sazonal dos empregos relacionados com o turismo
Duração média dos contratos de trabalho no turismo	Quota do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) da região
Porcentagem de residentes em relação aos não residentes	Variação sazonal da taxa de ocupação do alojamento
Número de furtos registados	Capacidade total de alojamento <i>per capita</i> da população residente
Ratio entre o número de turistas e o número de população hospedeira	Duração média da estadia dos turistas

Fonte: Brito (2011).

Para medir o turismo sustentável, segundo a *World Tourism Organization*<sup>1</sup> (UNWTO) (as cited Laimer & Weiß, 2016 p. 15) existem quatro grandes dimensões de indicadores que devem ser consideradas:

- indicadores de atividade económica sobre a procura e oferta turística (incluindo emprego e número de visitantes);
- indicadores ambientais sobre os recursos utilizados pela indústria do turismo (por exemplo, água, energia) e sobre os resíduos gerados pela indústria do turismo e pelos turistas (por exemplo, emissões de gases estufa, resíduos sólidos);
- indicadores ambientais sobre a condição e mudanças na condição de ecossistemas dentro da área selecionada;
- indicadores culturais e sociais relacionados à atividade turística (por exemplo, número de *sites* culturais e as taxas de visita).

Tendo em conta estas dimensões, Laimer e Weiß (2016) propõem, num estudo piloto para medir o turismo sustentável, os indicadores que se apresentam na Tabela 2.3.

**Tabela 2.3** – Dimensões e indicadores para medir o turismo sustentável

Dimensão	Indicadores
Procura de turismo e oferta de alojamento turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dormidas e chegadas por tipo de alojamento</li> <li>• Número de estabelecimentos e camas por tipo de alojamento</li> <li>• Despesas de consumo turístico de visitantes não residentes e residentes</li> </ul>

<sup>1</sup> Ver em: <http://www2.unwto.org/>.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor acrescentado direto/indireto em % PIB = VAB / PIB</li> <li>• Número de empregos e equivalentes em tempo integral (FTE) em indústrias características do turismo</li> <li>• Viagens internacionais: receitas e despesas</li> <li>• Densidade da oferta turística</li> <li>• Chegadas por modo de transporte</li> </ul>
Turismo e uso de recursos naturais	Edifícios utilizados para turismo e estabelecimentos de alojamento turístico Fontes de energia utilizadas para hotéis e estabelecimentos similares
Turismo e aspetos culturais e sociais	• Edifícios para cultura, lazer, educação e saúde

Fonte: Adaptação de Laimer e Weiß (2016).

Por sua vez, Obst (2016a, 2016b), na identificação de indicadores para o turismo sustentável, lista em primeiro lugar doze categorias de produtos e atividades características das indústrias do turismo (Tabela 2.4). Saliente-se que as categorias de 1 a 10 compreendem as principais categorias para fins de comparabilidade internacional. As duas categorias restantes são específicas do país: a categoria 11 abrange os bens característicos do turismo e as atividades de comércio a retalho e a categoria 12 engloba outros serviços e atividades características do turismo que podem ser relevantes no país.

**Tabela 2.4** – Categorias de características de produtos e atividades do turismo segundo Obst (Obst, 2016b)

Características de produtos	Características de atividades
1. Serviços de alojamento para turistas	1. Alojamento
2. Serviços de atendimento de alimentação e bebidas	2. Atividades de serviço de alimentação e bebidas
3. Serviços do transporte ferroviário de passageiros	3. Transporte ferroviário de passageiros
4. Serviços do transporte rodoviário de passageiros	4. Transporte rodoviário de passageiros
5. Serviços do transporte marítimo de passageiros	5. Transporte marítimo de passageiros
6. Serviços de transporte aéreo de passageiros	6. Transporte aéreo de passageiros
7. Serviços de aluguer de equipamento de transporte	7. Aluguer de equipamento de transporte
8. Agências de viagens e outros serviços de reservas	8. Agências de viagens e outros serviços de atividades de reserva
9. Serviços culturais	9. Atividades culturais
10. Serviços desportivos e recreativos	10. Atividades desportivas e recreativas
11. Características dos produtos do turismo específicos do país	11. Características do comércio a retalho de bens do turismo específico do país
12. Características dos serviços do turismo específico do país	12. Outras atividades características do turismo específicas do país

Fonte: Obst (Obst, 2016b).

Em segundo lugar, Obst (2016a, 2016b) desenvolve um conjunto extenso de indicadores para medir o turismo sustentável, que constitui uma base sólida para permitir uma contínua medição e comparação, a qualidade dos dados e a coordenação adequada das atividades de recolha.

Para a dimensão económica do turismo sustentável e, em parte, a dimensão social são consideradas informações sobre o PIB do turismo (PIBT) e sobre o emprego no setor do turismo. Para captar a dimensão ambiental, Obst (2016a, 2016b) sugere indicadores como as emissões de gases e efeito de estufa relacionados com o turismo, o uso de energia e o uso da água, podendo esses fluxos ser comparados relativamente ao PIBT ou às despesas associadas à prática de atividades de turismo. Deste modo, a longo prazo, deve explorar-se a relação entre as atividades do turismo e as mudanças

no ecossistema resultantes dessa mesma atividade. O autor chama também a atenção para a necessidade da implementação de ferramentas para monitorizar o progresso do turismo sustentável.

Embora seja reconhecido que cada região deve ter os seus próprios indicadores, que são legitimados pela singularidade de cada território, essa abordagem, segundo Tanguay *et al.* (2013), pode ignorar, no todo ou em parte, os princípios básicos do turismo sustentável para fins políticos. No campo do turismo, onde as questões de atratividade e competitividade são importantes, é desejável ter um nível mínimo de consistência na avaliação do turismo sustentável, através do uso de indicadores básicos: para evitar a manipulação do conceito para fins de *marketing*; para reduzir o risco de perder uma dimensão importante do desenvolvimento sustentável de modo a atender a objetivos específicos da política; e para incentivar uma maior compatibilidade no desenvolvimento de estratégias de turismo sustentável propostas pelos vários níveis de governo (Tanguay *et al.*, 2013).

Salientando a diversidade e o elevado número de indicadores existentes relativos ao desenvolvimento sustentável no setor do turismo, Tanguay *et al.* (2013) consideram 20 principais categorias (Tabela 2.5), sobre as quais aprofundamos a análise, para as adequar às especificidades da rAHP, garantindo a sua consistência no âmbito da sustentabilidade.

**Tabela 2.5** – Problemáticas associadas ao turismo sustentável segundo Tanguay *et al.* (2013)

Categorias	
1. Ecossistema	11. Participação pública
2. Água	12. Cultura
3. Atmosfera	13. Mobilidade e Acessibilidade
4. Energia	14. Investimentos
5. Gestão de Resíduos	15. Promoção do ecoturismo
6. Paisagens e bem-estar	16. Vitalidade económica
7. Resiliência e risco	17. Emprego
8. Segurança	18. Marketing
9. Saúde	19. Reputação
10. Satisfação	20. Tráfego de turistas

Fonte: Tanguay *et al.* (Tanguay *et al.*, 2013).

Blackstock *et al.* (2008) acrescentou a esta problemática a dimensão da responsabilidade social na definição dos indicadores e que nos mereceu especial atenção, pela relação com a justiça ambiental e a sensibilização dos turistas para o turismo sustentável (Tabela 2.6).

**Tabela 2.6** – Temas a monitorizar no turismo sustentável segundo Blackstock *et al.* (2008)

Temas	
Volume e dimensão do turismo	Habitações acessíveis
Satisfação dos turistas	Sustentabilidade do uso da terra
Desempenho e satisfação da empresa de turismo	Benefícios sociais e justiça ambiental
Reação da comunidade	Comportamento do turista
Impacto ambiental	Sensibilização dos turistas e locais para o turismo sustentável
Estabilidade da população	

Fonte: Blackstock *et al.* (2008)

L. Silva (2013) analisa o impacto do turismo em três categorias: o impacto económico, o impacto físico e o impacto social e cultural. Segundo este autor, o impacto físico é o mais relevante para a rAHP. No âmbito desta rede, existem vários imóveis classificados, de interesse nacional, de interesse público e de interesse municipal, que foram conservados e restaurados ao abrigo deste programa. Além disto, outros espaços foram adaptados a novas utilizações (museus, postos de turismo, etc.). Posteriormente, habitações e outras propriedades privadas foram alvo de conservação, nomeadamente as suas fachadas e coberturas, no sentido da recuperação do edificado. Além disto, as redes elétricas e de comunicações foram enterradas para libertar a paisagem das aldeias, e o espaço público requalificado, tendo sido colocada sinalética e mobiliário urbano. Porém, tal como o autor refere (facto que também a equipa PLOWDeR verificou no terreno), estes trabalhos de intervenção do edificado foram fracos, dado que alguns telhados já começam a ceder, nomeadamente aqueles que estão sem qualquer utilização. Para além disso, a madeira utilizada para as portas e janelas é pouco adequada às condições meteorológicas a que estas aldeias estão sujeitas, não tendo este investimento contribuído para o conforto dos seus habitantes. Deste modo, a intervenção sobre o edificado deste programa parece apenas ter beneficiado os que pretendiam recuperar edifícios de vocação turístico (alojamento, restauração, lojas de artesanato, etc.), e menos para a habitação de uma família moderna, cumprindo com as suas reais necessidades (dimensão, iluminação e climatização).

Agustín Santana (as cited L. Silva, 2013) refere-se aos impactos socioculturais, distinguindo dez:

(i) sobre a comunidade; (ii) sobre as relações interpessoais; (iii) sobre a organização social; (iv) sobre o ritmo da vida social; (v) sobre a migração; (vi) sobre a divisão do trabalho; (vii) sobre o tipo de ocupação; (viii) sobre a estratificação social; (ix) sobre a distribuição de poder; (x) sobre os costumes e a arte (L. Silva, 2013).

Porém, L. Silva (2013) sublinha o facto de que este movimento agregador das aldeias permitiu um conhecimento da narrativa histórica das mesmas, por parte dos seus habitantes, permitindo-lhes reproduzi-la junto dos visitantes. No entanto, a rAHP trouxe outra resistência junto das populações, relacionada com a conservação histórica, dado que há uma visão distinta sobre o edificado.

Para os burocratas, os espaços domésticos são monumentos que cumpre fazer durar nas suas formas e imagem estética idealizadas. Para os residentes, sobretudo os que não vivem do turismo, diferentemente, as casas são espaços dinâmicos que cumpre continuar a transformar de acordo com as necessidades e possibilidades do presente (L. Silva, 2013).

Em algumas aldeias verificou-se a revitalização do artesanato, com o fim recordatório e não utilitário. A dinâmica cultural foi criada, por via de eventos de animação turística: recriações históricas; feiras medievais, e outras, organizados pelas autarquias e associações locais. Para L. Silva (2013) as populações locais assistem a esse tipo de espetáculos sem lhes atribuir qualquer significado, dado que centram as atenções nas festividades que os próprios organizam.

L. Silva (2013) sublinha que ainda não foi cumprido o objetivo de fixação da população local, nem inverter os processos de desertificação. Além disto, muitos habitantes destas aldeias vivem sobretudo de pensões e reformas e/ou de juros poupança, complementadas com agriculturas de subsistência. O desemprego afeta grande parte da população em idade ativa e o vencimento dos trabalhadores da atividade turística raramente ultrapassa o salário mínimo nacional. Em termos de saúde e de educação, estes territórios continuam desprovidos de acesso, sendo, também, os transportes públicos, escassos.

Neste seguimento, a rAHP e sua comunidade, passou a constar do mercado turístico global, recebendo uma diversidade cultural imensa de turistas. No entanto, o impacto económico é bastante reduzido, dado que as passagens são breves e a maioria dos seus visitantes consome pouco.

Estas visitas temporárias habituaram as populações a uma designada cultura de contacto, satisfeita com a presença de turistas na aldeia e agradados pelo interesse em visitar as povoações, embora, demonstrem desagrado perante o facto de serem vistos como “figurantes” (comparação feita por um dos entrevistados no âmbito do projeto PLowDeR), fotografados sem autorização e veem, muitas vezes, a sua privacidade invadida e os seus bens violados.

Considerando as numerosas possibilidades de medir e monitorizar o turismo sustentável, no âmbito do projeto PLowDeR é apresentada uma proposta que se considera a mais adaptada ao estudo em causa. Refira-se que as potencialidades da rAHP estão associadas ao desenvolvimento e promoção de um turismo sustentável.

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# 3

## CARACTERIZAÇÃO DAS AHP

---

A rAHP teve origem no Programa das Aldeias Históricas, formulado em 1991, cujo objetivo era fixar populações num território, já na altura, considerado de baixa densidade populacional. Este programa incluiu inicialmente 10 aldeias: Almeida; Castelo Mendo; Castelo Novo; Castelo Rodrigo; Idanha-a-Velha; Linhares da Beira; Marialva; Monsanto; Piódão; e Sortelha. Em 2003, foram incluídas mais duas aldeias: Belmonte e Trancoso, constituindo-se assim a atual rAHP com 12 aldeias distribuídas por 10 concelhos: Almeida (duas aldeias); Arganil; Belmonte; Celorico da Beira; Figueira de Castelo Rodrigo; Fundão; Idanha-a-Nova (duas aldeias); Mêda; Sabugal; Trancoso.

Na caracterização das aldeias, e porque o INE não faz o tratamento estatístico de dados com grau de detalhe superior ao concelho, pelo que, nesses casos são os dados do concelho que são apresentados.

### 3.1 Almeida

Almeida é uma vila portuguesa do distrito da Guarda, localizada na NUTS III Beiras e Serra da Estrela. É ainda sede de um município com um total de 517,98 km<sup>2</sup> de área e 6 394 habitantes, Censos 2011, distribuídos por 16 freguesias. A norte do município localiza-se o município de Figueira de Castelo Rodrigo, a leste a Espanha, a sul o município do Sabugal e a oeste os municípios da Guarda e de Pinhel.

Devido às suas muralhas assumiu a qualidade de praça-forte que marcou também o próprio urbanismo, com os edifícios do antigo Quartel de Artilharia, Vedoria, Tribunal, a Igreja e Hospital da Misericórdia, do portal clórico e da célebre Casa da Roda - instituição criada por Pina Manique em 1783, para recolhimento das crianças expostas. Possui três portas de acesso à praça, abertas em

túnel e abobadadas. A Praça-Forte de Almeida encontra-se, ainda, em fase de candidatura à categoria de Património Mundial da UNESCO<sup>2</sup>.

Segundo informação disponível na plataforma *online* da freguesia de Almeida<sup>3</sup>, Almeida possui Património Classificado.

As principais atividades económicas de Almeida, segundo a informação disponível na plataforma *online* da freguesia de Almeida<sup>4</sup>, são a agricultura, a pecuária, o comércio e a construção civil. No artesanato sobressaem as cadeiras revestidas com junco, a tecelagem, o queijo, os bordados e as rendas. A fauna e a flora em Almeida são diversificadas, convivendo desde javalis, coelhos, lebres e raposos, num ambiente natural de carvalhos, azinheiras, sobreiros, pinheiros e giestas.

De acordo com os Censos 2011, a freguesia de Almeida tinha 1314 residentes (613 Homens e 701 Mulheres), uma densidade populacional de 28,44 hab/km<sup>2</sup> e um índice de envelhecimento de 320,5. Tal é espelhado nos escalões etários populacionais, Censos 2011, o escalão entre 20-64 anos de idade contava com 753 residentes, seguindo-se o de 65 e mais anos com 375 residentes (correspondente a cerca de 28% da população residente). Com menos de 15 anos havia 117 residentes e cerca de 69 jovens entre os 15 e os 19 anos.

Relativamente ao nível de escolaridade, constata-se que na freguesia de Almeida a grande maioria possuía o ensino básico (783 residentes), seguindo-se o ensino secundário (247 residentes) e o superior (168 residentes - cerca de 13% da população total). O ensino pré-escolar, em 2011, tinha apenas 15 alunos. A taxa de desemprego era de 7,02%.

O concelho de Almeida, onde se inclui também a aldeia de Castelo Mendo, recebeu 19.847 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 25,9% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 15,1%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 29,1% no número de dormidas.

### 3.2 Belmonte

Belmonte pertence ao distrito de Castelo Branco e faz parte da NUTS III Beiras e Serra da Estrela, sendo sede de concelho. O concelho de Belmonte possui uma área 118,76 km<sup>2</sup> e está dividido em quatro freguesias: União de Freguesias de Belmonte e Colmeal da Torre, Caria, Inguias e

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.cm-almeida.pt/tudosobrealmeyda/freguesias/Paginas/FreguesiadeAlmeida.aspx>.

<sup>3</sup> Fonte: <http://www.cm-almeida.pt/tudosobrealmeyda/freguesias/Paginas/FreguesiadeAlmeida.aspx>.

<sup>4</sup> Fonte: <http://www.cm-almeida.pt/tudosobrealmeyda/freguesias/Paginas/FreguesiadeAlmeida.aspx>.



Maçainhas. Inclui ainda outras povoações, como Gaia, Carvalhal Formoso, Malpique, Monte do Bispo, Olas, Trigais, Belmonte Gare, Quinta Cimeira e Quinta do Meio.

Belmonte está implantada na margem esquerda do Rio Zêzere, entre a Serra da Estrela e a Cova da Beira. O povoado instalou-se no morro granítico da Serra da Boa Esperança e estendeu-se ao longo dele.

Belmonte não teve uma intervenção de requalificação urbana idêntica à que aconteceu nas outras aldeias que constituem a rAHP. Contudo, abriu um conjunto de espaços visitáveis que abrangem vários aspetos do seu património e recursos: a história, a religião, a natureza e os produtos locais (AHP, 2014).

Segundo informação disponível na plataforma *online* das AHP<sup>5</sup>, Belmonte surge associada à história dos Cabrais e dos Judeus. Historicamente prova-se a longevidade da fixação humana à pré e proto-história, certificadas, por exemplo, nos lugares de Anta de Caria, os Castros de Caria e da Chandeirinha. A Torre Centum Cellas ou a Villa da Quinta da Fórnea, evidenciam, também, a presença romana, enquanto pontos de passagem entre Mérida e Guarda. O desenvolvimento da vila viria a justificar a existência de duas igrejas e de uma sinagoga, já no séc. XIII.

No que diz respeito aos valores patrimoniais, Belmonte dá conta de um importante acervo que apresenta traços arquitetónicos de várias épocas, conjugando os estilos românico, gótico, manuelino e setecentista, constituindo um monumento nacional desde 1927.

Na proximidade de Belmonte, existem vários pontos de interesse que complementam o interesse cultural e histórico turístico pela região.

No âmbito gastronómico, Belmonte disponibiliza a degustação de pratos típicos locais como as trutas, a caldeirada de cabrito, o arroz de lebre no pote e as papas de carolo. É típica, também, a prova do vinho Kosher produzido de acordo com os métodos judaicos<sup>6</sup>.

Segundo os Censos 2011, a população residente na freguesia de Belmonte era, em 2011, de 3183 indivíduos, com uma densidade populacional correspondente a 104,41 indivíduos por km<sup>2</sup> e um índice de envelhecimento de 166,9. Belmonte contava com 1864 indivíduos entre os 20 e os 64 anos de idade, 716 acima dos 65 anos e apenas 429 abaixo dos 15 anos. No que diz respeito à escolaridade da população da freguesia de Belmonte, concentram-se sobretudo no ensino básico

<sup>5</sup> Fonte: <http://www.aldeiahistoricasdeportugal.com/belmonte>.

<sup>6</sup> Fonte: <http://boacamaboamesa.expresso.sapo.pt/boa-vida/2012-03-22-roteiro-portugal-os-tesouros-escondidos-de-belmonte>.

(1827), seguindo-se o ensino secundário (566) e, sem escolaridade existem mais indivíduos (356) que com o ensino superior (337). Em 2011, Belmonte apresentava uma taxa de desemprego de 16,8%, acima da média nacional (13,18%).

O concelho de Belmonte recebeu 23.632 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 44,6% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 24,9%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 65,3% no número de dormidas.

### 3.3 Castelo Mendo

Castelo Mendo pertence ao distrito da Guarda, NUTS III Beiras e Serra da Estrela. Localiza-se no alto de um monte que rodeia o rio Côa e foi, durante a Idade Média, um núcleo urbano de grande importância, devido à sua proximidade com a fronteira e às características defensivas de excelência que apresentava à época da fundação da nacionalidade. Com a Reconquista Cristã, Castelo Mendo ganhou uma nova importância pelo seu papel estratégico na defesa da fronteira de Riba-Côa face aos vizinhos reinos de Leão e Castela.

É uma das freguesias do concelho de Almeida, a cerca de 20 km da sede de concelho, com 21,72 km<sup>2</sup> de área. Em 2013 foi extinta e agregada às freguesias de Ade, Monteperobolso e Mesquitela, para formar uma nova freguesia denominada União das Freguesias de Castelo Mendo, Ade, Monteperobolso e Mesquitela, com sede em Monteperobolso.

A aldeia desenha-se em dois espaços muralhados (a Cidadela e a Barbacã), com comunicação para o exterior através das portas abertas a Norte, Poente e Nascente com acessos reforçados por torres. A população residente dentro das muralhas dependia fortemente do exterior, nomeadamente para executar a sua principal atividade económica, a agricultura.

Desde 1984 que Castelo Mendo é Imóvel de Interesse Público. Atualmente, mantém a traça antiga, com um edificado de casas com janelas manuelinas e varandas alpendradas. Castelo Mendo possui, ainda, um conjunto significativo de património arqueológico e etnográfico.

Relativamente às tradições, existem festas e romarias que ainda dinamizam a aldeia, trazendo aqueles que têm relação geracional com a aldeia, vizinhança e outros visitantes, como a Nossa Senhora de Fátima (13 de maio ou domingo mais próximo), o Santo António (agosto) e a Feira

Medieval (15 de março). Na gastronomia, destacam-se os enchidos, o bucho, o pão leve e a bola parda e, enquanto principais atividades económicas, surgem a agricultura e a pecuária.

De acordo com os Censos 2011, existiam 87 habitantes (36 homens e 51 mulheres), sendo a densidade populacional de 6,17 hab/km<sup>2</sup>. Tal revela uma desertificação acentuada, ao longo do tempo. Em 2011, o índice de envelhecimento era de 960, sendo que, à data dos últimos Censos, habitavam em Castelo Mendo 14 indivíduos com menos de 15 anos, entre os 20 e os 64 anos, 30, e com 65 e mais anos, um total de 48 habitantes. A taxa de desemprego era de 16,67%. Relativamente à escolaridade, estes habitantes distribuíam-se do seguinte modo: 22 sem nível de escolaridade, 43 com o ensino básico, 14 com o ensino secundário e 8 com o ensino superior.

### 3.4 Castelo Novo

Em termos geográficos, Castelo Novo, localiza-se no município do Fundão, distrito de Castelo Branco, NUTS III Beiras e Serra da Estrela. O Fundão faz fronteira com os municípios da Covilhã, Belmonte e Sabugal a norte, Penamacor e Idanha-a-Nova a leste, Castelo Branco e Oleiros a sul e, Pampilhosa da Serra a oeste.

A aldeia de Castelo Novo possui património histórico e o castelo revela a organização do povoado, localizado a 650 m de altitude, a partir do qual se estendeu a povoação, na encosta da Serra da Gardunha.

Do ponto de vista demográfico, Castelo Novo registava uma densidade populacional de 10,9 hab/km<sup>2</sup>. Na aldeia havia 406 pessoas (194 homens e 212 mulheres), das quais 43 com menos de 15 anos, 218, entre os 20 e os 64 anos e, com 65 e mais anos, 119 habitantes, Censos 2011. Tal reflete um índice de envelhecimento de 276,7. Em 2011 registava-se ainda uma taxa de desemprego de 11,39%, abaixo da média nacional (13,18%). Em termos de escolaridade, a maioria possuía o ensino básico (214), seguido do ensino secundário (75), do ensino superior (62). Sem escolaridade contavam-se 44 habitantes e 10 crianças frequentavam o ensino pré-escolar Censos 2011.

O concelho do Fundão recebeu 97.127 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 25,9% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 40,6%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 44,6% no número de dormidas.

### 3.5 Castelo Rodrigo

Castelo Rodrigo é uma freguesia portuguesa do concelho de Figueira de Castelo Rodrigo, pertencente ao Distrito da Guarda e à NUTS III Beiras e Serra da Estrela. Está situada numa elevação de 820 m, a partir de onde se visualiza a Serra da Marofa, que se estende para Espanha, a leste, e até ao vale do Douro, a norte.

Castelo Rodrigo está rodeado por uma cintura muralhada, inicialmente composta por 13 torreões (à semelhança de Ávila). Mantém a sua traça medieval e as ruas da aldeia compõem-se por casas manuelinas e outras de construção árabe, conservando património histórico.

Sobre a atividade económica e produtos endógenos mais relevantes, segundo a informação disponível na plataforma *online* da freguesia de Castelo Rodrigo<sup>7</sup>, destacam-se a agricultura, a pecuária, o comércio e o turismo. No concelho de Figueira Castelo Rodrigo ainda se encontra a exploração e transformação de granitos, a construção civil, os lacticínios, os vinhos, o mobiliário e o artesanato.

A freguesia de Castelo Rodrigo, de acordo com os Censos 2011, tinha 517 habitantes (253 Homens e 264 Mulheres), uma densidade populacional de 14,24 hab/km<sup>2</sup>, e um índice de envelhecimento de 372,6.

Relativamente ao nível etário dos residentes, segundo os Censos 2011, sobressai o escalão de idades entre os 20-64 anos (com 254 residentes), seguindo-se o de 65 e mais anos, com 190 residentes (correspondente a cerca de 37% da população residente). Existiam na freguesia de Castelo Rodrigo 51 residentes com idade inferior a 15 anos.

Por nível de escolaridade, constata-se que a grande maioria possuía o ensino básico (250 residentes), seguido do ensino secundário, com 82 residentes, e 78 pessoas possuíam o ensino superior. O ensino pré-escolar, em 2011, tinha apenas 7 alunos. A taxa de desemprego era de 8,89%.

O concelho de Figueira de Castelo Rodrigo recebeu 9.832 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 13,1% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 14,8%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 51,8% no número de dormidas.

<sup>7</sup> Fonte: [http://www.freguesiadefigueiradecastelorodrigo.pt/portal/facebook\\_v3.0/mod\\_texto.asp?pag=act](http://www.freguesiadefigueiradecastelorodrigo.pt/portal/facebook_v3.0/mod_texto.asp?pag=act).

### 3.6 Idanha-a-Velha

Idanha-a-Velha pertence ao concelho de Idanha-a-Nova, distrito de Castelo Branco e NUTS III Beira Baixa. Usufrui de um destino termal (Termas de Monfortinho), com uma das fontes termais mais antigas do país, a Fonte Santa, que fica localizada no sopé da serra de Penha Garcia.

Idanha-a-Velha, uma das aldeias que constituem a rAHP, e preservada num conjunto de ruínas, constitui uma das mais importantes estações arqueológicas do país. Nasceu sobre uma outra cidade, de fundação romana, capital da Civitas Igaeditanorum (séc. I a.C.), mais tarde sede episcopal sob domínio suevo e visigótico. Ainda mantém vestígios de diversas épocas, como o *podium* de um templo no qual assenta a Torre dos Templários, a Porta Norte e respetiva muralha, o Baptistério e ruínas anexas do "Palácio dos Bispos" e a designada "Sé Catedral"<sup>8</sup>.

Atualmente a Aldeia Histórica de Idanha-a-Velha dispõe de um vasto conjunto de atrações turísticas e o artesanato é variado.

A aldeia histórica de Idanha-a-Velha tinha, em 2011, uma população residente de 63 indivíduos, Censos 2011, com uma densidade populacional de 3,62 hab/km<sup>2</sup>.

De acordo com o último Censos, Idanha-a-Velha tinha apenas 2 jovens habitantes (com menos de 15 anos), 22 indivíduos em idade ativa (20-64 anos) e 38 idosos, isto é, com 65 e mais anos, sendo o índice de envelhecimento de 1900. A taxa de desemprego era, à data dos últimos Censos, igual a 0%. No que diz respeito à escolaridade, havia uma predominância de indivíduos com o ensino básico (42), seguido de 15 pessoas sem nível de escolaridade, 4 com o ensino secundário e apenas 2 com o ensino superior Censos 2011.

O concelho de Idanha-a-Nova, que inclui também a aldeia de Monsanto, recebeu 33.353 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 22,5% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 20,6%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 15,3% no número de dormidas.

<sup>8</sup> Fonte: <http://www.aldeiahistoricasdeportugal.com/idanha-a-velha>.

### 3.7 Linhares da Beira

Linhares da Beira é uma freguesia do concelho de Celorico da Beira que pertence ao distrito da Guarda e à NUTS III Beiras e Serra da Estrela, que se estende por 15,71 km<sup>2</sup> de área. Situa-se a nordeste da Serra da Estrela, à altitude de 180 m, na região geográfica do Alto Mondego, constituída por duas áreas geomorfológicas distintas: uma área de montanha e uma área aplanadas. Estas áreas, vão sendo recortadas pela existência de algumas pequenas elevações, dando origem à designada depressão ou bacia de Celorico. Ao nível hidrográfico o concelho de Celorico da Beira é percorrido por diversas linhas de água, nomeadamente pelo rio Mondego.

Linhares da Beira é uma aldeia medieval do séc. XII e possui uma diversidade arquitetónica e artística singular, resultado de intervenções em várias épocas.

A gastronomia do concelho, que caracteriza também a aldeia, da qual consta o arroz de carqueja, a carne marra, a sopa de grão, o arroz de pato, os bolos de bacalhau, o bacalhau cozido com couves e batata, a açorda de couves, o bacalhau à lagareiro, as migas de bacalhau, o borrego, o arroz de miúdos de borregos, os enchidos com grelos salteados, os peixes do rio com molho de escabeche, as filhoses/bolo de ovos, os biscoitos (matrafões)/papas de milho, o requeijão com doce de abóbora. Já os produtos artesanais gastronómicos são: queijo da serra da estrela, requeijão, queijo fresco, queijetas de cabra, farinheira, chouriço, presunto, mel, azeitonas do mondego, broa de trigo, pão de centeio<sup>9</sup>.

Esta aldeia é conhecida como a capital do parapente, por ter sido uma das primeiras localidades no país a receber esta modalidade. Reúne as condições ideais para a sua prática, e recebe anualmente o campeonato nacional e uma das três etapas europeias da taça do mundo.

Segundo os Censos de 2011, Linhares da Beira possuía uma densidade populacional de 20,87 hab/km<sup>2</sup>, com 259 residentes, dos quais 26 com menos de 15 anos, 121 entre os 20 e os 64 anos e 96 com 65 e mais anos, sendo o índice de envelhecimento igual a 369,2. Entre a população residente, a maioria possuía o ensino básico (179), 33 não tinham qualquer nível de escolaridade, 27 tinham o ensino secundário, 13 o ensino superior, 4 frequentavam o pré-escolar e 3 o ensino pós-secundário. A taxa de desemprego, em 2011 era de 12,9% (INE, 2011).

O concelho de Celorico da Beira recebeu 18.414 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 12,7% destas de turistas internacionais, com

<sup>9</sup> Fonte: <http://www.cm-celoricodabeira.pt/concelho/gastronomia/Paginas/Gastronomianoconcelho.aspx>.

uma taxa de ocupação global de 15,8%. Entre 2013 e 2017 registou-se um decréscimo de 8,4% no número de dormidas.

### 3.8 Marialva

Marialva localiza-se no município de Mêda, distrito da Guarda, NUTS III Beiras e Serra da Estrela. Caracteriza-se por se localizar numa zona de transição, entre as regiões do Alto Douro e do Planalto Beirão. Pertence a um município com 286,05 km<sup>2</sup> de área e com cerca de 5 202 habitantes, Censos 2011, que faz fronteira com Vila Nova de Foz Côa, Pinhel, Trancoso e Penedono.

A freguesia de Marialva localiza-se numa zona montanhosa e granítica e que dista 8 km da sede de concelho. É constituída por três núcleos distintos: a Cidadela ou Vila no interior do Castelo, agora despovoada, o Arrabalde que prolonga a Vila para além da zona amuralhada e a Devesa, situada a sul da Cidadela, que se estende pela planície até à ribeira de Marialva.

Dada a localização fronteiriça de Marialva, e estimulada pela feira (dia 15 de cada mês), iniciou-se, no séc. XIII, a fixação de judeus, cujo número aumentou durante o reinado de D. Manuel I, tendo formado uma judiaria. Em 1855 foi suprimido o concelho de Marialva, que passou a englobar o de Vila Nova de Foz Côa. Em 1872, Marialva foi incorporada no concelho de Mêda.

As principais atividades económicas de Marialva, segundo a informação disponível na plataforma *online* da freguesia<sup>10</sup>, são a agricultura, a pecuária, o comércio e o turismo. A manifestação artesanal de Marialva<sup>11</sup> é extremamente importante, projetando a freguesia num conjunto de tradições e permitindo ter um conhecimento mais vasto desta região. Destaca-se ainda o famoso queijo de ovelha.

De acordo com os Censos de 2011, Marialva possuía 255 habitantes (121 Homens e 134 Mulheres), uma densidade populacional de 14,11 hab/km<sup>2</sup> e um índice de envelhecimento de 1857,1 de acordo com os Censos 2011.

Ainda segundo os Censos 2011, relativamente à população residente, por escalão de idade, destaca-se o escalão de 65 e mais anos com 130 residentes (correspondente a cerca de 51% da população

<sup>10</sup> Fonte: <http://www.marialva.pt/marialva/>.

<sup>11</sup> Fonte: <http://www.marialva.pt/marialva/artesanato.asp>.

residente), seguindo-se o de 20-64 anos, com 111 residentes, com menos de 15 anos, existiam na freguesia de Marialva 7 residentes e 7 jovens entre os 15-19 anos.

Por nível de escolaridade, constata-se que na freguesia de Marialva a grande maioria tem o ensino básico (190 residentes), seguindo-se o ensino secundário com 15 residentes, 11 com o ensino superior, 2 pessoas com o ensino pós-secundário e 37 sem nível de escolaridade. O desemprego revelava, em 2011, uma taxa de 5,62%.

O concelho da Meda recebeu 20.850 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 20,7% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 24,2%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 286,8% no número de dormidas.

### 3.9 Monsanto

A aldeia histórica de Monsanto pertence ao concelho de Idanha-a-Nova, situando-se a 758 m de altitude, no distrito de Castelo Branco e NUTS III Beira Baixa.

Tal como Idanha-a-Velha, em Monsanto, é o adufe que configura o artesanato local, bem como as marafonas.

Segundo dados dos Censos de 2011, a freguesia de Monsanto reunia 829 habitantes (369 Homens e 460 Mulheres), 30 com menos de 15 anos, 20 entre os 15-19 anos, 433 entre os 20 e os 64 anos e 500 com 65 e mais anos. Monsanto, em 2011, caracterizava-se, assim, por uma densidade populacional de 9,11 hab/km<sup>2</sup> e um índice de envelhecimento de 1666,7.

