

Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro



DOURO TUR

TURISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO DOURO

utad UNIVERSIDADE
DE TRÁS-OS-MONTES
E ALTO DOURO

 **Cetrad**
Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento

NORTE2020
PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO NORTE

 **PORTUGAL
2020**

 **UNIÃO EUROPEIA**
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro

FICHA TÉCNICA

Título

Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro

Autores

Xerardo Pereiro

Pedro Azevedo

Ricardo Bento

Humberto Martins

Nuno Sousa

Rui Silva

Edgar Bernardo

Editor

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Classificação: 1. Turismo I 2. Ciências Sociais II 3. Culturas turísticas III 4. Hospitalidade turística IV. Douro (Norte de Portugal)

Sistema de Classificação Decimal Dewey: 300 – 301

Coordenação da edição

Xerardo Pereiro

Pedro Azevedo

Design/conceção e paginação

Xerardo Pereiro, Pedro Azevedo e ReadyToPub – Author Services Provider

Fotografia da capa de Gonçalo Mota

ISBN

978-989-704-408-3

Data

Agosto de 2020

Agradecimentos

Muito agradecemos ao Prof. José Portela (ex-Professor Catedrático da UTAD) a cessão de materiais e a orientação de diversos aspetos do projeto DOUROTUR. Ao Prof. Rubén Lois González (Catedrático do Departamento de Geografia da Universidade de Santiago de Compostela), o acolhimento durante as licenças sabáticas de 2019 e 2020, o que permitiu avançar muito na produção de resultados do projeto DOUROTUR; ao Prof. Chris Gerry (Catedrático jubilado da UTAD) o seu grande apoio na candidatura do projeto; ao Magnífico Reitor da UTAD, António Fontainhas Fernandes, e também ao Vice-Reitor da UTAD, Artur Cristóvão, pela confiança e apoio constante ao projeto DOUROTUR e aos seus investigadores; ao Alberto Baptista (Pró-Reitor da UTAD para os projetos estruturantes) o apoio constante e incansável na candidatura e durante a execução do projeto DOUROTUR na UTAD. Também agradecemos ao GAP (Gabinete de Apoio aos Projetos), à Administração da UTAD, aos Serviços de Informática, aos Serviços Financeiros e Patrimoniais, ao Serviço de Recursos Humanos e a todos os funcionários do DESG e da ECHS da UTAD, pela sua paciência, ajuda e o seu sorriso constante na procura das melhores soluções e da melhor gestão do projeto DOUROTUR. Por outro lado, muito agradecemos à entidade Turismo de Portugal o fornecimento de dados turísticos essenciais para a elaboração deste relatório. Também agradecemos à AETUR (Associação de Empresários Turísticos do Douro e de Trás-os-Montes), representada no seu secretário geral, o Dr. Alberto Tapada, o constante apoio ao projeto DOUROTUR. Muito agradecemos também à Fundação Internacional Casa de Mateus (Vila Real) o apoio em várias tarefas do projeto. À Prof.^a Dr.^a Maria Teresa Manfredo e ao Dr. Pedro Azevedo (CETRAD) por terem sido essenciais na aplicação das entrevistas no terreno. Finalmente aos empresários de alojamentos turísticos da região do Douro, que nos abriram as portas dos seus empreendimentos, e também o seu coração, inteligência e cabeça; o seu saber turístico representa um capital importante para a região, que queremos neste relatório destacar e valorar. Os estabelecimentos de alojamento turístico que entrevistamos, e aos quais muito agradecemos a sua disponibilidade e generosidade para com a UTAD, contem que sempre caminharemos ao vosso lado.

Índice

CONTATOS E APOIOS.....	4
Agradecimentos.....	5
Lista de tabelas	9
Lista de figuras	11
Lista de abreviaturas	13
<i>Prefácios</i>	14
Prefácio do Magnífico Reitor da UTAD	15
Prefácio do Sr. Secretário Geral da AETUR	16
Capítulo 1.....	19
1. Introdução e apresentação	20
1.1. Apresentação do relatório	23
1.2. Referências bibliográficas	25
Capítulo 2	26
2. Enquadramento teórico: o alojamento turístico	27
2.1. Introdução	27
2.2. Breves notas sobre a evolução histórica do alojamento turístico	28
2.3. A revisão da literatura científica sobre alojamento turístico	32
2.4. Conclusão	46
2.5. Referências bibliográficas	47
Capítulo 3	48
3. Metodologia.....	49
3.1. Metodologia geral do projeto DOUROTUR	49
3.2. Metodologia do estudo do alojamento turístico no Douro	52
3.3. O perfil dos entrevistados	58
3.4. Reflexões sobre o trabalho de campo	60
3.5. Referências bibliográficas	63
Capítulo 4	64
4. Caraterização socioeconómica e territorial do Douro	65
4.1. Introdução ao território Douro	65
4.2. Caracterização socioeconómica do Douro	66
4.3. Conclusão	74
4.4. Referências bibliográficas	74
Capítulo 5.....	77
5. A oferta de alojamento turístico no Douro.....	78
5.1. Introdução: o alojamento turístico como pilar da oferta turística	78
5.2. A estrutura atual do alojamento turístico no Douro	81
5.3. As tipologias de alojamento turístico no Douro	91
5.4. A oferta de alojamento turístico do Douro nas plataformas digitais online	96
5.5. Notas finais	101
5.6. Referências bibliográficas	102

Capítulo 6	103
6. O ciclo de vida dos alojamentos turísticos do Douro	104
6.1. Introdução	104
6.2. O início da atividade	104
6.3. O financiamento do projeto e as suas dificuldades	108
6.4. Objetivos, sentidos e potencialidades dos alojamentos turísticos do Douro	109
6.5. O ciclo de vida dos alojamentos turísticos do Douro	112
6.6. Referências bibliográficas	113
Capítulo 7.....	114
7. Caraterização geral dos alojamentos turísticos do Douro.....	115
7.1. Introdução	115
7.2. A tipologia dos alojamentos turísticos	115
7.3. A oferta de serviços dos alojamentos	120
7.4. Os elementos diferenciadores dos estabelecimentos	121
7.5. A relação entre turismo e agricultura	122
7.6. O custo do alojamento e dos serviços	123
7.7. Os trabalhadores dos alojamentos turísticos do Douro	124
7.8. Os recursos financeiros dos alojamentos turísticos	127
7.8.1. Investimento inicial dos Alojamentos Turísticos	127
7.8.1.1. Distrito de Bragança	127
7.8.1.2. Distrito de Guarda	128
7.8.1.3. Distrito de Vila Real	128
7.8.1.4. Distrito de Viseu	129
7.8.2. Investimento inicial vs apoio financeiro público vs apoio financeiro bancário	130
7.9. Avaliação externa dos alojamentos turísticos feita pelos entrevistadores ..	132
7.10. Referências bibliográficas	133
Capítulo 8	134
8. A comunicação turística dos alojamentos	135
8.1. Introdução	135
8.2. A utilização de ferramentas de comunicação turística	135
8.3. A comunicação turística do alojamento	137
8.4. Referências bibliográficas	143
Capítulo 9	144
9. A procura e as práticas turísticas no alojamento turístico do Douro	145
9.1. Introdução	145
9.2. A procura do alojamento turístico do Douro nas fontes oficiais	146
9.3. A procura turística do Douro do ponto de vista dos empresários e gestores	152
9.4. As práticas sociais turísticas no Douro	156
Capítulo 10.....	162
10. Responsabilidade ambiental e uso de energias renováveis.....	163
10.1. Breve enquadramento teórico	163

