

Fatores de competitividade das áreas rurais adjacentes às zonas costeiras

Competitiveness factors in rural areas adjacent to coastal zones

DINA RAMOS * [dinamos@ua.pt]

CARLOS COSTA ** [ccosta@ua.pt]

FILIPE TELES *** [filipe.teles@ua.pt]

Resumo | O Turismo é um dos sectores de atividade económica mais importantes em Portugal e com maior potencial de crescimento. O desenvolvimento do turismo nas zonas rurais em zonas de costa deve ser pautado pela criação de projetos que visem o planeamento integrado e que promovam a qualidade de vida dos residentes fomentando a atividade turística e a melhoria de qualidade de vida dos cidadãos. As zonas costeiras caracterizam-se fundamentalmente por terem áreas de forte concentração urbanística e áreas de baixa densidade associadas à ruralidades e às florestas, é nosso objetivo com esta investigação perceber quais os fatores de competitividade para o desenvolvimento destes destinos. Como metodologia de trabalho utilizou-se a revisão bibliográfica que considerámos pertinente para o estudo e posteriormente efetuamos entrevistas para validação dos conceitos teóricos apresentados e adequados ao nosso caso concreto das zonas costeiras de natureza rural. Utilizou-se como base deste trabalho o modelo de TCZR (Turismo Costeiro em Zonas Rurais) com o objetivo de criar uma nova versão que reflita os principais fatores de competitividade para estas regiões. Este trabalho permite concluir que o planeamento estratégico e a criação de redes associada a objetivos concretos e novas formas de governança são fundamentais para melhorar a competitividade dos destinos rurais em zonas costeiras. Concluímos ainda sobre os principais fatores de competitividade para o desenvolvimento destes destinos turísticos: a qualidade dos produtos, o turismo criativo, as novas economias locais, a oferta de experiências tradicionais e culturais genuínas, a hospitalidade, a capacidade de inovação, entre outros. Finalmente, evoluímos no nosso pensamento e conhecimento através da criação do Modelo de Desenvolvimento da Competitividade do turismo rural em zonas costeiras, nova versão do Modelo de Desenvolvimento de Turismo Costeiro em Zonas Rurais, consolidando o novo conhecimento com a introdução dos fatores Território, Atores e Economia.

Palavra-chave | Turismo, competitividade, modelo de desenvolvimento da competitividade do turismo rural em zonas costeiras

* **Doutora em Turismo. Professora Auxiliar** convidada e **Investigadora** na Universidade de Aveiro - Portugal.

** **Doutor em Turismo. Professor Catedrático** na Universidade de Aveiro - Portugal.

*** **Doutor em Ciências Políticas. Professor Auxiliar** na Universidade de Aveiro- Portugal

Abstract | Tourism is one of the most important sectors of economic activity in Portugal and with huge growth potentials. The development of tourism in the coastal-rural zones must be guided by an integrated planning approach through the creation of projects aimed at promoting the residents' quality of life, fostering tourism activities and improvement of the citizens' quality of life. The main objective of this research is to understand the competitiveness factors influencing the development of these destinations. For the methodology, we reviewed relevant literature and later conducted interviews to validate the theoretical concepts presented and appropriate to the concrete case of rural- coastal areas. The TCZR (Coastal Tourism in Rural Areas) model was used as the basis of this work with the objective of creating a new model that reflects the key competitiveness factors for these regions. This paper concludes that strategic planning and networking associated with concrete objectives and new forms of governance are fundamental in improving the competitiveness of coastal - rural destinations. Product quality, creative tourism, new local economies, genuine traditional and cultural experiences, hospitality, innovation capacity, among others, are the main competitiveness factors for developing these tourist destinations. Finally, we have developed our thinking and knowledge through the creation of a Development Model of Tourism Competitiveness in Coastal - Rural Areas, a new version of the Coastal Tourism Development Model in Rural Areas, consolidating the new knowledge with the introduction of the Territory, Actors and Economics' factors.

Keywords | Tourism, competitiveness, development model of tourism competitiveness in rural tourism in coastal areas

1. Introdução

A competitividade dos destinos turísticos rurais é no caso português difícil de mensurar e está ainda numa fase muito insipiente. Locais ricos em história, património e cultura foram durante muitos anos deixados ao abandono, e, tradições e saberes ficaram perdidos o tempo. Entende-se que em tempos de mudança e de crescimento acentuado do setor turístico é necessário entender os fatores que podem promover a competitividade dos destinos, neste caso concreto os destinos costeiros-rurais. O planeamento integrado dos destinos, da sua cultura, património e tradições podem ser fundamentais para o desenvolvimento sustentado dos locais e consecutivamente contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, proporcionando experiências únicas a quem visita estes locais (Costa, 2012).

Neste contexto definiu-se como principal ob-

jetivo deste trabalho perceber quais os fatores de competitividade para o desenvolvimento dos destinos turísticos rurais situados em zonas de costa. Espera-se, com o presente estudo, contribuir para que as regiões costeiras em espaços rurais possam planear de forma sustentada os seus destinos, contribuindo para o aumento da oferta turística nacional e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade de vida das populações com o aparecimento de novas oportunidades, promovendo os destinos e fomentando a sua competitividade.