Além disto, no que diz respeito à escolaridade, e segundo os últimos Censos, a população residente em Monsanto detinha, na sua maioria, o ensino básico (486), seguindo-se a população sem nível de escolaridade (265), 49 residentes com o ensino secundário, 26 com o ensino superior, 2 com o ensino pós-secundário e apenas 1 criança no pré-escolar, Censos 2011.

### 3.10 Piódão

Piódão é uma freguesia do concelho de Arganil, com 36,57 km<sup>2</sup> de área, localizada na Serra do Açor (área de paisagem protegida), NUTS III Região de Coimbra. Faz fronteira com os concelhos de Penacova, Tábua e Oliveira do Hospital, a norte, os concelhos de Góis e Pampilhosa da Serra, a



sul, os concelhos de Seia e de Covilhã, a este e o concelho de Vila Nova de Poiares, a oeste. Com a reorganização administrativa das freguesias, em 2012, o concelho passou de 18 para 14 juntas de freguesia.

A aldeia caracteriza-se pela sua disposição em anfiteatro, o chamado presépio de xisto, com as casas de grande consistência formal, arquitetónica e estética. O casario, em alvenaria de pedra de xisto, tem cobertura de lajes no mesmo material. As janelas, de pequena modulação têm, tal como as portas, cor nos aros. Conta-se que na origem da cor destas, está um fator prático: a única loja que fornecia a população só tinha tinta azul e, dado que a deslocação até outras aldeias não estava facilitada, limitaram-se ao disponível. Neste caso, o isolamento e as dificuldades de deslocação permitiram preservar as características da povoação.

As ruelas da aldeia são íngremes, estreitas e tortuosas. As atividades agrícolas e pastorícia são ainda dominantes entre os habitantes do Piódão, sobretudo com carácter de subsistência e sobrevivência.

Segundo os Censos de 2011, a freguesia de Piódão reunia um total de 178 habitantes (93 Homens e 85 Mulheres), com uma densidade populacional de 6,10 hab/km<sup>2</sup> Censos 2011. Também em 2011, o índice de envelhecimento era 800, sendo que, em termos de grupos etários, 10 tinham menos de 15 anos, apenas 6 entre os 15 e os 19 anos, entre os 20 e os 64 anos, um total de 82, e, com 65 e mais anos, 80. A taxa de desemprego era de 12,5%. Relativamente ao nível de escolaridade, 132 possuía o ensino básico, 31 sem nível de escolaridade, 11 com o ensino secundário, 3 com o ensino superior e apenas 1 criança frequentava o ensino pré-escolar.

O concelho de Arganil recebeu 28.683 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 13,6% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 42,3%. Entre 2013 e 2017 registou-se um crescimento de 45,0% no número de dormidas.

### 3.11 Sortelha

A aldeia de Sortelha localiza-se na freguesia de Sortelha, com uma área total de 25,27 km<sup>2</sup>, concelho do Sabugal, distrito da Guarda e NUTS III Beiras e Serra da Estrela. Foi vila e sede de concelho entre 1288 e 1855. O município é limitado a norte pelo município de Almeida, a leste por Espanha, a sul por Penamacor, a sudoeste pelo Fundão, a oeste por Belmonte e a noroeste pela Guarda. Fica em terras de Riba-Côa.

Sortelha está implantada em rochas a 760 m de altitude e mantém as suas características medievais na arquitetura das casas rurais feitas em granito, tendencialmente com apenas um andar e alicerçadas nas rochas, acompanhando a topografia do terreno. Mais tarde, algumas alterações ocorreram com as intervenções do período manuelino.

Tal como outras aldeias históricas, Sortelha pertencia ao conjunto de castelos fronteiriços, edificadas ou reconstruídas para proteger o reinado.

O concelho do Sabugal caracteriza-se, em termos económicos, pela pesca da truta, pela caça ao coelho bravo, javali e outras peças, da criação de cabritos, do queijo da Serra da Malcata e do mel.

Do domínio setorial da atividade económica, e segundo o Plano Estratégico do Sabugal para 2025, há uma crescente atratividade das atividades primárias, na vertente para autoconsumo e para o mercado local, e na vertente empresarial, nomeadamente através do emprego criado na agricultura, pecuária, florestas, caça e pesca. Por sua vez, as atividades secundárias têm desvanecido, representando menos de 10% dos estabelecimentos existentes e 18% do emprego total, Censos 2011, destacando-se a área agroalimentar e a construção civil. Por fim, de destacar a terciarização da economia, com domínio do comércio tradicional e nos serviços de natureza social<sup>12</sup>.

A gastronomia sabugalense é composta por pratos muito variados, sendo os pratos tipicamente mais conhecidos o caldo verde, a canja de Cornos, o cabrito na brasa, o coelho bravo, o javali, enchidos, a truta do Rio Côa e doces: arroz doce, filhós, farófias, bolo saloio, biscoitos “Os Esquecidos” e papas de milho<sup>13</sup>.

Sortelha dinamiza a feira medieval (Muralhas com História) em agosto, a festa de Santo António, no segundo domingo de agosto e a festa de Santo Antão, na segunda-feira de Páscoa.

Relativamente ao contexto demográfico, a freguesia de Sortelha registava, de acordo com o Censos 2011, um total de 444 residentes (211 Homens e 233 Mulheres), com uma densidade populacional de 14,61 hab/km<sup>2</sup>. Entre a população residente, 23 tinha menos de 15 anos, 11 entre os 15-19 anos, 228 entre os 20-64 anos e 182 com 65 e mais anos. O índice de envelhecimento era de 791,3, acima da média nacional (127,8). A taxa de desemprego, em 2011, era de 7,5%, estando, por isso, abaixo da média nacional (13,18%). Relativamente ao nível de escolaridade, a população residente detinha, sobretudo, o ensino básico (264), 101 residentes não tinham qualquer nível de escolaridade, 35

<sup>12</sup> Fonte: <https://www.cm-sabugal.pt/wp-content/uploads/PESabugal-2025-Relat%C3%B3rio-Diagn%C3%B3stico.pdf>.

<sup>13</sup> Fonte: <https://www.cm-sabugal.pt/concelho-do-sabugal/turismo-cultura-lazer/onde-comer/enquadramento-gastronomico/#more-1840>.

possuía o ensino secundário, 33 o ensino superior, 6 estavam no ensino pré-escolar e 5 tinham o ensino pós-secundário.

O concelho do Sabugal recebeu 17.702 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 6,7% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 21,2%. Entre 2014 e 2017 registou-se um crescimento de 639,1% no número de dormidas.

### 3.12 Trancoso

A aldeia histórica de Trancoso localiza-se no município de Trancoso, na União de Freguesias de Trancoso e Souto Maior, pertencente ao distrito da Guarda, NUTS III Beiras e Serra da Estrela. Situa-se numa zona de montanha, a 885 m de altitude, conferindo-lhe um clima de altitude: verões quentes e invernos gelados, ocorrendo com frequência o sincelo, um fenómeno natural e belo.

Trancoso é um dos poucos municípios de Portugal territorialmente descontínuos, dado que uma das suas freguesias (Guilheiro) está separada do resto do município por uma estreita faixa de território pertencente à freguesia de Arnas, do concelho de Sernancelhe (Viseu).

O setor terciário é o que atualmente tem maior representatividade no concelho de Trancoso, em contraponto com um setor primário débil. Tal como acontece noutras regiões, o setor primário enfraqueceu devido à falta de renovação e inovação na agricultura, tendo esta apenas um carácter de subsistência. No entanto, as atividades que mais se destacam são, ainda assim, a agricultura, a pecuária, a transformação de mármore, a construção civil e o comércio. O concelho de Trancoso é o maior produtor de castanha, com grande relevo sobre a economia da população, sendo, por isso, uma região caracterizada pela produção da castanha e de madeira de castanheiro. O comércio é, também, potenciado pelas feiras que ocorrem ao longo do ano e com tradição histórica: a Feira de São Bartolomeu (mês de agosto), a Feira de Santa Luzia, a Feira Medieval de Trancoso e a Feira do Fumeiro de Trancoso.

O turismo é uma das apostas, nomeadamente o turismo cultural. Faz parte da rAHP e reúne condições para se agregar a outras redes, para incrementar o potencial turístico, por via da Associação Europeia de Cidades e Regiões Históricas, a associação internacional Cidades Europeias Amuralhadas e o Fórum Ibérico de Cidades Amuralhadas.

Em termos gastronómicos, para além da castanha, Trancoso é conhecido pelas sardinhas doces de Trancoso e por especialidades regionais.

Demograficamente, Trancoso, reunia, em 2011, um total de 3420 habitantes, com uma densidade populacional de 174,72 hab/km<sup>2</sup>, Censos 2011. A sua população distribuía-se pelos escalões etários do seguinte modo: 517 habitantes com menos de 15 anos, 214 entre os 15-19 anos, 1948 entre os 20-64 anos e 741 com 65 e mais anos. Tal representa um índice de envelhecimento de 782,8. Relativamente à escolaridade, a população residente na freguesia de Trancoso possui, maioritariamente, o ensino básico (1871), seguido do ensino secundário (638), do ensino superior (515), 277 pessoas sem qualquer nível de escolaridade, 93 crianças frequentavam o pré-escolar e 26 pessoas detinham o ensino pós-secundário, Censos 2011.

O concelho de Trancoso recebeu 23.804 dormidas em estabelecimentos hoteleiros, turismo em espaço rural e alojamento local em 2017, sendo 17,8% destas de turistas internacionais, com uma taxa de ocupação global de 25,3%. Entre 2015 e 2017 registou-se um crescimento de 60,3% no número de dormidas.

# 4 METODOLOGIA

---

Perante a necessidade emergente de se saber mais sobre a realidade dos territórios de baixa densidade de um modo global, e da rAHP em particular, neste capítulo é descrito o caminho percorrido para construir um instrumento de trabalho válido, viável e de proximidade com o território em estudo.

Antes de mais, importa compreender que os territórios de baixa densidade são uma realidade e um problema partilhado com outros países, sendo, por isso, uma temática que tem vindo a ser discutida amplamente, quer entre académicos, quer entre decisores políticos. É reconhecido que, para o delineamento de uma estratégia eficiente e de um planeamento coeso, é necessário conhecer efetivamente o campo, os números, as mudanças e o desenvolvimento ao longo do tempo. Foi com base neste pressuposto que se desenvolveu o trabalho realizado no âmbito do projeto PLowDeR.

Para perceber o impacto social e económico do turismo na rAHP percorreu-se a literatura em busca da estrutura teórica para o desenvolvimento da *framework* do projeto PLowDeR, com inspiração na fórmula avançada por Tanguay *et al.* (2013). Para além do já referido acima, o processo de desenvolvimento da *framework* considerou ainda uma revisão exaustiva da literatura sobre indicadores utilizados para medir o impacto da atividade turística no território. Assim, foram analisadas as propostas de indicadores feitas pela UNWTO, pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento (OCDE), pelo INE, pela Biosphere e pelos Planos Estratégicos da Região Centro.

## 4.1 Metodologia para o desenho da *framework* e dos indicadores

Face ao enquadramento teórico e à caracterização das aldeias pertencentes à rAHP, definiu-se uma *framework* que permite medir o impacto do turismo das AHP nos territórios em que estas se inserem, sobretudo no seu âmbito social e económico. A *framework* aqui desenvolvida tem o propósito de ser replicável para o estudo do impacto em territórios de baixa densidade. Da revisão

de literatura surgiu a necessidade de se separar os indicadores de acordo com o tipo de impacto que pretendiam medir e de acordo com o tópico sobre os quais estes abordam. Para o efeito, considerámos e identificámos dois tipos de dimensões: de caracterização e de agregação.

As ‘dimensões de caracterização’ foram inspiradas pelas três dimensões clássicas da sustentabilidade (económica, social e ambiental) e pelo trabalho de Tanguay *et al.* (2013) e das combinações entre si e têm o objetivo de garantir que todos os pilares do desenvolvimento sustentável estão a ser medidos e considerados na análise. Assim, as “dimensões de caracterização” permitem avaliar, de forma macro, se os indicadores considerados medem a sustentabilidade de forma adequada. Foram consideradas as seguintes dimensões: “Económica”; “Social”; “Ambiental”; “Habitabilidade”; “Viabilidade”; “Equidade” e “Sustentabilidade”.

As “dimensões de agregação” garantem a organização e a planificação dos indicadores, com inspiração nas problemáticas avançadas por Tanguay *et al.* (2013). Tendo por base o sentido em que as “dimensões de agregação” se inserem, considerámos inicialmente as 20 problemáticas do desenvolvimento sustentável dispostas na Tabela 2.5.

As dimensões propostas pela equipa do projeto têm a pretensão de ser uma ferramenta para acomodar e organizar os indicadores associados à medição do impacto do turismo em territórios de baixa densidade. Com ambas as tipologias de dimensões consideradas, procuramos ajudar os investigadores a 1) decidir se determinado indicador é relevante ou não para a análise, dado que poderá não estar relacionado com algumas das dimensões de caracterização e de agregação que consideramos como essenciais para a medição do impacto; 2) classificar os indicadores de acordo com a sua dimensão para aferir que tipo de impacto é que o indicador se propõe a medir; 3) dar ideias para a construção de novos indicadores, com base em algum tipo de resposta necessária para qualquer uma das dimensões de caracterização e agregação (dado que novas formas de medir e de considerar o impacto poderão aparecer no futuro); 4) aferir, numa determinada avaliação do impacto de um território de baixa densidade, se não haverá nenhum tópico relevante em falta ou sub-representado nessa mesma avaliação.

A equipa reconhece (apoiada pela revisão de literatura) que a separação dos indicadores por dimensões poderá ser controversa e definitivamente não será estanque. Controversa porque poderá haver indicadores de natureza “híbrida” e que encaixem de forma não consensual numa determinada dimensão; não-estanque porque, por exemplo, um indicador que meça a evolução de um *output* turístico numa aldeia, como o número total de camas fornecidas, é um indicador de atividade turística, mas que tem claros impactos ao nível económico. De qualquer forma, a separação dos indicadores pelo tipo de impacto que pretendem medir é um exercício feito frequentemente na

literatura e é um excelente apoio para o enfoque nos objetivos do projeto. É também por causa da natureza não-consensual deste passo que nos propusemos a seguir o processo metodológico à frente descrito, como forma de aferir pela robustez da *framework* considerada.

Em relação aos primeiros indicadores recolhidos através da revisão da literatura, a primeira tarefa da equipa foi enquadrá-los no âmbito das dimensões propostas por Tanguay *et al.* (2013) – isto inclui os próprios indicadores sugeridos pelo autor, mas também outros indicadores recolhidos através de outras fontes, referidas no início do capítulo. Após esta primeira fase de recolha de indicadores, a equipa reduziu o número de indicadores com o único critério de não serem adequados a problemáticas de baixa densidade, como, por exemplo, a “quantidade de voos com destino ao território turístico”.

Desta primeira tentativa, puramente baseada na revisão de literatura e na remoção dos indicadores obviamente desajustados, surgiu a distribuição de indicadores pelas dimensões consideradas de acordo com a Tabela 4.1.

**Tabela 4.1** – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caracterização e de agregação (versão 1)

<div>CARATERIZAÇÃO</div> <div>AGREGAÇÃO</div>	Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Ecosistema	0	1	8	7	7	1	3
Água	0	0	6	3	5	1	2
Atmosfera	0	0	2	1	1	1	0
Energia	0	0	3	0	8	0	0
Gestão de resíduos	0	0	3	0	5	0	10
Bem-estar	0	5	0	1	0	11	1
Resiliência e risco	0	0	0	1	2	1	0
Segurança	1	9	0	0	0	11	3
Saúde	0	1	0	0	0	9	1
Satisfação	2	3	0	1	0	8	9
Participação pública	8	3	0	0	1	2	7
Cultura	0	24	0	0	0	2	1
Mobilidade e acessibilidade	7	6	0	7	0	8	11
Investimentos	16	0	2	0	0	24	1
Promoção de ecoturismo	0	0	0	1	5	0	4
Vitalidade económica	54	2	0	0	3	70	2

## 4.2 Trabalho de campo

Nas primeiras deslocações ao território, a equipa de investigação procurou envolver-se no meio e recolher opiniões acerca da atividade turística junto de residentes e de agentes económicos. Procurou, ainda, dar a conhecer o projeto, no sentido de apelar à participação dos vários atores no território, que mais tarde viriam a ser solicitados a responder aos inquéritos. Estas visitas decorreram entre 14 e 28 de dezembro de 2017.

De acordo com Burgos e Mertens (2016), os membros da comunidade são agentes fundamentais para intervir e influenciar o desenvolvimento da atividade turística. Deste modo, envolvê-los no processo de conhecimento da realidade do território, permite que integrem uma rede participativa e colaborativa, possibilitando múltiplos efeitos, como o fortalecimento da organização social, o seu desenvolvimento e a implementação de um turismo sustentável, por via da viabilização da cultura e do modo de vida dos residentes.

Na primeira deslocação ao território a equipa de investigação definiu os seguintes objetivos:

- aprofundar o trabalho com a Associação das Aldeias Históricas, entidade parceira, para potenciar a recolha de dados, implementar uma rede de contactos e perceber quais os *stakeholders* mais relevantes no território;
- estabelecer contacto direto com os Postos de Turismo e perceber qual o seu contributo para a recolha e registo de dados e seu destino;
- perceber quais as dificuldades com que nos iríamos deparar no processo de recolha de dados;
- sensibilizar para a participação nos *focus group* a realizar para validação da *framework*.

Durante a sessão de trabalho junto da Associação das Aldeias Históricas foram abordados diversos pontos a ter em conta no desenvolvimento dos trabalhos. Foi referida a necessidade de compreender as distinções tipológicas no domínio do alojamento, de incluir indicadores de medição das despesas dos turistas, de sinalizar o turismo doméstico do restante, de alcançar a diferença entre infraestruturas disponíveis e atividades realizadas, nos domínios da cultura e do desporto. Por via dos indicadores, foi ainda referida a necessidade de refletir se os mesmos permitem analisar a capacidade de crescimento do território em cada uma das áreas definidas. Acerca dos conceitos utilizados, foi referida a necessidade de incluir a classificação utilizada pela UNWTO, nomeadamente relativamente aos tipos de turismo e à distinção entre turista, excursionista e visitante. Para além disso, foi mencionada a necessidade de os indicadores



constituírem um instrumento de trabalho para políticos, no sentido de promover o desenvolvimento local e o planeamento estratégico.

Esta primeira visita ao território permitiu constatar que os indicadores identificados na revisão da literatura são demasiado macro, não refletindo as características específicas dos territórios de baixa densidade. Foi possível, ainda, observar que tanto os indicadores como as dimensões de caracterização a definir deveriam permitir responder às três principais necessidades dos territórios de baixa densidade: combater o despovoamento e a falta de investimento, melhorar a competitividade e dinamizar a criação de emprego. Importa referir que a sustentabilidade destes territórios depende, grandemente, da aposta em estratégias baseadas em recursos e fatores endógenos, e na promoção de dinâmicas de inovação, associadas à maior eficiência na utilização dos recursos.

Assim, como resultado da revisão da literatura e do trabalho de campo realizado, considerou-se que a *framework* deveria considerar nove dimensões de agregação: ecossistema, bem-estar, satisfação, participação e cooperação, cultura, vitalidade económica, emprego, marketing, e mobilidade e acessibilidade. Perante o quadro original de 20 dimensões de Tanguay *et al.* (2013), algumas categorias foram eliminadas devido à sua fraca representatividade no território, sobretudo pela inadequabilidade do tópico por se tratar de um território de baixa densidade. Por exemplo, este território não é comparável com o meio urbano relativamente à preocupação com o estado do ar ou da água, dada a distinta pressão do turismo, como é o caso de grandes cidades como Lisboa ou Porto. Tal realidade não merece especial desagregação no território da rAHP, daí que se tenha considerado, por exemplo, a questão ambiental numa única dimensão: Ecossistema.

Importa ainda referir que as dimensões de agregação foram alinhadas tendo em conta o turismo pretendido, no futuro, para um território de baixa densidade como este, mesmo que não tenham cabimento na presente realidade da rAHP, como é, por exemplo, o caso de algumas questões relacionadas com a mobilidade. Assim sendo, foi preparada uma segunda versão da *framework* (ver Tabela 8). Em relação às dimensões de caracterização, não considerámos necessário realizar qualquer mudança em relação à primeira proposta da *framework*.

Relativamente aos indicadores inicialmente considerados, a equipa de investigação reconheceu a necessidade de ter um número reduzido de indicadores para que estes depois fossem operacionalizáveis para os decisores políticos, nomeadamente após: conhecer a realidade das Aldeias Históricas de Portugal; e consultar os seus *stakeholders*. Assim, foram eliminados vários indicadores por motivos de 1) inadequação aos territórios de baixa densidade; 2) repetição ou sobreposição com outros indicadores semelhantes na análise; e 3) antecipação nas dificuldades de

recolha/operacionalização de alguns dos indicadores. Após este esforço de redução, os indicadores passaram a 90, distribuídos pelas dimensões de caracterização e agregação como disposto na Tabela 4.2.

**Tabela 4.2** – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caraterização e de agregação (versão 2)

CARATERIZAÇÃO AGREGAÇÃO							
	Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Ecosistema			2	2	5		
Bem-estar		2				2	
Satisfação		8		1		4	5
Participação pública		4					
Cultura		1		3			5
Vitalidade económica	16					2	1
Emprego		2				9	1
Marketing	2	3					3
Mobilidade e acessibilidade		1				5	1

Nesta nova versão mantém-se a tendência de concentração de indicadores nas categorias de caraterização económica (18), social (21) e equidade (22).

### 4.3 Focus groups

Alcançada a última versão de indicadores, considerou-se importante validar a mesma junto dos *stakeholders* (agentes económicos, proprietários de alojamentos, agências de viagens, etc.), autarcas, técnicos de turismo e especialistas, tendo para tal sido realizados dois *focus groups*. Adoptou-se esta metodologia pelo facto de permitir uma maior proximidade com os participantes, colocando-os em contexto informal, a discutir com os seus pares sobre o território onde atuam, e refletindo, de forma orientada, sobre os problemas e necessidades do território, do ponto de vista da monitorização da atividade turística. Além disto, a metodologia *focus group* permite captar a comunicação não-verbal e incrementar o discurso de confiança para desenvolver uma discussão sincera sobre aquelas que serão as suas principais preocupações e prioridades (Tecau & Tescasiu, 2015).

Foram realizados dois *workshops*, incluindo cada um deles uma sessão de *focus group*: um em Aveiro (no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro), a 14 de março de 2018, e outro em Sortelha (uma das AHP), a 11 de abril de 2018. Para ambos foram

convidados os agentes económicos locais, autarcas e especialistas. Se no primeiro houve uma maior presença de especialistas, no segundo foi marcadamente presenciado pelos agentes económicos locais.

As sessões foram orientadas pelos investigadores do projeto, tendo em ambas sido apresentada a *framework*, composta pelas dimensões de caracterização e de agregação. Foi questionada a opinião dos participantes sobre a mesma, tendo sido considerada, por unanimidade, suficientemente ampla para abordar todos os vértices do impacto do turismo do território.

Foi também discutida a forma de recolha dos dados para os indicadores, permitindo antecipar e planear esta fase de trabalho, nomeadamente, reconhecer potenciais parcerias a serem delineadas para o efeito. Nestas sessões foi ainda discutido que agentes sociais deveriam ser questionados, a periodicidade de recolha dos dados e os meios necessários para aplicar os questionários (em formato papel e *online*).

Após realização dos *focus groups*, foram introduzidos os contributos conseguidos na *framework* de análise. As melhorias sugeridas deram origem a uma terceira e última versão da *framework* de análise e à revisão dos indicadores, que passaram a ser 88, distribuídos entre as mesmas dimensões de caracterização e oito dimensões de agregação (ver Tabela 4.3).

**Tabela 4.3** – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de caracterização e de agregação (versão 3)

CARATERIZAÇÃO AGREGAÇÃO							
	Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Ecosistema			2	2	4		
Bem-estar		2				3	
Satisfação		9		1		7	5
Cultura		1		2			4
Vitalidade económica	17					2	1
Emprego		3				8	0
Marketing	2	3					3
Mobilidade e acessibilidade		1				5	1

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# 5

## A FRAMEWORK PLOWDER

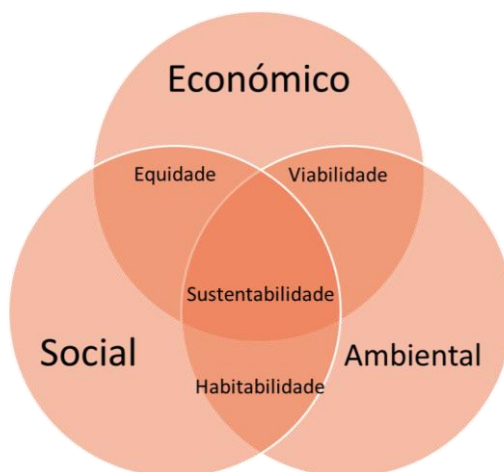
---

Como já discutido anteriormente, a separação dos indicadores por tipo de impacto ou por tópico relevante não é uma tarefa consensual. Existem, contudo, propostas de separação pelo tipo de impacto a medir. Lozano-Oyola, Blancas, González, & Caballero (2012), para medirem a sustentabilidade do turismo, consideram três dimensões: social, económica e ambiental.

### 5.1 Dimensões de caracterização

Tanguay *et al.* (2013) propuseram um sistema de indicadores distribuídos pelas dimensões “clássicas” do desenvolvimento sustentável (social, económica e ambiental), e pelas combinações destas com a habitabilidade (social e ambiental), a viabilidade (económico e ambiental), a equidade (económica e social) e a sustentabilidade (económico, social e ambiental). A estas dimensões chamamos dimensões de ‘caracterização’. Respeitando a possível natureza híbrida de um determinado indicador para se enquadrar nestas dimensões, foi adotada, na definição da *framework*, a divisão proposta por Tanguay *et al.* (2013) (ver Figura 5.1).

**Figura 5.1** - Dimensões clássicas de desenvolvimento sustentável



Fonte: Tanguay *et al.* (2010 p. 408)

De seguida é explicada a especificidade da análise do impacto do turismo sob a lente de cada uma das dimensões de caracterização referidas anteriormente.

### 5.1.1 Impacto económico

A análise do impacto económico traça o fluxo dos gastos associados à atividade turística numa determinada região, para identificar um conjunto de mudanças nas receitas, nas vendas, nas rendas e no emprego.

Segundo a *World Travel & Tourism Council* (WTTC), as viagens e o turismo (T&T - *Travel & Tourism*), sendo uma importante atividade económica para grande parte dos países do mundo, têm impacto económico direto, detendo, por sua vez, a indústria deste setor impactos indiretos e induzidos (WTTC, 2017). Desta forma, impactos diretos relacionam-se com as comodidades disponibilizadas (alojamento, transporte, entretenimento, atrações), as indústrias espoletadas (serviços de alojamento, serviços de restauração, comércio a retalho, serviços de transporte, serviços culturais, desportivos e recreativos) e as fontes de despesa (despesa T&T doméstica dos residentes, despesa em bens domésticos, despesa em viagens domésticas de negócios e despesa individual do governo em T&T). As contribuições indiretas de T&T dizem respeito a três indicadores-chave: despesa do investimento em T&T, despesa pública do Governo em T&T e impacto das compras de fornecedores. Por sua vez, a contribuição induzida, prende-se com a alimentação e com a bebida, recreação, roupa, alojamento e bens domésticos. Tais efeitos refletem-se de forma geral no PIB e no emprego (Jucan & Jucan, 2013).

A análise do impacto económico estima, portanto, o impacto do fluxo monetário externo a uma região na sua economia regional.

### 5.1.2 Impacto social

O impacto social está associado à proteção dos recursos naturais e culturais de uma área, ou seja, à qualidade de vida (Deery, Jago, & Fredline, 2012). A perceção dos locais sobre o impacto do turismo pode ser analisada segundo um conjunto de impactos específicos: benefícios económicos, oportunidades de emprego, custo de oportunidade, manutenção das instalações, *interesting things to do*, interrupções (número de pessoas nos espaços públicos, lugares de estacionamento, número de pessoas em restaurantes, trânsito), orgulho local, comportamento delinquente, ambiente, efeito *vitrine* (imagem da cidade aos olhos dos outros - não residentes), aumento dos preços, acesso

negado (número de residentes permanentes na região), justiça, novas infraestruturas e carácter da região (Enemuo & Oyinkansola, 2012). Cada um destes efeitos opera para o suporte ou não do desenvolvimento do turismo. É considerado enquanto consequência do desenvolvimento da indústria do turismo e da presença dos turistas no destino, com um efeito significativo na vida das comunidades recetoras.

### 5.1.3 Impacto ambiental

O impacto ambiental prende-se com questões como a perturbação do habitat natural das espécies, o aumento da utilização dos recursos, a poluição, a mudança climática e o desperdício. Neste sentido, indicadores como o consumo energético e a poluição atmosférica são relevantes. Este impacto tem como preocupação a qualidade do ecossistema hídrico, da terra e do ar, a biodiversidade da fauna e da flora e a gestão e política ambiental. Segundo a União Europeia, (UE, 2013) os impactos ambientais do turismo estão associados a duas questões políticas fundamentais: a poluição do ar relacionada com o transporte turístico e os impactos diretos no território (desperdício e solos). Tais problemas são analisados por via de dois indicadores: a contribuição do turismo na emissão de gás e no consumo energético dos transportes, e a densidade turística (camas por km<sup>2</sup>), respetivamente (UNWTO, 2004).

Segundo Sunlu (2003) o desenvolvimento do turismo pode colocar pressão sobre os recursos naturais e aumentar o consumo de outros, em áreas onde já exista alguma escassez. Deste modo, alerta para a degradação dos recursos naturais locais (água, energia, comida e outras matérias-primas escassas), para a degradação dos terrenos (recursos minerais, fosseis, fertilidade do solo, floresta, zonas húmidas e vida selvagem), para a poluição (ar e ruído, resíduos sólidos e lixo, esgotos, poluição estética), e para os impactos físicos do desenvolvimento do turismo e das atividades turísticas. Alerta ainda para os impactos ambientais do turismo ao nível global, tais como a perda de diversidade biológica, a degradação do buraco de ozono e a mudança climática.

Dada a relação direta do turismo com o ambiente, importa refletir sobre os efeitos no sentido inverso, isto é, como os impactos ambientais afetam o turismo. Desastres naturais, como os incêndios florestais, experienciados em Portugal no ano de 2017, têm um efeito sério sobre as entradas, o turismo doméstico e as indústrias locais turísticas. As mudanças climáticas influenciam o próprio turismo, do ponto de vista da severidade com que determinadas regiões são afetadas, quer por tempestades quer por temperaturas adversas, que podem afastar os turistas.

Sobre outra perspetiva, o turismo pode ainda representar um importante contributo para a conservação do ambiente, por via da contribuição financeira, do potenciar a gestão e o planeamento

ambiental, do aumento da consciencialização ambiental, da proteção e conservação e das medidas regulamentares (Sunlu, 2003).

Importa salientar, por fim, que os impactos ambientais do turismo assumem diferentes padrões segundo a área geográfica, segundo o tipo, extensão e intensidade do impacto, devendo, por isso, os modelos de análise ser adaptados a cada caso.

#### 5.1.4 Impacto na habitabilidade

Segundo Tanguay *et al.* (2013) o impacto na habitabilidade remete para a capacidade de uma região conhecer as necessidades sociais, no sentido de garantir qualidade de vida. O conceito de habitabilidade está associado ao planeamento sustentável e às práticas ambientais ao nível político, organizacional e individual (Jones & Newsome, 2015).

As características das cidades turísticas e “habitáveis”, à luz dos autores, prendem-se com a noção de acessibilidade, às ruas movimentadas e “vivas”. Associam-se à necessidade de um compromisso com domínios como a cultura e a criatividade. O futuro da habitabilidade necessita de planeamento e de sustentabilidade a longo prazo. Para analisar este tipo de impacto, Jones e Newsome (2015) sublinham as medidas utilizadas por Newton (Newton, 2012): “*EIU's Quality of Life ranking*” e “*Global Footprint Network's Ecological Footprint measure of consumption*” (Jones & Newsome, 2015), tendo em conta a importância da definição temporal e geográfica (que é plástica e mutável) e o contexto ambiental (parâmetros de sustentabilidade associados à qualidade do ar e da água).

#### 5.1.5 Impacto na viabilidade

Segundo Tanguay, *et al.* (2013) a viabilidade concilia os aspetos relativos ao desenvolvimento económico e a capacidade dos ecossistemas subsistirem e evitarem o esgotamento dos recursos não renováveis. Este impacto, segundo Slocum (2015), ao conciliar o sucesso das esferas do ambiente e da economia, não consegue garantir que o mesmo suceda com a esfera social. As áreas que registam um forte impacto na viabilidade tendem a estar relacionadas com o desenvolvimento de políticas ou práticas associadas à eficiência dos recursos, à administração e à capacidade de carga, com o objetivo de controlar a utilização de recursos durante os períodos de maior prosperidade económica (Slocum, 2015).

Mais uma vez, tais referências conduzem-nos às noções de sustentabilidade, dado que o desenvolvimento do turismo sustentável prevê a gestão de práticas aplicáveis a todas as formas de turismo e em todos os destinos. Assegurar a viabilidade económica, a longo prazo, é uma premissa.



No entanto, esta só poderá ser tomada “a longo prazo” se se garantirem critérios de preservação ambiental. Segundo a UNWTO (2004) o turismo sustentável garante-se por via de uma utilização ótima dos recursos (conservação da herança natural e da biodiversidade) e pelo respeito pela autenticidade das comunidades locais (recetoras), nas suas características socioculturais.

### 5.1.6 Impacto na equidade

Indicadores que analisam o impacto na equidade conciliam a dimensão económica e social, por definição (Tanguay *et al.*, 2013). Tal implica dizer que é acessível a todos os estratos/classes sociais e com diferentes características demográficas. O seu impacto tem repercussões transversais na sociedade e na economia (Whittle, Lomax, Heppenstall, & Brerton, 2017).

Slocum (2015) sugere que um bom indicador com impacto na equidade revela um bom desempenho quer na esfera económica quer social, o que significa dizer que deixará desprotegida a esfera do ambiente. Assim, o sucesso do turismo parece aproximar-se da viabilidade, mas sem impacto na sustentabilidade, no seu todo (Slocum, 2015).

### 5.1.7 Impacto na sustentabilidade

Turismo sustentável é aquele que se preocupa, cumulativamente, com os impactos económico, social e ambiental, remetendo para padrões de desenvolvimento considerados ótimos. Ratner (as cited Slocum, 2015) sublinha que a teoria da sustentabilidade é o diálogo dos valores que desafiam a sociologia do desenvolvimento.

Tal impacto significa que o emprego gerado está disponível a todos os membros da comunidade e que, por exemplo, os produtos agrícolas e tradicionais estão a significar receitas para pequenos negócios. Implica, também, ética democrática, relações sociais entre consumidores e produtores, ações coletivas entre os movimentos tradicionais e os novos movimentos sociais (Slocum, 2015). Significa ainda a reinvenção da tradição, o reavivar da identidade social e das colaborações internas.