10.2. Soluções energéticas no alojamento turístico do Douro	165
10.3. Gestão (seletiva) de resíduos - lixo	167
10.4. Práticas de consciência/preocupação ambientais	168
10.5. Valorização de um turismo-paisagem e ambiente no Douro	171
10.6. Notas de síntese	173
10.7. Referências bibliográficas	174
Capítulo 11	175
11. As potencialidades turísticas do alojamento turístico do Douro	176
11.1. Introdução	176
11.2. Um spot turístico publicitário para a região do Douro	177
11.3. As vantagens competitivas do Douro segundo os empresários de alojamento turístico do Douro	182
11.4. Principais problemas e soluções para o turismo da região do Douro	183
11.5. Referências bibliográficas	187
Anexos	188
Anexo: Guião de entrevista ao alojamento turístico do douro - Projeto DOUROTUR	189
Ficha técnica	190
Secção 0 – Perfil do Entrevistado	191
Secção 1 – Identificação do Estabelecimento de Alojamento	191
Secção 2 – Percorso Histórico do Estabelecimento	191
Secção 3 – Caracterização do Estabelecimento	192
Secção 4 – Utilização de Ferramentas e Processos Tecnológicos	203
Secção 5 - Participação e Procura Turística do Alojamento	204
Secção 6 - Responsabilidade Ambiental e o Uso de Energias no Estabelecimento	206
Perguntas finais	207
Posfácios	209
Posfácio do Prof. Rubén Lois González	210
Posfácio do Prof. Américo Baptista da Silva	213
Breve CV dos autores	216

Lista de tabelas

Tabela 1.1. Principais linhas de investigação do projeto DOUROTUR.....	21
Tabela 1.2. Características gerais e financiamento público atribuído ao projeto DOUROTUR. 21	
Tabela 2.1. Tipos de alojamento turístico em Portugal em 1997.	29
Tabela 2.2. Categorias e tipos de alojamentos turísticos em Portugal.	31
Tabela 2.3. Top 10 dos termos mais utilizados.	34
Tabela 2.4. Principal informação sobre a coleção.	36
Tabela 2.5. Produção científica por país.	44
Tabela 3.1. Participação em grupos de debate, seminários, reuniões e entrevistas do projeto DOUROTUR.....	50
Tabela 3.2. Localidades e alojamentos entrevistados.	55
Tabela 5.1. Tipologia de empreendimentos turísticos em Portugal 2017.....	79
Tabela 5.2. Distribuição dos empreendimentos turísticos portugueses por categoria no ano 2017.	79
Tabela 5.3. Ranking de grupos hoteleiros em Portugal 2017.....	80
Tabela 5.4. Evolução da oferta de alojamento turístico no Douro na década de 1990.....	81
Tabela 5.5. Oferta de alojamento turístico do Douro- NUT III a 1 de maio de 2019.....	81
Tabela 5.6. Dados da oferta turística do Douro em 1 de maio 2019.	82
Tabela 5.7. Empreendimentos turísticos (ET) do Douro – NUT III por município (1 de maio de 2019).....	83
Tabela 5.8. Alojamento local no Douro NUT III em 1 de maio de 2019.....	85
Tabela 5.9. Alojamento turístico (ET e AL) do Douro – NUT III por município em 1 de maio de 2019. Fonte: SIGTUR e RNT de Turismo de Portugal.....	88
Tabela 5.10. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios (1 de maio de 2019).....	90
Tabela 5.11. Tipologias de empreendimentos turísticos (ET) do Douro NUT-III por municípios (a 1 de maio de 2019).	92
Tabela 5.12. Tipologias de alojamentos locais (AL) do Douro NUT-III por municípios (em 1 de maio de 2019).....	94
Tabela 5.13. Plataformas de alojamento online a operar em Portugal.	97
Tabela 5.14. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a Booking.	97
Tabela 5.15. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a Trivago.	99
Tabela 5.16. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a AIRBNB.	100
Tabela 5.17. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a plataforma Couchsurfing.	101
Tabela 6.1. Tabela sobre o início da atividade turística.	104
Tabela 6.2. Palavras chave sobre o início do empreendimento turístico.	108
Tabela 7.1. Tipologia de alojamentos turísticos do Douro entrevistados.	116
Tabela 7.2. Serviços complementares ao alojamento turístico.....	120
Tabela 7.3. Custos dos serviços complementares ao alojamento.	124
Tabela 7.4. Número de trabalhadores e domínio de línguas.	125
Tabela 7.5. Grau de importância à formação permanente.	126

Tabela 7.6. Classificação dos alojamentos turísticos do Douro feita pelos investigadores.	133
Tabela 8.1. Ferramentas tecnológicas que possui o estabelecimento.	135
Tabela 8.2. Elementos de gestão informatizada.	136
Tabela 8.3. Redes sociais em que se encontram os alojamentos turísticos.	136
Tabela 8.4. Instrumentos de comunicação dos alojamentos turísticos do Douro.	138
Tabela 8.5. Canais de distribuição online dos alojamentos turísticos do Douro.	138
Tabela 8.6. Plataformas de alojamento online a operar em Portugal.	139
Tabela 8.7. Avaliação dos alojamentos turísticos do Douro feita pela Booking e a Tripadvisor. (N.A. – Não Aplica; N.P. – Não possui; N.R. – Não respondeu; N.S. – Não sabe).	139
Tabela 8.8. Classificação dos alojamentos turísticos do Douro desagregada por categorias da plataforma Booking.	142
Tabela 8.9. Meios de promoção e divulgação do alojamento.	142
Tabela 8.10. Meios de reserva do alojamento turístico do Douro.	143
Tabela 8.11. Meios de reserva do alojamento turístico do Douro.	143
Tabela 9.1. Evolução da procura de alojamento turístico hoteleiro (Hotéis, Hotéis- Apartamentos, Aldeamentos, Apartamentos, Pousadas e Quintas da Madeira) do Douro (2009- 2018) (... - Confidencial).	146
Tabela 9.2. Evolução da procura dos hotéis do Douro (2009-2018) (... - Confidencial; // não aplicável).	147
Tabela 9.3. Distribuição mensal da procura turística do Douro em 2017.	150
Tabela 9.4. Distribuição por nacionalidades da procura turística do Douro em 2009 e 2017.	150
Tabela 9.5. Distribuição de passageiros na Via Navegável do Douro em 2017.	151
Tabela 9.6. Distribuição de embarcações na Via Navegável do Douro em 2017.	152
Tabela 9.7. Nacionalidades que frequentam os alojamentos turísticos do Douro.	153
Tabela 9.8. Tempo médio de estadia nos alojamentos turísticos do Douro.	156
Tabela 9.9. Distribuição do número de hóspedes por meses.	156
Tabela 9.10. Outras atividades dos turistas no Douro.	157
Tabela 9.11. Preferência por atividades turísticas do Douro.	158
Tabela 10.1. Tipo de energias utilizadas nos alojamentos turísticos do Douro.	165
Tabela 10.2. Tipo de aquecimento dos alojamentos.	166
Tabela 10.3. Tipos de soluções de poupança energética dos alojamentos turísticos do Douro.	166
Tabela 10.4. Mapa cognitivo da consciência ambiental dos empresários de alojamento turístico do Douro.	171
Tabela 11.1. Spots turísticos publicitários para a região do Douro. (N.S. – Não Sabe; N.R. – Não Respondeu);	177
Tabela 11.2. Vantagens competitivas do Douro.	182
Tabela 11.3. Principais problemas do turismo da região do Douro.	184
Tabela 11.4. Soluções para o turismo do Douro propostas pelos empresários de alojamento turístico.	185