2. Contextualização teórica

2.1. Turismo e competitividade

O Barómetro de Turismo da UNWTO World de 2017 refere que as chegadas internacionais de tu-

ristas cresceram 7% e atingiram um total de 1.32 milhões. A previsão é que em 2018 continue a crescer a um ritmo de 4% a 5%. As viagens internacionais, também continuam a crescer fortemente, consolidando o setor do Turismo como um fator-chave no desenvolvimento económico.

A pesquisa sobre o tema permite-nos, através da observação de dados publicados a nível nacional e internacional, considerar o Turismo como um dos sectores de atividade que mais cresce e impulsiona as economias a nível mundial (Costa et al., 2013, Holloway, 1994), UNWTO, 2013 e UNWTO, 2014). A emergência de um novo consumidor de Turismo contribui, segundo Costa et al., (2013) para o crescimento acentuado do sector que acontece a um ritmo galopante, superior à maioria dos restantes sectores de atividade. Este novo consumidor procura um Turismo diferenciado que lhe proporcione um tratamento personalizado, o conhecimento de outros modos de vida e de experiências autênticas e genuínas. Utiliza as novas tecnologias como ferramenta de informação e divulgação dos gostos e preferências que podem ser distintas do que oferece o turismo tradicional. O estudo da procura turística, reflete uma procura diferenciada, personalizada e centrada numa exigência constante de inovação que se vai traduzir no aparecimento de novos processos e pacotes impulsionando o seu aumento (Molina, 2003 e Simões et al., 2009).

A quantificação dos efeitos do turismo é trabalhada essencialmente pelos organismos internacionais (Nações Unidas, OMT, Eurostat, etc.) e procura entender o que o turismo representa para a economia e para o emprego dos países seja pela criação de valor acrescentado ou pelas receitas que este origina. O entendimento das novas tendências da procura turística e consequentes alterações da oferta, visa permitir a quantificação das alterações do mercado turístico e o seu reflexo nas economias associadas. A evolução do turismo está dependente da globalização, e da capacidade de inovação das atividades ligadas ao sector em cada região

ou país (UNEP, 2009). A cada vez maior, competitividade entre destinos será no futuro atenuada pelos fatores endógenos que os podem diferenciar e pela capacidade do destino gerar bem-estar ao turista diretamente relacionada com a qualidade de vida da população residente (Chrouch & Ritchie, 1999). O planeamento e desenvolvimento dos destinos é segundo Hassan (2000) fundamental para que estes tenham vantagem competitiva face aos que lhe são similares.

A afirmação e tomada de consciência de que a prosperidade e competitividade de um país dependem, essencialmente, da sua capacidade de inovar representada pelo sector empresarial e organizacional por si só pode não ser suficiente segundo a perspetiva da OCDE (2000) que entende que competitividade “se define como o grau em que uma região em condições de liberdade e igualdade de Mercado gera serviços e bens que sobressaem no Mercado internacional e que cumulativamente agradam ao potencial consumidor mantendo e incrementando os ganhos reais dos cidadãos”.

A competição é cada vez mais global e a vantagem competitiva é cada vez mais localizada e diferenciada através dos valores nacionais, da cultura, das instituições e da sua história, da definição do que pode tornar o país mais competitivo se usado como fator diferenciador. No entanto, nenhum país se torna competitivo em todas as suas indústrias, devendo por isso apostar naquelas em que tem uma maior vantagem competitiva, de forma a garantir a diferenciação face aos restantes países (Porter, 1990). Para tal é relevante na tomada de decisões dos agentes envolvidos no planeamento e desenvolvimento de um destino turístico. Segundo os autores Scott e Lodge (1985), o Turismo assume especial destaque como estratégia para o desenvolvimento local pelo potencial acentuado de crescimento do sector, e por ser um produto que só pode ser consumido in loco.

O desenvolvimento sustentável do turismo e a otimização dos recursos possibilita o fomento e criação de novos produtos e formas de governância

turística (Costa, 1996 e Costa et al., 2013). A sustentabilidade é um fator inquestionável, como pilar de desenvolvimento, e num processo integrado de políticas, tomada de decisões e criação de novas atividades e nichos de mercado (OMT, 1993 e Albuquerque et al., 2009).

A escolha de um destino turístico depende de uma ou mais motivações para a deslocação. Segundo a OMT (2008), as principais motivações dos turistas podem ser agrupadas em Negócios, Educação, Saúde, Religião e Visitas a Amigos ou Família. Elementos como a cultura, a religião, o sistema político, as atrações culturais, ou qualquer outra atividade ou necessidade de quem procura o destino, podem tornar um destino mais apelativo relativamente a outro semelhante dificultando por vezes a identificação daquilo que realmente motiva o turista. Dwyer, et al. (2003) consideram que a valorização de um destino relativamente a outro semelhante pode ser conseguida através do conhecimento do perfil do turista e assim oferecer bens e serviços mais adequados ao seu perfil.