## 5.2 Dimensões de agregação

No sentido de agregar os indicadores que medissem o impacto social, económico e ambiental da atividade turística das AHP nos territórios de baixa densidade em que estas se inserem, foram desenvolvidas nove dimensões, que se consideram abranger as áreas fundamentais para medir esse

impacto: ecossistema, bem-estar, satisfação, participação pública, cultura, vitalidade económica, emprego, marketing e mobilidade e acessibilidade.

### 5.2.1 Ecossistema

A dimensão ecossistema consiste na agregação de indicadores de carácter ambiental. Esta dimensão integra os consumos energéticos e da água, a distribuição de equipamento no território que potencia a conservação da natureza, os transportes, vias, equipamentos “verdes”, ou ainda os estabelecimentos e recursos humanos com certificação ambiental. Indicadores deste tipo são utilizados para a monitorização da saúde ambiental (Rogers & Greenaway, 2005; Salamon, 2002), designadamente do ponto de vista da pegada ecológica fomentada pelo turismo (Manning, 1999).

Assim, para além dos exemplos referidos, a dimensão do ecossistema deverá acomodar todos os indicadores relativos a preocupações ambientais futuras e cobrir possíveis desenvolvimentos tecnológicos que os agentes económicos locais ou os residentes deverão dispor no futuro relativamente ao ambiente.

### 5.2.2 Bem-estar

A dimensão bem-estar refere-se à satisfação dos que residem no destino turístico (AHP) relativamente ao impacto do turismo. O bem-estar prende-se com a saúde, a educação e as competências da população, a qualidade das atividades quotidianas de trabalho, o estado do ambiente, a segurança, a riqueza dos laços comunitários e a satisfação das pessoas com a sua vida (OECD, 2011).

Assim, os indicadores presentes nesta dimensão terão o objetivo de antecipar as principais preocupações dos residentes em relação à presença e ao crescimento do turismo no seu território. Estão também incluídas outras comodidades no território destinadas à melhoria de qualidade de vida dos residentes e dos agentes económicos locais.

### 5.2.3 Satisfação

A dimensão satisfação diz respeito à satisfação dos visitantes relativamente ao destino visitado, nomeadamente a experiência global: as atrações existentes, as comodidades e a oferta de serviços. Dupeyras e MacCallum (2013) sublinham que a satisfação dos visitantes pretende medir o valor da atratividade, baseado na competitividade atual e futura.

Distinguimos então dois tipos de “satisfação”: a “satisfação” associada aos residentes, que denominamos de bem-estar, e a “satisfação” associada aos turistas, que denominamos de satisfação. Nesta dimensão, deverão estar os indicadores associados à qualidade do turismo do ponto de vista do visitante – e assim sendo, todos os dados necessários para o cálculo destes indicadores provêm de questionários dirigidos aos visitantes. Naturalmente, os indicadores estão pensados para problemas de satisfação mais associados a territórios de baixa densidade.

#### **5.2.4 Cultura**

A dimensão da cultura refere-se à oferta cultural do destino turístico, quer do ponto de vista das infraestruturas disponíveis, quer da oferta em termos de eventos pontuais, ou das atividades específicas (culturais/desportivas/recreativas) que o destino providencia continuamente. À luz de Craik (1995) existem três formas de se analisar o turismo no âmbito cultural: por via dos produtos turísticos, das perceções dos turistas perante as experiências culturais e das consequências culturais do desenvolvimento do turismo nas comunidades residentes.

Assim, os indicadores associados a esta dimensão estão principalmente preocupados com a oferta cultural, visto esta ser mensurável por via das infraestruturas existentes e do número de eventos realizados em determinado território turístico. Se for possível aferir com qualidade e se a aferição for auditável, deverão também estar nesta dimensão as medidas relacionadas com a procura, como, por exemplo, o número de pessoas presentes em determinados eventos ou a satisfação dos presentes nesses eventos.

#### **5.2.5 Vitalidade económica**

A vitalidade económica é o reflexo do turismo sobre o alojamento, a restauração e outros serviços relacionados com o setor turístico, quer do ponto de vista dos fluxos monetários, quer do ponto de vista da evolução da oferta. Nocca (2017) considera que o número de licenças de atividades relacionadas como Turismo, a promoção de projetos turísticos, o investimento em novas unidades turísticas, a percentagem de hotéis que contribuem para o aumento das receitas de turismo, o tempo médio de vida das empresas turísticas, assim como o investimento em atividades ou eventos culturais, na dimensão cultural, caracterizam aquilo que é tido em conta nesta categoria.

#### **5.2.6 Emprego**

O emprego integra a criação de emprego relacionado com o setor do turismo, a caracterização do emprego e dos empregados, e a caracterização da atividade geradora de emprego (sazonalidade,

longevidade). Prende-se com a dimensão da empregabilidade, que atribui sustentabilidade ao Turismo (Roberts & Tribe, 2008).

Nesta caracterização é importante a aferição da qualidade das relações laborais existentes. Procuramos questões relacionadas com o salário e o vínculo laboral do trabalhador, e também com as características detidas pelo trabalhador relacionadas com o sector do Turismo, como, por exemplo, a sua capacidade de falar uma determinada língua estrangeira.

### 5.2.7 Marketing

O marketing incorpora a caracterização da promoção publicitária do destino turístico: orçamento e despesa alocados; agentes económicos envolvidos; ações desenvolvidas; satisfação dos agentes sobre a promoção acionada; perceção da influência da marca AHP. No fundo pretende-se com a necessidade de compreender o que é promovido e qual o retorno do investimento em marketing (White, 2010).

Se num determinado destino turístico existir uma entidade diretamente responsável pela promoção do mesmo, este indicador tentará medir a eficácia desta promoção através do conhecimento da entidade ou do conhecimento de determinados produtos específicos que a entidade queira elencar como parte do indicador.

### 5.2.8 Mobilidade e acessibilidade

A dimensão mobilidade e acessibilidade abrange indicadores que permitem compreender as condições de visita para pessoas com mobilidade reduzida, bem como indicadores que permitam compreender os fluxos dos visitantes, isto é: rotas seleccionadas, tempo dedicado a cada uma, paragens efetuadas, etc. Importa entender, também, o impacto de tais fluxos, distintos entre épocas (Scuttari, Della Lucia, & Martini, 2013).

## 5.3 Lista de indicadores

Como visto no final do capítulo 4, a lista final dos indicadores está distribuída pelas dimensões de agregação e dimensões de caracterização de acordo com o disposto na Tabela 5.1.

**Tabela 5.1** – Distribuição dos indicadores pelas dimensões de agregação e caracterização.

AGREGAÇÃO \ CARATERIZAÇÃO							
	Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Ecosistema			2	2	4		
Bem-estar		2				3	
Satisfação		9		1		7	5
Cultura		1		2			4
Vitalidade económica	17					2	1
Emprego		3				8	0
Marketing	2	3					3
Mobilidade e acessibilidade		1				5	1

Nos quadros que se seguem, apresentam-se os indicadores organizados de acordo com a *framework* de análise proposta, isto é, por dimensão de agregação, com a indicação, por indicador, da sua dimensão de caracterização.

Assim, apresentam-se no Quadro 5.1 os indicadores da dimensão *ecossistema*, no Quadro 5.2 os indicadores da dimensão *bem-estar*, no Quadro 5.3 os indicadores da dimensão *mobilidade e acessibilidade*, no Quadro 5.4 os indicadores da dimensão *satisfação*, no Quadro 5.5 os indicadores da dimensão *cultura*, no Quadro 5.6 os indicadores da dimensão *marketing*, no Quadro 5.7 os indicadores da dimensão *vitalidade económica* e no Quadro 5.8 os indicadores da dimensão *emprego*.

Conforme se pode verificar da leitura do Quadro 5.1, os indicadores da dimensão de agregação *ecossistema* estão altamente associados à dimensão de caracterização *viabilidade* (económica e ambiental), *ambiental* e *habitabilidade* (social e ambiental).

**Quadro 5.1** – Indicadores da dimensão ecossistema

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Ecosistema	Número de plataformas de carregamento de veículos elétricos distribuídas pelo destino turístico, por número de visitantes			X				
	Percentagem de agentes económicos turísticos, no destino turístico, que têm pelo menos um funcionário com formação ambiental				X			
	Percentagem de agentes económicos turísticos que possuem certificação formal, além da obrigatória, no destino turístico			X				
	Percentagem de agentes económicos turísticos que são inspecionados (ASAE, Ministério do Trabalho, Câmara Municipal ou outras entidades)				X			
	Rácio entre o consumo de água mensal por parte dos agentes económicos turísticos e o consumo de água mensal no destino turístico, em m3					X		
	Rácio entre o consumo de eletricidade mensal por parte dos agentes económicos turísticos e o consumo de eletricidade mensal no destino turístico, em KWh					X		
	Número de passagens do camião do lixo comum, por mês, no destino turístico, por visitantes					X		
	Número de passagens do camião do lixo reciclável, por mês, no destino turístico, por visitantes					X		

Os indicadores da dimensão de agregação *bem-estar*, conforme se pode ver no Quadro 5.2, estão mais associados às dimensões de caracterização *social* e *equidade*.

**Quadro 5.2** – Indicadores da dimensão bem-estar

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Bem-estar	Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com o impacto do turismo na comunidade (acesso, NGP, custo de vida, oferta de serviços)						X	
	Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com a associação a marcas de agregação (eg. AHP)						X	
	Número de prédios devolutos, no destino turístico, por ha						X	
	Número de queixas dos residentes, relacionadas com o turismo (na Junta de Freguesia, Câmara Municipal, DRCC, Polícia), por residente		X					
	Percentagem de residentes orgulhosos de pertencer à comunidade e cultura locais		X					
	percentagem de residentes que participa ativamente nas atividades turísticas (e.g. voluntários em pontos de visita, membros da associação na rota turística, apoio à organização e/ou animação dos eventos)		X					

Os indicadores incluídos na dimensão de agregação *mobilidade e acessibilidade* (Quadro 5.3), concentram-se sobretudo na dimensão de caracterização *equidade* (5). Há ainda a considerar um na dimensão de caracterização *social* e outro na dimensão de caracterização *sustentabilidade*.

**Quadro 5.3** – Indicadores da dimensão mobilidade e acessibilidade

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Mobilidade e acessibilidade	Percentagem de atrações turísticas, no destino turístico, com acesso a pessoas com mobilidade reduzida (e.g. elevadores, rampas)						X	
	Percentagem de alojamento acessível a pessoas com mobilidade reduzida, no destino turístico						X	
	Percentagem de visitantes que usam os serviços de transporte público para chegar ao destino turístico							X
	Percentagem de visitantes com mobilidade reduzida		X					
	Percentagem de atrações turísticas com infoacessibilidade						X	
	Rácio entre o número de infraestruturas de apoio à mobilidade suave (mobilidade de pessoas) distribuídas pelo destino turístico, por visitante						X	
	Rácio entre o número de infraestrutura de apoio à mobilidade suave (bicicletas) distribuídas pelo destino turístico, por visitante						X	

Os indicadores associados à dimensão de agregação *satisfação* (dos visitantes), conforme se pode verificar a partir do Quadro 5.4, distribuem-se, maioritariamente, pelas dimensões de caracterização *social* e *equidade* (económica e social). Há ainda a considerar indicadores nas dimensões de caracterização *sustentabilidade* e *habitabilidade*.



**Quadro 5.4 – Indicadores da dimensão satisfação**

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Satisfação	Nível de satisfação dos visitantes com a experiência global							X
	Nível de satisfação global dos visitantes com mobilidade reduzida						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com a segurança do destino turístico		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade do alojamento		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades culturais realizadas		X					
	Nível de satisfação dos visitantes em relação ao nível de limpeza / higiene dos espaços públicos				X			
	Nível de satisfação dos visitantes com a informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com o comércio local/tradicional						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com as empresas de animação turística						X	
	Nível de satisfação dos visitantes os locais de interesse (eg. infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com as vias de acesso						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com a rede de transportes pública						X	
	Nível de satisfação dos visitantes com as rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)							X
	Nível de satisfação dos visitantes com as redes de comunicação (rede móvel, wireless)		X					
	Nível de satisfação dos visitantes com os cuidados médicos existentes no destino turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)		X					
	Percentagem de visitantes que recomendariam o destino turístico							X
	percentagem de visitantes que pretende repetir a visita							X
	Grau de correspondência com as expectativas dos visitantes							X

Os indicadores incluídos na dimensão de agregação *cultura*, conforme se pode verificar pela leitura do Quadro 5.5, distribuem-se de forma descendente pelas dimensões de caracterização *sustentabilidade*, *habitabilidade* e *social*.



**Quadro 5.5** – Indicadores da dimensão cultura

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Cultura	Capacidade total das salas e auditórios, em espaço fechado, existentes para espetáculos, por visitante		x					
	Percentagem de eventos realizados no âmbito da cultura e do património imaterial							x
	Percentagem de eventos realizados no âmbito do desporto e do património natural							x
	percentagem de eventos realizados no âmbito do setor agroalimentar							x
	percentagem de entradas nos espaços culturais do destino turístico, pelo total de visitantes							x
	Número de infraestruturas de animação permanente (praias fluviais, PR, GR - homologado), por ha do destino turístico				x			
	Número de pontos de interesse no destino turístico (arquitetura vernacular, marcos históricos,...), por ha do destino turístico				x			

Analisando o Quadro 5.6, verifica-se que os indicadores associados à dimensão de agregação *marketing* se distribuem pelas dimensões de caracterização *social*, *sustentabilidade* e *económica*.

**Quadro 5.6** – Indicadores da dimensão marketing

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Marketing	Total da despesa (€) em marketing do destino turístico, por tipo de <i>stakeholder</i> (Câmaras Municipais, Turismo do Centro, AHP)	x						
	Número de ações de promoção do destino turístico (N.º de feiras, exposições, etc.)	x						
	Percentagem de agentes económicos turísticos que utilizam a marca do destino turístico (AHP)							x
	Número de visitantes, por fonte de informação relativamente ao destino turístico (AHP)		x					
	Número de prémios recebidos no âmbito do turismo, por tipo de prémio							x
	Nível de satisfação dos agentes económicos turísticos locais (associados e não associados AHP) com a promoção que é feita ao seu negócio		x					
	Nível de satisfação dos agentes económicos turísticos com a informação disponibilizada sobre o destino turístico		x					
	Percentagem de visitantes atraídos pela rede das Aldeias Históricas de Portugal, segundo a motivação							x

Os indicadores associados à dimensão de agregação *vitalidade económica*, como se pode ver no Quadro 5.7 concentram-se de forma destacada (17) na dimensão de caracterização *económica*. Há ainda a considerar indicadores nas dimensões de caracterização equidade e sustentabilidade.

**Quadro 5.7** – Indicadores da dimensão vitalidade económica

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Vitalidade económica	Orçamento médio para a visita, por visitante	x						
	Número de dormidas, por tipo de turista (sexo, grupo etário, nacionalidade)	x						
	Número de dormidas, por tipo de alojamento	x						
	Estada média dos hóspedes, por tipo de alojamento	x						
	Volume total (€) das despesas mensais com pessoal, dos agentes económicos turísticos (seguros, segurança social, e outros impostos)	x						
	Volume total (€) das despesas não relacionadas com pessoal dos agentes económicos turísticos (matérias primas, fornecedores, rendas, amortizações, etc.)	x						
	Número médio de aldeias visitadas, por visitante, ao longo da rede do destino turístico (AHP)						x	
	Preço médio de uma refeição, no destino turístico	x						
	Preço médio mensal de uma dormida, no destino turístico	x						
	percentagem de compras a fornecedores locais	x						
	Taxa de sobrevivência das empresas turísticas criadas em n-2	x						
	Receitas provenientes de licenças, concessões e impostos sobre atividades turísticas (€)	x						
	Taxa de ocupação mensal, por tipo de alojamento	x						
	Capacidade do alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico coletivo (número), no destino turístico, por tipo de alojamento	x						
	Capacidade da restauração (número), por tipo de estabelecimento	x						
	Capacidade dos outros estabelecimentos turísticos (número), por tipo de estabelecimento	x						
	Percentagem de negócios turísticos detidos por locais, no destino turístico						x	
	Percentagem do investimento público (Câmaras Municipais, AHP, TC), alocado a cada Aldeia Histórica de Portugal							x
	Volume de apoio ao empreendedorismo (€), por tipo de agente económico turístico apoiado	x						
	Percentagem de alojamento que serve refeições	x						

Finalmente, da análise do Quadro 5.8, verifica-se que os indicadores que pertencem à dimensão de agregação *emprego* recaem sobretudo na dimensão de caracterização *equidade* (8), sendo apenas três os que recaem na dimensão de caracterização *social*.

**Quadro 5.8** – Indicadores da dimensão emprego

Dimensão de agregação	Indicador	Dimensões de caracterização						
		Económica	Social	Ambiental	Habitabilidade	Viabilidade	Equidade	Sustentabilidade
Emprego	Número de empregados, por tipo de alojamento						x	
	Número de empregados, por tipo de estabelecimento de restauração, bebidas e similares						x	
	Número total de empregados, por tipo de "outra atividade económica turística"						x	
	Percentagem de colaboradores no setor do turismo com conhecimento de línguas, no destino turístico		x					
	Percentagem do emprego direto no setor turístico, no destino turístico						x	
	Percentagem de colaboradores no setor turístico, residentes no destino turístico						x	
	Número de colaboradores no setor turístico, no destino turístico, por nível de escolaridade, idade e sexo						x	
	Percentagem de empregados no setor turístico, no destino turístico, que são permanentes (i.e., trabalham o ano inteiro)						x	
	Escala de salário médio, mensal, dos empregados no setor turístico						x	
	Percentagem de colaboradores no setor turístico com formação de base na área do turismo, no destino turístico		x					
	Percentagem de colaboradores que frequentaram ações de formação na área do turismo (ex.: sustentabilidade)		x					

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# 6

## A PLATAFORMA ILDA

---

A plataforma ILDA permite aos diversos *stakeholders* recolher informação dos indicadores que lhes sejam mais úteis para acompanhamento, designadamente, da evolução do negócio, do perfil e da satisfação dos visitantes, possibilitando, se for o caso, ajustar a estratégia ao perfil dos mesmos. Ainda com os dados disponíveis é possível traçar o perfil dos restantes agentes, identificando características que serão úteis em termos de introdução de melhorias na captação de visitantes e de investimento, público e privado, bem como perceber as características dos residentes, potenciando a introdução de medidas e incentivos com vista à fixação das populações nos territórios de baixa densidade em análise.

A partir dos dados recolhidos e disponíveis na plataforma ILDA é ainda possível fazer o tratamento estatístico de dados, designadamente da relação entre algumas variáveis, com o objetivo de melhor compreender o território em análise. Esta possibilidade é particularmente útil na identificação das variáveis que afetam os níveis de satisfação quer dos residentes, quer dos visitantes, quer dos agentes económicos.

### 6.1 Introdução e metodologia

Um dos objetivos do projeto PLoWDeR consistiu em desenvolver e integrar uma plataforma digital que apoie a recolha de dados e a avaliação do impacto da atividade turística desenvolvida nas aldeias que constituem a rAHP.

O desenvolvimento desta plataforma seguiu a metodologia *Design Science* (Hevner, 2007; Hevner & Chatterjee, 2010) que inclui várias etapas, designadamente:

- o problema e motivação (etapa 1) estão estreitamente ligados ao propósito principal do projeto PLoWDeR, ou seja, suportar digitalmente o conjunto de indicadores que constitui a *framework*, designadamente na recolha e gestão de dados e na determinação e disseminação dos indicadores.

---

promotores



programa



co-financiamento



Nesta etapa, para além da revisão da literatura, foi utilizada uma metodologia etnográfica em que os investigadores se envolveram ativamente com os atores locais (residentes, agentes económicos e decisores políticos) no sentido de empreenderem uma aprendizagem ativa, através da participação cívica no âmbito da realidade vivida nos territórios alvo deste estudo, das práticas e processos existentes;

- a definição dos objetivos da solução (etapa 2) e alguns aspetos da conceptualização e desenvolvimento (etapa 3) basearam-se na revisão da literatura, considerada mais relevante sobre o impacto das tecnologias da comunicação e informação inteligentes na indústria do turismo, tendo em atenção que se pretende desenvolver, implementar e dar continuidade a uma plataforma digital que dê apoio à recolha, armazenamento e processamento de dados com vista à produção de indicadores que permitam avaliar o impacto da atividade turística nos territórios de baixa densidade, no caso particular da rAHP.
- a aplicação foi desenvolvida (etapa 4) com recurso a um caso de estudo em ambiente real (numa das aldeias da rAHP);
- a avaliação (etapa 5) foi efetuada no final da conceptualização e com a eficácia demonstrada no caso de estudo referido na etapa anterior. A avaliação após a conceptualização foi realizada com dois *Focus Groups* que incluíram académicos, agentes económicos, decisores políticos e residentes. Nestes *Focus Groups* foram discutidas e analisadas as práticas e processos encontrados na literatura e no método etnográfico, traduzidas na produção de indicadores. Houve retorno destes *Focus Groups* com impacto na melhoria da conceptualização e na definição dos objetivos e requisitos da solução.
- a divulgação (etapa 6) foi feita: em *workshops* com os *stakeholders* da rAHP, como principais interessados nos *outputs* do PLOWDeR; na comunidade científica, através de comunicações em conferências e em publicações em revistas, ambas de âmbito nacional e internacional; num evento final de âmbito nacional para divulgação dos resultados do projeto PLOWDeR.

## 6.2 Conceptualização e prototipagem

A revisão da literatura, a participação ativa dos investigadores com os atores locais e a realização dos *Focus Groups* referidos na secção anterior, permitiram perceber o interesse do desenvolvimento de uma plataforma digital para suporte à *framework* de indicadores, objetivo principal do projeto. Na Figura 6.1 é mostrada a visão geral da sua arquitetura.

promotores



Turismo  
Centro  
Portugal



universidade de aveiro  
theoria potestis praxis



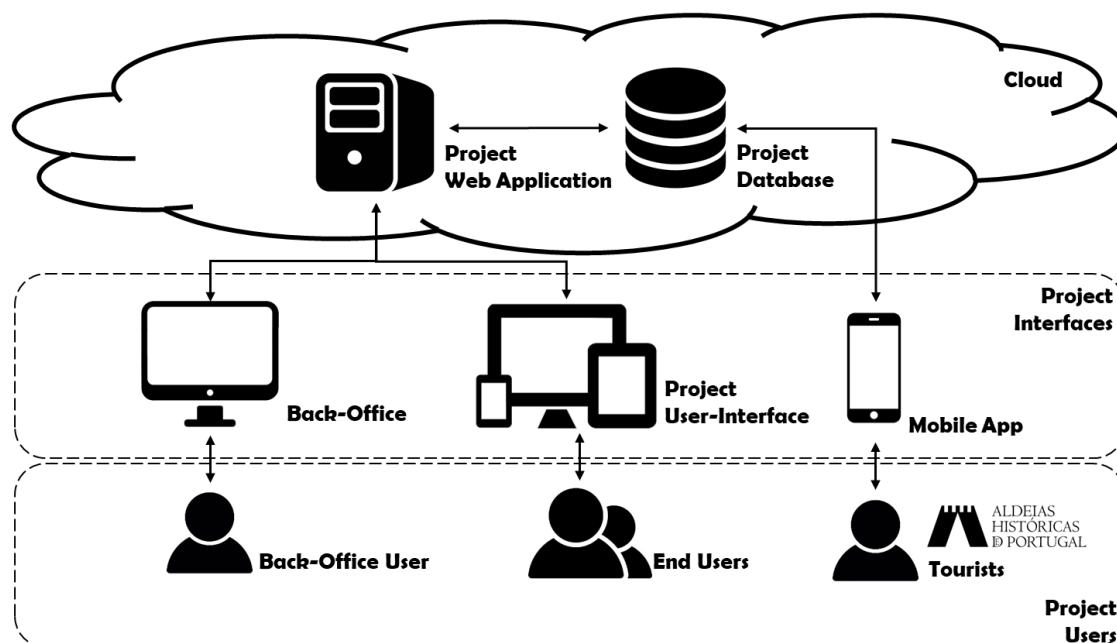
programa



co-financiamento



**Figura 6.1** - Arquitetura funcional da proposta de solução



Da figura 1, observamos os seguintes componentes nucleares:

- **Project Database** – Base de dados que serve de repositório a todos os dados utilizados pela *framework* de indicadores;
- **Mobile App** – Aplicação móvel a ser usada pelos visitantes da rAHP, que tem como principal objetivo a recolha de dados sobre as visitas efetuadas (e.g. nível de satisfação). Estes dados são enviados para a base de dados referida anteriormente;
- **Project User-Interface** – Interface para acesso e consulta dos indicadores da *framework* pelos interessados nos outputs do PLowDeR (*End User*);
- **Back-Office** – Interface para determinados utilizadores (*Back-Office User*) que têm como função a introdução de dados na base de dados, seja para produção de indicadores (principalmente os dados que não provêm dos visitantes e que têm que ser inseridos numa aplicação *web*, referimo-nos, por exemplo, aos dados referentes aos agentes económicos, autarquias e residentes), seja para alimentar a aplicação móvel. É também uma interface de acesso a funcionalidades associadas à administração da plataforma;
- **Project Web Application** – Aplicação *web* que fornece as funcionalidades às interfaces e gere o fluxo de dados entre estas e a base de dados.

Para utilização da plataforma (*Back-Office* e *Project User-Interface*) foram definidos diversos tipos de utilizador, cada um com um conjunto de privilégios específico, conforme ilustra a Tabela 6.1.

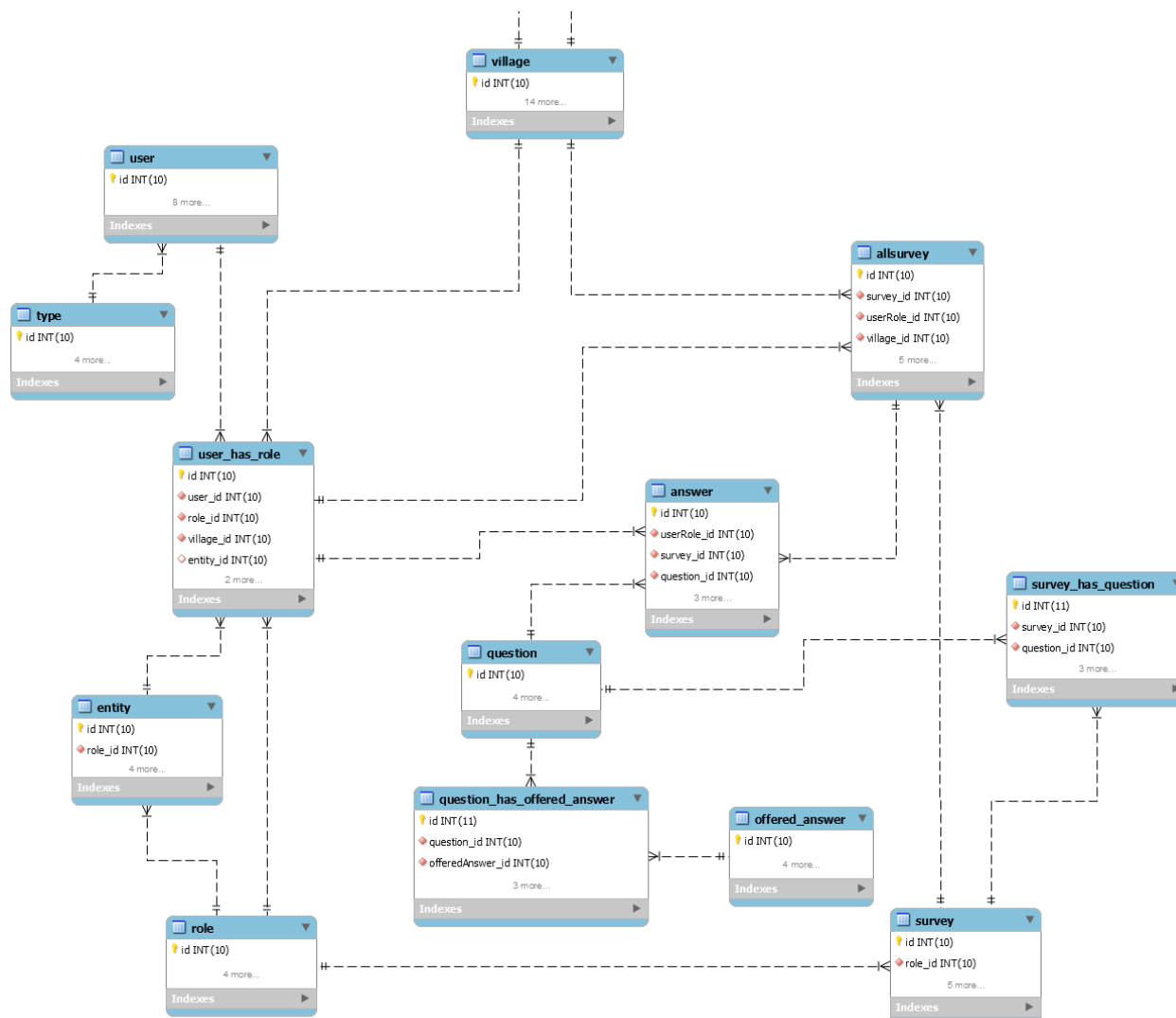


**Tabela 6.1** – Tipos de utilizador e respetivas descrições de utilização

Perfil de Utilização	Descrição
Utilizador não registado	O utilizador não registado pode consultar alguma informação genérica sobre alguns dos indicadores disponíveis. Este utilizador não possui perfil na plataforma e como tal não tem relações frequentes com a rAHP. Faz ainda parte da classe de utilizadores <i>End User</i> e interage somente com o <i>Project User-Interface</i> .
Utilizador registado	O utilizador registado pode verificar quais os questionários ainda não respondidos, ver e editar questionários anteriores e ainda ter uma visão geral dos indicadores. Este utilizador pode assumir vários papéis na plataforma e ter relações com diversas aldeias (e.g. o utilizador pode ser residente numa das aldeias da rede e ser agente económico noutra). Neste caso, o utilizador tem a possibilidade de responder aos questionários direcionados a cada um dos papéis que representa. Este utilizador faz parte da classe de utilizadores <i>Back-Office User</i> , quando é respondente dos questionários no <i>Back-Office</i> , e da classe <i>End User</i> quando interage com o <i>Project User Interface</i> para consulta genérica dos indicadores.
Investigador	O utilizador com perfil de investigador pode aceder e filtrar de diversas formas os diferentes indicadores. Este utilizador tem ainda a possibilidade de aceder aos dados que estão na origem dos valores dos indicadores. Faz ainda parte da classe de utilizadores <i>End User</i> e interage somente com o <i>Project User-Interface</i> .
Supervisor	O perfil de supervisor é responsável pela validação de diversos componentes da plataforma, que vão desde a validação dos utilizadores e das suas relações com a rAHP, à possibilidade de listar os questionários em atraso e correspondentes utilizadores, validação de novas entidades, entre outros. Tal como o investigador, pode aceder aos dados que estão na origem dos valores dos indicadores. Este utilizador faz parte da classe de utilizadores <i>Back-Office User</i> , e interage maioritariamente no <i>Back-Office</i> da plataforma.
Administrador	O administrador tem a possibilidade de alterar os perfis de utilização, e.g. converter um utilizador registado em Investigador. Pode, além disso, listar e eliminar utilizadores registados. Este utilizador pode ainda analisar respostas a questionários suspeitas de manipulação e, em caso de confirmação, eliminar a respetiva resposta. Faz ainda parte da classe de utilizadores <i>Back-Office User</i> , e interage maioritariamente no <i>Back-Office</i> da plataforma.

Com o objetivo de facilitar a gestão dos dados recolhidos para produção dos indicadores, foram criadas tabelas e relacionamentos conforme a vista lógica da Figura 6.2. Nesta figura pode ver-se parte da estrutura da base de dados SQL, na vertente dos relacionamentos entre as Aldeias (*village*), os Utilizadores (*user*), os Papéis (*role*) e os Questionários (*survey*).

**Figura 6.2** - Base de dados para armazenamento de dados recolha (exportado do MySQL WorkBench)



Os utilizadores têm papéis nas aldeias e, opcionalmente, pode existir uma Entidade nessa relação – por exemplo, o utilizador X é residente na aldeia Y, ou, o utilizador Z é agente económico de alojamento na aldeia W pela entidade H. Estes relacionamentos ficam armazenadas na tabela *user\_has\_role*.

Por sua vez, cada uma destas relações implica a participação num conjunto de questionários direcionados a todos os intervenientes de um determinado Papel. A tabela dos questionários (*survey*) relaciona-se com a tabela das questões (*question*) que, por sua vez, se relaciona com a tabela das possíveis respostas (*offered\_answer*), permitindo guardar as opções de resposta das perguntas de escolha múltipla. A tabela *allSurvey* será preenchida parcialmente de forma automática, no dia 1 de cada mês, por um *script* que gera um registo por cada relacionamento entre utilizadores, papéis e aldeias (e opcionalmente entidades) e correspondentes questionários a preencher relativos ao mês anterior. No primeiro dia de cada ano, corre um *script* similar, mas desta vez com o objetivo de gerar os registos relativos aos inquéritos anuais. Esta tabela permite informar cada utilizador dos inquéritos que ainda

tem por responder. No que diz respeito às respostas aos questionários, estas são armazenadas na tabela *answer*, que guarda a informação relativa ao questionário e à questão em causa, qual o ID do registo da tabela *user\_has\_role*, bem como o valor de resposta.

### 6.3 Inquéritos por questionário para recolha de dados

Chegados à lista final de indicadores, organizados de acordo com a *framework* de análise, seguiu-se o momento de construção do inquérito por questionário para a recolha dos dados necessários. Os questionários foram desenhados segundo a fonte de recolha de dados, a forma de distribuição (em papel ou *online*), a periodicidade de recolha dos dados (diária, mensal e anual) e a delimitação geográfica de recolha. Neste sentido, foram criados 12 inquéritos por questionário:

- Agentes económicos\_Alojamento\_ANUAL
- Agentes económicos\_Alojamento\_MENSAL
- Agentes económicos\_Restauração\_ANUAL
- Agentes económicos\_Restauração\_MENSAL
- Agentes económicos\_Outros\_ANUAL
- Agentes económicos\_Outros\_MENSAL
- Autarquias\_ANUAL
- Autarquias\_MENSAL
- Outras Entidades\_ANUAL
- Residentes\_ANUAL
- Visitante\_DIÁRIO (PT e ENG)
- Agentes económicos\_REGISTO

Para cada elaboração de cada um destes questionários, foram tidos em conta os objetivos que se pretendiam atingir relativamente a cada uma das dimensões, tendo em atenção os indicadores integrados em cada uma delas. Estes objetivos são apresentados no Anexo A.

Para além da definição dos objetivos de cada dimensão, foram criadas fichas de indicadores, para cada um dos 88 presentes na *framework*. A ficha de indicador é apresentada no Anexo B.

A listagem de indicadores proposta é composta por 46 indicadores derivados e 42 primários. Os indicadores dizem-se primários quando o seu valor resulta da recolha direta de dados (não implicam qualquer cálculo). Os indicadores dizem-se derivados por implicarem cálculos entre dois ou mais indicadores primários.