Lista de figuras

Figura 1.1. Mapa do Norte de Portugal e divisão em NUTS III. Fonte: CCDRN (2011).	23
Figura 2.1. Quadro concetual sobre alojamento turístico na WOS e na SCOPUS. Fonte: Elaboração própria.	33
Figura 2.2. Resultados da análise bibliográfica. Fonte: Elaboração própria.	33
Figura 2.3. Termos mais utilizados nos títulos. Fonte: Elaboração própria.	34
Figura 2.4. Termos mais utilizados nas palavras-chave. Fonte: Elaboração própria.	35
Figura 2.5. Termos mais utilizados nos abstracts. Fonte: Elaboração própria.	35
Figura 2.6. Produção científica anual (1978-2019). Fonte: Elaboração própria.	37
Figura 2.7. Número de citações por ano (1978-2020). Fonte: Elaboração própria.	38
Figura 2.8. Ligações entre autores e temáticas. Fonte: Elaboração própria.	38
Figura 2.9. Revistas mais relevantes (índice de h). Fonte: Elaboração própria.	39
Figura 2.10. Número de publicações por revista. Fonte: Elaboração própria.	40
Figura 2.11. Autores mais relevantes. Fonte: Elaboração própria.	40
Figura 2.12. Produção ao longo do tempo. Fonte: Elaboração própria.	41
Figura 2.13. Impacto científico dos autores. Fonte: Elaboração própria.	42
Figura 2.14. Afiliações dos autores. Fonte: Elaboração própria.	42
Figura 2.15. Redes de ligação dos autores. Fonte: Elaboração própria.	43
Figura 2.16. Produção científica por país. Fonte: Elaboração própria.	44
Figura 2.17. Word Networking. Fonte: Elaboração própria.	45
Figura 3.1. Mapa de Portugal, Norte de Portugal e o Douro (NUT-III). Fonte: Projeto DOUROTUR.	58
Figura 3.2. Nível de formação dos entrevistados. Fonte: Elaboração própria.	59
Figura 3.3. Data de integração nos empreendimentos dos entrevistados. (NR – não respondeu). Fonte: Elaboração própria.	59
Figura 3.4. Cartões de alojamentos de Vila Real. Fonte: Recolha própria durante as entrevistas nos alojamentos.	62
Figura 4.1. As sub-regiões do norte de Portugal. Fonte: Projeto DOUROTUR.	65
Figura 4.2. NUTS III. Fonte: CCRN (2011).	67
Figura 4.3. População Residente no Douro NUTS III em 2018. Fonte: INE (2019).	68
Figura 4.4. Evolução da população residente no Douro entre 1864 e 2016. Fonte: Elaboração própria com base na informação estatística do INE.	70
Figura 4.5. Sub-regiões da Região Demarcada do Douro (RDD). Fonte: Silva (2017).	71
Figura 5.1. Distribuição do nº e tipologia dos empreendimentos turísticos (ET) por municípios do Douro – NUT III. Fonte: Elaboração própria com base no SIGTUR e RNT.	84
Figura 5.2. Gráfico sobre Alojamento local e Empreendimentos turísticos por município na NUT III Douro em 1 de maio de 2019 (valores totais). Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT).	86
Figura 5.3. Distribuição do número e tipologia de alojamentos locais (AL) por municípios do Douro – NUT III. Fonte: Elaborado por Ricardo Bento.	87

Figura 5.4. Gráfico com o total de unidades de alojamento (ET e AL) por município. Fonte: Elaboração própria (com base nos dados da SIGTUR, do RNT e do Turismo de Portugal).	88
Figura 5.5. Empreendimentos turísticos por tipologia no Douro. Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT).	93
Figura 5.6. Gráfico com os Alojamentos locais (AL) do Douro NUT-III por tipologia e por municípios (valores totais). Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT). Legenda: EH: Estabelecimento de Hospedagem; AP: Apartamento; MO: Moradia; EHH: Estabelecimento de Hospedagem – Hostel.....	95
Figura 7.1. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Bragança. Fonte: Elaboração própria.....	128
Figura 7.2. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito da Guarda. Fonte: Elaboração própria.....	128
Figura 7.3. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Vila Real. Fonte: Elaboração própria.....	129
Figura 7.4. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Viseu. Fonte: Elaboração própria.....	130
Figura 7.5. Apoios ao investimento em alojamentos turísticos. Fonte: Elaboração própria.	131
Figura 9.1. Receita por quarto disponível em 2017. Fonte: Travel BI – Turismo de Portugal.	149
Figura 9.2. Evolução da procura turística dos hotéis do Douro 2009-2018. Fonte: INE e Turismo de Portugal – Travel BI.	149
Figura 10.1. Rua de Mesão Frio. Fonte: © Humberto Martins, 2019. Mesão Frio.	169
Figura 10.2. Alojamento turístico em Mesão Frio. Fonte: © Humberto Martins, 2019. Mesão Frio.	172

Lista de abreviaturas

ADV - Alto Douro Vinhateiro

AETUR - Associação dos Empresários Turísticos do Douro e Trás-os-Montes

AL - Alojamento Local

CCDRN - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional da Região Norte

CM - Câmara Municipal

CIM - Comunidade Intermunicipal

CPIS - Caminho Português Interior de Santiago

DINK - Double Income No Kids

EN - Estrada Nacional

ET - Empreendimento Turísticos

INE - Instituto Nacional de Estatística

ISDR - Índice Sintético de Desenvolvimento Regional

IVDP - Instituto dos Vinhos do Douro e Porto

NUT - Nomenclatura das Unidades Territoriais

OMT - Organização Mundial do Turismo

PDM - Plano Diretor Municipal

PENT - Plano Estratégico Nacional de Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

RDD - Região Demarcada do Douro

RNT - Registo Nacional de Turismo

RSC - Responsabilidade Social Corporativa

SIGTUR - Sistema de Informação Geográfica do Turismo

TPNP - Turismo do Porto e Norte de Portugal

TMAD - Trás-os-Montes e Alto Douro

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UTAD - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

VAB - Valor Acrescentado Bruto

Prefácios

Prefácio do Magnífico Reitor da UTAD

Prof. Dr. António Fontáinhas Fernandes

O Douro é uma região conhecida pela sua riqueza paisagística, cultural e patrimonial, cuja chancela UNESCO do Alto Douro Vinhateiro e dos sítios pré-históricos de Arte Rupestre do Vale do Côa, são fatores distintivos que trouxeram novas oportunidades que devem ser valorizadas no desenvolvimento económico e social, determinantes para inverter o declínio demográfico e o envelhecimento da população da região.