Sharpley et. al. (1997) entendem que a garantia de que os recursos naturais, sociais e culturais podem responder às necessidades de moradores e turistas fundamenta a necessidade do desenvolvimento de políticas de Turismo que protejam esses recursos, no imediato, e para as gerações vindouras. Segundo Gomezelja et al (2008), um destino pode criar valor e contribuir para a riqueza nacional quando consegue gerir bens, processos, atratividade e proximidade integrando-as num modelo socioeconómico que preserva o capital natural de um destino e a sua preservação para as gerações futuras.

Uma governância com bases sólidas de sustentabilidade pode auxiliar a definição de políticas para o Turismo baseadas na diversidade e na qualidade, visando a melhoria da competitividade dos destinos, sendo que durante o processo de conceção e implementação de tais políticas, os indicadores de Turismo sustentável podem ajudar a avaliar destinos e a definir as políticas mais adequadas

(Blancas et al., 2010).

A OCDE que tem como principal missão auxiliar os governos a trabalhar na direção de uma economia global mais justa, visa permitir aos governos a comparação de experiências, a procura de respostas e a identificação de boas práticas nacionais e internacionais. Entende que as economias maduras do turismo precisam recuperar a competitividade como uma fonte de crescimento ativo. Os membros da OCDE referem a importância da competitividade como uma questão para a política de Turismo e desenvolveram como objetivo fornecer um quadro sistemático para analisar a competitividade do turismo de um destino / mercado e as respostas políticas demonstrando o seu impacto final sobre a competitividade do turismo. No âmbito deste trabalho definiram que a competitividade em Turismo é: “A capacidade do local de otimizar a sua atratividade para residentes e não residentes, para oferecer um turismo de qualidade, inovador e atraente (por exemplo, com boa relação custo-benefício) para os consumidores e ganhar quotas de mercado nos mercados doméstico e global, assegurando ao que os recursos disponíveis que apoiam o turismo são utilizados de forma eficiente e sustentável” (OCDE, 2012).

Posteriormente, em 2017, o Fórum Económico Mundial realizou uma análise profunda da competitividade de viagens e turismo de 136 economias mundiais, que obteve como resultado um entendimento de que o índice de Competitividade de Viagens e Turismo mede “o conjunto de fatores e políticas que possibilitam o desenvolvimento sustentável do setor de viagens e turismo, o que, por sua vez, contribui para o desenvolvimento e a competitividade de um país”. Desta forma facilita que todas as partes interessadas trabalhem juntas para melhorar a competitividade da indústria nas suas economias nacionais e contribuir para alicerçar o caminho para um futuro mais sustentável e inclusivo e garantir o crescimento sustentado do setor preservando o ambiente natural e as comunidades locais das quais ele depende. (The Travel & Tou-

rism Competitiveness Report, 2017).

Implicitamente os vários autores analisados entendem que um destino pode ser mais competitivo face a outro semelhante pelos recursos existentes, pela forma que esses recursos são utilizados por quem tem autoridade para dinamizar e gerir esse mesmo destino.

2.2. Modelos de competitividade

Porter (1990) argumenta que o principal indicador de competitividade é a produtividade. O autor entende que a competitividade determina e é a causa fundamental do rendimento a longo prazo do país. Na sua opinião o sucesso ou insucesso de uma determinada região constrói-se através do sucesso das suas empresas no mercado internacional. Este modelo é adaptado para o turismo por Silva (2004) que entende que a competitividade em Turismo acontece fomentada pela capacidade dos destinos para a inovação e melhoria constante, entre destinos ou clusters turísticos e que estes competem entre si.

Crouch e Ritchie (1999) entendem que o turismo é influenciado pela competitividade do sector dos serviços e dos destinos turísticos. Estes autores introduzem no modelo de Porter a teoria da vantagem comparativa e vantagem competitiva. E, identificaram ainda dois ambientes distintos e interligados entre si, o ambiente macro e o ambiente micro.

Dwyer e Kim (2003) baseiam-se no modelo de Crouch e Ritchie (1999) mas entendem que os recursos herdados e naturais tem também eles uma identidade própria e que juntamente com os recursos criados e de suporte proporcionam as características que fazem com que um destino seja atrativo para os visitantes. Introduzem ainda uma nova visão sobre as condições da procura incluindo como elementos essenciais a consciência turística, a percepção e as preferências dos turistas. Descrevem que as condições de procura e as condições locais

podem exercer uma influência positiva ou negativa sobre a competitividade.

Heath (2003) e Jonker et al. (2004) dão ênfase dos fatores-chave para o sucesso (pessoas) às ligações vitais (comunicação e gestão do conhecimento), às ligações estratégicas entre os fatores críticos e à forma como estes devem ser adaptados para que os destinos desenvolvam vantagens competitivas e atinjam um desenvolvimento sustentável. Segundo os autores é necessária maior envolvimento entre os stakeholders e cooperação entre o setor público e privado de forma a otimizar a gestão estratégica dos destinos.