Relativamente à periodicidade da recolha, 32 indicadores implicam a recolha anual de dados, 29 indicadores a recolha mensal e 27 indicadores a recolha permanente (diária).

No que diz respeito ao formato do instrumento de recolha, este pode ser, tal como supra mencionado, via papel ou digital, recorrendo-se, neste último caso, à plataforma ILDA.

Os residentes e os agentes económicos têm disponíveis as duas vias: papel e digital, as autarquias e outras entidades (Turismo do Centro e Associação das AHP) acedem apenas ao formato digital, dado que possuem todos os requisitos para uma inserção direta dos dados na plataforma tecnológica (computadores, telemóveis, *tablets* e internet). Os visitantes têm disponível em formato papel, dada a dificuldade em disponibilizar e garantir meios, em todos os Postos de Turismo, que permitam um preenchimento do inquérito *online*, via plataforma tecnológica.

Deste modo, há 21 indicadores cujos dados são recolhidos através de inquérito por questionário preenchido *online* via plataforma tecnológica, 27 indicadores cujos dados são recolhidos através de inquérito por questionário preenchido em papel e 39 indicadores cujos dados são recolhidos através de inquérito por questionário preenchido *online* ou papel.

Por fim, segundo a fonte da recolha, os indicadores distribuem-se da seguinte forma: 18 indicadores alimentam-se das respostas aos inquéritos aos agentes económicos, na sua generalidade; 9 indicadores são alimentados via inquérito aos Agentes Turísticos – Alojamento; 3 indicadores são alimentados via inquérito aos Agentes Turísticos – Restauração e Similares; 2 indicadores são alimentados via inquérito aos Outros Agentes Turísticos; 3 indicadores são alimentados via inquérito aos Agentes Económicos e às Câmaras Municipais; 27 indicadores são alimentados via inquérito aos Visitantes; 4 indicadores são alimentados via inquérito aos Residentes; 17 indicadores são alimentados via inquérito às Câmaras Municipais; 4 indicadores são alimentados via inquérito às Câmaras Municipais, Aldeias Históricas de Portugal e Turismo do Centro; e 1 indicador contará com a solicitação de dados junto da plataforma do INE.

## 6.4 Pré-teste da recolha de dados

Construída a listagem final de indicadores e elaborados os inquéritos por questionário para recolha de dados, quer na versão papel quer no formato digital, procedeu-se ao um pré-teste, para verificar eventuais pontos fracos e proceder à sua correção dos questionários antes de proceder à recolha de dados e exploração normal do sistema.

O pré-teste, incluindo a divulgação da plataforma digital ILDA, teve lugar em 9 das 12 AHP. Este pré-teste teve como objetivo fornecer esclarecimentos relativos ao acesso à plataforma ILDA, registo de utilizadores, criação de perfil e, finalmente, resposta aos inquéritos disponibilizados na plataforma. Os participantes testaram o acesso à plataforma, preenchendo os devidos inquéritos, sinalizando erros, incongruências e propondo melhorias. Foi disponibilizado aos participantes um manual para o utilizador, quer para preenchimento em papel, quer para preenchimento *online*.

Em cada visita foram organizadas duas sessões, a primeira, ao início da tarde, direcionada para os autarcas, e a segunda após o jantar, para os agentes económicos e residentes, numa tentativa de conseguir reunir o maior número de pessoas. As visitas aconteceram entre os dias 16 e 26 de julho de 2018.

Após estas sessões de pré-teste foram realizados os devidos ajustes com vista à melhoria do processo de recolha de dados, tendo sido feitas as seguintes alterações:

- idade mínima igual ou superior a 16 anos para preenchimento do inquérito;
- destino turístico: aldeia incluída na rAHP;
- os inquéritos às autarquias serão direcionados apenas às Câmaras Municipais, excluindo-se as Juntas de Freguesias;
- os inquéritos a “outras entidades” serão direcionados apenas ao Turismo do Centro e à Associação das AHP;
- contabilização dos visitantes em espaços controlados (pagos), para relacionar com o total.

## 6.5 Recolha de dados

Feitas as alterações suscitadas pelas opiniões recolhidas no pré-teste preparou-se a recolha de dados junto dos Residentes, Agentes Económicos, Câmaras Municipais, Visitantes e Outras Entidades. Para recolha permanente de resposta por parte dos Visitantes, foi solicitada a colaboração dos Postos de Turismo (PT), onde foram deixados questionários em português e em inglês.

Para este primeiro momento, procurou-se reunir um conjunto de dados sobre cada uma das aldeias para se poder prever o número de cópias do instrumento em papel, bem como o tempo necessário para levar a cabo o objetivo.

Reuniram-se os dados globais sobre o número de Residentes, Agentes Económicos e Visitantes, recolhidos junto dos Postos de Turismo, aquando da primeira visita, e reforçou-se o pedido de informação nas aldeias onde não foi possível recolher algum dado nessa mesma visita, e que apresentamos na Tabela 6.2.

**Tabela 6.2** – Dados globais das aldeias históricas de Portugal

Aldeias	Residentes	Agentes económicos	Visitantes
Almeida	500	8	janeiro a agosto 2018: 63 342
Belmonte	3500	19	-
Castelo Mendo	50	3	-
Castelo Novo	90-100	8	1150 em meses intermédios, triplicam na época alta
Castelo Rodrigo	55-60	9	janeiro a agosto 2018: 51 253
Idanha-a-Velha	-	5	-
Linhares da Beira	49	6	30 000 visitantes anuais
Marialva	30	5	Cerca de 1000 pessoas /mês
Monsanto	700/800	12	-
Piódão	62	8	agosto 2018: 2528
Sortelha	1	6	agosto: 100/dia
Trancoso	-	11	janeiro a agosto 2018: 15 708

Perante esta informação, decidiu-se que, para as aldeias mais pequenas, o trabalho de recolha de dados seria feito durante dois dias na generalidade das aldeias, com exceção das sedes de concelho em que a recolha de dados teria lugar durante quatro dias. Esta primeira fase de recolha de dados realizou-se entre 11 de setembro e 31 de outubro de 2018. Relativamente aos visitantes os dados foram recolhidos durante o 2º semestre 2018.

De salientar, que os investigadores no terreno esclareceram todas as dúvidas dos *vários stakeholders* acerca do anonimato das respostas e das vantagens associadas à colaboração e participação no projeto PLOWDeR, nomeadamente, a ambição deste instrumento se tornar um facilitador de gestão para os Agentes Económicos, dado que permitirá, a cada utilizador (com acesso credenciado) analisar a evolução do seu negócio ao longo do tempo. Além disto, e uma vez que os resultados gerais dos indicadores serão públicos, permitirá que potenciais investidores analisem as potencialidades de cada aldeia, para além de constituir uma boa fonte de informação para os decisores políticos, no sentido do delineamento de uma estratégia adequada aos territórios de baixa densidade.

Na Tabela 6.3 apresentam-se os dados relativos ao número dos respondentes aos questionários, quer via papel quer *online*.

**Tabela 6.3** – Respostas obtidas na primeira recolha de dados junto dos residentes e dos agentes económicos

QUESTIONÁRIOS		SORTELHA			CASTELO MENDO			CASTELO RODRIGO			MARIALVA			LINHARES		
		O	P	T	O	P	T	O	P	T	O	P	T	O	P	T
Visitante_ANUAL		0	9	9	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0
Residentes_ANUAL		1	0	1	2	20	22	4	22	26	1	14	15	1	31	32
REGISTO		2	2	4	0	1	1	4	3	7	2	1	3	2	2	4
Alojamento_ANUAL		0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	2	0	1	1
Alojamento_MENSAL		0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	1	1
Outros_ANUAL		0	1	1	0	0	0	1	3	4	0	1	1	0	1	1
Outros_MENSAL		0	1	1	0	0	0	1	3	4	0	1	1	0	1	1
Restauracao_ANUAL		1	2	3	0	1	1	1	1	2	0	0	0	1	1	2
Restauracao_MENSAL		1	2	3	0	1	1	1	1	2	0	0	0	1	1	2
Sub-Total		5	17		2	23		13	35		7	17		5	39	
TOTAL		22			25			48			24			44		
Não Resposta	Residentes	0			4			6			10			5		
	Alojamento	3			2			0			0			0		
	Restauração	0			0			0			0			0		
	Outros	0			0			0			0			0		

QUESTIONÁRIOS		TRANCOSO			BELMONTE			ALMEIDA			PIÓDÃO			CASTELO NOVO		
		O	P	T	O	P	T	O	P	T	O	P	T	O	P	T
Visitante_ANUAL		0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0
Residentes_ANUAL		6	63	69	7	111	118	6	77	83	1	19	20	0	29	29
REGISTO		3	8	11	7	10	17	8	6	14	3	1	4	0	1	1
Alojamento_ANUAL		0	0	0	1	3	4	1	2	3	2	0	2	0	0	0
Alojamento_MENSAL		0	0	0	1	3	4	1	2	3	2	0	2	0	0	0
Outros_ANUAL		2	3	5	1	3	4	1	2	3	0	0	0	0	0	0
Outros_MENSAL		2	3	5	1	3	4	1	2	3	0	0	0	0	0	0
Restauracao_ANUAL		1	5	6	5	4	9	6	2	8	0	1	1	0	1	1
Restauracao_MENSAL		1	5	6	5	4	9	6	2	8	0	1	1	0	1	1
Sub-Total		15	87		28	141		30	98		8	22		0	32	
TOTAL		102			169			128			30			32		
Não Resposta	Residentes	8			14			9			3			7		
	Alojamento	1			1			0			0			0		
	Restauração	2			0			0			2			0		
	Outros	0			1			0			2			0		

**TOTAIS**

14

464

75

18

17

21

21

37

37

704

76

7

4

3

Legenda: O – online; P – papel; T – total

Analisando a Tabela 6.3 pode verificar-se a predominância de questionários preenchidos em formato papel, o que é explicável por um conjunto de fatores que prejudica a implementação ideal via formato digital. Esses fatores prendem-se com o facto de a população das aldeias ser envelhecida, sendo maioritariamente infoexcluída, sendo várias as pessoas que não são utilizadoras nem de computadores, nem de internet. Acresce o facto de a maioria das aldeias ter fraco sinal de *Wi-Fi*, o que dificulta o processo.

Comparando as aldeias, embora seja clara a diferença entre si, nomeadamente em termos de dimensão territorial, este foi o panorama em termos de resposta aos questionários: a aldeia que reuniu um maior número de respostas foi Belmonte (169), seguida de Almeida (128) e Trancoso (102). Contrariamente,

as aldeias onde houve menos respondentes foram Sortelha (23), Marialva, Idanha-a-Velha (ambas com 24 respostas) e Castelo Mendo (25). Estes resultados estão relacionados essencialmente com a dimensão populacional e a representação dos Agentes Económicos nestas aldeias.

Embora o período de recolha de dados tenha ocorrido ao longo de dois meses, os resultados mensais reportar-se-ão apenas a um mês, tendo em atenção que, com os dados recolhidos, não seria possível efetuar uma análise completa, face ao facto de serem dois meses consecutivos (havendo pouca variabilidade de respostas – seria mais interessante analisar meses com diferentes fluxos turísticos) e à impossibilidade de efetuar a análise longitudinal que permitirá determinar os impactos pretendidos. Ainda assim, considerou-se pertinente realizar uma análise dos dados para o período em questão, essencialmente com o intuito de testar a possibilidade de cálculo dos indicadores identificados.



[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



theoria potestis prout



programa

**FCT** Fundação para a Ciência e a Tecnologia

co-financiamento

**CENTRO2020**

**PORTUGAL 2020**





# 7

## APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

---

O período de recolha de dados ocorreu ao longo de dois meses (setembro e outubro de 2018), para Residentes e Agentes Económicos, sendo a recolha efetuada apenas uma vez por aldeia. Para os Visitantes a recolha foi efetuada continuamente de julho a dezembro, tendo sido obtidas respostas em todos os meses. Nesse sentido, os indicadores foram calculados com base nos dados recolhidos nos referidos períodos. O período de tempo a que os dados se referem, bem como a sua quantidade, não permitem fazer uma análise longitudinal acerca do impacto económico e social do turismo nas AHP (dado que o projeto se desenvolveu ao longo de apenas 18 meses, esta era uma situação previsível), nem calcular todos os indicadores da *framework*. Não obstante, foi efetuado o cálculo de todos os indicadores possíveis face aos dados recolhidos e foi efetuada uma análise dos indicadores para o período em questão (dadas as restrições acabadas de descrever, sempre que tal se justificou, os dados foram relativizados).

A recolha de dados e o cálculo dos indicadores permitiu testar a Plataforma Tecnológica ILDA nas suas diferentes dimensões, mostrando que é uma ferramenta útil para a manutenção da recolha de dados continuada no tempo, para cálculo automático dos indicadores em face dos dados recolhidos, bem como para a apresentação atualizada dos indicadores aos diferentes *stakeholders*.

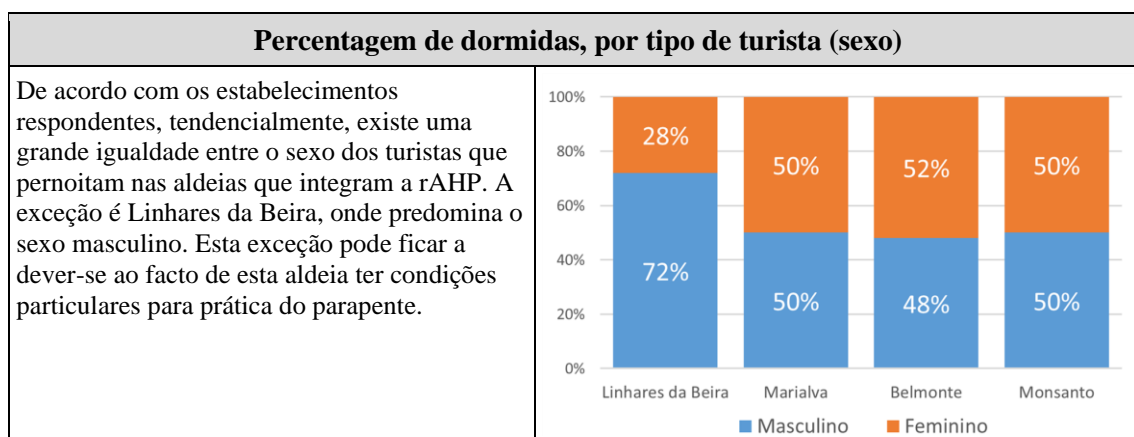
### 7.1 Resultados por indicador e dimensão de agregação

De seguida são apresentados os resultados obtidos para cada indicador, considerando as diferentes dimensões de agregação, ou seja: vitalidade económica; emprego; marketing; cultura; ecossistema; mobilidade e acessibilidade; bem-estar e satisfação.

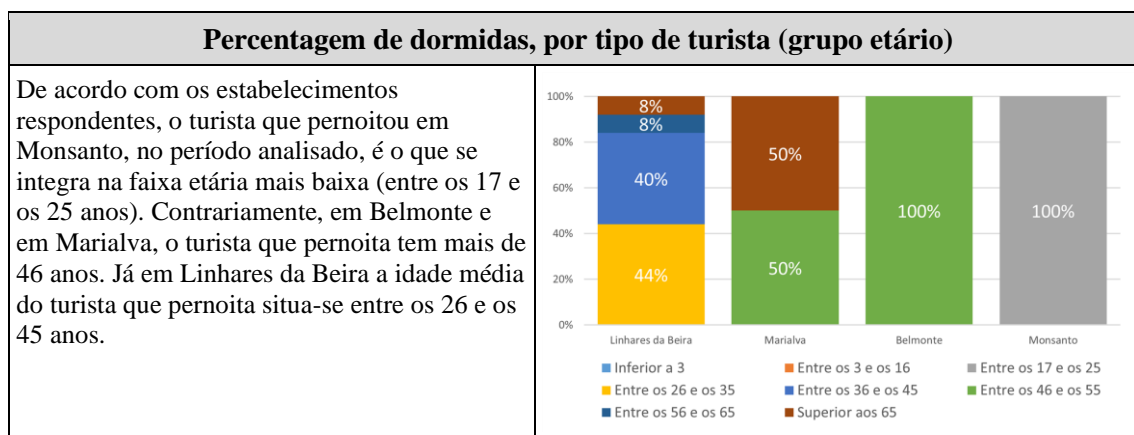
### 7.1.1 Vitalidade económica

Conforme já foi referido anteriormente, os indicadores associados a esta dimensão concentram-se, maioritariamente, com dezassete indicadores, na dimensão de caracterização económica. Dois indicadores concentram-se na dimensão de caracterização equidade e um indicador na dimensão de caracterização sustentabilidade (ver Tabela 5.1). Os resultados para esta dimensão de agregação são apresentados nos Quadros 7.1 a 7.15.

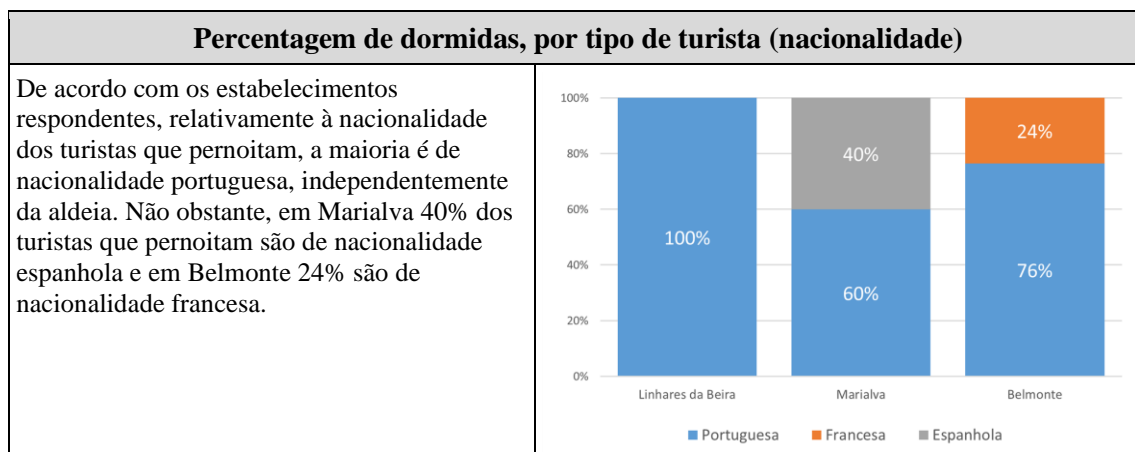
**Quadro 7.1** – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (sexo)



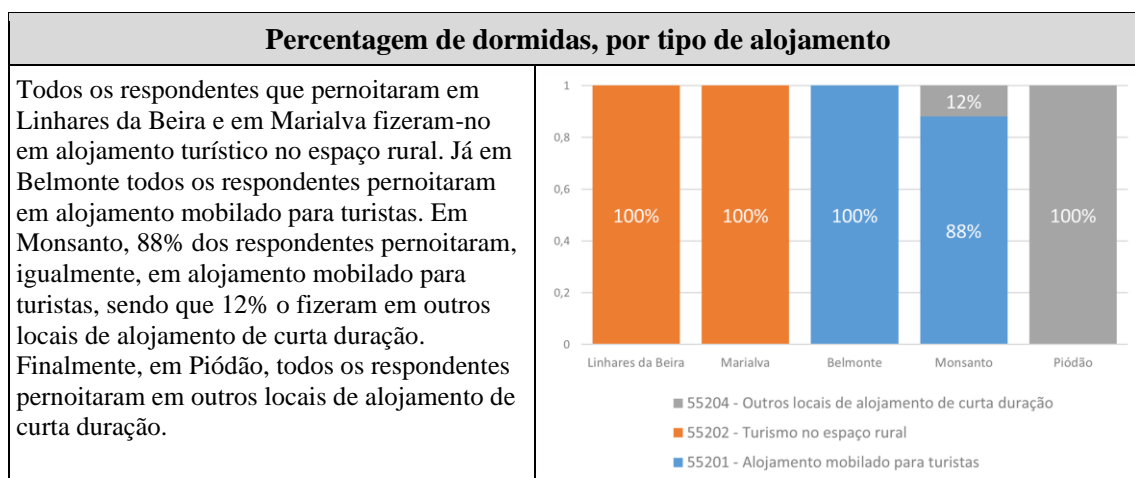
**Quadro 7.2** – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (grupo etário)



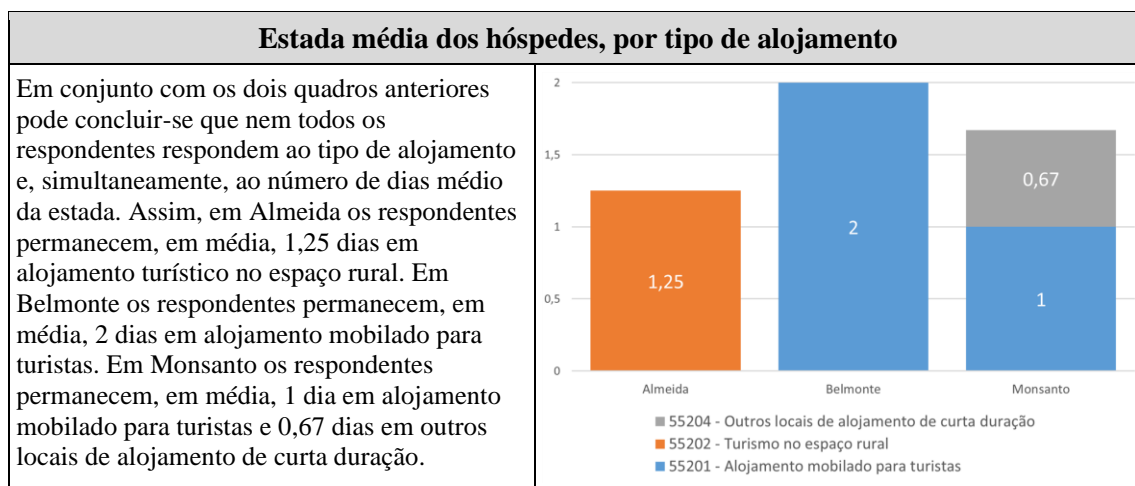
**Quadro 7.3 – Percentagem de dormidas, por tipo de turista (nacionalidade)**



**Quadro 7.4 – Percentagem de dormidas, por tipo de alojamento<sup>14</sup>**

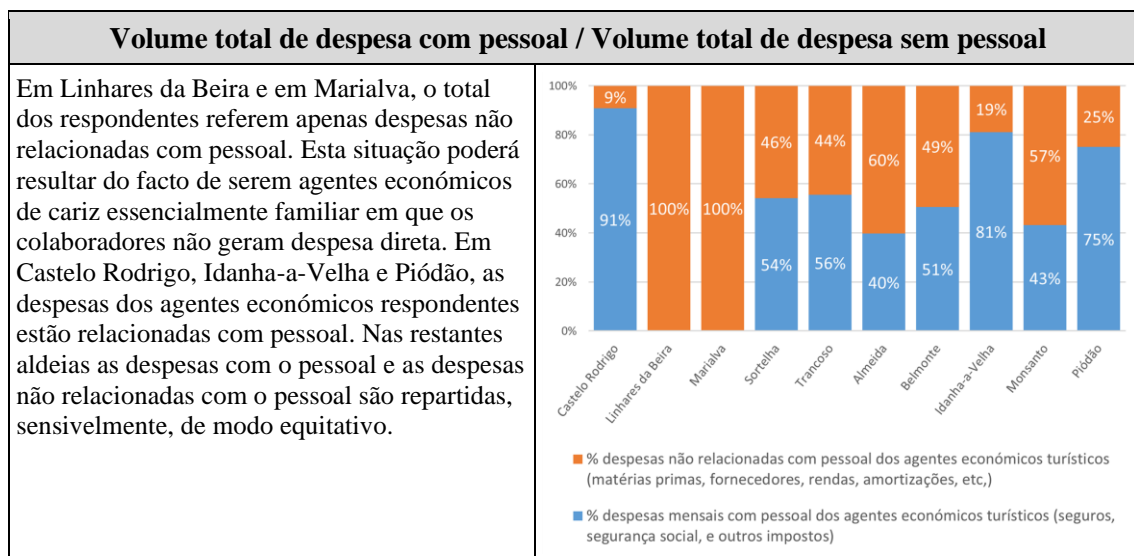


**Quadro 7.5 – Estada média (em dias) dos hóspedes, por tipo de alojamento**

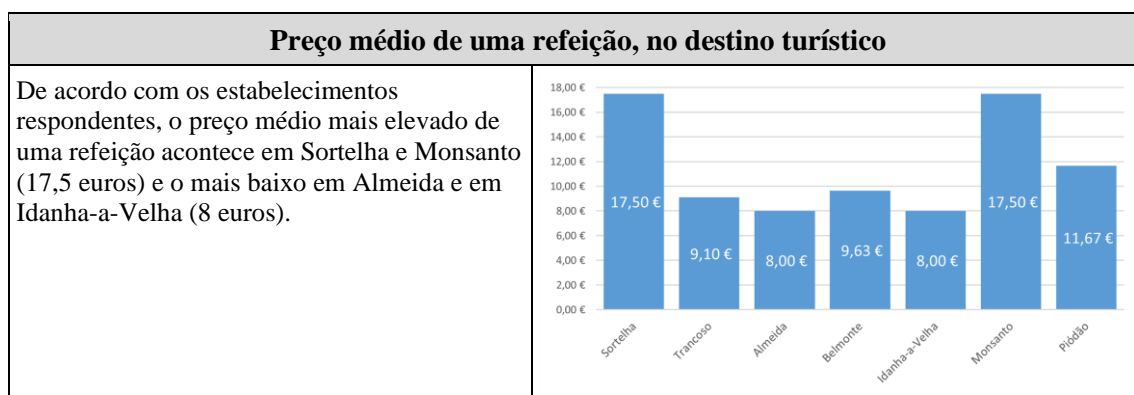


<sup>14</sup> Consideram-se estabelecimentos de alojamento local aqueles que prestam serviços de alojamento temporário, nomeadamente a turistas, mediante remuneração, que não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos, integrados e nas subclasses 55201 (Alojamento Mobilado para Turistas) ou 55204 (Outros Locais de Alojamento de Curta Duração) da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3

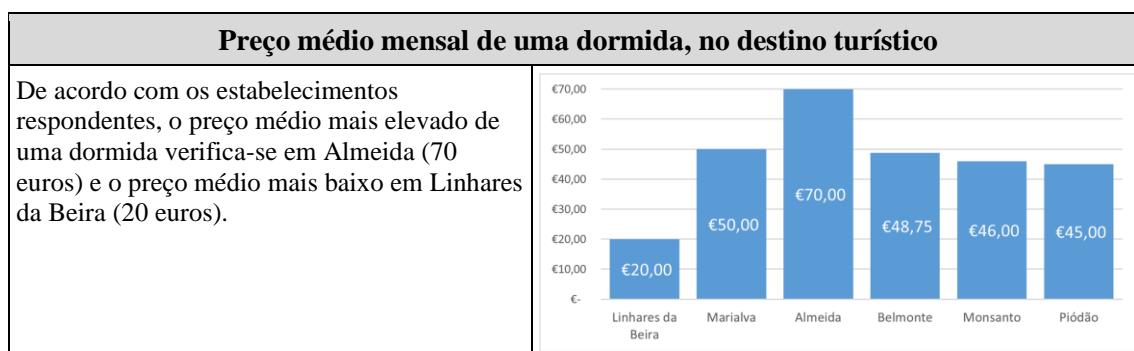
**Quadro 7.6** – Total das despesas relacionadas e não relacionadas com pessoal dos agentes económicos turísticos



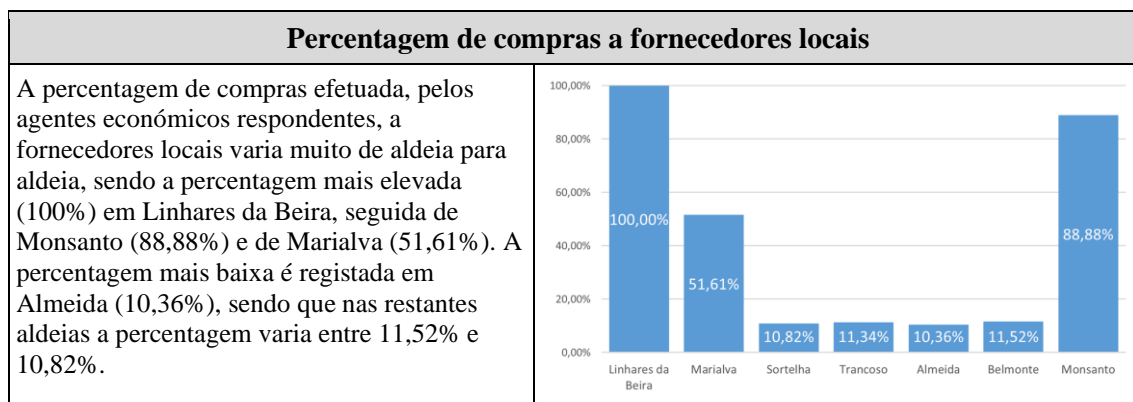
**Quadro 7.7** – Preço médio de uma refeição, no destino turístico



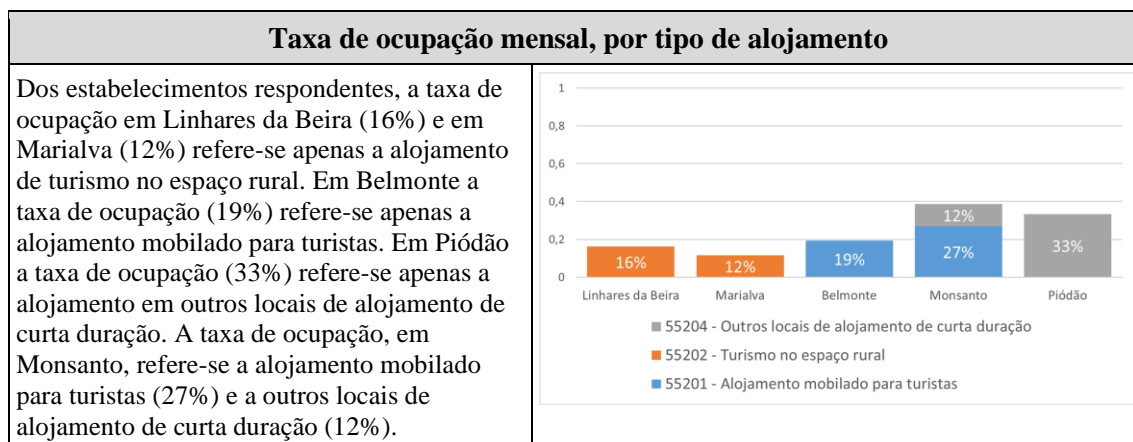
**Quadro 7.8** – Preço médio mensal de uma dormida, no destino turístico



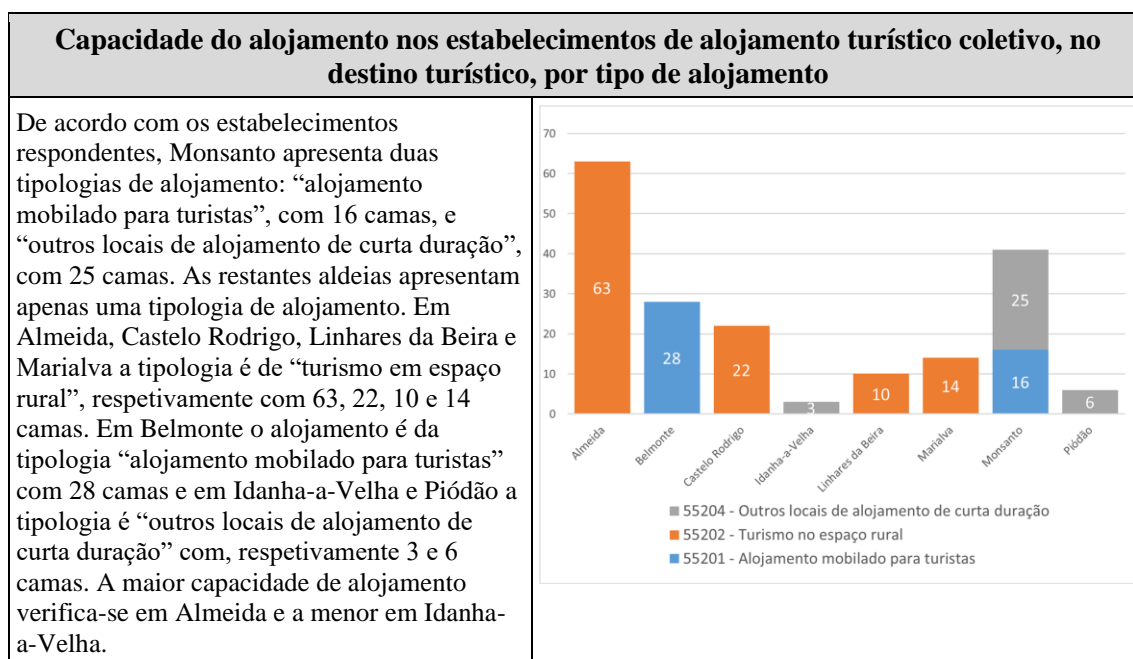
**Quadro 7.9 – Percentagem de compras a fornecedores locais**



**Quadro 7.10 – Taxa de ocupação mensal, por tipo de alojamento**

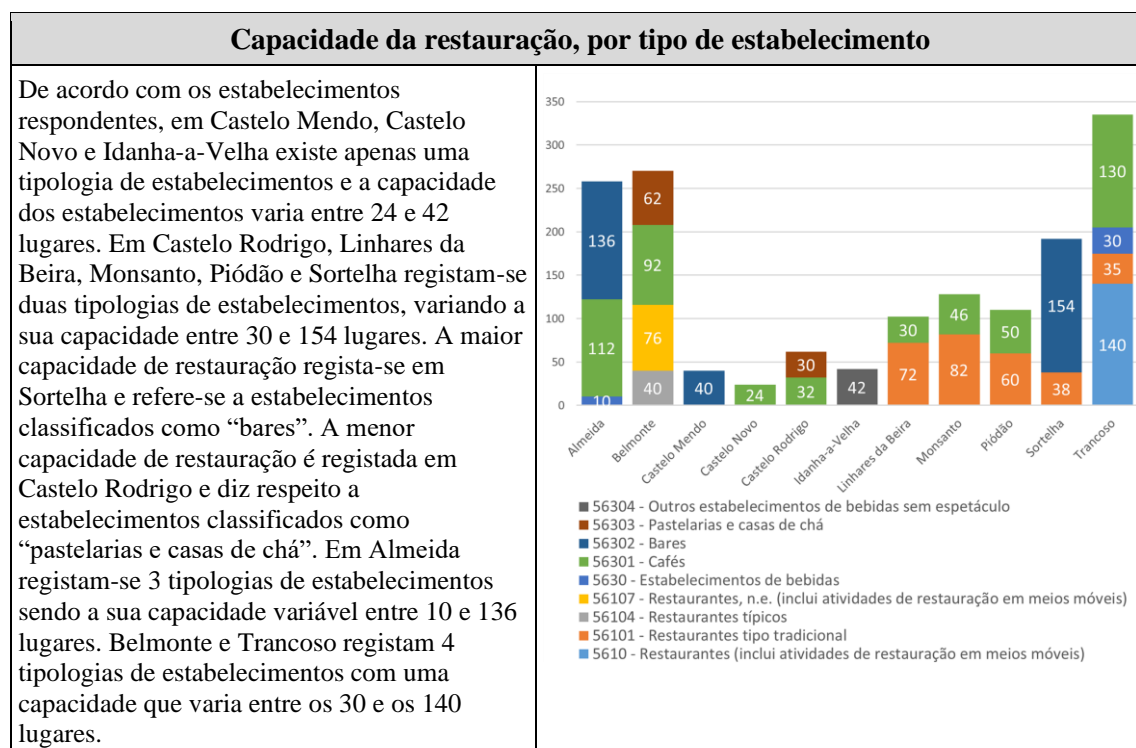


**Quadro 7.11 – Capacidade nos estabelecimentos de alojamento turístico coletivo, por tipo de alojamento**

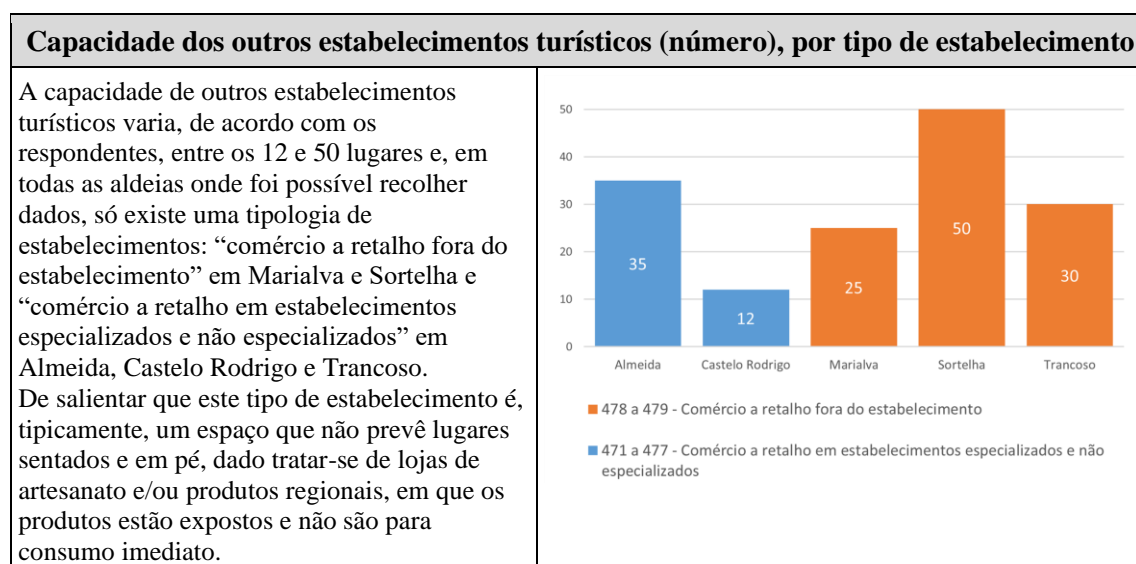


Importa referir que os resultados apresentados no Quadro 19, cruzados com os apresentados no Quadro 18, sugerem que os agentes económicos respondentes, em cada aldeia, podem ser todos do mesmo tipo, à exceção de Monsanto. A ser assim, não é possível retirar nenhuma ilação sobre o tipo de alojamento preferido pelos visitantes.