O Douro Vinhateiro, pela sua longa história associada à cultura da vinha e à produção do vinho do Porto, é um *terroir* com potencialidades naturais, históricas, culturais, turísticas que podem ser potenciadas no desenvolvimento económico. Indubitavelmente, o Douro tem vindo a ganhar dimensão como destino turístico de excelência, devido a consistentes investimentos públicos e privados no setor do turismo, muito valorizados pelo reconhecimento e notoriedade internacional dos vinhos da região.

O turismo é uma das atividades económicas que tem ganho relevância em Portugal até à recente crise da COVID-19, cuja sustentabilidade exige preservar. Com efeito, nos últimos anos, o país tem registado um crescimento do fluxo de turistas, sendo considerado um dos principais destinos mundiais, com particular expressão em determinadas regiões como o Douro.

No novo contexto da economia de experiências, um dos principais desafios do turismo reside na oferta de serviços inovadores, cruzando elementos culturais, educativos e de lazer, de forma a atrair novos nichos de mercado. Certamente este desafio exige uma aposta no conhecimento e inovação que se traduza no desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Foi neste contexto que a UTAD apostou no projeto DOUROTUR, um dos projetos estruturantes de investigação científica e de desenvolvimento tecnológico, financiado pelo atual quadro de programação Norte 2020. Centrado numa área com forte impacto no desenvolvimento da região, o turismo, este projeto abordou diversos temas como é o caso presente do alojamento, um dos pilares estruturantes da oferta turística e da cultura de hospitalidade. Foram analisados alguns temas, desde logo a análise da evolução da oferta de alojamento turístico do Douro e da sua estrutura na região, interpretando dinâmicas e tendências em consonância com alguns estudos de natureza sobre a região, bem como uma abordagem das tipologias de alojamento e sua distribuição na região.

Este trabalho pretende contribuir para o desafio de tornar o Douro um mercado turístico mais competitivo, reforçando que o turismo no Douro exige preservar uma paisagem e uma marca: UNESCO. Com efeito, um outro estudo promovido por investigadores da UTAD sobre o valor económico da ligação às redes da UNESCO, dos sítios inscritos na lista de Património Mundial, das reservas da biosfera, dos geoparques e das cátedras UNESCO, publicado pela Comissão Nacional da UNESCO, comprovou os benefícios económicos resultantes da inscrição na Lista do Património Mundial.

Ciente da sua importância no desenvolvimento da região, a UTAD reforça assim o seu papel enquanto vértice de um triângulo regional de inovação envolvendo também os atores políticos e as empresas na região do Douro.

Prefácio do Sr. Secretário Geral da AETUR

Dr. Alberto Tapada

Douro - atributos e condicionantes de um território singular!

A paisagem duriense desenvolveu-se à volta de um profundo rio de montanha, que com os homens e os ventos, moldaram as suas nervuras geológicas com uma pele de vinhedos, olivais e laranjais, protegidos por um cerco montanhoso que delimita e favorece o seu clima de perfil mediterrânico. Trata-se em todos os sentidos de um mundo à parte, no território português, que as próprias regras da demarcação pombalina se encarregaram de delimitar, colocando nas suas fronteiras um conjunto de Marcos graníticos, que funcionaram como silenciosas sentinelas pétreas da epopeia vinhateira, iniciada há quase 3 séculos, conferindo ao Douro uma construção social peculiar.

Nesse quadro temporal, o modelo que evoluiu, veio a configurar duas diferentes realidades, uma popular e que se desenvolveu nos seus lugarejos brancos pendurados nas encostas e nos minifúndios agrários e outra a que correspondeu à instalação das quintas vinhateiras, a quem coube as áreas de terreno mais favoráveis (muitas recuperadas ou transitadas dos coutos e mosteiros medievais) e que herdaram a fundacional tradição burguesa dos senhores da "feitoria" atraindo o operariado agrícola das bordaduras geográficas beirãs, transmontanas e da Galiza, necessários à edificação da monumental paisagem vinhateira de montanha e aos exigentes tratamentos das vinhas.

Estas notas visam introduzir o turismo e as circunstâncias que envolvem uma região distinta, elitista e singular, que veio a determinar e condicionar, também, um modelo de turismo que observo e vivo há quase um quarto de século e que se apresentou segundo duas diferentes dinâmicas: a fluvial e o enoturismo fortemente ligado ao alojamento, provas e refeições no espaço das quintas e marcante identidade histórica, que formatou uma imagem tipificada da oferta turística, centrada no fascínio e glamour da paisagem, cruzeiros ambientais, comboio histórico, miradouros e vindimas, proporcionando ao turista, singulares atributos regionais. Em paralelo, e com o andar dos anos, veio a constatar-se o despertar do turismo fluvial, desde a modalidade "excursionista" das típicas subidas do Douro, às interessantes dinâmicas mais localizadas nas albufeiras, a partir da Régua, Pinhão, Ferradosa, Pocinho e até à Congida em Freixo de Espada à Cinta, bem como os cruzeiros de Miranda do Douro. Finalmente os cruzeiros fluviais em barco-hotel, fortemente direcionados para o mercado externo, vieram pejar o rio de movimento de turistas de todo o mundo que, com a demais atividade, estagnou com o fenómeno pandémico associado ao COVID-19.

Por outro lado a centralidade das quintas na produção de vinhos, a debilidade da comunicação turística, as fracas taxas de ocupação, prolongadas épocas baixas, falta de animação complementar e a pouca rentabilidade associada à atividade, fizeram esmorecer o entusiasmo da oferta turística, configurando-a num quadro descrente, ilusório, conservador e periférico da sua principal atividade vitícola, remetendo as taxas de ocupação para valores muito reduzidos, tal

como aconteceu com a crise financeira de 2007/2008, iniciando-se em seguida um gradual crescimento até 2019 e a convicção que desta vez a trajetória iria evoluir favoravelmente, o que acabou por não se verificar pela razão atrás exposta e que ainda paira sobre nós.