Heath (2003) entende que um modelo de competitividade sustentável, deve incluir os fatores fundamentais para a gestão de destinos turísticos sustentáveis. Segundo o autor, um sistema de gestão e pesquisa de informação relevante para o processo de gestão e de tomada de decisão permite a interligação entre os fatores base da competitividade (fundações) e o quadro estratégico do turismo na forma de uma política desenvolvimento sustentável e de uma estratégia de marketing do destino turístico (tijolos). Assente numa dimensão de competitividade e de reconciliação e interligação de dimensões distintas encontramos o “cimento”. Destaca a variável “pessoas” como dimensão estratégica da competitividade do destino “telhado”. Finalmente, a informação é um dos elementos de ligação que permite elaborar políticas e estratégias que ponderem todos os elementos estudados e que são indispensáveis para o desenvolvimento e manutenção da atividade turística e para a existência de níveis aceitáveis de competitividade do destino.

O Modelo de Competitividade dos destinos turísticos europeus de Costa et al. (2013 e 2013b) refere que a capacidade competitiva e a forma como os destinos vão crescer e se desenvolver vai depender da forma como vão conseguir assegurar que o desenvolvimento seja ambiental, social e economicamente sustentável. Na opinião dos autores dependerá também da capacidade para mobilizar os

recursos internos posicionando-se em vantagem relativamente a outras regiões e tendo a capacidade para dotarem as suas estruturas de gestão e planeamento com elevado sentido estratégico. Para estes autores o crescimento económico deve ser criado na correlação estreita com os stakeholders e com o destino criando redes e parcerias com uma governança flexível e ajustada a uma estratégia clara de desenvolvimento e definição de objetivos. A análise aos modelos de competitividade existentes permitiu identificar fatores comuns e que se interligam de determinada forma, sendo que os fatores de desenvolvimento e governança são base de entendimento para que um destino possa ser mais competitivo face a outro semelhante.

2.3. Turismo Costeiro Rural

A conectividade entre as zonas rurais e urbanas implica o direcionar do desenvolvimento territorial para uma aproximação coesa e sustentável que pode contribuir para o progresso das sociedades. (Regions & cities, 2018). Fonte da Eurostat (2016) considera esta mesma relação de conectividade rural-urbana como fundamental para o desenvolvimento das regiões.

A nível Europeu o tema das zonas costeiras é muito abrangente, e, definir uma área rural ou urbana afigura-se uma árdua tarefa devido à forte expansão urbana que provoca uma aproximação entre as cidades e os centros urbanos. As zonas costeiras podem na opinião de Ecorys (2013) ser de forte expansão urbana ou de baixa densidade demográfica (associadas à floresta ou às áreas rurais). Hernandez et al.(2012) defendem a promoção do destino de massas e do turismo rural em conjunto e através da construção de infraestruturas comuns. Ao desenvolverem um modelo de desenvolvimento para as zonas costeiras rurais ou de baixa densidade demográfica Ramos (2014) e Ramos et al. (2017) afirmam a complementaridade entre as áreas costeiras e rurais como contributo

para a sustentabilidade do turismo e para a oferta de novos produtos turísticos que através de uma governância comum podem ser originários de novas formas de turismo e de novos mercados turísticos. Uma pesquisa na base de dados Scopus (2018) sobre o tema permite-nos encontrar alguns pontos comuns que nos permitem identificar a preservação cultural e patrimonial destes destinos, a criação de sinergias e riqueza para os residentes como um forte indutor da redução da sazonalidade e da promoção de novas ofertas turísticas.

3. Metodologia

A elaboração deste estudo assentou nas temáticas do turismo e da competitividade em turismo que foram selecionadas atendendo ao nível de paradigma e das implicações que teriam na evolução do saber. Consideraram-se ainda as relações de complementaridade e os pontos em comum entre estas que pudessem possibilitar o desenvolvimento de forma coerente e sustentada do objetivo proposto, através da revisão bibliográfica. Pesquisámos também os dados obtidos em outras pesquisas já efetuadas sobre o tema Turismo Costeiro - Rural.

Com o objetivo de identificar os fatores de competitividade para o desenvolvimento destes destinos analisámos o modelo de Turismo Costeiro para espaços rurais que foi inicialmente apresentado por Ramos (2014) como “Modelo de Turismo costeiro em Zonas Rurais”. Este modelo define como fatores diferenciadores deste tipo de turismo a Sustentabilidade dos Espaços Rurais, a Reengenharia das zonas costeiras, as Redes e a inovação, e, as novas formas de governância, validados pelos agentes decisores da região em análise, no caso de estudo na região centro de Portugal. Aferiu-se ainda a possibilidade do funcionar como potenciador de novas sinergias entre o turismo rural e o turismo costeiro e também a sua importância no apoio à tomada

de decisões. Após a análise e validação do modelo adaptado ao referencial teórico resultou a confirmação de que a criação de novas ofertas e de novos produtos podia impulsionar o desenvolvimento económico e social destes destinos de forma integrada (Ramos, 2014).