**Quadro 7.12 – Capacidade da restauração, por tipo de estabelecimento**

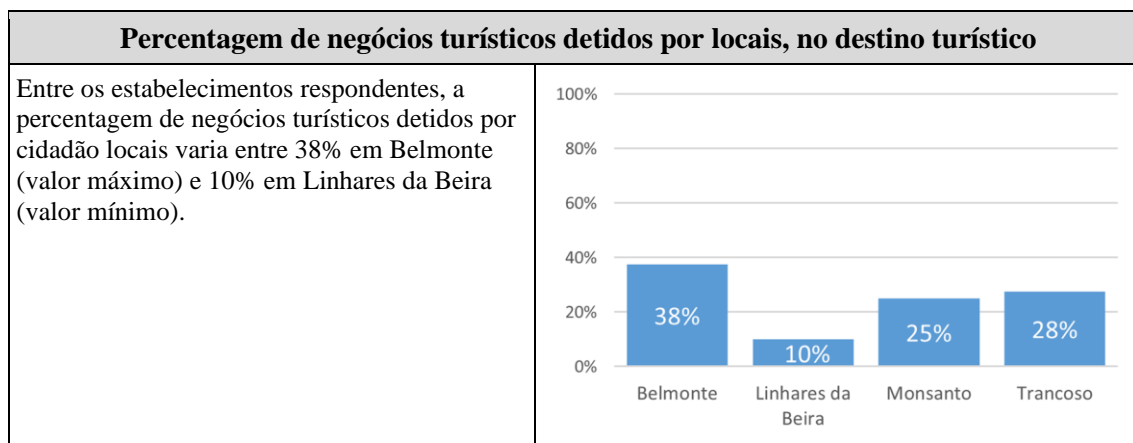


**Quadro 7.13 – Capacidade dos outros estabelecimentos turísticos (número), por tipo de estabelecimento**

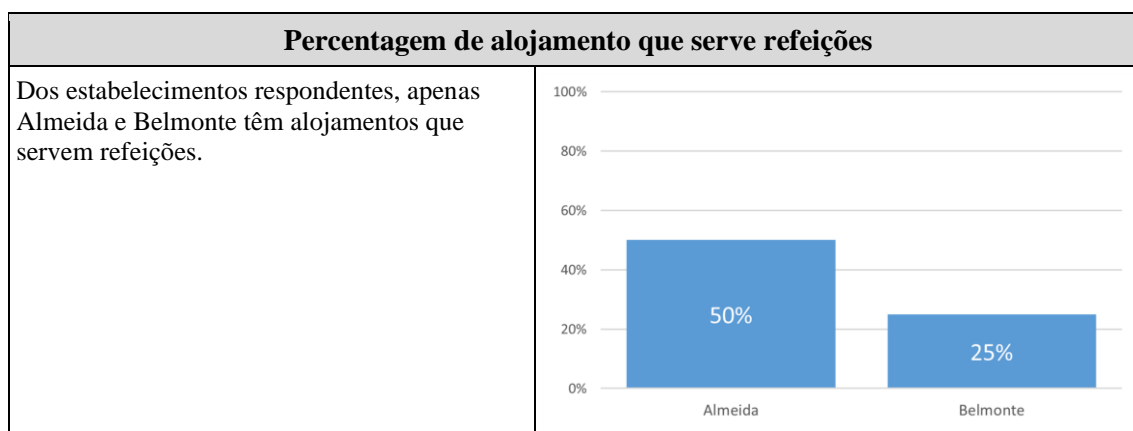




**Quadro 7.14** – Percentagem de negócios turísticos detidos por locais, no destino turístico



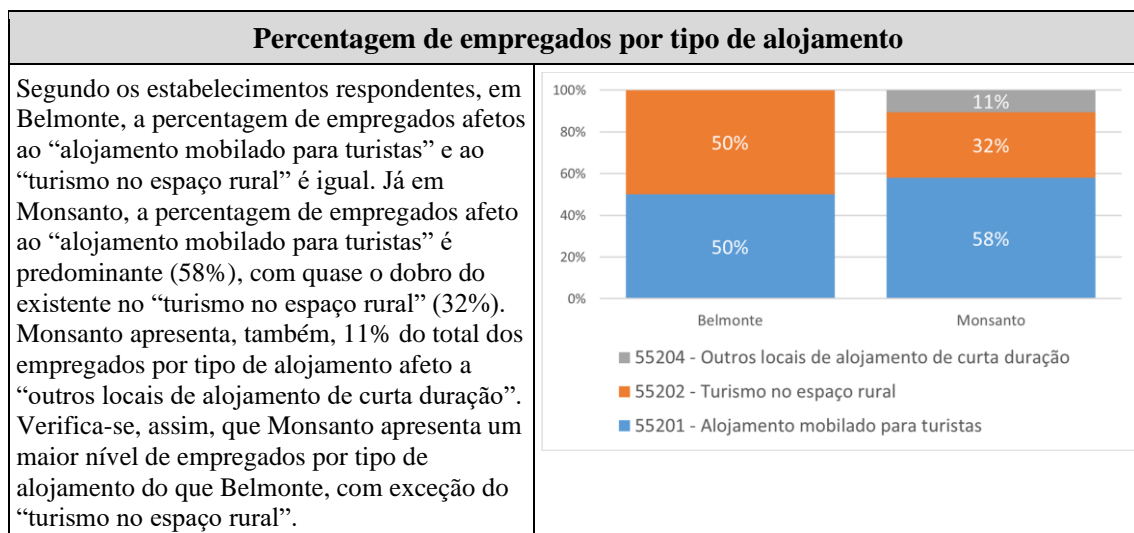
**Quadro 7.15** – Percentagem de alojamento que serve refeições



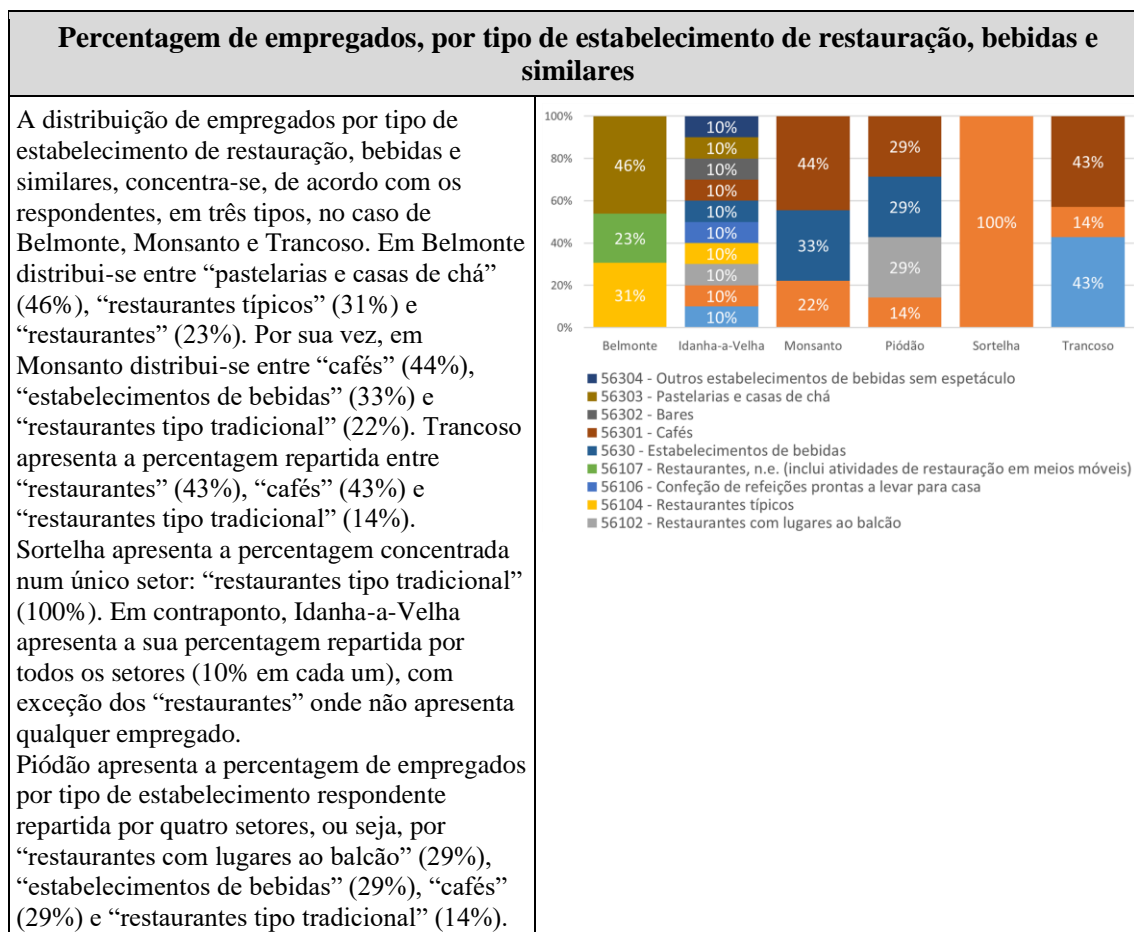
## 7.1.2 Emprego

Seguidamente são apresentados alguns dos indicadores incluídos na dimensão de agregação “emprego”. Os indicadores que pertencem a esta dimensão concentram-se sobretudo, com oito indicadores, na dimensão de caracterização *equidade*. Três indicadores estão associados à dimensão de caracterização *social* (ver Tabela 5.1). Os resultados para esta dimensão de agregação apresentam-se nos Quadros 7.16 a 7.26.

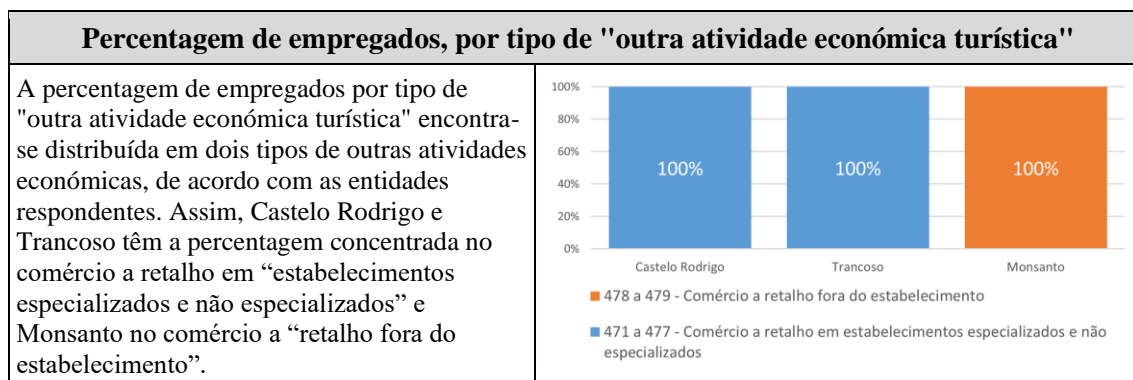
**Quadro 7.16 – Percentagem de empregados por tipo de alojamento**



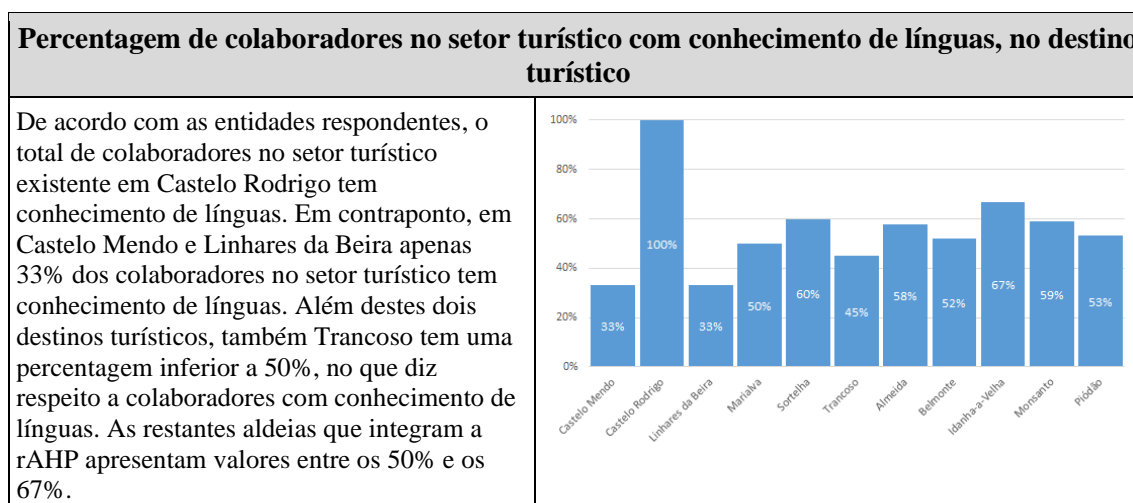
**Quadro 7.17 – Percentagem de empregados, por tipo de estabelecimento de restauração, bebidas e similares**



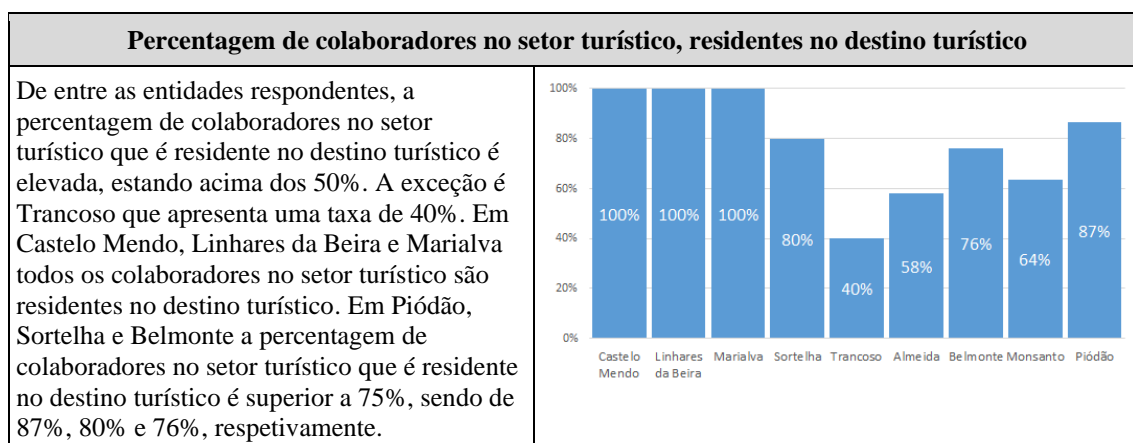
**Quadro 7.18** – Percentagem total de empregados, por tipo de "outra atividade económica turística"



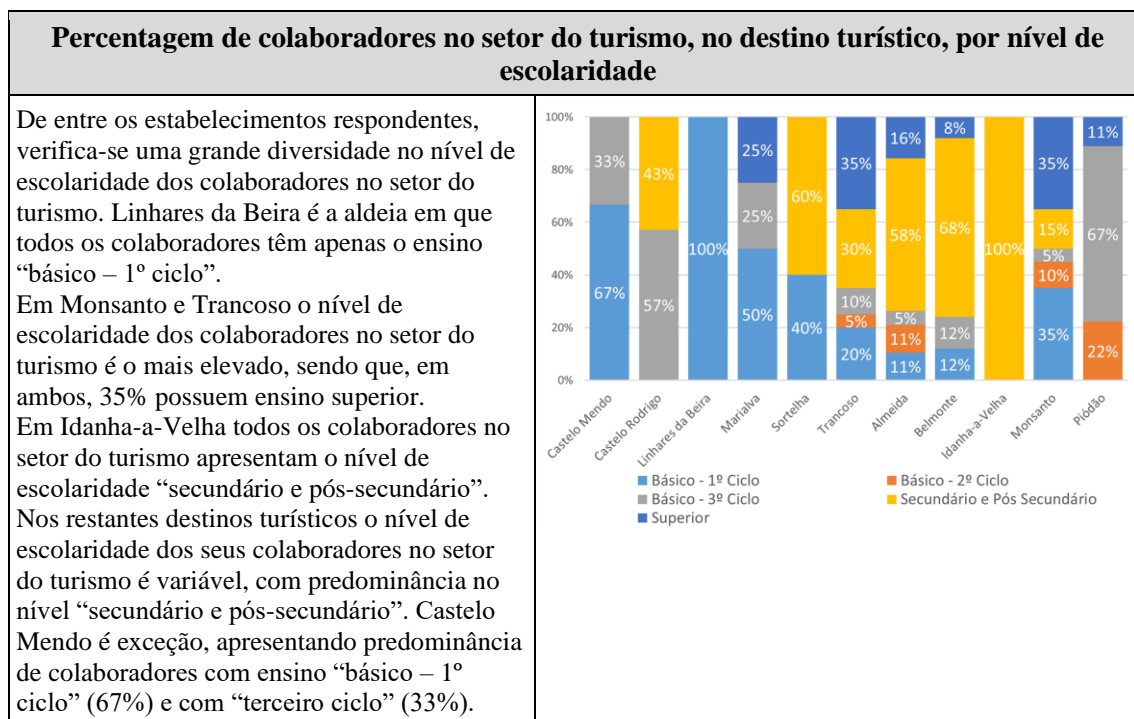
**Quadro 7.19** – Percentagem de colaboradores no setor turístico com conhecimento de línguas, no destino turístico



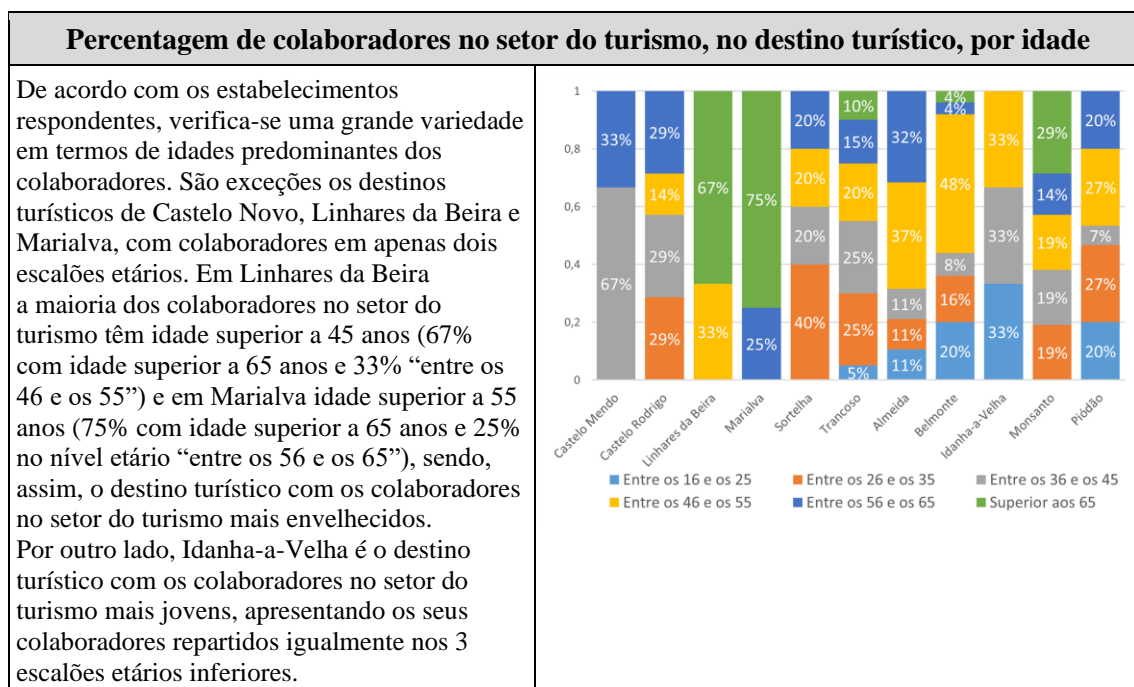
**Quadro 7.20** – Percentagem de colaboradores no setor turístico, residentes no destino turístico



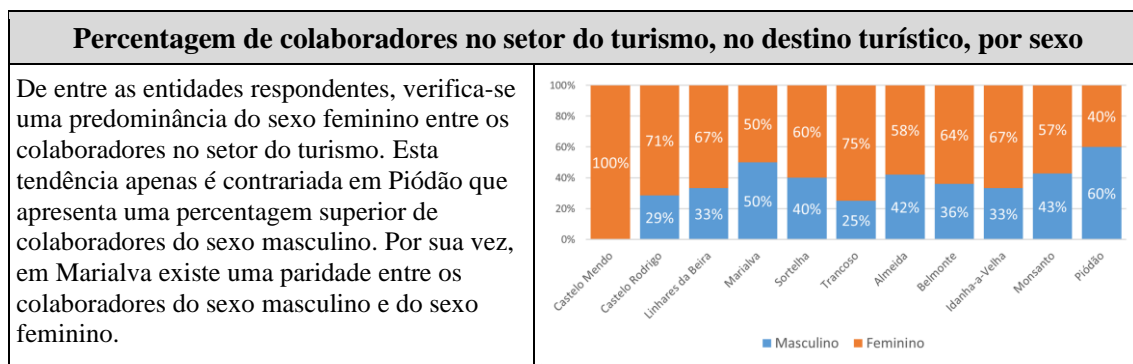
**Quadro 7.21** – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por nível de escolaridade



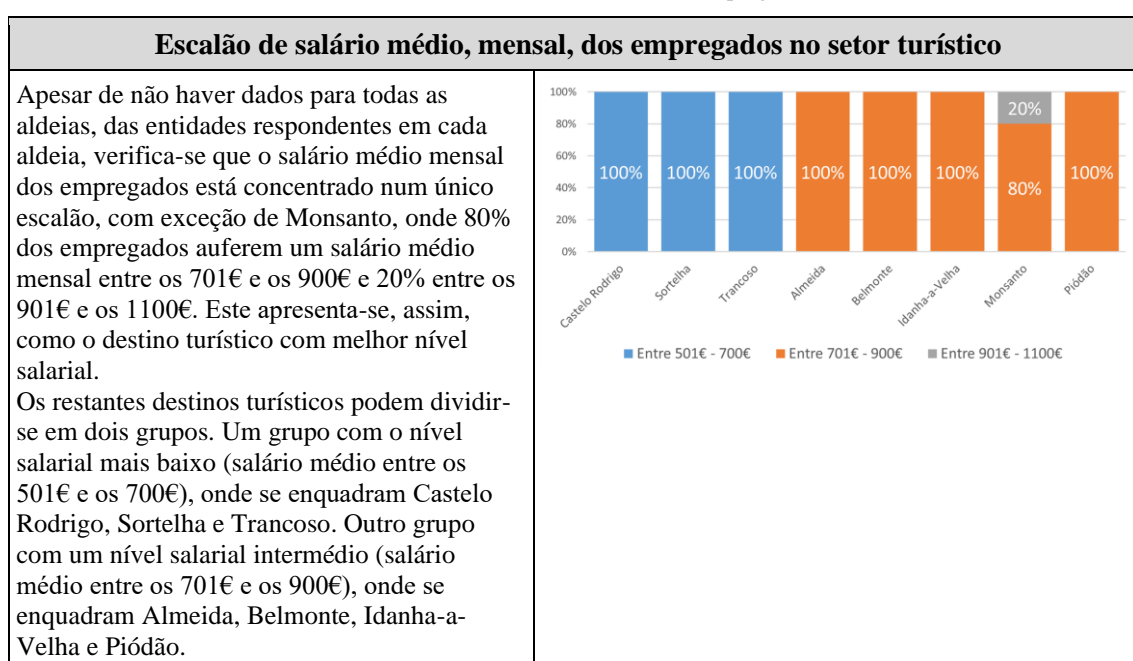
**Quadro 7.22** – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por idade



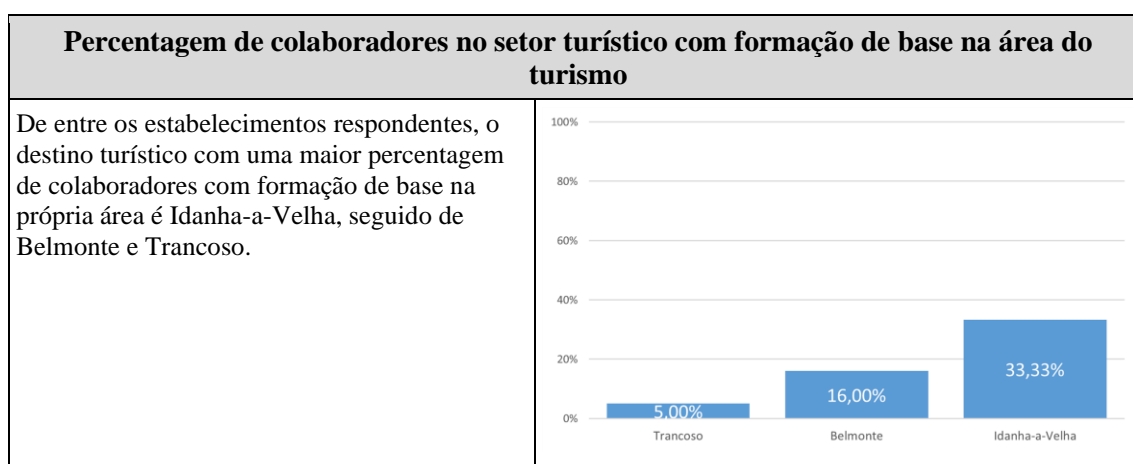
**Quadro 7.23** – Percentagem de colaboradores no setor do turismo, no destino turístico, por sexo



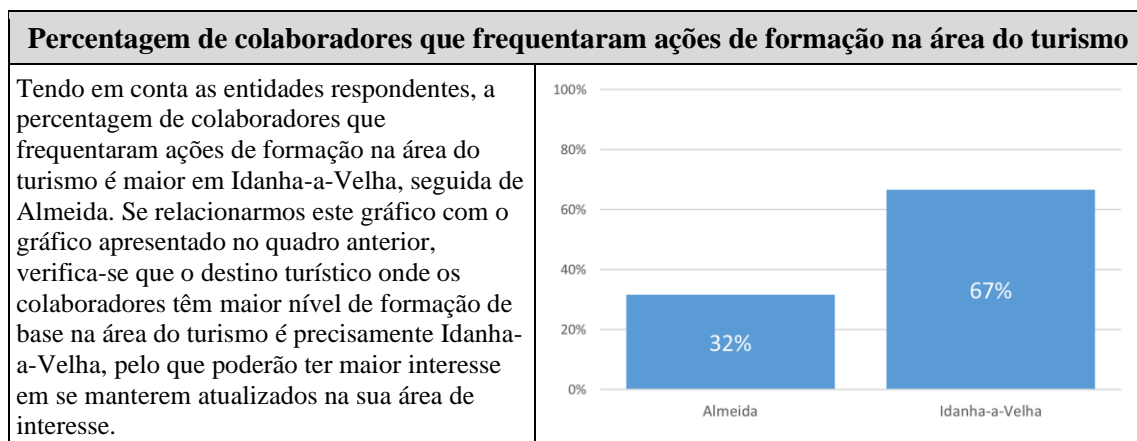
**Quadro 7.24** – Escalão de salário médio, mensal, dos empregados no setor turístico



**Quadro 7.25** – Percentagem de colaboradores no setor turístico com formação de base na área do turismo



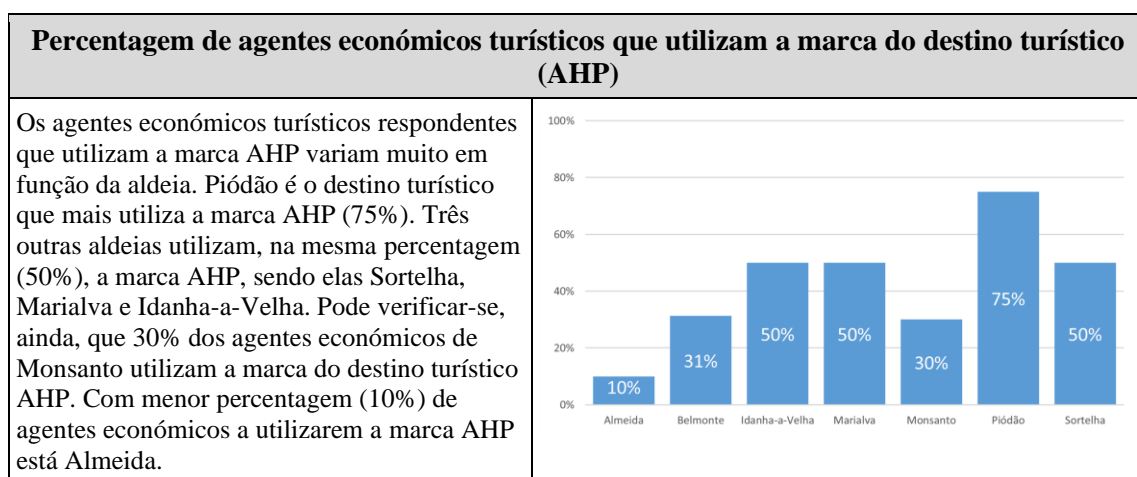
**Quadro 7.26** – Percentagem de colaboradores que frequentaram ações de formação na área do turismo



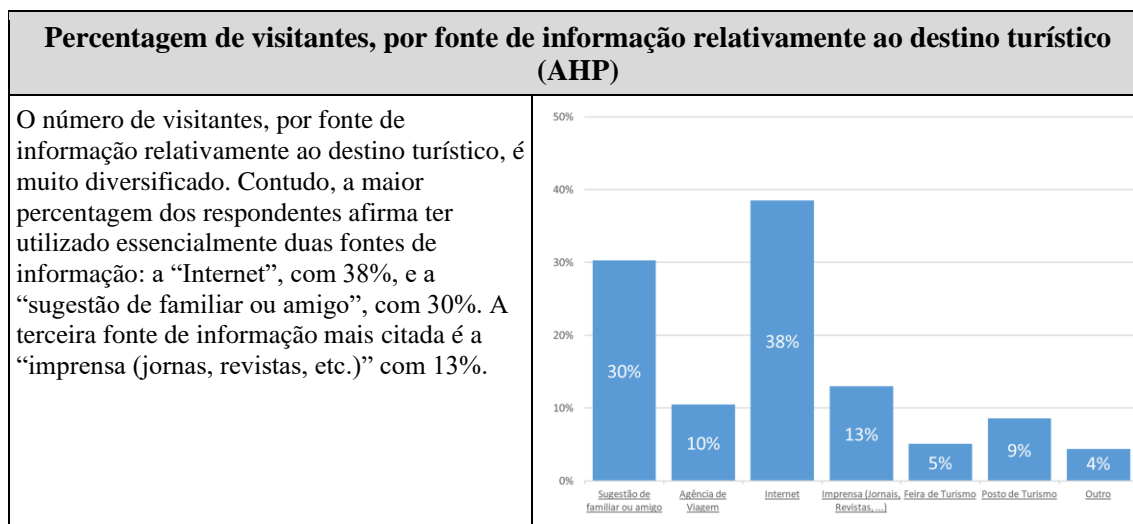
### 7.1.3 Marketing

Os indicadores associados à dimensão de agregação *marketing* distribuem-se pelas dimensões de caracterização *social* (3), *sustentabilidade* (económica, social e ambiental) (3) e *económica* (2) (ver Tabela 5.1). Os resultados para esta dimensão de agregação são apresentados nos Quadros 7.27 a 7.32.