O que se acabou de referir, remete-nos ainda para um outro aspeto a ter igualmente em consideração e que se prende com a resistência duriense a modelos associativos, pois tal está inscrito no seu perfil cultural e na inerente e tradicional competitividade ou rivalidade transitada dos vinhos, para o turismo. E é, à luz deste pensamento, que se justifica o falhanço de iniciativas associativas tais como as "Quintas do Douro" e a "Rota do Vinho do Porto", deixando a mais emblemática região vitícola portuguesa sem um referencial para enoturismo, que se configura crescentemente como um emblemático produto turístico e como uma forte aposta nacional para a promoção dos territórios. Tanto mais que, como globalmente se constata, o Douro é uma marca simbólica, económica e cultural com inquestionável notoriedade, pela sua especificidade e interação harmoniosa com a natureza, o silêncio, segurança e bem-estar que propicia, a par de emblemáticos vinhos, experiências singulares, estradas de beleza mundialmente reconhecida (EN 2 e EN 222) a par da milenar história, refletida nos seus patrimónios (tangíveis e intangíveis), enquanto testemunho eloquente de civilizações que aqui se cruzaram.

Das recentes trajetórias resultaram múltiplos reconhecimentos, tais como as classificações pela UNESCO do Alto Douro Vinhateiro, Gravuras do Vale do Côa e Barros Negros de Bisalhães, integração na Rota dos Patrimónios da Humanidade do Vale do Douro/Duero, classificação de Destino Turístico de Excelência - o 1º a nível Mundial na classificação do Centro de Destinos de Excelência (OMT), 7º Destino Sustentável num conjunto de 133, finalista das 7 Maravilhas Naturais de Portugal (AETUR) e uma das 77 Maravilhas da Natureza a nível mundial (New 7 Wonders Fondation/AETUR).

Pese o encanto, sedução e fascínio que o território apresenta e reconhecidas melhorias de qualificação, nomeadamente do lado público, o impulso de novas unidades turísticas melhor preparadas, uma crescente articulação com empresas do litoral, que têm vindo a desenvolver novas formas de parcerias empresariais, a crescente valorização do enoturismo e do recurso natural e ambiental, a região mantém-se prisioneira da sua deficiente cooperação e articulação empresarial. Também se constata debilidades no uso da matriz tecnológica associada à promoção e finalmente o crónico desligamento da comunidade em que se insere, gerando realidades distintas, de que resulta uma acrescida dificuldade na perspetiva do desenvolvimento, tal como os dados estatísticos evidenciam - perdas populacionais e de passagem de conhecimento, forte emigração, reduzido empreendedorismo e envelhecimento populacional.

Por tudo isto, o turismo no Douro, é um mundo de diferentes olhares, dificuldades, virtualidades e contradições, constituindo deste modo, um curioso desafio ao projeto DOUROTUR que visa adicionar novas dimensões à componente de oferta, à vincada imagem regional e avaliar os impactos de natureza diversa que a atividade turística transporta e finalmente avaliar o modo como as ferramentas digitais poderão expressar novos e valiosos contributos sensoriais que enriqueçam o posicionamento e a atividade. Este carácter científico que se pretende integrar, deve configurar uma crescente trajetória de inovadora cooperação com a

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), a esfera pública, os *stakeholders*, a comunidade e o meio ambiente, visando um necessário modelo de desenvolvimento em hélice, razão pela qual a AETUR se alinha com esta oportuna e necessária visão!

Capítulo 1

Introdução e apresentação

1. Introdução e apresentação

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedrodosrc@gmail.com)

“Viver o Douro não tem a ver com rapidez, tem a ver com contemplação, êstase e poesia” (Oliva, 1999).

Este relatório enquadra-se no projeto DOUROTUR (cf. <https://DOUROTUR.utad.pt/>). O projeto DOUROTUR pretende colmatar o fosso existente entre as potencialidades turísticas do Douro (NUT-III) e o seu desenvolvimento, ampliando a importância do turismo na economia local. Para tal, a oferta de serviços diferenciadores e promotores de vantagens competitivas (baseada em sinergias entre recursos, como o vinho, o património, a paisagem, o rio, as barragens, os museus e o património cultural ou os produtos locais) terá de satisfazer as necessidades de uma procura cada vez mais exigente, mais informada e com uma variedade de destinos alternativos ao seu dispor. A investigação, de uma perspetiva sistémica e holística da relação entre turismo e desenvolvimento no Douro, assentou em questões centrais: Qual a oferta turística do Douro (NUT III)? Qual é a comunicação turística do destino “Douro”? Qual a mediação entre visitantes e visitados? Qual o uso das novas tecnologias pelos agentes turísticos do Douro? Qual é a procura atual e potencial para a região do Douro? Que tipo de inovação de base tecnológica é mais adequada ao contexto?

O projeto DOUROTUR visa contribuir para a solução dos problemas do desenvolvimento do turismo no Douro. Já concluído formalmente, este é um dos seus últimos resultados. O projeto teve uma duração de 3 anos e meio (desde 1 de maio de 2016 a 31 de outubro de 2019) e foi desenvolvido por uma equipa constituída por cerca de 50 investigadores do CETRAD, um centro de investigação com dilatada experiência na investigação do turismo, em colaboração com MassiveLab da UTAD (Laboratório de Realidade Virtual e Aumentada). O enfoque epistemológico e metodológico geral do projeto foi misto (quali-quantitativo) e seguiu uma orientação multidisciplinar liderado pelas Ciências Sociais aplicadas ao turismo.

O projeto DOUROTUR está estruturado em quatro principais linhas de investigação interconectadas de acordo com a informação exposta na Tabela 1.1.

Tabela 1.1. Principais linhas de investigação do projeto DOUROTUR.

Linhas de investigação (RL)	Coordenação			
RL1 – Análise da oferta turística, dos produtos, experiências oferecidas e agentes sociais turísticos do Douro	Prof. Dr. Xerardo	Pereiro (xperez@utad.pt)		
RL2 - A imagem produzida e os relatos turísticos do Douro: Comunicação e mediação turística	Prof. Dr. Carlos	Marques (cmarques@utad.pt) e Prof. Dr. Octávio Sacramento (octavsac@utad.pt)		
RL3 – A procura turística e os efeitos do turismo no Douro	Prof. ^a Dr. ^a Ana	Paula Rodrigues (anarodri@utad.pt) e Prof. ^a Dr. ^a Luzia Oca (luziag@utad.pt)		
RL4 – Marketing Digital e Novas Tecnologias para Desenvolvimento do Turismo no Douro	Prof. Dr. Mário	Sérgio Teixeira (mariosergio@utad.pt)		

O financiamento público do projeto foi o exposto na Tabela 1.2.

Tabela 1.2. Características gerais e financiamento público atribuído ao projeto DOUROTUR.