Posteriormente, o artigo “Coastal tourism in rural areas: development model” de Ramos et al. (2016), permitiu-nos enriquecer a pesquisa sobre o tema através da análise às respostas a questionários direcionados ao público em geral e que após uma análise fatorial entendem que as áreas adjacentes às zonas costeiras são “apelativas para o consumidor pela existência de produtos tradicionais (67.4%), pelo próprio espaço rural (59.7%) e pelas novas ofertas turísticas das zonas rurais (43,1%)”.

Como tal, entendeu-se que para a evolução do conhecimento e do próprio modelo, e, também para o desenvolvimento do planeamento integrado destes destinos turísticos de rurais é necessário analisar o que pode tornar estes destinos mais competitivos face a outros destinos mais “populares”. Estudámos a competitividade e os modelos de competitividade existentes tentando perceber como a competitividade nestas regiões pode funcionar como alavanca ao desenvolvimento destes destinos.

Após a revisão bibliográfica entendeu-se que o Modelo de Competitividade dos destinos turísticos europeus de Costa et al. (2013 e 2013b) se configurava como adequado para o estudo que nos propusemos efetuar. Finalmente, e para responder ao objetivo de investigação proposto efetuámos entrevistas a especialistas na área de Turismo e selecionámos como público alvo da nossa pesquisa para validação da contextualização teórica todos os investigadores do centro de investigação GOV-COPP, avaliado como excelente pela A3Es (Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior em Portugal), na área de turismo. De um universo total de 17 elementos (membros efetivos) conseguimos 12 respostas (70% da população total). Os

especialistas selecionados conhecem o mercado turístico e conhecem a evolução e desenvolvimento do setor e no nosso entender as suas respostas vieram dar fundamento ao objetivo inicial desta investigação. Após a utilização desta metodologia acreditamos que conseguimos aferir e acrescentar ao modelo existente fatores de desenvolvimento da competitividade dos destinos costeiros onde prevalecem características rurais.

4. Resultados e Discussão

O turismo é atualmente um setor que promove a competitividade dos destinos, como referem Scott e Lodge (1985), anteriormente citados. Os Resultados desta investigação permitem-nos validar conceitos consolidados da revisão bibliográfica sobre o tema da competitividade. Todos os entrevistados entendem que o principal fator competitivo destes destinos é efetivamente a própria densidade e o fato de permitir a quem visita estes destinos encontrar tranquilidade, calma e ar puro. Estas características, combinadas com a hospitalidade dos residentes (rurais) e as suas experiências genuínas de vida contadas na primeira pessoa, são na opinião dos nossos entrevistados o que mais atrai os turistas para estas regiões. Um dos entrevistados deste estudo refere que “um destino acolhedor, organizado e rigoroso ao nível da sustentabilidade permite tranquilidade, ar puro, recuperação da cultura e dos saberes” outro dos nossos inquiridos refere também que “habitantes locais muito hospitaleiros proporcionam experiências mais ricas para os turistas”.

O desenvolvimento do território como fator de competitividade para estas regiões permitiu-nos aferir como fatores relevantes a própria ruralidade (resposta de 100% dos inquiridos), que na sua opinião é por si só garante de tranquilidade e o próprio fator distintivo de competitividade; o ambiente natural que para 66% dos inquiridos pode impulsionar

o desenvolvimento de novos produtos diferenciados para a região; e o património (58% dos inquiridos) como fator distintivo e garante da preservação material e imaterial de testemunhos, saberes e recursos com potencial turístico. Neste sentido um dos entrevistados refere que “a par com a preservação do património cultural e natural é relevante... o comprometimento entre os atores do terreno”.

A análise à revisão bibliográfica permite-nos referir que o Fórum Económico Mundial (2017) considera a preservação do meio ambiente e das comunidades locais como garante da sustentabilidade. Similarmente as respostas que obtivemos com as entrevistas realizadas identificam a qualidade dos produtos, as tradições e a cultura endógena como fatores fundamentais para manter a especificidade cultural distintiva que lhe confere o potencial de competitividade relativamente a outros destinos concorrentes.

A criação de redes, em especial através da ligação do setor público e privado, foi distinguida como fundamental para o desenvolvimento dos atores no território (resposta de 66% dos inquiridos). Na sua opinião a criação de redes potencia uma relação mais próxima com o território fomentando a valorização dos vários intervenientes. Os entrevistados entendem ainda a hospitalidade e a autenticidade como fatores relevantes que distinguem a genuinidade da população e que lhe confere um caráter distintivo (92%). No seu entender a capacidade de inovação e de transformação de produtos através do turismo criativo e da co-criação de experiências pode ser outro fator diferenciador e único para estes territórios conforme analisado na revisão bibliográfica em OCDE (2012) competitividade é a “capacidade para oferecer um turismo de qualidade, inovador e atraente”.