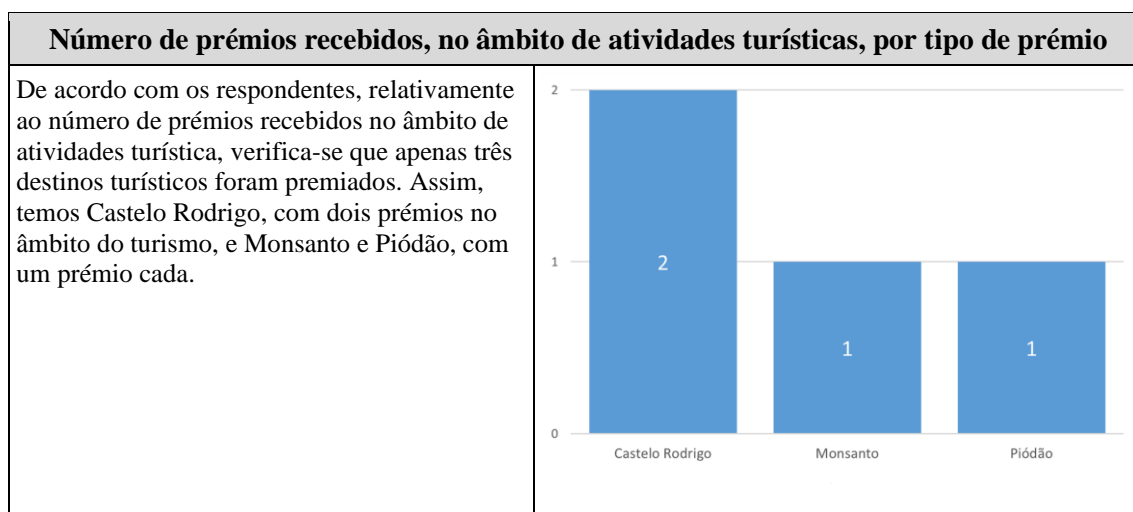
**Quadro 7.27** – Percentagem de agentes económicos turísticos que utilizam a marca do destino turístico (AHP)



**Quadro 7.28** – Percentagem de visitantes, por fonte de informação relativamente ao destino turístico (AHP)

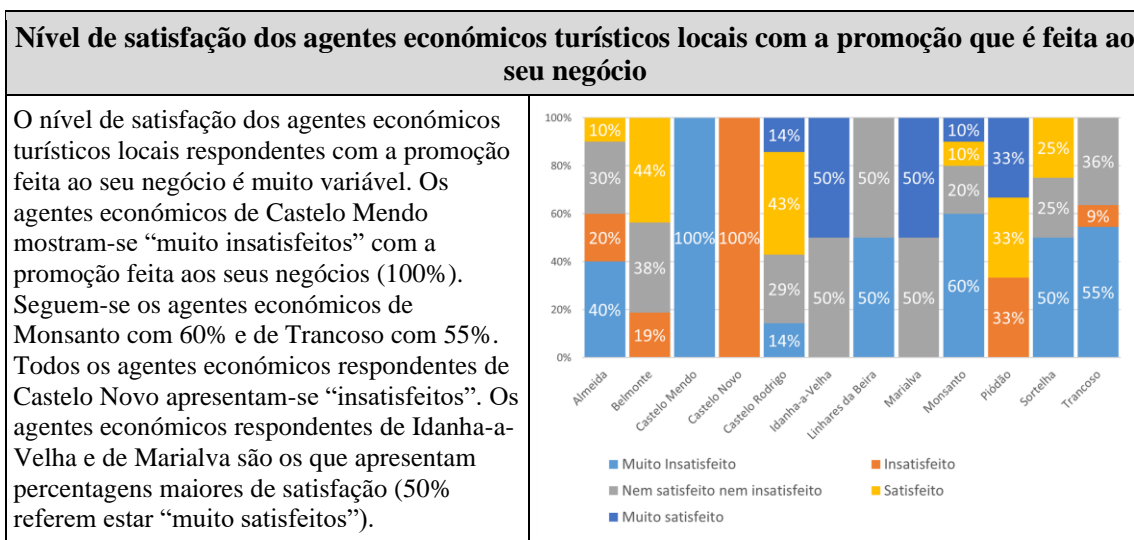


**Quadro 7.29** – Número de prémios recebidos, no âmbito de atividades turísticas

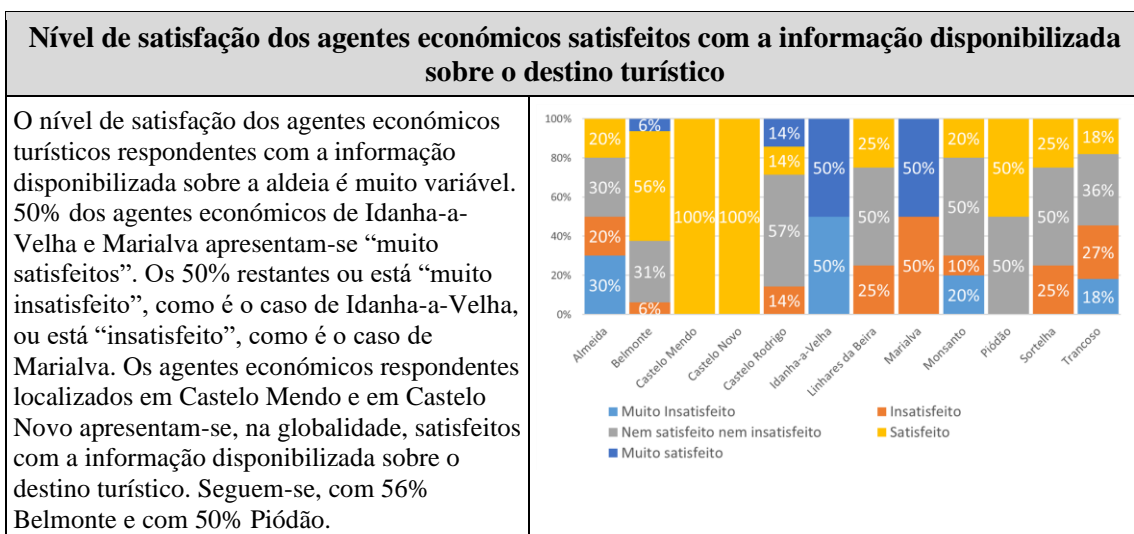




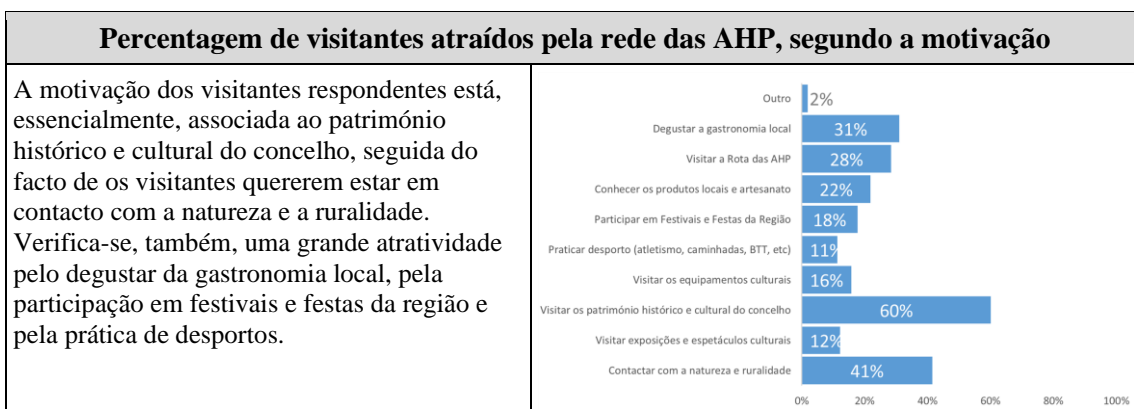
**Quadro 7.30** – Satisfação dos agentes económicos turísticos locais com a promoção que é feita ao seu negócio



**Quadro 7.31** – Satisfação dos agentes económicos com a informação disponibilizada sobre o destino turístico



**Quadro 7.32** – Percentagem de visitantes atraídos pela rede das AHP, segundo a motivação





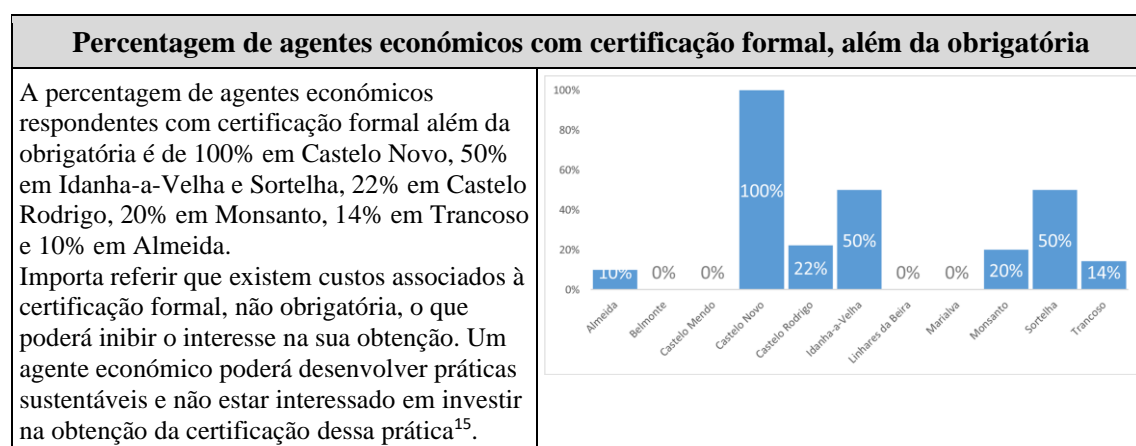
### 7.1.4 Cultura

A dimensão ‘cultura’ ficou totalmente a descoberto de qualquer informação para análise, uma vez que, os indicadores formulados dependem de dados solicitados às Câmaras Municipais, por se tratar de informação que apenas as mesmas detêm. Esses dados não foram recebidos atempadamente pela equipa de investigação para que constassem do relatório. São esses indicadores: Capacidade total das salas e auditórios, em espaço fechado, existentes para espetáculos, por visitante; Percentagem de eventos realizados no âmbito da cultura e do património imaterial; Percentagem de eventos realizados no âmbito do desporto e do património natural; Percentagem de eventos realizados no âmbito do setor agroalimentar; Percentagem de entradas nos espaços culturais do destino turístico, pelo total de visitantes; Número de infraestruturas de animação permanente (praias fluviais, PR, GR - homologado), por hectare do destino turístico; e Número de pontos de interesse no destino turístico (arquitetura vernacular, marcos históricos, ...), por hectare do destino turístico.

### 7.1.5 Ecosistema

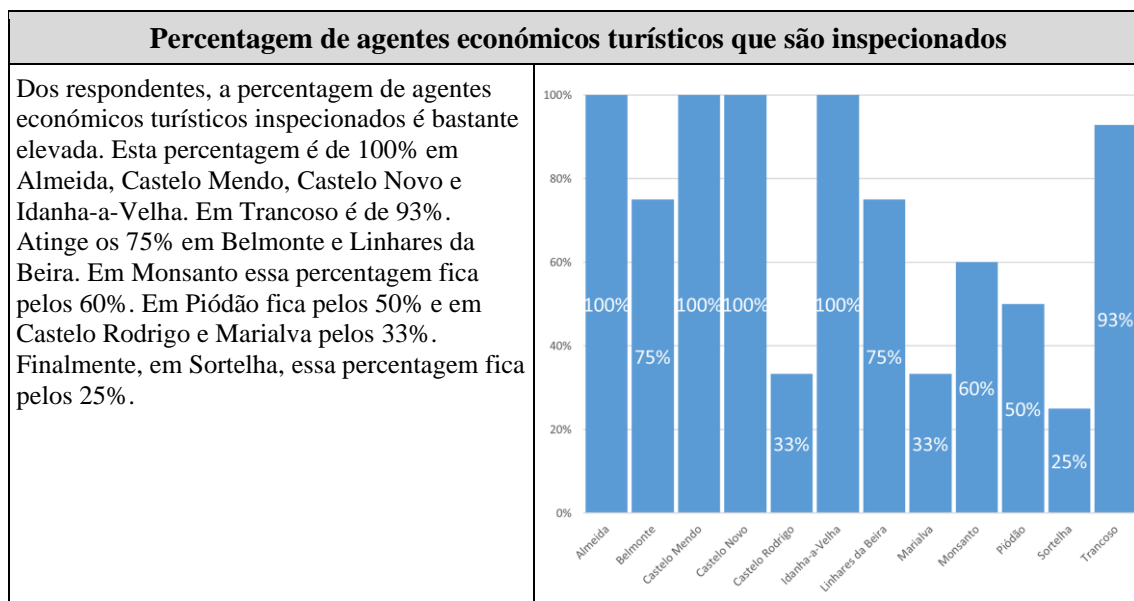
Os indicadores incluídos na dimensão de agregação *ecossistema* estão essencialmente distribuídos pela dimensão de caracterização *viabilidade* (económica e ambiental), com quatro indicadores, *ambiental* e *habitabilidade* (social e ambiental), cada uma delas com dois indicadores (ver Tabela 5.1). Há vários indicadores desta dimensão que dependem igualmente de dados não disponibilizados durante o período de duração do projeto. Os resultados possíveis para esta dimensão de agregação são apresentados nos Quadros 7.33 e 7.34.

**Quadro 7.33** – Percentagem de agentes económicos que possuem certificação formal, além da obrigatória



<sup>15</sup> Ver exemplos de certificações em: <https://www.sgs.pt/pt-pt/terms-and-conditions/general-conditions-for-certification-services-portugues-pt>; <https://www.dgadr.gov.pt/sustentavel/outsos-sistemas-de-certificacao>; <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification/83>.

**Quadro 7.34** – Percentagem de agentes económicos turísticos que são inspecionados



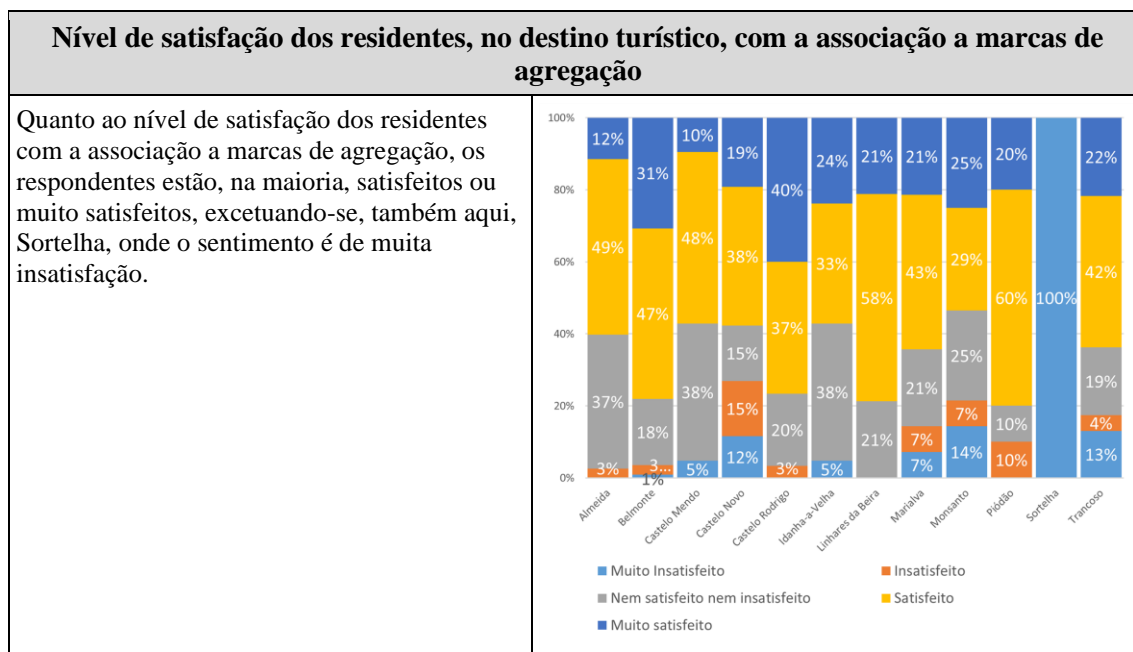
### 7.1.6 Mobilidade e acessibilidade

Os indicadores incluídos na dimensão de agregação mobilidade e acessibilidade concentram-se sobretudo na dimensão de caracterização equidade, com cinco indicadores. As dimensões de caracterização social e sustentabilidade contam com um indicador cada uma (ver Tabela 5.1). Somente em Almeida se verifica a existência de alojamento com acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, e, ainda assim, só um estabelecimento é que possui este tipo de acessibilidade. No que se refere aos visitantes respondentes, apenas 10,79% referiram ter utilizado serviços de transporte público para chegar ao destino turístico e 10,84% referiram ter mobilidade reduzida.

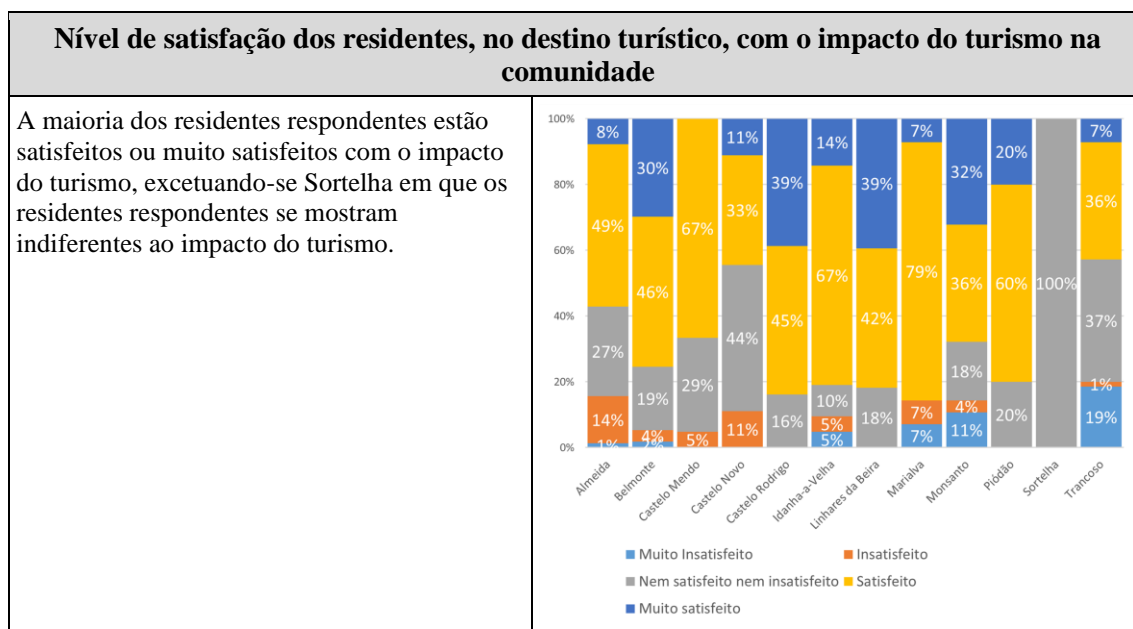
### 7.1.7 Bem-estar

Os indicadores associados à dimensão de agregação *bem-estar* (dos residentes e agentes económicos turísticos nas aldeias que integram a rAHP) são repartidos por duas dimensões de caracterização: a dimensão *social* e a dimensão *equidade* (económica e social), ambas com três indicadores (ver Tabela 5.1). Os resultados obtidos para esta dimensão de agregação são apresentados nos Quadros 7.35 a 7.38.

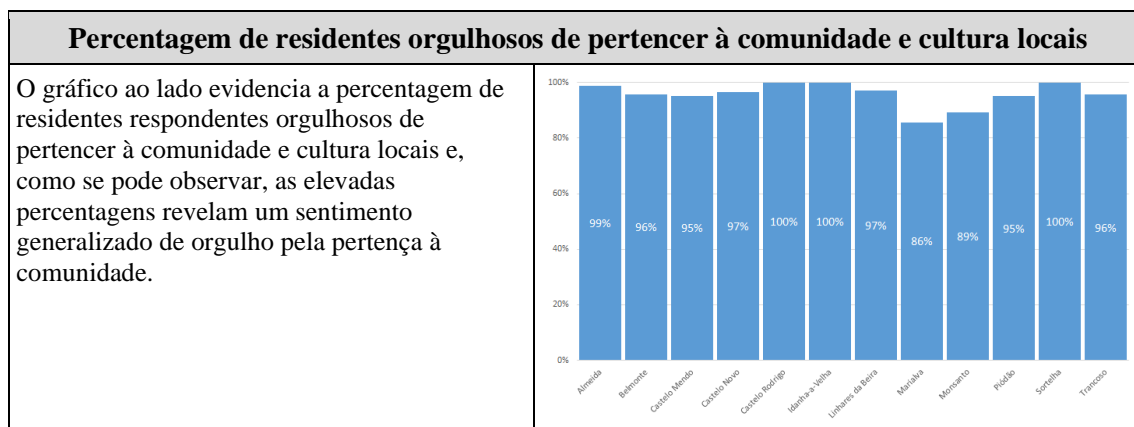
**Quadro 7.35 – Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com a associação a marcas de agregação**



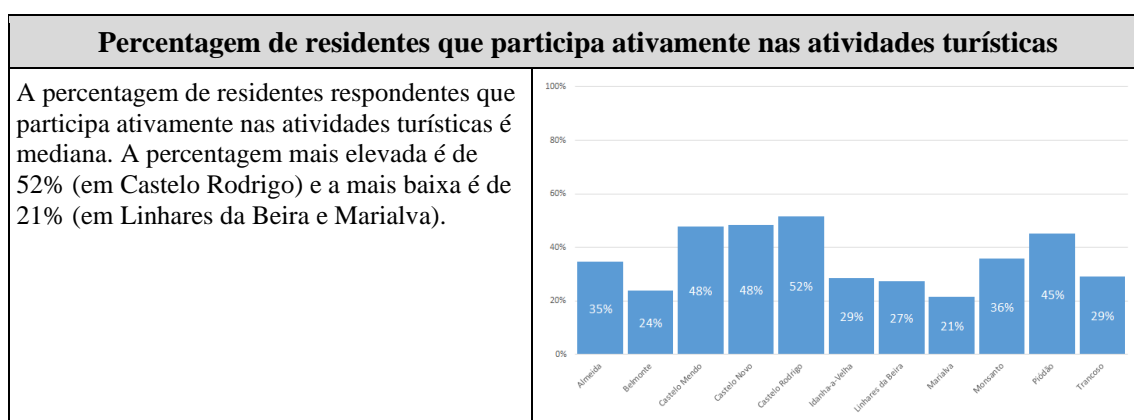
**Quadro 7.36 – Nível de satisfação dos residentes, no destino turístico, com o impacto do turismo na comunidade**



**Quadro 7.37** – Percentagem de residentes orgulhosos de pertencer à comunidade e cultura locais



**Quadro 7.38** – Percentagem de residentes que participa ativamente nas atividades turísticas



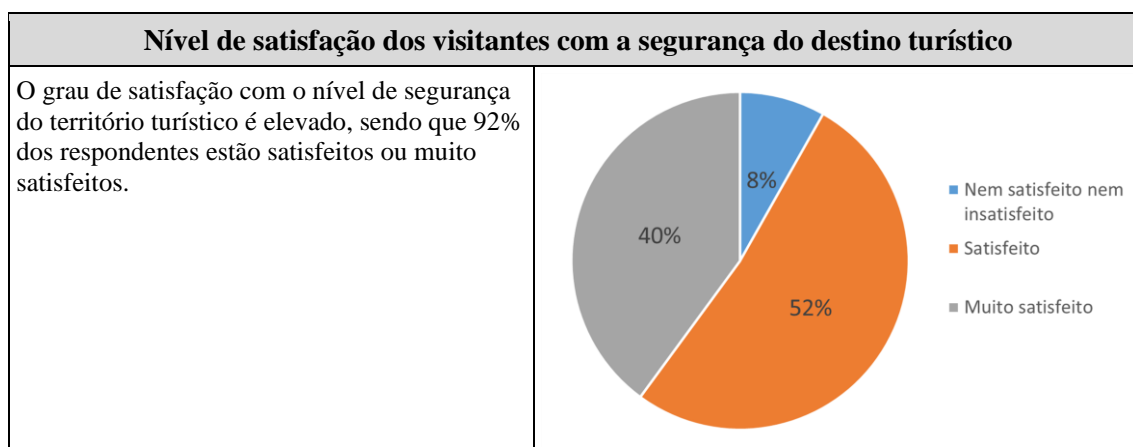
### 7.1.8 Satisfação

Os indicadores associados à dimensão de agregação *satisfação* (dos visitantes) distribuem-se maioritariamente pelas dimensões de caracterização *social*, com oito indicadores, e *equidade* (económica e social), com sete indicadores. A dimensão de caracterização *sustentabilidade* surge com cinco indicadores associados e a dimensão de caracterização *habitabilidade* com um indicador associado (ver Tabela 5.1). Os resultados obtidos para esta dimensão de agregação são apresentados nos Quadros 7.39 a 7.55.

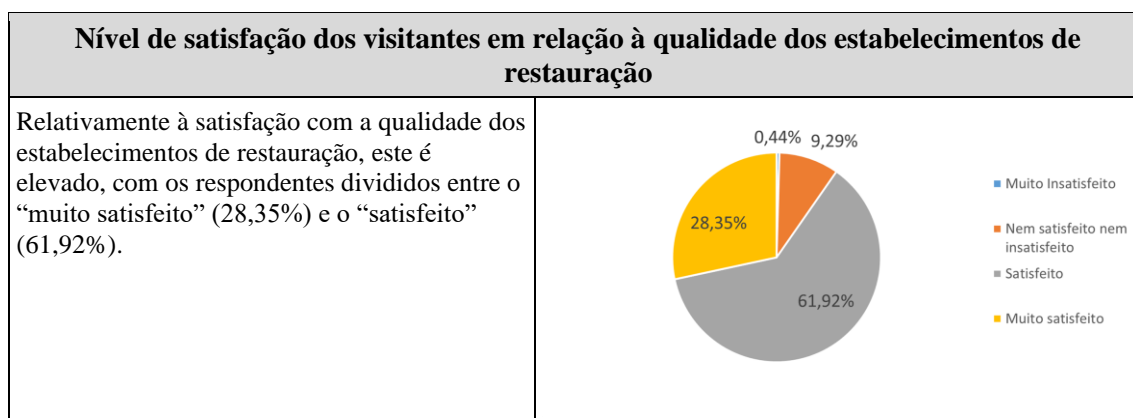
**Quadro 7.39 – Nível de satisfação dos visitantes com a experiência global**



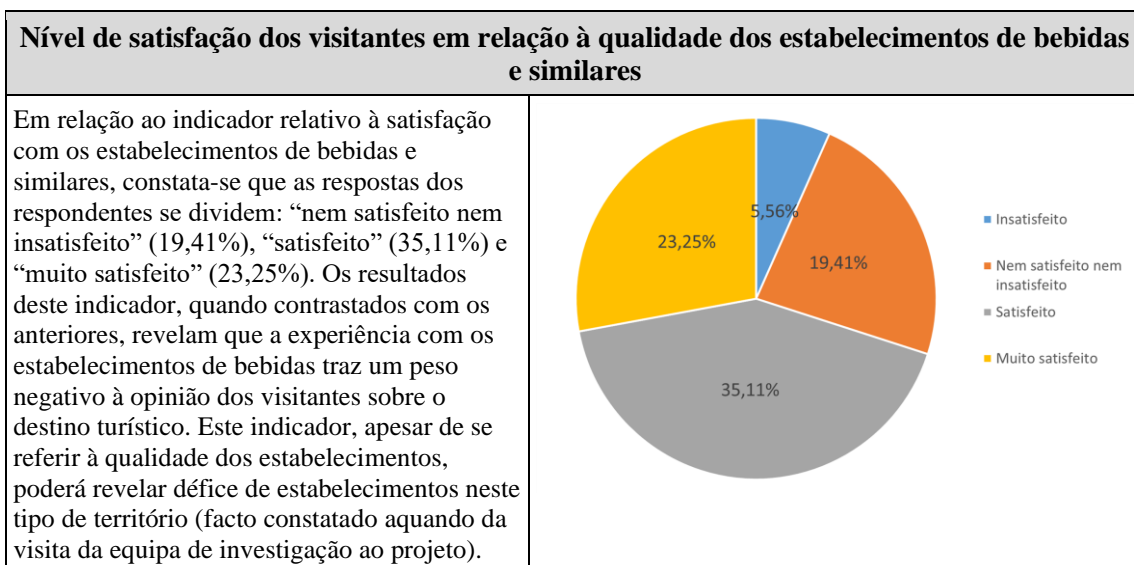
**Quadro 7.40 – Nível de satisfação dos visitantes com a segurança do destino turístico**



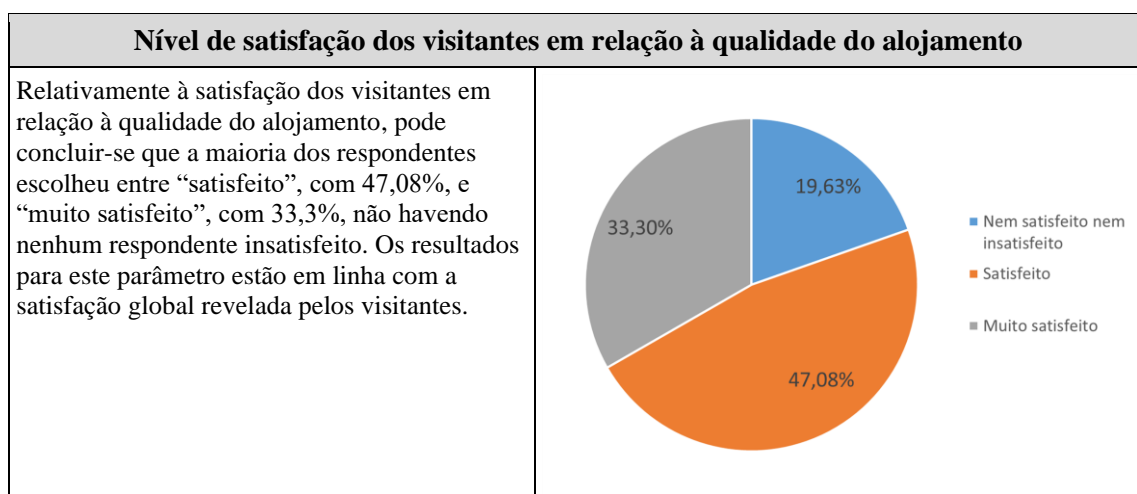
**Quadro 7.41 – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração**



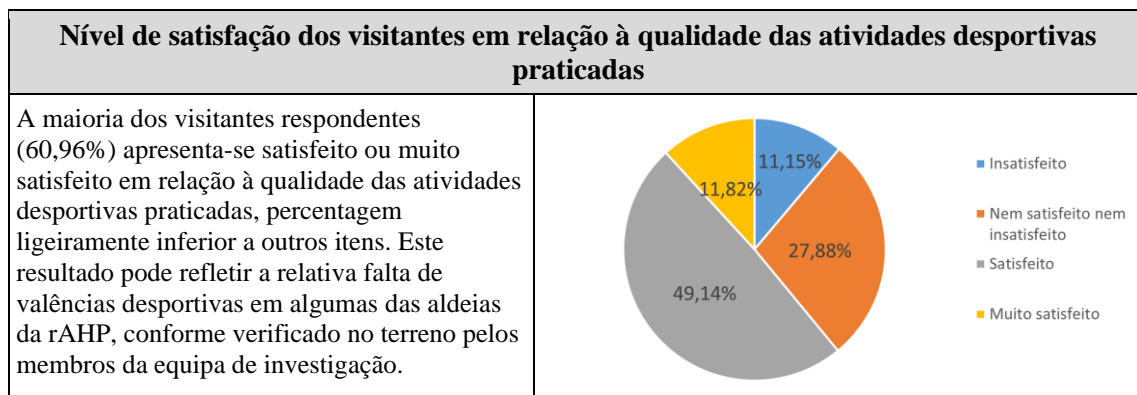
**Quadro 7.42** – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares



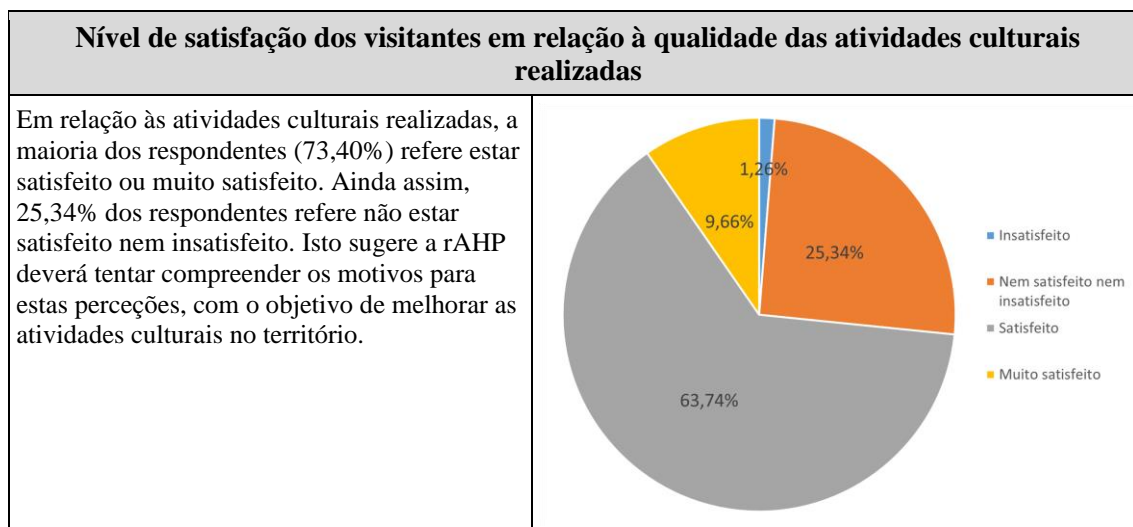
**Quadro 7.43** – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade do alojamento



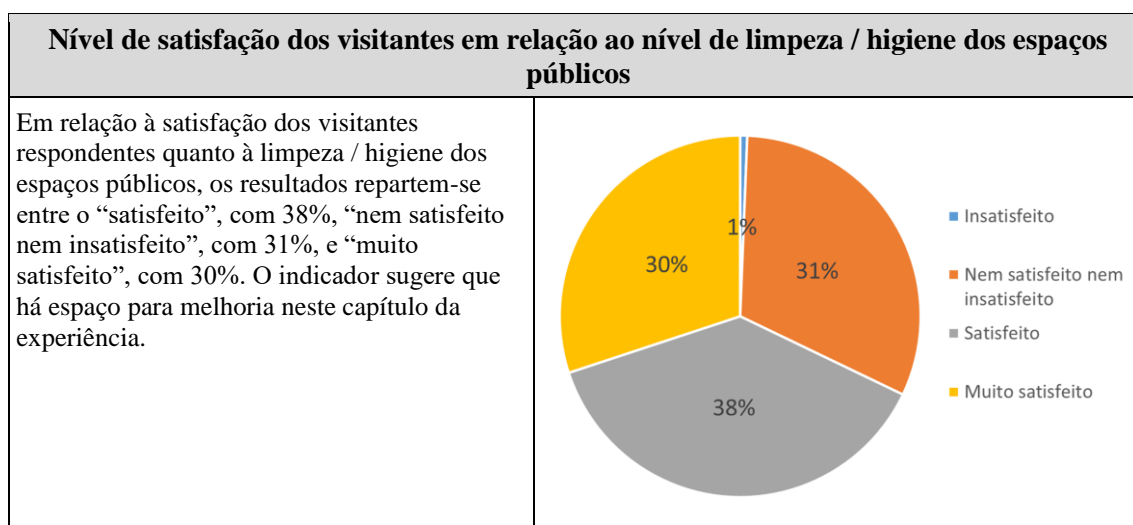
**Quadro 7.44** – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas



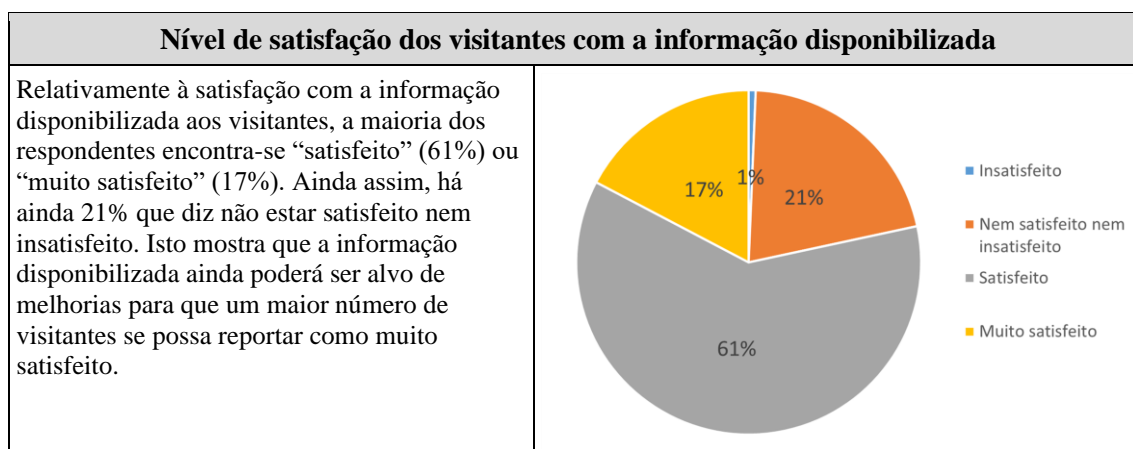
**Quadro 7.45** – Nível de satisfação dos visitantes em relação à qualidade das atividades culturais realizadas



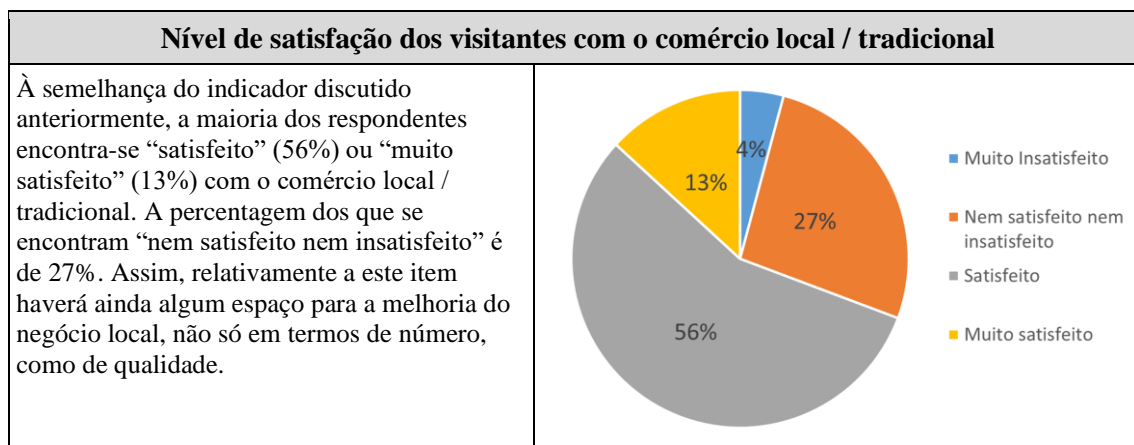
**Quadro 7.46** – Nível de satisfação dos visitantes em relação ao nível de limpeza/higiene dos espaços públicos



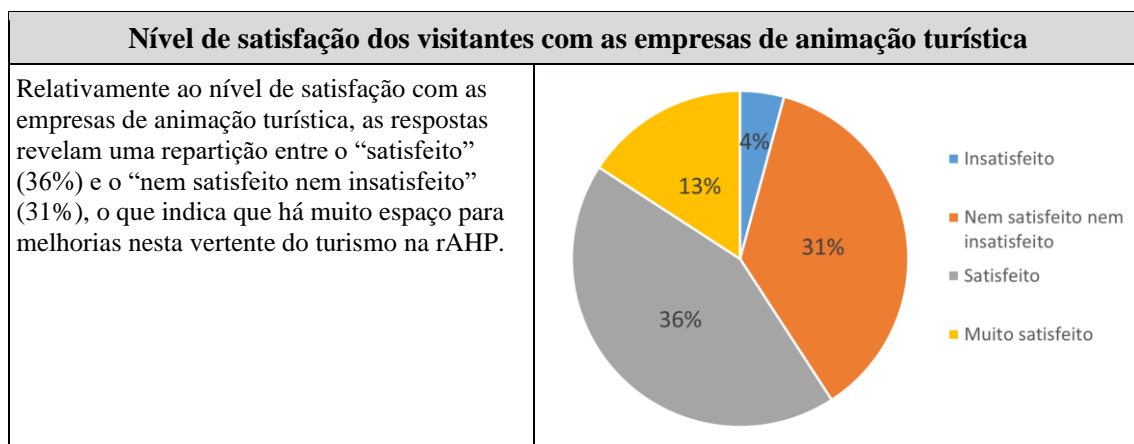
**Quadro 7.47** – Nível de satisfação dos visitantes com a informação disponibilizada



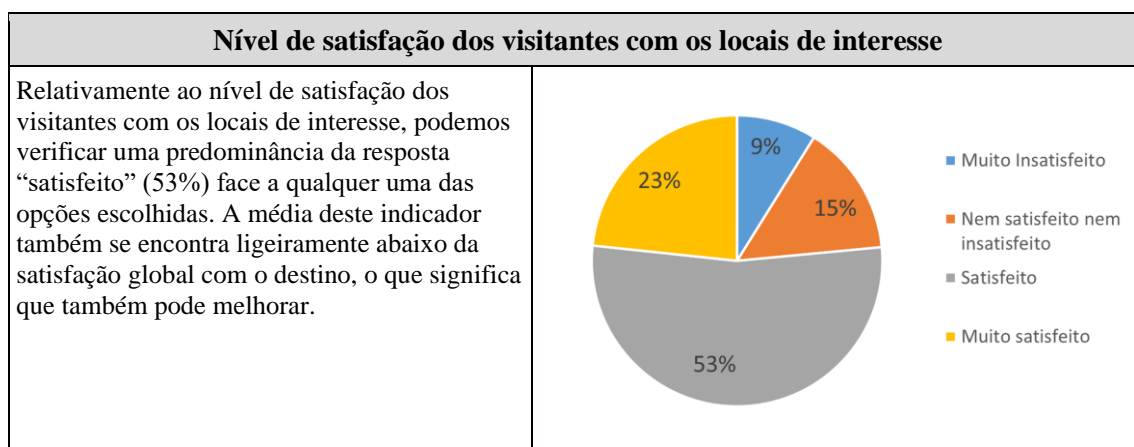
**Quadro 7.48 – Nível de satisfação dos visitantes com o comércio local/tradicional**



**Quadro 7.49 – Nível de satisfação dos visitantes com as empresas de animação turística**

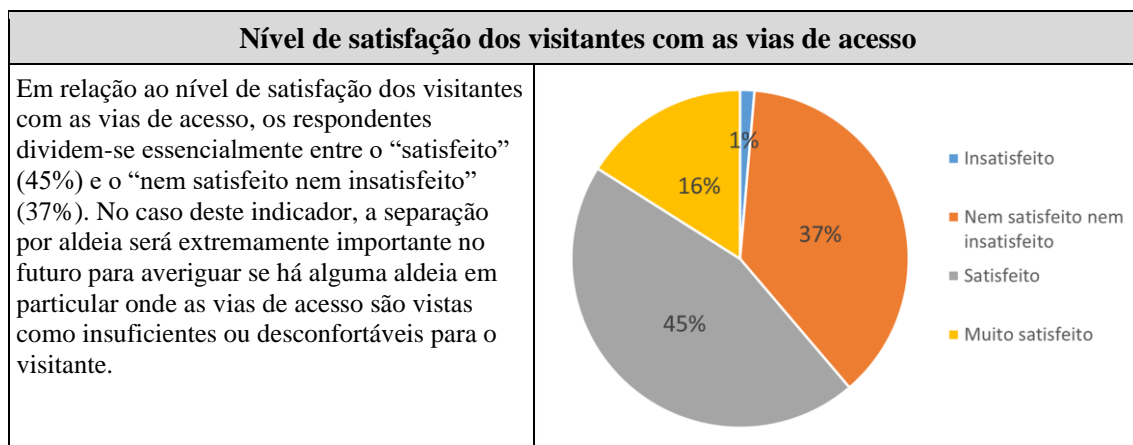


**Quadro 7.50 – Nível de satisfação dos visitantes com os locais de interesse**

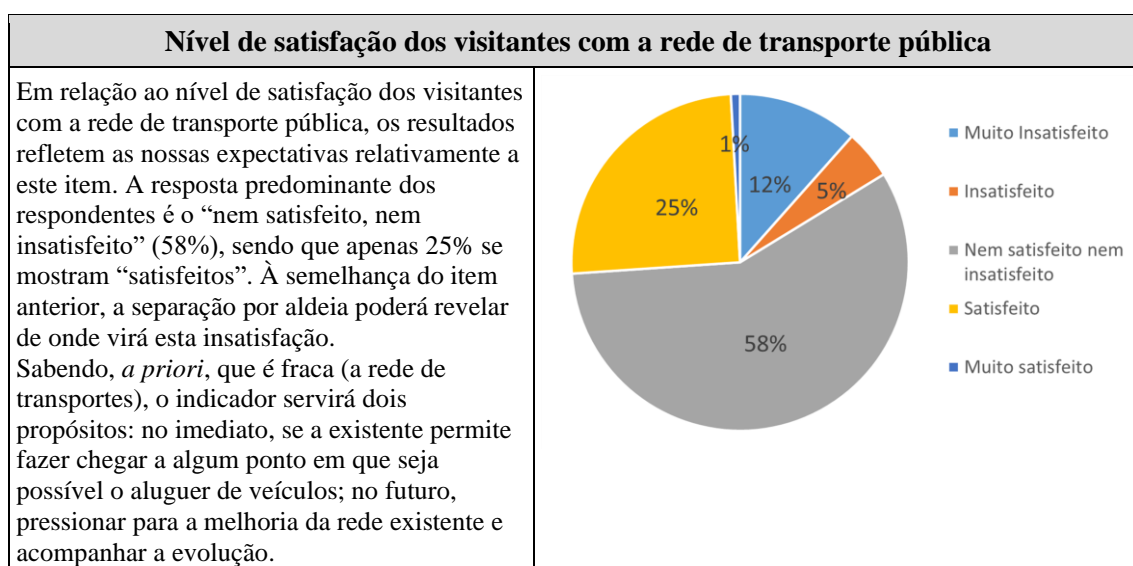




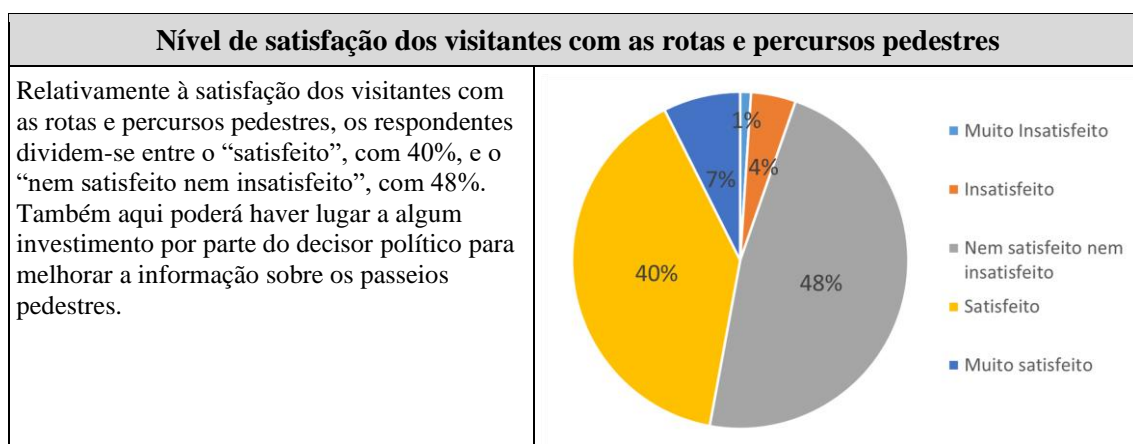
**Quadro 7.51 – Nível de satisfação dos visitantes com as vias de acesso**



**Quadro 7.52 – Nível de satisfação dos visitantes com a rede de transportes pública**



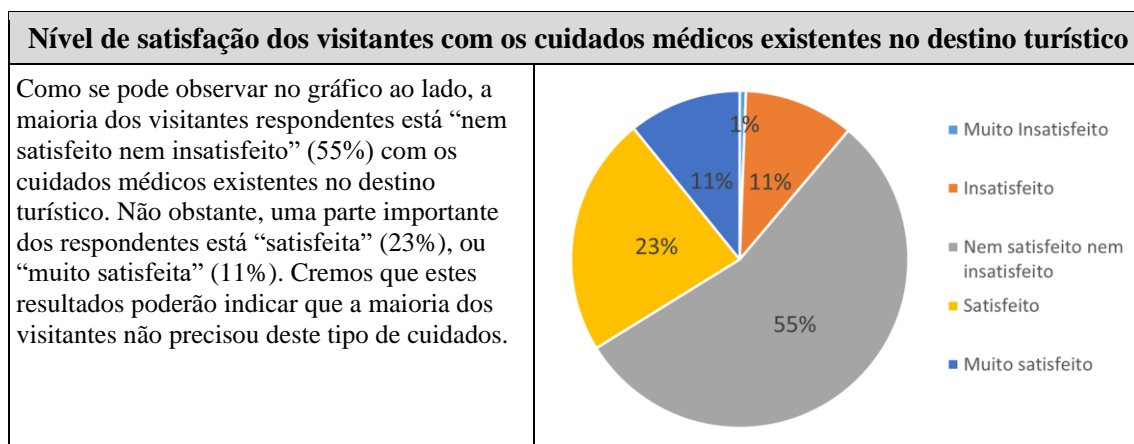
**Quadro 7.53 – Nível de satisfação dos visitantes com as rotas e percursos pedestres**



**Quadro 7.54** – Nível de satisfação dos visitantes com as redes de comunicação



**Quadro 7.55** – Nível de satisfação dos visitantes com os cuidados médicos existentes no destino turístico



## 7.2 Análise complementar dos dados

Para além da análise dos indicadores da *framework* procurou-se aferir da relação entre algumas variáveis com o objetivo de melhor compreender o território em análise. Neste contexto, a análise focou-se nos Residentes e Visitantes das aldeias da rAHP e foi efetuada com recurso ao SPSS 25®.

### 7.2.1 Residentes

No que se refere aos residentes, numa primeira fase, procurou-se aferir se existiam diferenças significativas de perfil dos residentes entre as aldeias que compõem a rAHP, no que respeita às variáveis dependentes: nível de satisfação com o impacto do turismo na sua aldeia; nível de satisfação com a associação à marca das AHP; orgulho em pertencer à comunidade e cultura das

AHP; vontade de recomendar outras pessoas a visitar as AHP e colaboração na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia. Numa segunda fase, procurou-se avaliar qual a relação entre as variáveis acabadas de enunciar e as variáveis independentes: sexo, nível de escolaridade, dificuldade motora e número de elementos que compõem o agregado familiar. Os testes utilizados em ambos os casos foram baseado na análise da tabela ANOVA.

### Diferenças de perfil dos residentes entre as aldeias que compõem a rAHP

No que respeita às diferenças de perfil dos residentes entre as aldeias que compõem a rAHP, os resultados podem ser vistos na Tabela 7.1.

**Tabela 7.1** – Satisfação relativamente ao orgulho, à recomendação de visita e à colaboração dos residentes

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	57,408	11	5,219	5,987	0,000***
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	33,717	11	3,065	3,259	0,000***
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	0,859	11	0,078	1,513	0,124
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	0,443	11	0,040	1,465	0,142
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia	4,057	11	0,369	1,684	0,074

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%, \* nível de significância de 10%.

Para um nível de significância de 1%, pode verificar-se que existem diferenças significativas ao nível da satisfação dos residentes das aldeias em termos do impacto do turismo na sua aldeia e com a associação à marca das AHP.

Sendo que existem diferenças entre o nível de satisfação dos residentes, apresenta-se na Tabela 7.2 a satisfação média dos residentes em cada uma das aldeias. Sobre o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua aldeia, constata-se que as aldeias cujos residentes apresentam maior nível de satisfação são Castelo Rodrigo e Linhares da Beira e que as aldeias em que os residentes se encontram menos satisfeitos são Trancoso e Sortelha. Quanto ao nível de satisfação dos residentes com a associação à marca das AHP, Castelo Rodrigo, Belmonte e Linhares da Beira são as aldeias em que os residentes apresentam maior nível de satisfação. Já Sortelha é a aldeia em que os residentes estão menos satisfeitos com a associação à marca das AHP.

**Tabela 7.2** – Nível de satisfação médio dos residentes, por aldeia

	<b>Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (e.g. acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?</b>	<b>Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?</b>
Almeida	3,48	3,69
Belmonte	3,98	4,04
Castelo Mendo	3,62	3,57
Castelo Novo	3,44	3,38
Castelo Rodrigo	4,23	4,13
Idanha-a-Velha	3,81	3,71
Linhares da Beira	4,21	4,00
Marialva	3,71	3,64
Monsanto	3,75	3,43
Piódão	4,00	3,90
Sortelha	3,00	1,00
Trancoso	3,12	3,57
Total	3,72	3,78

**Relação entre a o nível de satisfação dos residentes e a idade, o sexo, o nível de escolaridade, a dificuldade motora e o número de elementos que compõem o agregado familiar**

Os resultados do teste ANOVA sobre as diferenças entre a idade dos residentes e as variáveis dependentes em análise podem ser observados na Tabela 7.3. Pode concluir-se que, face à idade dos residentes, apenas existem diferenças estatisticamente significativas ao nível de 1% no que se refere à colaboração dos residentes na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia.

No que se refere à colaboração nos eventos turísticos, existem diferenças significativas entre os escalões etários dos residentes da rAHP. São os residentes mais novos (com idade média de 54,6 anos) que afirmam colaborar nestes eventos, por oposição àqueles que têm, em média, 64,28 anos que dizem não colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos da aldeia.

**Tabela 7.3** – Nível de satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por idade

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	80,774	77	1,049	1,089	0,300
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	73,443	77	0,954	0,953	0,592
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	4,391	77	0,057	1,109	0,264
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	2,275	77	0,030	1,076	0,324
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia	27,625	77	0,359	1,838	0,000 ***

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Os resultados apresentados na Tabela 7.4 mostram que não existem diferenças entre o sexo dos residentes e as variáveis dependentes em apreço.

**Tabela 7.4** – Nível de satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por sexo

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	0,044	1	0,044	0,045	0,833
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	2,586	1	2,586	2,614	0,107
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	0,000	1	0,000	0,001	0,980
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	0,005	1	0,005	0,196	0,658
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia	0,145	1	0,145	0,650	0,421

No que se refere ao nível de escolaridade, os resultados apresentados na Tabela 7.5 permitem concluir que apenas existem diferenças significativas (nível de significância de 1%) quanto às variáveis dependentes: recomendação para a visita à aldeia e colaboração na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia.

**Tabela 7.5** – Satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por nível de escolaridade

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	10,084	6	1,681	1,737	0,111
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	5,459	6	0,910	0,916	0,483
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	0,323	6	0,054	1,031	0,404
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	0,818	6	0,136	5,168	0,000***
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia	9,742	6	1,624	7,959	0,000***

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Na Tabela 7.6 apresentam-se as percentagens dos residentes, por nível de escolaridade, que responderam que recomendavam a outras pessoas a visita às aldeias da rAHP e que colaboravam na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia.

**Tabela 7.6** – Recomendação dos residentes de visita à aldeia e colaboração em eventos por nível de escolaridade

Escolaridade	Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia
Sem Escolaridade	83,8%	5,4%
Básico - 1º ciclo	97,9%	25,3%
Básico - 2º ciclo	100,0%	38,5%
Básico - 3º ciclo	100,0%	47,5%
Secundário/Pós-secundário	95,7%	44,9%
Superior	100,0%	54,9%

Da análise da Tabela 7.6 verifica-se que os residentes detentores do ensino básico (2º e 3º ciclos) e do ensino superior são os que mais recomendam a visita à sua AHP, atingindo os 100% e os que menos recomendam são os que não detêm qualquer nível de escolaridade. No que respeita a colaboração na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia, há uma tendência para a não participação dos residentes. Os que mais participam são os detentores do ensino superior com 54,9% e os que menos participam são aqueles que não possuem nível de escolaridade, 5,4%.

No que concerne às dificuldades motoras dos residentes, os resultados apresentados na Tabela 7.7 evidenciam que apenas se verificam diferenças significativas (nível de significância estatística de

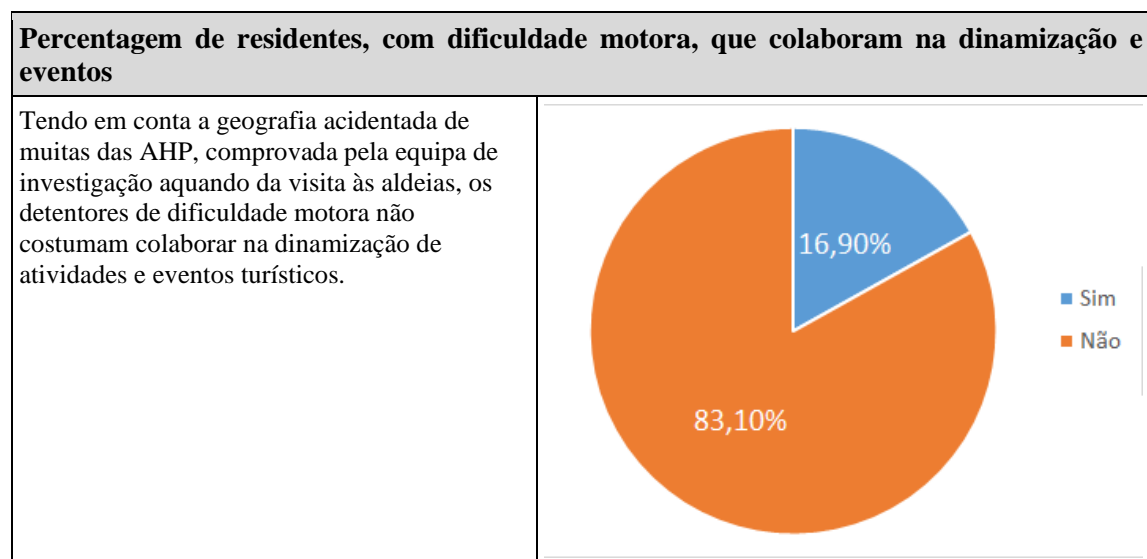
1%) relativamente à variável dependente - colaboração na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia. Para uma análise mais em pormenor veja-se o Quadro 7.56.

**Tabela 7.7** – Satisfação dos residentes relativamente a algumas variáveis dependentes, por dificuldade motora

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	1,254	2	0,627	0,641	0,527
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	1,040	2	0,520	0,523	0,593
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	0,074	2	0,037	0,707	0,494
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	0,096	2	0,048	1,737	0,177
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia	3,216	2	1,608	7,424	0,001***

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

**Quadro 7.56** – Residentes, com dificuldade motora, que colaboram na dinamização de atividades e eventos



Por fim, no que concerne ao número de elementos que compõem o agregado familiar dos residentes, os resultados apresentados na Tabela 7.8, permitem concluir que apenas existem diferenças significativas relativamente à colaboração na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia (nível de significância estatística de 1%).

**Tabela 7.8** – Satisfação dos residentes relativamente a variáveis dependentes, por dimensão do agregado familiar

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com o impacto do turismo na sua Aldeia (ex.: acessos, custo de vida, oferta de serviços, etc.)?	11,512	7	1,645	1,709	0,105
Qual o nível de satisfação com a associação à marca das Aldeias Históricas de Portugal?	6,542	7	0,935	0,964	0,457
Sente-se orgulhoso em pertencer à comunidade e cultura das AHP	0,438	7	0,063	1,226	0,287
Recomendaria outras pessoas a visitar as AHP	0,052	7	0,007	0,306	0,951
Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia	6,654	7	0,951	4,531	0,000***

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Assim, através da análise da Tabela 7.9 pode verificar-se que, em média, os residentes com um maior número de elementos no agregado familiar são aqueles que mais colaboram na dinamização de atividades e eventos turísticos na aldeia.

**Tabela 7.9** – Participação na dinamização de atividades e eventos turísticos por dimensão do agregado familiar

Costuma colaborar na dinamização de atividades e eventos turísticos na Aldeia	Número de elementos que compõem o agregado familiar Média
Sim	2,72
Não	2,33

## 7.2.2 Visitantes

Na análise ao perfil dos visitantes, procurou-se relacionar as variáveis dependentes respeitantes ao nível de satisfação dos visitantes da rAHP com as variáveis independentes: idade, sexo, nível de escolaridade e nacionalidade.

A partir dos resultados apresentados na Tabela 7.10 verifica-se que existem diferenças com significado estatístico ao nível de satisfação dos visitantes, tendo em conta a sua idade, com as rotas e percursos pedestres (nível de significância estatística de 5%) e com as redes de comunicação (nível de significância estatística de 1%). Nas restantes variáveis de satisfação não existem diferenças por idade a registar.



**Tabela 7.10** – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP relativamente a algumas variáveis dependentes, por idade

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com a visita/experiência nas AHP?	14,015	43	0,326	1,399	0,088
Qual o nível de satisfação com a segurança no território das AHP?	20,700	43	0,481	1,288	0,153
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração?	19,542	44	0,444	1,176	0,254
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	20,418	39	0,524	1,014	0,466
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade do alojamento?	19,677	40	0,492	1,019	0,462
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas?	19,275	35	0,551	0,806	0,753
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades culturais realizadas?	19,989	36	0,555	1,236	0,221
Qual o nível de satisfação em relação à limpeza/higiene dos espaços públicos?	22,253	42	0,530	1,004	0,481
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	20,359	38	0,536	1,112	0,337
Qual o nível de satisfação em relação ao comércio local/tradicional?	13,770	39	0,353	0,638	0,939
Qual o nível de satisfação em relação às empresas de animação turística?	18,950	35	0,541	0,832	0,718
Qual o nível de satisfação em relação aos locais de interesse (ex.: infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)?	22,693	40	0,567	1,101	0,348
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	25,133	43	0,584	1,048	0,418
Qual o nível de satisfação em relação aos meios de transporte públicos?	23,322	33	0,707	1,404	0,135
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	36,762	40	0,919	1,537	0,053**
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	61,982	40	1,550	1,940	0,006***
Qual o nível de satisfação em relação aos cuidados médicos existentes no território turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)?	33,361	33	1,011	1,491	0,087

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Dadas as diferenças acabadas de enunciar, na Tabela 7.11 apresenta-se o nível de satisfação dos residentes relativamente às rotas e às redes. Da análise desta constata-se que os visitantes menos satisfeitos com as rotas e percursos pedestres e com as redes de comunicação são os menos jovens,

com uma idade média de 51,67 anos e 51,27 anos, respetivamente. Os muito satisfeitos têm idade média, respetivamente, de 48,4 anos e 45,88 anos.

**Tabela 7.11** – Nível de satisfação dos visitantes relativamente à rAHP, por idade

	Média de Idades/rotas	Média de Idades/wireless
Muito insatisfeito	42,50	51,27
Insatisfeito	51,67	49,30
Nem satisfeito nem insatisfeito	39,20	36,38
Satisfeito	41,50	43,92
Muito satisfeito	48,40	45,88
Total	41,93	42,57

Os diferentes níveis de satisfação dos visitantes não estão relacionados com a variável sexo, Tabela 7.12.

**Tabela 7.12** – Nível de satisfação dos visitantes relativamente a algumas variáveis dependentes, por sexo

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com a visita/experiência nas AHP?	0,024	1	0,024	0,070	0,792
Qual o nível de satisfação com a segurança no território das AHP?	0,785	1	0,785	1,619	0,205
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração?	0,050	1	0,050	0,104	0,747
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	0,033	1	0,033	0,064	0,801
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade do alojamento?	0,000	1	0,000	0,000	0,982
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas?	0,754	1	0,754	1,188	0,278
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades culturais realizadas?	0,120	1	0,120	0,246	0,621
Qual o nível de satisfação em relação à limpeza/higiene dos espaços públicos?	0,007	1	0,007	0,012	0,912
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	0,131	1	0,131	0,261	0,611
Qual o nível de satisfação em relação ao comércio local/tradicional?	0,001	1	0,001	0,002	0,962
Qual o nível de satisfação em relação às empresas de animação turística?	0,011	1	0,011	0,017	0,896
Qual o nível de satisfação em relação aos locais de interesse (ex.: infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)?	0,001	1	0,001	0,001	0,974
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	0,137	1	0,137	0,240	0,625
Qual o nível de satisfação em relação aos meios de transporte públicos?	0,221	1	0,221	0,375	0,542
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	0,231	1	0,231	0,325	0,570

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	0,009	1	0,009	0,008	0,928
Qual o nível de satisfação em relação aos cuidados médicos existentes no território turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)?	0,531	1	0,531	0,666	0,416

Relativamente ao nível de escolaridade, conforme se pode ver Tabela 7.13, verificam-se diferenças com significado estatístico ao nível de 5%, quanto ao nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres e ao nível de satisfação em relação às redes de comunicação.

**Tabela 7.13** – Satisfação dos visitantes relativamente a algumas variáveis dependentes, por nível de escolaridade

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com a visita/experiência nas AHP?	0,798	5	0,160	0,450	0,812
Qual o nível de satisfação com a segurança no território das AHP?	2,406	6	0,401	0,825	0,552
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração?	0,686	6	0,114	0,234	0,965
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	1,570	5	0,314	0,587	0,710
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade do alojamento?	1,984	5	0,397	0,809	0,546
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas?	1,558	6	0,260	0,375	0,893
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades culturais realizadas?	1,845	5	0,369	0,767	0,576
Qual o nível de satisfação em relação à limpeza/higiene dos espaços públicos?	0,779	6	0,130	0,233	0,965
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	2,301	5	0,460	0,917	0,473
Qual o nível de satisfação em relação ao comércio local/tradicional?	0,812	5	0,162	0,326	0,897
Qual o nível de satisfação em relação às empresas de animação turística?	1,325	5	0,265	0,421	0,833
Qual o nível de satisfação em relação aos locais de interesse (ex.: infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)?	2,746	6	0,458	0,856	0,530
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	3,327	6	0,555	0,999	0,429
Qual o nível de satisfação em relação aos meios de transporte públicos?	3,063	5	0,613	1,064	0,386
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	8,538	6	1,423	2,139	0,054**
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	15,555	6	2,592	2,713	0,017**

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação em relação aos cuidados médicos existentes no território turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)?	3,297	5	0,659	0,831	0,531

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Constata-se, pela análise da Tabela 7.14, que os mais satisfeitos nestas questões são os que possuem o 2º ciclo do ensino básico e ensino superior.

**Tabela 7.14** – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP, por nível de escolaridade (média)

Escolaridade do visitante	Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?
Sem escolaridade	3,00	3,00
Básico - 1º Ciclo	2,00	1,00
Básico - 2º Ciclo	4,00	3,00
Básico - 3º Ciclo	3,20	2,86
Secundário/Pós-Secundário	3,59	3,33
Superior	3,72	3,55
Total	3,57	3,31

Em relação à dificuldade motora, existem diferenças estatisticamente significativas em relação à satisfação com a qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares (nível de significância de 10%), ver Tabela 7.15. Para maior detalhe veja-se Quadro 7.57.

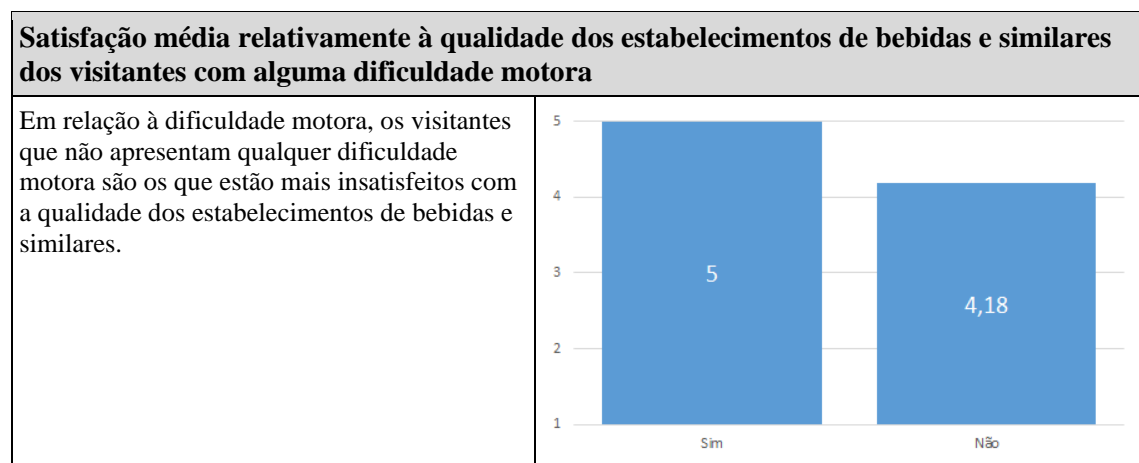
**Tabela 7.15** – Satisfação dos visitantes relativamente a variáveis dependentes, tendo em conta a dificuldade motora

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com a visita/experiência nas AHP?	0,406	2	0,203	0,580	0,561
Qual o nível de satisfação com a segurança no território das AHP?	1,697	2	0,848	1,777	0,173
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração?	1,977	2	0,988	2,122	0,124
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	2,581	2	1,290	2,510	0,085*
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade do alojamento?	1,684	2	0,842	1,751	0,178
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas?	0,799	2	0,399	0,595	0,554
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades culturais realizadas?	0,042	2	0,021	0,043	0,958
Qual o nível de satisfação em relação à limpeza/higiene dos espaços públicos?	0,859	2	0,430	0,796	0,453

Variáveis dependentes	Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	0,555	2	0,278	0,551	0,578
Qual o nível de satisfação em relação ao comércio local/tradicional?	0,020	2	0,010	0,021	0,980
Qual o nível de satisfação em relação às empresas de animação turística?	0,184	2	0,092	0,148	0,862
Qual o nível de satisfação em relação aos locais de interesse (ex.: infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)?	0,508	2	0,254	0,474	0,624
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	0,308	2	0,154	0,274	0,760
Qual o nível de satisfação em relação aos meios de transporte públicos?	0,722	2	0,361	0,620	0,541
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	0,344	2	0,172	0,241	0,786
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	0,278	2	0,139	0,132	0,876
Qual o nível de satisfação em relação aos cuidados médicos existentes no território turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)?	1,325	2	0,662	0,840	0,435

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

**Quadro 7.57** – Satisfação média relativamente à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares



Quanto à nacionalidade, como se pode ver na Tabela 7.16, registam-se diferenças em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares (nível de significância estatística de 5%), em relação à informação disponibilizada (nível de significância estatística de 5%), em relação às vias de acesso (nível de significância estatística de 1%) e em relação às redes de comunicação (nível de significância estatística de 5%).