Beneficiário:	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro		
Nº da operação (Código Universal):	NORTE-01-0145-FEDER-000014		
Designação da operação:	DOUROTUR – Tourism and technological innovation in the Douro		
Tipologia de intervenção:	45 - Investigação científica e tecnológica		
Aviso de Abertura de Candidatura:	Aviso NORTE-45-2015-02 – Sistema de Apoio à Investigação Científica e Tecnológica – “Projetos Estruturados de I&D&I”		
Data de submissão da candidatura:	06/08/2015	Data de aprovação da operação	07/06/2016
Data de início da operação:	01/05/2016	Data de fim da operação:	31/10/2019
	Investimento Total	679.458,26€	
Estrutura de Financiamento:	Investimento Elegível	679.458,26€	Taxa de participação: 85%
	Fundo:	577.539,52€	

Os objetivos gerais do projeto DOUROTUR são:

- Investigar desde uma perspectiva sistémica e holística a relação entre turismo e desenvolvimento no Douro.
- Colmatar o fosso existente entre as potencialidades do Douro e o seu desenvolvimento turístico;
- Responder a questões chave: Qual a oferta turística do Douro (NUT III)? Qual é a comunicação turística do destino “Douro”? Qual a mediação entre visitantes e visitados? Qual o uso das novas tecnologias pelos agentes turísticos do Douro? Qual é a procura atual e potencial para a região do Douro?
- Este projeto pretende, através de investigação aplicada para um turismo criativo e responsável, ajudar a renovar e diversificar a oferta turística e contribuir para resolver os problemas de desenvolvimento do turismo no Douro, tendo como base propostas de coordenação da oferta, de melhor comunicação da oferta e diversificação desta, através de marketing digital e outras estratégias de comunicação com os mercados turísticos.
- Investigar o turismo no Douro para a elaboração de soluções de base tecnológica e propostas para a renovação e reinvenção de oferta turística.
- Ensaiar uma metodologia de investigação mista (quali-quantitativa) e seguirá uma orientação multidisciplinar com liderado das ciências sociais aplicadas ao turismo.

O objetivo central deste projeto de investigação é criar propostas fundamentadas para a melhoria da planificação turística do destino “Douro” (NUT-III), através da produção e partilha de conhecimento turístico com os agentes sociais da região. A orientação que nos move é a da responsabilidade social investigadora, que nos obriga a compartilhar o conhecimento com os estudados e com a sociedade em geral, de forma a que esse conhecimento possa ser utilizado na reflexão da mudança.

E os objetivos específicos do projeto DOUROTUR são:

- a) Estudar e diversificar a oferta turística do Douro (ex. geolocalização de paisagens, novas rotas literárias...).
- b) Explorar a herança cultural do Douro e avaliar a sua relação com o turismo.
- c) Utilizar novas tecnologias de informação aplicadas ao turismo do Douro, com a criação de uma plataforma digital turística do Douro.
- d) Analisar os tipos de oferta turística do Douro (turismo cultural, religioso, desportivo, de natureza, alimentar, de cruzeiros fluviais, etc.).
- e) Pesquisar a imagem turística do Douro e pensar como moldar e melhorar esta.
- f) Avaliar a procura turística e fazer propostas no sentido de melhorar a experiência turística da região.
- g) Relacionar melhor o turismo com o vinho, a alimentação e outras atividades agrárias da região do Douro.
- h) Comparar a região do Douro com outras regiões tipo que desenvolvam turismo, para aprendizagem por jogo de espelhos.

- i) Estudar a forma de maximizar os efeitos positivos do turismo e minimizar os efeitos negativos do turismo neste território.
- j) Melhorar a gestão da participação dos agentes sociais turísticos e criar uma governança turística interativa no Douro.
- k) Estimular processos de inovação turística com aproveitamento das novas tecnologias.
- l) Estimular a inovação e empreendedorismo no setor do turismo tendo uma especial atenção às novas tecnologias disponíveis.
- m) Avaliar e propor o desenvolvimento de ferramentas de marketing digital e de novas tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao turismo do Douro.
- n) Estimular processos de inovação turística na região do Douro com aproveitamento das novas tecnologias de informação e comunicação.

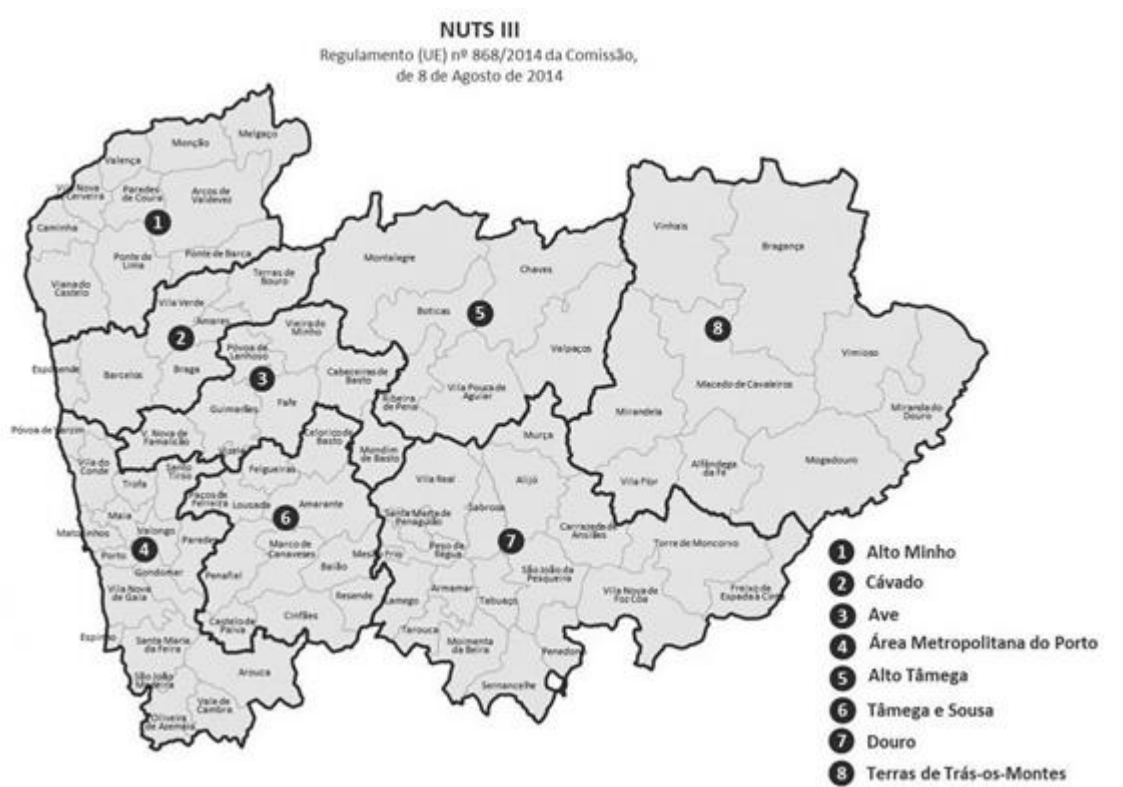


Figura 1.1. Mapa do Norte de Portugal e divisão em NUTS III. Fonte: CCDRN (2011).