O desenvolvimento da economia destes territórios deve ter uma forte influência das novas tecnologias como forma de aproximação das pessoas ao território (50% de respostas) e como forma de promover a autenticidade dos lugares, referido da seguinte forma por um dos entrevistados “as tec-

nologias permitem uma relação mais próxima com o território”. No entanto, a inovação é, no entender dos nossos inquiridos, o fator mais relevante para o desenvolvimento económico destes locais (66% de respostas), referido por um dos entrevistados como “as redes, a governância, a inovação, a autenticidade e as novas tecnologias permitem uma relação mais próxima com o território”. O desenvolvimento de novos produtos e a utilização de recursos para a criação de vantagens competitivas visa melhorar a sua competitividade face a outros destinos semelhantes. Posteriormente consideram ainda que a oferta de experiências através do turismo criativo, de produtos complementares como a gastronomia e o enoturismo, podem ser a alavanca para tornar estes destinos mais competitivos face a outros semelhantes (resposta de 66% dos inquiridos). Os inquiridos destas entrevistas referem o entendimento cada vez mais atual de que os destinos ficam mais fortes quando cooperam entre si, competindo por um mesmo fim, trabalhando em conjunto com os concorrentes de forma a beneficiar das suas capacidades e das características que os diferenciam (58%).

O resultado das respostas evidencia também a importância de passar a “imagem” de um destino acolhedor, organizado e rigoroso do ponto de vista da sustentabilidade mantendo os padrões endógenos que lhe conferem a genuinidade, a sua principal “mais valia” distintiva, e que as respostas a este estudo dependem de onde se situa o local, dos acessos, e também da fase da vida em que se encontra o turista em termos de condição etária e mental, referido da seguinte forma por um dos entrevistados “a genuinidade dos locais permite a sua diferenciação de outros destinos semelhantes”.

Neste caso concreto as zonas rurais adjacentes às zonas costeiras, podem ser ainda mais competitivas por possuírem um potencial de oferta mais acentuado que acumula as duas realidades, costeira e rural. No entender dos entrevistados esta vantagem competitiva pode contribuir para a diminuição da sazonalidade dos destinos costeiros,

permitindo uma oferta turística ao longo do ano, mais apelativa e diferenciadora.

Os respondentes a estas entrevistas consideram ainda as “pessoas” como o atrativo mais valioso para o aumento da competitividade nos destinos de rurais, sendo este o mote da Estratégia para o turismo ET2027 para a liderança do turismo nacional que também confirma este ativo como prioridade. Ainda em consonância com a ET2027 os inquiridos entendem como prioridade para a competitividade destes destinos conservar e valorizar os recursos do território como um importante atrativo para o desenvolvimento turístico e a melhoria consequente da competitividade do destino.

Contudo, aferiram as limitações destes espaços que necessitam de entendimento e trabalho conjunto de planeamento, investimentos públicos estruturantes e um compromisso claro de governança e cooperação entre os agentes e stakeholders, referido por um dos entrevistados como “o trabalho em rede, as parcerias, e uma governança capaz de criar redes são a chave para o desenvolvimento destes locais” e, também, como referido na revisão bibliográfica em Hassan (2000).

O principal contributo desta investigação resulta na criação de uma nova versão do modelo de Ramos (2014)¹, que pode transmitir e possibilitar melhorias para a sua implementação nos territórios. A complementaridade com o conhecimento obtido através da análise ao Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos Europeus de Costa et al (2013 e 2013b)², permitiu-nos afirmar que este modelo se adequa ao contexto onde se insere a nossa investigação. A nova versão do modelo agora desenvolvida pode no nosso entender contribuir para a competitividade sustentada dos destinos rurais em zonas costeiras, aliando este novo conhecimento ao modelo já criado de desenvolvimento turismo rural e das zonas costeiras adjacentes que refere que “pode promover de forma integrada o desenvolvimento económico, social e

ambiental se e quando desenvolvido com uma visão de inovação, sustentabilidade e novas formas de governância.”

Após uma cuidada revisão bibliográfica sobre os temas em análise desenvolvemos uma nova versão do modelo que intitulámos de “Modelo de Desenvolvimento da Competitividade do Turismo Rural em zonas costeiras”. Como pontos principais para elevar a qualidade do modelo identificando-o como robusto e fiável identificámos três fatores: o Território, os Atores e a Economia.

A análise dos resultados obtidos permitiu-nos uma reflexão sobre os fatores mais relevantes a incluir no modelo. No que diz respeito ao território os pontos que considerámos fundamentais para o desenvolvimento da competitividade destes destinos foram a ruralidade, o ambiente natural e o património, entendidos como fatores diferenciadores e catalisadores de uma identidade própria. Relativamente aos atores dos destinos rurais, entendemos que a autenticidade, a hospitalidade e as redes são relevantes para a criação desta nova versão do modelo e que são elemento distintivo das pessoas e dos territórios, podendo funcionar como alavanca para o desenvolvimento da competitividade. Avaliando a componente Economia, considerámos que se centra, no nosso entender, nos elementos Inovação, Coopetição e Experiências. Estes caracterizam, no nosso entender, de forma inequívoca o desenvolvimento competitivo da economia destes destinos rurais.