Tabela 7.16 – Diferenças de médias por nacionalidade do visitante

Variáveis dependentes	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.
Qual o nível de satisfação com a visita/experiência nas AHP?	1,126	5	0,225	0,640	0,669
Qual o nível de satisfação com a segurança no território das AHP?	2,747	5	0,549	1,144	0,340
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de restauração?	3,333	5	0,667	1,430	0,217
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	5,786	5	1,157	2,312	0,048**
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade do alojamento?	4,185	5	0,837	1,776	0,123
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades desportivas praticadas?	6,619	5	1,324	2,098	0,072*
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade das atividades culturais realizadas?	1,973	5	0,395	0,822	0,537
Qual o nível de satisfação em relação à limpeza/higiene dos espaços públicos?	1,388	5	0,278	0,506	0,771
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	5,743	5	1,149	2,428	0,039**
Qual o nível de satisfação em relação ao comércio local/tradicional?	0,540	5	0,108	0,215	0,955
Qual o nível de satisfação em relação às empresas de animação turística?	1,476	5	0,295	0,471	0,797
Qual o nível de satisfação em relação aos locais de interesse (ex.: infraestruturas interpretativas, centros interpretativos, espaços museológicos, miradouros, entre outros)?	2,843	5	0,569	1,073	0,379
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	12,031	5	2,406	4,987	0,000***
Qual o nível de satisfação em relação aos meios de transporte públicos?	1,946	5	0,389	0,661	0,654
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	6,881	5	1,376	2,042	0,078*
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	12,106	5	2,421	2,480	0,036**
Qual o nível de satisfação em relação aos cuidados médicos existentes no território turístico (técnicos de saúde, unidades móveis e proximidade com posto médico)?	6,968	5	1,394	1,851	0,111

**Nota:** \*\*\* nível de significância estatística de 1%; \*\* nível de significância estatística de 5%; \* nível de significância estatística de 10%.

Em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares os mais satisfeitos são os visitantes espanhóis e os menos satisfeitos são os de outra nacionalidade que não presente na Tabela 7.17. Em relação à informação disponibilizada os visitantes de outra nacionalidade que

não a presente na Tabela 29, são os mais satisfeitos e os menos satisfeitos são os ingleses. Os franceses que visitam a rAHP são os menos satisfeitos em relação às vias de acesso e em relação às rotas e percursos pedestres, continuando a ser os mais satisfeitos os de outra nacionalidade. Em relação às redes de comunicação os visitantes portugueses da rAHP são o que se apresentam menos satisfeitos e os que apresentam maior nível de satisfação são os de outra nacionalidade.

**Tabela 7.17** – Nível de satisfação dos visitantes da rAHP, por nacionalidade (média)

	Nacionalidade do visitante				
	Portuguesa	Inglesa	Espanhola	Francesa	Outra
	Média	Média	Média	Média	Média
Qual o nível de satisfação em relação à qualidade dos estabelecimentos de bebidas e similares?	4,17	4,29	4,69	4,40	3,89
Qual o nível de satisfação em relação à informação disponibilizada (transportes, rotas, monumentos, agenda cultural, etc.)?	3,87	3,86	4,00	4,20	4,25
Qual o nível de satisfação em relação às vias de acesso?	3,77	3,57	3,38	3,20	4,45
Qual o nível de satisfação em relação às rotas e percursos pedestres (informação associada, sinalização, estado da via,...)?	3,49	3,71	3,55	3,20	4,38
Qual o nível de satisfação em relação às redes de comunicação (rede móvel, wireless)?	3,13	3,57	3,33	3,80	4,22

## 7.3 Discussão dos resultados

Numa apreciação geral dos resultados (baseada nas respostas obtidas aos inquéritos por questionário), é de salientar que quanto aos **agentes económicos** se identificam comportamentos diferenciados no que respeita:

- às despesas com o pessoal. Em algumas aldeias os agentes económicos respondentes revelam não terem despesas com o pessoal (possivelmente por serem agentes económicos com atividade familiar, cujos colaboradores não auferem de rendimento), enquanto em outras aldeias a maior percentagem de despesas dos agentes económicos respondentes está relacionada com as despesas com pessoal e, noutras ainda, a percentagem de despesas com o pessoal e de despesas não relacionadas com o pessoal é, tendencialmente, equitativa;



- à percentagem de compras a fornecedores locais, uma vez que estas atingem 100% em algumas aldeias e 10% noutras, podendo significar que o comércio local tem espaço para crescer;
- à capacidade do alojamento e à capacidade da restauração, podendo ser justificado pela dimensão das aldeias;
- à percentagem de negócios turísticos detidos por locais, podendo significar que umas aldeias têm maior capacidade de atrair investimento de outros agentes que não os residentes;
- à existência de atividade económica familiar em todos os tipos de negócio, embora esta seja mais comum no setor da restauração e similares e ainda em outras atividades turísticas;
- à preocupação com a sustentabilidade, vista através da certificação formal, além da obrigatória (ex.: *Biosphere*);
- ao nível de escolaridade, ao conhecimento de línguas e ao nível etário dos seus colaboradores, podendo significar uma preocupação distinta com a satisfação dos turistas e com a capacidade de atrair mais jovens;
- ao nível do emprego gerado pelas diferentes atividades económicas (o alojamento mobilado para turista, as pastelarias e casas de chá, os restaurantes típicos e os restaurantes são as que mais emprego geram).

No que se refere aos **visitantes** é se salientar que:

- o orçamento médio, de cada visitante, quando visitam a rAHP, é de 546,95€;
- em média, os visitantes ficam alojados entre um a dois dias, visitando, em média, três aldeias;
- os alojamentos mais procurados pelos visitantes da rAHP são os alojamentos turísticos no espaço rural, o alojamento mobilado para turistas e outros locais de alojamento de curta duração. Esta tendência poderá estar diretamente relacionada com o tipo de oferta em cada uma das aldeias da rAHP;
- o preço médio de uma refeição pode variar entre os 8€ aos 17,5€ e o de uma dormida entre os 20€ e 70€;
- o conhecimento da rAHP é conseguido, sobretudo, por via da informação disponível na internet e por sugestão de familiares ou amigos;
- a maior motivação das visitas relaciona-se com o património histórico e cultural do concelho, seguida do contacto com a natureza e com a ruralidade;
- a satisfação com a experiência na rAHP é, globalmente, elevada, embora, em alguns aspetos, a satisfação seja menos elevada que o global (por exemplo: segurança do destino



turístico, qualidade dos estabelecimentos de restauração e alojamento, atividades desportivas e culturais, vias de acesso e redes de comunicação);

- no final da experiência, apenas 50% dos visitantes respondentes recomendaria uma visita à rAHP e 49% pretende repetir a visita. Estes dados devem ser alvo de reflexão por parte dos decisores políticos, servindo os indicadores para perceber quais as áreas a melhorar.

Quanto aos **residentes** é de salientar que a maioria está satisfeita ou muito satisfeita com o impacto do turismo na sua aldeia, bem como com a associação à marca das AHP. Os residentes, revelam ainda sentir orgulho em pertencer à comunidade e cultura locais e participam no desenvolvimento de eventos turísticos na aldeia.

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



# 8

## CONCLUSÃO

---

As doze aldeias que integram a rAHP inserem-se em territórios de baixa densidade, caracterizados pelo despovoamento e pela dificuldade em atrair atividade económica. Nestes territórios, os grandes desafios passam essencialmente pela atração de população, criação de emprego e disponibilização de uma maior diversidade de serviços. Neste sentido, o turismo é visto como uma atividade potenciadora de crescimento e de desenvolvimento territorial.

Perante a necessidade premente de se saber mais sobre o impacto da atividade turística no território em que se insere a rAHP, foi desenvolvida uma *framework* de indicadores com o objetivo de avaliar este impacto, numa lógica de proximidade com os agentes que operam no território.

A *framework* desenvolvida, que pretende caracterizar e agregar os indicadores que monitorizam a atividade turística, inspirou-se no trabalho de Tanguay *et al.* (2013), tendo sido posteriormente adaptada ao território em questão.

Foi apresentada a metodologia de investigação e de desenvolvimento de uma plataforma digital (ILDA) de suporte aos propósitos do projeto PLowDeR, cujo objetivo consistiu em conceber a *framework* de indicadores para avaliação do impacto das atividades turísticas em territórios de baixa densidade. Esta plataforma espoleta, periodicamente, dados atualizados da realidade das AHP, mediante a lente da *framework* aqui construída, que irá ganhando consistência com o passar do tempo e à medida que os atores solicitados forem respondendo aos inquéritos. Este trabalho prosseguirá com o alargamento da recolha de dados e o seu armazenamento automático na plataforma ILDA.

A importância do trabalho desenvolvido no âmbito do projeto PLowDeR não está apenas na inovação tecnológica da plataforma, mas está também relacionada com o carácter inovador do propósito principal do projeto PLowDeR, que é intensificado com a transformação digital proporcionada pela aplicação da plataforma.

---

promotores



Turismo  
Centro  
Portugal



universidade de aveiro  
theoria possui praxis



programa

FCT Fundação  
para a Ciência  
e a Tecnologia

co-financiamento

CENTRO2020

PORTUGAL  
2020



Tendo em conta o desenvolvimento previsto, do ponto de vista tecnológico (e.g. rede wi-fi), a ser aplicado na rAHP, a fluidez da recolha de dados poderá vir a ser operada com maior consistência. Além disto, considerar o desenvolvimento de programas de infoinclusão neste território, facilitaria a aproximação da interioridade ao resto do país, nomeadamente pela via do enaltecimento da realidade da região, fazendo-a chegar, com atualidade, à restante população e aos dirigentes políticos.

O projeto PLowDeR é um ponto de partida para dar resposta efetiva à manutenção de um sistema de indicadores que permita analisar o impacto social e económico da atividade turística nos territórios de baixa densidade. Neste sentido, considera-se crucial a recolha de dados para o cálculo dos indicadores e para o sucesso da plataforma ILDA, tornando-se necessário desenvolver um plano de sensibilização para a adesão e cooperação dos diferentes atores no território e uma articulação entre os interessados na monitorização da informação sobre a dinâmica económica, social, ambiental e cultural nos territórios de baixa densidade. Especificamente, considerando o turismo uma via impulsionadora de desenvolvimento nestes territórios, é fulcral articular as entidades que atuam nesta área, públicas e privadas. Neste seguimento, é também de referir que a plataforma ILDA é um importante instrumento de recolha e armazenamento de dados relativos aos diversos agentes no território, constituindo uma ferramenta de disseminação dos indicadores. Além disso, a plataforma ILDA poderá constituir um mecanismo agregar a diferente informação e libertar os agentes económicos das diversas solicitações para cedência de dados.

Os resultados obtidos permitem concluir que o cálculo dos indicadores é possível a partir dos instrumentos de recolha de dados desenhados, aplicados e disponíveis para resposta na plataforma ILDA. No entanto, não permitem ainda uma análise completa e detalhada do impacto social e económico da rAHP nos territórios de baixa densidade, tendo em conta que, face ao limite temporal do projeto PLowDeR, a recolha de dados foi efetuada num período específico de tempo e num quadro experimental, não sendo possível realizar uma análise longitudinal, nem sendo possíveis, ainda, generalizações. Isto será conseguido ao longo do tempo e com a recolha sistemática e continuada de dados.

Uma nota importante relativamente à *framework* de análise, à listagem de indicadores e à plataforma ILDA é a possibilidade de replicar este projeto para realidades análogas, tanto ao nível nacional como internacional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- Aleixo, S. (2015). *Marketing territorial e as happy cities: validação do modelo e proposta de plano de comunicação*. IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universit{á}rio.
- Alves, P. (2007). *Planeamento Estratégico e Marketing de Cidades*. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.
- Azevedo, N. (2011). *Tempos de mudança nos territórios de baixa densidade: as dinâmicas em Trás-os-Montes e Alto Douro*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Banco de Portugal. (2014). *Análise do setor do turismo - Estudos da Central de Balanços*.
- Barbier, E. B. (1987). The Concept of Sustainable Economic Development. *Environmental Conservation*, 14(2), 101–110. <https://doi.org/10.1017/S0376892900011449>
- Barbosa, M. (2014). *A importância dos recursos endógenos como potenciadores do turismo em municípios do interior norte de Portugal - Estudo de caso dos municípios de Lousada e de Fafe*. Universidade do Minho - Instituto de Ciências Sociais.
- Beja, A. (2015). *Análise do Planeamento Estratégico Empreendedorismo Turístico na Região de Lisboa - Caso LisbonRiders*. Universidade Europeia.
- Blackstock, K. L., White, V., Mccrum, G., Scott, A., & Hunter, C. (2008). Measuring Responsibility: An Appraisal of a Scottish National Park's Sustainable Tourism Indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 276–297. <https://doi.org/10.2167/jost787.0>
- Braga, A., Natário, M., Daniel, A., & Fernandes, G. (2013). Tendências Demográficas da Região Centro de Portugal: Caso de Estudo dos Municípios de Baixa Densidade. In *Livro de Atas das XXIII Jornadas Hispano-Lusas Gestión Científica*. Málaga, Espanha.
- Brito, M. (2011). Monitorização dos impactos turísticos: uma proposta de modelo aplicável a territórios em mudança. *Cadernos de Geografia*, (30/31), 249–256.
- Burgos, A., & Mertens, F. (2016). As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 18–27. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12203>
- Burns, P. M. (2004). Tourism planning: A third way? *Annals of Tourism Research*, 31(1), 24–43. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.001>
- Connelly, S. (2007). Mapping Sustainable Development as a Contested Concept. *Local Environment*, 12(3), 259–278.
- Correia, J., & Carvalho, P. (2009). Turismo e desenvolvimento rural. O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal). *Cadernos de Geografia*, (28/29), 117–130.
- Craik, J. (1995). Are there cultural limits to tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 3(2), 87–98.
- Cristina, I., & Vieira, P. (2014). Desenvolvimento turístico sustentável em pequenas cidades históricas: O caso de Lamego.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, (33), 64–73.
- Domingos, E. (2009). Livro Atas do XV Congresso APDR: Redes e Desenvolvimento Regional. In *Interacção, Aprendizagem Colectiva e Criatividade em Regiões de Baixa Densidade. Estudo de Caso sobre a Região do Alentejo* (pp. 1073–1101).
- Dupeyras, A., & MacCallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism - a Guidance Document. *OECD Tourism Papers*, 2. <https://doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Enemuo, O. B., & Oyinkansola, O. (2012). Social Impact Of Tourism Development On Host Communities Of Osun Oshogbo Sacred Grove. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 2(6), 30–35. Retrieved from [www.iosrjournals.org](http://www.iosrjournals.org)
- Ferrão, J. (2015). Governação integrada : a experiência internacional e desa os para Portugal. In *Relatório do Grupo de Trabalho Temático "Territórios Vulneráveis"* (pp. 39–63). Edição Forum para a Governação Integrada.
- Ferreira, A. (2015). *Turismo e interioridade: um percurso termal pelo Alto Tâmega*. Faculdade de Ciências e Tecnologias da Universidade de Coimbra.
- Fonseca, F., & Ramos, R. (2008). Dinâmicas do turismo em espaço rural em regiões de baixa densidade: o exemplo de Almeida. In *Colóqui Ibérico de Estudos Rurais*.
- Hevner, A. R. (2007). A three cycle view of design science research. *Scandinavian Journal of Information Systems*, 19(2), 1–6. Retrieved from

- <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1017&context=sjis%0Apapers3://publication/uuid/8D9D04A1-4A54-4248-8173-03D0755A0786>
- Hevner, A. R., & Chatterjee, S. (2010). Design Science Research in Information Systems. In *Design Research in Information Systems* (Vol. 22, pp. 9–22). Springer US. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-5653-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-5653-8_2)
- Johansson, M., & Rauhut, D. (2002). *ESPON project 1.1.4 - The Spatial Effects of Demographic Trends and Migration*.
- Jones, C., & Newsome, D. (2015). International Journal of Tourism Cities. *International Journal of Tourism Cities*, 1(1), 18–35.
- Jucan, C. N., & Jucan, M. S. (2013). Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery. *Procedia Economics and Finance*. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00117-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00117-2)
- Kristjánssdóttir, K., Ólafsdóttir, R., & Ragnarsdóttir, K. (2017). Reviewing integrated sustainability indicators for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1364741>
- Laimer, P., & Weiß, J. (2016). Pilot Study “Measuring Sustainable Tourism” (MST) Austria. *Statistics Austria*.
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F., González, M., & Caballero, R. (2012). Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. *Ecological Indicators*. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.01.014>
- Macías, J., Rodríguez, G., Fernandes, G., Natário, M., & Braga, A. (2014). *Plano Transfronteiriço de Apoio ao Empreendedorismo na Beira Interior Norte e Salamanca O Empreendedorismo na BIN/SAL (PITAE BIN-SAL)*. Salamanca: Diputación de Salamanca. Organismo Autónomo de Empleo y Desarrollo Rural (OAEDR).
- Madureira, L., Gamito, T., Ferreira, D., & Portela, J. (2013). *Inovação em Portugal Rural - Detetar, Medir e Valorizar* (1ª Edição). Cascais: Príncipe Editora, Lda.
- Manning, T. (1999). Indicators of tourism sustainability. *Tourism Management*, 20, 179–181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00084-3)
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. Routledge, London. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.08.001>
- Newton, P. W. (2012). Liveable and Sustainable? Socio-Technical Challenges for Twenty-First-Century Cities. *Journal of Urban Technology*, 19(1), 81–102. <https://doi.org/10.1080/10630732.2012.626703>
- Nocca, F. (2017). The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool. *Sustainability*, 9(10), 1882. <https://doi.org/10.3390/su9101882>
- Obst, C. (2016a). Framing sustainable tourism (pp. 1–17).
- Obst, C. (2016b). UNWTO Statistics and Tourism Satellite Account Programme Measuring Sustainable Tourism: Developing a statistical framework for sustainable tourism.
- OECD. (2011). Compendium of OECD well-being indicators. *OECD*.
- Pinto, C. (2016). *Marketing Territorial: Uma estratégia para Viseu*. Instituto Politécnico de Viseu.
- Polo-Peña, A. I., Frías-Jamilena, D. M., & Rodríguez-Molina, M. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business outcomes contribution to business outcomes. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(7–8), 503–521. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.617787>
- PROVERE. (2009). *Rede das Aldeias Históricas de Portugal - Estratégia de eficiência colectiva e plano de acção*. Retrieved from [http://maiscentro.qren.pt/private/admin/ficheiros/uploads/doc%7B\\_%7Destrategico%7B\\_%7DAldeias](http://maiscentro.qren.pt/private/admin/ficheiros/uploads/doc%7B_%7Destrategico%7B_%7DAldeias)
- Ramos, B., & Ribeiro, R. (2014). Aldeias do Xisto: A Estratégia de marketing e comunicação de uma marca territorial. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(21/22), 13–23.
- Roberts, S., & Tribe, J. (2008). Sustainability indicators for small tourism enterprises – An exploratory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 575–594. <https://doi.org/10.1080/09669580802159644>
- Rodrigues, A. (2012). *Estratégias de Turismo Sustentável em Portugal, o caso das Aldeias do Xisto*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Rodrigues, A. P., Vieira, I., Marques, C. P., & Teixeira, M. S. (2014). Apoio da comunidade residente ao desenvolvimento turístico sustentável: um modelo de equações estruturais aplicado a uma cidade histórica do Norte de Portugal, 10(2).
- Rogers, S. I., & Greenaway, B. (2005). A UK perspective on the development of marine ecosystem indicators. *Marine Pollution Bulletin*, 50(1), 9–19. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2004.10.028>
- Salamon, L. M. (2002). The Tools of Government: A Guide to the New Governance. *The New Governance and the Tools of Public Action*, 1–47. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Santos, C., & Ferreira, A. (2010a). Governação pública em rede. In *V Congresso Nacional da Administração Pública*.
- Santos, C., & Ferreira, A. (2010b). Governação Pública em Rede (Resposta à Desertificação do Território). *Interface*, 55(165), 20–23.
- Santos, M. (2012). *Empreendedorismo em territórios de baixa densidade populacional com problemas de desenvolvimento (contributos para o debate sobre o tema)*.
- Saraiva, D. (2012). *Lazer, turismo e desenvolvimento local em territórios de montanha - o exemplo do concelho de Manteigas*. Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra.

- Scuttari, A., Della Lucia, M., & Martini, U. (2013). Integrated planning for sustainable tourism and mobility. A tourism traffic analysis in Italy's South Tyrol region. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 614–637. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.786083>
- Silva, Â., Lima, F., & Chamusca, P. (2010). Estratégias de eficiência colectiva em territórios de baixa densidade : reflexões a propósito do Minho-Lima e do Tâmega. In *Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia* (pp. 1–18). Porto, Porruhal.
- Silva, L. (2006). *O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta e dos Promotores* LUÍS SILVA CIES. Lisboa.
- Silva, L. (2013). Impactos do turismo em meio rural. Reflexões a partir de Portugal. In V. Silva & R. Carmo (Eds.), *Mundo Rural: Mito ou Realidade?* (pp. 1–15). São Paulo: Annablume,.
- Slocum, S. (2015). The viable, equitable and bearable in Tanzania. *Tourism Management Perspectives*, (16), 92–99.
- Sunlu, U. (2003). Environmental impacts of tourism. *Bari: CIHEAM Options Méditerranéennes: Série A. Séminaires Méditerranéens*, 57, 263–270. Retrieved from <http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=4001977><http://www.ciheam.org/>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. P. CABI Publishing.
- Tanguay, G., Rajaonson, J., Lefebvre, J. F., & Lanoie, P. (2010). Measuring the sustainability of cities: An analysis of the use of local indicators. *Ecological Indicators*. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2009.07.013>
- Tanguay, G., Rajaonson, J., & Therrien, M. (2013). Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 862–879. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.742531>
- Tecau, A., & Tescasiu, B. (2015). Nonverbal communication in the focus-group. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 8(2), 119–124. Retrieved from <http://ezproxy.humber.ca/login?url=http://search.proquest.com.ezproxy.humber.ca/docview/1768395572?accountid=11530>
- Teodoro, A., Dinis, I., Simões, O., & Gomes, G. (2017). Success factors for small rural tourism units : an exploratory study in the Portuguese region of Serra da Estrela, (Núti), 135–147.
- UE. (2013). *The European tourism indicator system - ETIS toolkit for sustainable destination management*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2769/47006>
- UE. (2017). *The European Tourism Indicator System - ETIS toolkit for sustainable destination management*. <https://doi.org/10.2873/982144>
- UNCED. (1992). *The Rio Declaration on Environment and Development* (1992). Rio.
- UNWTO. (2017). Measuring Sustainable Tourism: A Call for Action Report of the 6th International Conference on Tourism Statistics (pp. 21–23). Manila, Philippines.
- Weaver, D. B. (2001). *The Encyclopedia of Ecotourism*. (D. B. Weaver, Ed.), *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Publishing. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- White, S. (2010). Measuring Tourism Locally, Guidance Note Four: Tourism Benchmarking and Performance Indicators. *Measuring Tourism Locally*, 1–18. Retrieved from [syncii://White](http://syncii://White)
- Whittle, M., Lomax, N., Heppenstall, A., & Breton, S. (2017). Equitable or elitist? The social impact of the 2014 Tour de France Grand Départ. *Area*. <https://doi.org/10.1111/area.12284>
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: a Guidebook*. Madrid.
- WTTC. (2017). *Travel & Tourism - Global Economic Impact and Issues 2017*.

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento





## ANEXO A – OBJETIVOS DAS DIMENSÕES DE CARACTERIZAÇÃO

**Tabela A. 1** – Objetivos identificados na dimensão ecossistema

Objetivos
Analisar a aposta em serviços amigos do ambiente, no destino turístico
Conhecer a aposta dos agentes na inclusão de profissionais com formação ambiental
Conhecer a preocupação dos agentes em incluir este tipo de certificações , no sentido da valorização e da diferenciação da sua atividade
Conhecer a frequência da inspeção no território, por diferentes entidades reguladoras
Conhecer a variação dos consumos de água no destino turístico
Conhecer o investimento público no acesso à separação do lixo, com vista a sustentabilidade do território e dos seus recursos
Conhecer o investimento público no acesso à separação do lixo, com vista a sustentabilidade do território e dos seus recursos

**Tabela A. 2** – Objetivos identificados na dimensão bem-estar

Objetivos
Compreender a perceção dos residentes na aldeia sobre o impacto do turismo no seu quotidiano
Compreender a satisfação dos residentes relativamente à existência de uma marca agregadora
Analisar, a longo prazo, a evolução do imobiliário no território (identificar ciclos de reconstrução, de novas construções ou de abandono)
Perceber o impacto (negativo) do turismo na qualidade de vida dos residentes, por via das queixas registadas em diversos organismos
Conhecer o sentido de pertença e de comunidade, por parte dos residentes, espera-se compreender, longitudinalmente, qual o impacto do turismo
Analisar a participação dos residentes nos eventos turísticos existentes

promotores



Turismo  
Centro  
Portugal



universidade de aveiro  
theoria possit praxis



programa



co-financiamento



**Tabela A. 3** – Objetivos identificados na dimensão satisfação

<b>Objetivos</b>
Conhecer a satisfação global dos visitantes com a experiência da visita ao destino turístico
Conhecer a satisfação global dos visitantes com a mobilidade reduzida vivenciada com a experiência da visita ao destino turístico
Dada a limitação inerente à globalidade dos espaços turísticos, do território em causa, perceber se os visitantes ficam, negativa ou positivamente, surpreendidos com o que encontram
Obter a perceção dos visitantes sobre a segurança no destino turístico e perceber a sua correlação com a evolução do turismo
Obter a perceção dos visitantes sobre a oferta da restauração no destino turístico
Obter a perceção dos visitantes sobre os estabelecimentos de bebidas e similares existentes no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a oferta de alojamento no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre as atividades desportivas disponibilizadas no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre as atividades culturais disponibilizadas no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a limpeza dos espaços públicos existentes no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a distribuição de informação e o trabalho publicitário desenvolvido sobre o destino turístico visitado
Obter informação sobre o nível de satisfação do visitante relativamente à atividade de comércio local/tradicional desenvolvida no destino turístico visitado
Obter informação sobre o nível de satisfação do visitante relativamente às empresas de animação turística que operam no destino turístico visitado
Obter informação sobre o nível de satisfação do visitante relativamente às locais de interesse turístico existentes no destino turístico visitado
Obter informação sobre o nível de satisfação do visitante relativamente às vias de acesso e perceber se potenciam, ou não, uma visita e realização do percurso associado à grande rota
Obter a perceção dos visitantes sobre a rede de transportes públicos com impacto no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a experiência nas rotas e percursos pedestres com impacto no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a experiência com a utilização do serviço de rede móvel e Wireless com impacto no destino turístico visitado
Obter a perceção dos visitantes sobre a experiência com a utilização dos serviços de saúde que servem o destino turístico visitado
Visitantes que recomendam outras pessoas a visitar o destino turístico visitado
Visitantes que pretendem regressar ao destino turístico visitado
Satisfação global do visitante

**Tabela A. 4** – Objetivos identificados na dimensão satisfação

Objetivo
Conhecer a capacidade total das salas e auditórios existentes no destino turístico visitado
Conhecer a oferta cultural e do património imaterial e sua relação com a motivação do turista
Conhecer a oferta desportiva e do património natural e sua relação com a motivação do turista
Conhecer a oferta de eventos gastronómicos e sua relação com a motivação do turista
Conhecer a capacidade atrativa da oferta cultural existente no destino turístico visitado
Conhecer a oferta de animação permanente no destino turístico visitado
Conhecer a oferta de pontos de interesse no destino turístico visitado

**Tabela A. 5** – Objetivos identificados na dimensão emprego

Objetivo
Conhecer o potencial de empregabilidade na área do alojamento no destino turístico
Conhecer o potencial de empregabilidade na área da restauração bebidas e similares no destino turístico
Conhecer o potencial de empregabilidade na área “outra atividade económica e turística” no destino turístico
Obter informação sobre a capacidade dos profissionais do setor turístico em receberem visitantes externos
Perceber o impacto do turismo na empregabilidade no destino turístico
Conhecer o impacto do turismo na empregabilidade de locais no destino turístico
Conhecer o perfil demográfico dos empregados do setor turístico no destino turístico
Conhecer a flutuação do nível de emprego no setor turístico no destino turístico
Obter informação sobre o impacto económico do turismo nos agregados familiares dos empregados no setor turístico no destino turístico
Obter informação sobre a capacidade dos profissionais do setor turístico, em receber visitantes e divulgar o produto turístico, no destino turístico
Obter informação sobre o conhecimento dos profissionais do setor do turismo, acerca da sustentabilidade, no destino turístico

**Tabela A. 6** – Objetivos identificados na dimensão vitalidade económica

<b>Objetivo</b>
Obter informação sobre o impacto económico dos visitantes no destino turístico
Obter informação sobre o impacto económico dos visitantes, em função do seu perfil, no destino turístico, por via do alojamento
Obter informação sobre o impacto da atividade económica “alojamento” no destino turístico
Obter informação sobre a estadia dos visitantes no destino turístico
Obter informação sobre os encargos mensais com pessoal, dos agentes económicos turísticos, ao longo do ano
Obter informação sobre os encargos mensais não relacionados com pessoal, dos agentes económicos turísticos, ao longo do ano
Obter informação sobre os percursos, preferidos pelos visitantes, no destino turístico, para perceber o nível de atratividade de cada um dos destinos turísticos
Conhecer o preço médio de uma refeição no destino turístico
Conhecer o preço médio de uma dormida no destino turístico
Conhecer a percentagem de compras dos agentes económicos com impacto direto no ciclo financeiro do destino turístico
Analisar a taxa de sobrevivência das empresas turísticas, ao longo do tempo, no destino turístico
Analisar as receitas obtidas pelos municípios relativamente ao processo burocrático associado à abertura e funcionamento das atividades turísticas na sua área de influência
Conhecer a taxa de ocupação da capacidade de alojamento instalada no destino turístico
Conhecer a capacidade de oferta de alojamento no destino turístico
Conhecer a capacidade de oferta de restauração no destino turístico
Conhecer a capacidade de oferta de outros estabelecimentos turísticos no destino turístico
Conhecer a capacidade empreendedora e empresarial dos residentes no destino turístico e a atratividade do destino turístico para empreendedores externos
Obter informação sobre o investimento público aplicado no destino turístico
Obter informação sobre o apoio público ao empreendedorismo

**Tabela A. 7** – Objetivos identificados na dimensão marketing

Objetivo
Conhecer o total de despesa em ações de marketing com o destino turístico
Conhecer o valor total investido em ações de promoção do destino turístico
Obter informação sobre a relevância da marca AHP para promoção do destino turístico
Perceber quais os canais de divulgação que mais influenciam a opção dos visitantes por determinado destino turístico
Perceber o reconhecimento turístico no destino turístico
Perceber o nível de satisfação dos agentes económicos relativamente às entidades de apoio ao desenvolvimento turístico do destino turístico (câmaras municipais, Turismo Centro Portugal, Associação Desenvolvimento Turístico - Aldeias Históricas de Portugal)
Conhecer a satisfação dos agentes económicos com a informação disponibilizada sobre o destino turístico
Conhecer as motivações que levam os visitantes a visitar determinado destino turístico

**Tabela A. 8** – Objetivos identificados na dimensão mobilidade e acessibilidade

Objetivo
Ter informação sobre condições de acesso a atrações turísticas, no destino turístico, por pessoas com mobilidade reduzida
Ter informação sobre alojamentos, no destino turístico, preparados para receber pessoas com mobilidade reduzida
Ter informação sobre oferta de serviço de transportes públicos disponível no destino turístico
Perceber a atratividade do destino turístico para pessoas com mobilidade reduzida
Ter informação sobre disponibilização de informação sobre atrações turísticas no destino turístico
Conhecer a aposta em infraestruturas de apoio à mobilidade suave no destino turístico

[Esta página foi intencionalmente deixada em branco]

promotores



programa



co-financiamento



## ANEXO B – FICHA TÉCNICA DE INDICADORES

No Quadro 1 é apresentado o tipo de codificação e no Quadro 2 é caracterizado o *layout* a utilizar, pelas fichas técnicas dos referidos indicadores, no âmbito deste manual de formação.

Quadro B. 1 – Codificação dos indicadores primários e derivados

CODIFICAÇÃO	
Indicador primário	Constituído pelas iniciais de “Indicador Primário” (IP), mais 3 dígitos numéricos (001-999), numeração sequencial
Indicador derivado	Constituído pelas iniciais de “Indicador Derivado” (ID), mais 3 dígitos numéricos (001-999), numeração sequencial

Quadro B. 2 – Caracterização dos indicadores primários e derivados

CARACTERIZAÇÃO	
Código	Sequência de caracteres utilizada para identificar objetivamente cada um dos indicadores (incluído ou não diretamente na <i>framework</i> desenvolvida)
Tipo	<b>Primário:</b> dado obtido diretamente a partir das respostas aos questionários ou do registo do respondente <b>Derivado:</b> informação obtida através do processamento de um ou mais indicadores primários
Dimensão de caracterização	Classificação segundo as dimensões: Económico, Social, Ambiental, Habitabilidade, Viabilidade, Equidade e Sustentabilidade
Dimensão de agregação	Classificação segundo as dimensões: ecossistema; bem-estar; satisfação; cultura; vitalidade económica; emprego; marketing; mobilidade e acessibilidade
Instrumento utilizado para recolha de dados	Inquérito por questionário (IQ), via papel / online Base de dados do Instituto Nacional de Estatística (INE)
Pergunta formulada	Suporte fundamental para construção do indicador
Forma de cálculo	Processo utilizado para determinar o indicador (recolha direta ou fórmula de cálculo do indicador)
Objetivo	Identificação do objetivo de cada indicador
Periodicidade para recolha de dados	Período definido para disponibilização dos questionários (papel / online)
Fonte utilizada para recolha de dados	Agentes económicos (Alojamento; Restauração; Geral - outros Agentes Económicos); Câmaras Municipais; Residentes; Visitantes; Associação das Aldeias Históricas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico (AHP-ADP); Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (TCP)
Glossário	Esclarecimento sobre significado de alguns dos termos utilizados.
Observações	Comentários adicionais considerados relevantes