1.1. Apresentação do relatório

“E (o Douro) é, no mapa da pequenez que nos coube, a única evidência incomensurável com que podemos assombrar o mundo” (Torga, 2000).

“Os Durienses dizem, e acreditam, que têm as melhores couves de Portugal, o melhor vinho do mundo, pão como já ninguém faz, fumeiro como nunca ninguém fez. É a vida deles, não havia de ser a melhor! Quanto mais não seja para esconder a pobreza.” (Barreto, 1984).

Enquadrado no projeto DOUROTUR (cf. <https://DOUROTUR.utad.pt/>), apresentamos nesta publicação um relatório sobre o alojamento turístico e a hospitalidade turística no Douro (NUT-III) desde a visão dos empresários turísticos de alojamento. Escrevemos este texto num momento de confinamento devido à pandemia do novo coronavírus, COVID-19, e consideramos que já nada será como antes, nem nas nossas vidas nem tão pouco no turismo. Se tivéssemos feito as entrevistas e o trabalho de campo neste momento de pandemia, os resultados seriam seguramente outros ou algo diferentes. No caso do turismo no Douro, este terá novamente que reinventar-se face ao atual cenário de crise. O Douro de zona de produção agrícola, especializada em vinho, passou a ser uma zona de produção hidroelétrica e uma zona de produção de paisagem para turistas. O seu elevado valor cénico possibilita diversos olhares, alguns dos quais pretendemos analisar com atenção nesta publicação, que é multiautoral e multivocal.

Em 1999, há 21 anos, havia no Douro aproximadamente 60 unidades de alojamento turístico (cf. Oliva, 1999) e atualmente existem cerca de 1000, o que mostra bem o desenvolvimento da oferta de alojamento turístico nas últimas duas décadas. E se bem esta mudança quantitativa é bem importante, os debates que na altura ocorriam, ainda hoje continuam a ser muito semelhantes: as potencialidades do turismo para o desenvolvimento da região; o Douro como economicamente promissor; a necessidade de aumentar a duração das estadias, e de contrariar a sazonalidade; o crescimento dos cruzeiros na via navegável do rio Douro; a qualificação da oferta turística; a criação de um turismo de baixa intensidade; a necessidade de investimentos focados no turismo e de tecer a atividade turística com outras no território (ex. vinho, vinha, rio, agricultura...).

Como poderemos comprovar ao longo deste relatório, os debates e os discursos dos empresários turísticos apresentam uma certa continuidade em relação aos debates dos anos 1990 e também alguma inovação e novidade: sustentabilidade, responsabilidade, hospitalidade e bem receber, animação turística, turismo de caminhadas, interioridade e turismo lento, turismo ecológico, qualidade, certificação, atração de novos mercados, coordenação da oferta, associativismo e organização empresarial, entre outros. O relatório que à continuação se segue, apresenta esses velhos e novos debates, não sem descurar o seu contraste com dados qualitativos e quantitativos necessários para um melhor enquadramento desses debates. A base deste assenta num conjunto de 103 entrevistas com empresários do alojamento turístico, a realização de trabalho de campo no Douro desde 2016 e a recolha de materiais documentais e bibliográficos essenciais para o projeto.

A estrutura do relatório tenta fotografar a realidade turística do Douro, que não é uma fotografia fixa mas sim um fotograma dinâmico. No capítulo 1 vamos apresentar as linhas de força do alojamento turístico no Douro, logo o enquadramento teórico (capítulo 2) centra-se nos conceitos de hospitalidade turística e de alojamento, para seguidamente explicar a metodologia utilizada (capítulo 3) neste trabalho específico do projeto DOUROTUR. Seguidamente (capítulo 4), realizamos uma breve caracterização socioeconómica e territorial do Douro, para depois explicitar em números qual a oferta de alojamento turístico do Douro segundo as fontes estatísticas oficiais (capítulo 5). O capítulo 6 apresenta a história e a memória etnobiográfica da construção de muitos dos alojamentos turísticos com o intuito de refletir sobre o ciclo de vida dos

projetos e do destino Douro também. O capítulo 7 desenvolve uma caracterização geral dos estabelecimentos turísticos entrevistados, e o capítulo 8 considera as ferramentas e os processos tecnológicos utilizados nos alojamentos turísticos do Douro. O capítulo 9 analisa a procura e as experiências dos turistas do ponto de vista dos empresários entrevistados. O capítulo 10 frisa a responsabilidade ambiental e o uso das energias renováveis pelos empreendimentos turísticos e, por último, o capítulo 11 apresenta um conjunto de potencialidades e propostas para o futuro do turismo do Douro desde a voz dos empresários, que merecem ser devidamente escutados e ouvidos.

A nossa expectativa é que esta publicação sirva de espelho empírico e reflexivo para que os decisores técnicos, os políticos, os empresários e outros agentes sociais tomem as melhores decisões para o país e para o desenvolvimento sustentável e responsável da região do Douro, que tanto ansiamos todos.

1.2. Referências bibliográficas

Barreto, A. (1984). *Um retrato do Douro*. Lisboa: Vista Alegre.

Oliva, M. (1999, setembro 1). Que Turismo para o Douro? Balanços e Perspectivas. *Notícias de Vila Real*, 7.

Torga, M. (2000, or. 1967). *Portugal*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Capítulo 2

Enquadramento teórico: o alojamento turístico

2. Enquadramento teórico: o alojamento turístico

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt), Rui Silva (rui.silva@utad.pt) e Edgar Bernardo (edgaracb@utad.pt)

2.1. Introdução

O alojamento é uma peça essencial na atividade turística, considerado até como o maior e mais importante elemento (Cooper et al., 1998), sendo responsável por cerca de um terço do consumo dos turistas (Goss-Turner, 1996). O sucesso de um destino turístico, e da própria atividade turística, depende de uma planificação adequada da capacidade e qualidade do alojamento existente (Sharpley, 2000). A planificação do alojamento num dado destino deve ser criteriosa (Saxena, 2008), tanto no número de quartos e camas disponíveis, como na sua tipologia, ou na qualidade e serviços a prestar. Subestimar a planificação do alojamento pode enveredar no fracasso do destino e dos objetivos ou metas de desenvolvimento definidas para o mesmo.

Na literatura científica sobre alojamento turístico encontramos várias posturas teóricas. A primeira é a que podemos denominar de crítica (cf. Buades, 2009) e representa uma linha de pensamento que questiona as promessas da globalização neoliberal, o turbocapitalismo e o papel do turismo como conversor do mundo numa mercadoria. Esta linha entende o alojamento turístico liderado pelas grandes companhias hoteleiras internacionais como um cavalo de Troia do capitalismo, tornando mais irrespirável a vida.