Indagamos com o desenvolvimento desta pesquisa que o planeamento integrado destes destinos, como fator de competitividade em turismo, deve estar assente nos princípios expostos no modelo e nas políticas, métodos e visão necessários para a governância dos mesmos. Estes novos processos de governância podem fomentar estratégias comuns entre o turismo em zonas costeiras e as zonas rurais adjacentes que visem permitir o desenvolvimento económico, e social de forma integrada

¹Modelo de desenvolvimento de turismo em zonas costeiras - anexo 1

²Modelo de sustentabilidade competitiva dos destinos turísticos europeus - anexo 2

permitindo o aumento da sua competitividade. Segundo Costa et al. (2013, 2013b) a competitividade depende “da capacidade para mobilizar os recursos internos posicionando-se em vantagem relativamente a outras regiões e tendo a capacidade para dotarem as suas estruturas de gestão e pla-

neamento com elevado sentido estratégico.”

O resultado desta investigação e contributo deste trabalho permite-nos contribuir para a validação dos fatores de competitividade para o desenvolvimento do turismo rural em zonas de Costa que demonstramos na figura seguinte:



Fonte: Elaboração própria

Figura 1 | Modelo de Desenvolvimento da Competitividade do turismo rural em zonas costeiras

5. Conclusão

A elaboração do Modelo de Desenvolvimento da Competitividade do turismo rural em zonas costeiras, uma nova versão do modelo de turismo costeiro em zonas rurais, visa entender como estes destinos podem ser mais competitivos. O desenvolvimento da competitividade destes territórios resulta do desenvolvimento de três vertentes: a económica, os atores e o território. As conclusões mais relevantes a que chegámos com este estudo são o entendimento do que economicamente alicerça um destino mais competitivo e elencámos como prioritários a qualidade dos produtos e a existência de turismo criativo, fatores que podem ser potenciadores da criação de novas economias locais e geração de emprego. Entendemos também que a vantagem competitiva dos atores que atuam neste espaço territorial é a possibilidade de oferta

de experiências tradicionais e culturais genuínas complementadas com a sua hospitalidade e a capacidade de inovação para promover e desenvolver novas atividades, mantendo a endogeneidade do destino através da criação de redes e da cooperação. Finalmente, verificámos que as vantagens competitivas inerentes ao espaço são o que o diferencia em relação a outros destinos semelhantes criando novas ofertas, novos pacotes de promoção baseadas no aproveitamento da tranquilidade, do ar puro e da biodiversidade existentes nestes territórios e que lhe conferem um cariz único de motivação para os turistas que visitam e procuram este tipo de turismo.

6. Agradecimentos

Este artigo foi elaborado no âmbito do Programa Integrado de IC&DT “CeNTER – Redes e Comunidades para a Inovação Territorial” (CENTRO-01-0145-FEDER-000002), financiado pelo Programa Operacional Regional do Centro (CENTRO 2020), PT2020.”

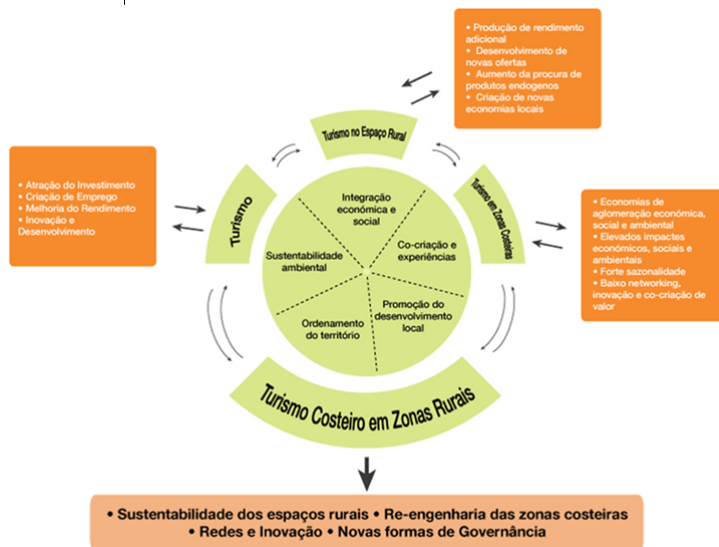
Referências

- Albuquerque H, Martins, F. & Costa, C. (2009). Achieving forms of sustainable and competitive tourism in coastal areas. The case of Baixo Vouga. *Journal of Coastal Research* (1110-1114).
- Blancas, J., González, M., Lozano-Oyola, M. & Pérez, F. (2010). The Assessment of Sustainable Tourism: Application to Spanish Coastal Destinations. *Ecological Indicators* 10(2): 484–492.
- Costa, C. (1996). *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks: The Case of Portugal*. Tese Doutoramento, Universidade de Surrey, Surrey.
- Costa, C., Brandão, F., Costa, R. & Breda, Z. (EDS) (2013). *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Territórios*, Vol. I. Escolar Editora. Portugal: Escolar Editora.
- Costa, C., Panyik, E. & Buhalis, D. (2013). Trends in European Tourism Planning and Organisation. *Aspects of Tourism*. Channel view Publications - British Library.
- Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, v.44, no 3, p.137-152
- Dupeyras, A. & N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, *OECD Tourism Papers*, 2013/02, OECD Publishing.
- Dwyer, L. Kim, C. (2003) Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Journal Current Issues in Tourism*, Volume 6, 2003 - Issue 5 Pages 369-41
- Ecorys. (2013). *Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level*, (September), 161.
- Eurostat, E. (2016). Urban Europe statistics on Cities, Towns and Suburbs. (2016) *Publications office of the European Union*, Ed.) (2016th ed.). Luxembourg.
- Gomezeli, D. & Tanja, M. (2008) Destination competitiveness: apply different models, the case of Slovenia. *Tourism management*, 29(2). Pp 294-307
- Hassan, S. (2000) Determinants of Market competitiveness in an Environmentally Sustainable tourism Industry. *Journal of Travel Reserch*, Vol.38 - issue 3
- Heath (2003) *Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective*. Pretoria: Department of Tourism Management university of Pretoria
- Hernández, J. M., & Casimiro, L. A. (2012). Simulation model for a joint mass/rural tourism system. *Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 5—14. <https://doi.org/10.1177/1467358411429525>
- Holloway, J. (1994). *The Business of Tourism*. Quarta edição. England: Longon Group Limited.
- Jonker, J.A., Heath, E.T. & Du Toit, C.M. (2004) The identification of management-process critical success factors that will achieve competitiveness and sustainable growth for South Africa as a tourism destination. *Southern African Business Review*, Volume 8, Number 2, publication of the College of Economic and Management Sciences, University of South Africa.
- Porter, M. E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Ed. Free Press, New York
- Molina, S. (2003). O Pós - Turismo. APEPH. *Série Turismo*. São Paulo - Brasil.
- OMT - Organização Mundial do Turismo (1993). *Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável*. Porto Alegre, OMT.
- OMT – Organização Mundial do Turismo (2008) *Tendências do turismo internacional*. Sandra Carvao: Revista Científica, ISSN-e 1646-9526, N.º. 4, 2010, págs. 17-32
- OECD. (2000). The competitiveness of European industry: 1999 Report, Paris: OECD. *Working Document of the Services of the European Commission*: COM(1999) 465
- Park, D.B., & Yoo-Shik, Y. (2009). Segmentation by Motivation in Rural Tourism: A Korean Case Study. *Tourism Management*, 30(1): 99–108.
- Ramos, D. (2014). *Turismo Costeiro em Zonas Rurais - Um Novo Conceito em Turismo*. Tese Doutoramento, USAL, Universidade de Salamanca.

- Ramos, D.M.B. & Costa, C.M.M. (2017) Coastal tourism in rural areas: development model, *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 21, No. 3, pp.242–260
- Regions & Cities - European week brussels (2018) Connecting rural and urban áreas: The way forward to territorial cohesion, Workshop code:9WS209
- Scott, B. R. & Lodge, G. C. (1985) *US. Competitiveness in the World Economy*. Ed. Harvard Business School. Boston.
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997) *Rural Tourism: an introduction*. International Thomson Business, london.
- Silveira, M. (2002). Turismo, Políticas de Ordenamento Territorial e Desenvolvimento. Um foco no Estado do Paraná no Contexto Regional. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo - USP (tese doutoramento).
- Simões, J. & Cardoso, C. (Eds) (2009). Turismo de Nicho - Motivações, Produtos, Territórios. *Centro de Estudos Geográficos*, Universidade de Lisboa. Lisboa: CEG.
- Turismo de Portugal (2017). *Estratégia de Turismo 2027 – Liderar o Turismo do Futuro*. República Portuguesa.
- UNEP - Priority Actions Programme (2009). Sustainable Coastal Tourism - An Integrated Planning and Management Approach. *UNEP Manuals on Sustainable Tourism*.
- UNWTO World Tourism Barometer (2013). *UNWTO Tourism Highlights*, 2013 Edition. UNWTO.
- UNWTO Communications Programme (2014). International tourism exceeds expectations with arrivals up by 52 million in 2013. Press Release n.o PR 14004, January 20.
- UNWTO Tourism Highlights (2017). *Tourism Market Trends*, Edition UNWTO 2017
- World Economic Forum (2017) The Travel & Tourism Competitiveness Report, by the World Economic Forum within the framework of the Economic Growth and Social Inclusion System Initiative and the Future of Mobility System Initiative ISBN-13: 978-1-944835-08-8

Anexos

Anexo 1 | Modelo de Desenvolvimento de Turismo Costeiro em Zonas Rurais



Fonte: Ramos, D. (2014)

Anexo 2 | Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos Europeus