Uma das principais dificuldades na planificação do alojamento são, além das esperadas inovações tecnológicas e de transportes, as novas tendências de consumo que têm surgido nas últimas décadas. A escolha não é hoje entre o hotel ou pensão existente, mas entre uma variedade de alternativas, como *Airbnb*, *couch surfing*, etc. O consumidor é atualmente mais exigente, informado e diligente na sua escolha, agendamento e comportamento, evitando as empresas mediadoras como operadores turísticos ou agências de viagens. Com a internet e as novas aplicações desenvolvidas para diferentes plataformas, computadores, telemóveis, etc., os turistas controlam mais do que nunca o que consomem, partilhando entre si, sem mediação, as suas experiências e avaliações.

Adicionalmente, os turistas estão cada vez mais atentos às questões ambientais e ecológicas associadas ao seu consumo. Do consumo de energia, à gestão de desperdícios, eficiência hídrica, ar condicionado e aquecimento, são vários os exemplos de fatores na acomodação que podem contribuir negativamente na prestação de um serviço ambientalmente sustentável e ecologicamente responsável, algo sobre o qual os consumidores estão cada vez mais atentos e que exigem às empresas uma constante atualização tecnológica e de marketing promocional.

O alojamento é um elemento fundamental da oferta turística. O alojamento turístico é “toda a instalação que, de modo regular ou ocasional, fornece dormidas ou estadas aos turistas” (Cunha, 2001, p. 196). O alojamento turístico inclui geralmente habitação para visitantes, residência e serviços complementares (Montejano, 1991, p. 129). Este é uma forma de

hospitalidade comercializada que possibilita a troca, intercâmbio e encontro entre indivíduos e grupos sociais (cf. Pereiro, 2009). O alojamento também pode ser visto como a aplicação de rituais de hospedagem ao turista (hóspede temporário, convidado ou cliente segundo as várias visões).

Dada a importância do setor de alojamento na atividade turística, neste capítulo, iniciamos com a apresentação de algumas notas sobre a sua conceptualização, evolução global do alojamento turístico e identificação das tipologias existentes em Portugal. Posteriormente, olhamos para a literatura científica sobre o alojamento turístico, partilhando dados sobre a sua relevância na produção científica, temas centrais e conexos, principais autores e publicações recorrendo a uma análise bibliométrica executada através do software *R Bibliometrix*. O capítulo é finalizado com uma reflexão sobre a relação dos pontos anteriores e a sua importância para guiar a investigação do alojamento turístico no Douro.

2.2. Breves notas sobre a evolução histórica do alojamento turístico

O alojamento turístico está geralmente associado ao mundo da gestão hoteleira, mas não se pode reduzir a isso, temos de considerar algo mais: a cultura de serviço, o acolhimento do outro, a hospedagem, a hospitalidade. De acordo com a OMT, o alojamento turístico “inclui todos os estabelecimentos de hospedagem que prestam serviços de alojamento ao viajante, oferecendo quartos para pernoitar, dispõe de uma gestão de tipo comercial comum para todas as vagas do estabelecimento” (OMT, 1995 p. 69). Nesta categoria integram-se os estabelecimentos de alojamento coletivo como os hotéis, o alojamento turístico privado, de aluguer, vivendas particulares e outros como os estabelecimentos de turismo rural.

O alojamento turístico depende tanto de fatores internos como de fatores externos, tais como:

- A situação política, económica e social nacional e internacional.
- O poder de compra dos visitantes.
- O comportamento da concorrência nacional e internacional.
- O equilíbrio na estrutura financeira face aos riscos.
- A satisfação das necessidades e desejos dos turistas.
- A qualidade do produto e da experiência oferecida.
- A cultura de hospitalidade.
- A qualificação profissional e dos trabalhadores e da gestão.
- Os conhecimentos técnicos dos trabalhadores.

Segundo Monfort Mir (2000, p. 96) os fatores de competitividade e de sucesso da hotelaria são os seguintes:

- A facilidade e variedade de alojamentos.
- A oferta de alojamento suficiente.
- A localização do alojamento.
- A qualidade do serviço.
- A relação qualidade-preço do alojamento.
- A relação qualidade-preço do resto de equipamentos e instalações do alojamento.

- As instalações desportivas.
- As piscinas.
- O estacionamento.
- A manutenção.

Estes fatores apontados por este investigador e mais aplicados ao turismo do Mediterrâneo espanhol, serão confrontados com os fatores apontados pelos empresários de alojamento turístico do Douro.

Os antecedentes históricos do alojamento turístico atual remonta à época das primeiras Olimpíadas, aos hospitais para peregrinos, às tabernas e pousadas dos antigos caminhos. Mas a revolução no alojamento turístico veio pela mão de César Ritz (23 de fevereiro de 1850 – 24 de outubro de 1918), um hoteleiro suíço. Ele é considerado o pai da hotelaria moderna e era conhecido como “o rei dos hoteleiros e o hoteleiro dos reis”. Ele reinventou o conceito de hotel: um estabelecimento de serviço completo e personalizado, ele introduziu a casa de banho nos quartos, criou também a figura do *somilher*, e também criou o conceito de suite. E se até 1960 os hotéis dominaram o alojamento turístico no mundo, a partir de 1960 diversificaram-se muito o tipo de alojamentos turísticos: hotéis, hotéis-apartamentos, segundas residências, aldeamentos turísticos, bungalows, parques de campismo e caravanismo, multipropriedade.

Na década de 1970 nasce o turismo rural e na década de 1980 aparecem novos conceitos de hotelaria mais flexível, num período de menor tempo de viagem e estadia, e uma mais vasta clientela. E entrando já no século XXI, a aplicação das tecnologias de informação e comunicação revolucionaram novamente o alojamento turístico. As antenas satélites e a internet mudaram a forma de entender o alojamento, e para além disso nasceram novos serviços tradicionais e modernos (salas de reuniões e negócios), serviços de relações públicas com o cliente (o porteiro tradicional), serviços de lazer (ex. piscinas, campos de ténis, spas, saunas, ginásios, ...) e serviços de segurança. No caso do Douro, observaremos como o ciclo de vida ou biografia de cada alojamento turístico marca a sua situação presente e futura.

Em Portugal, no ano 1997, existiam os seguintes tipos de alojamentos Decreto-Lei nº 167/97 sobre empreendimentos turísticos:

Tabela 2.1. Tipos de alojamento turístico em Portugal em 1997.

Pousadas www.pousadas.pt		Geridas pela ENATUR, imóveis classificados monumentos.
Hotéis	1-5 estrelas	
Aparthotéis	2-5 estrelas	Um quarto, sala de estar e de refeições, cozinha e banho.
Pensões	Albergaria, 1 ^a , 2 ^a , 3 ^a classe	
Estalagem	4-5 estrelas	Arquitetura regional, envolvente natural, mobiliário histórico, serviços de luxo.

Tabela 2.1. (continuação).

Motéis	2-3 estrelas	Localizado em estradas, estacionamento privativo.
Residenciais	1-4 estrelas	Alojamento mais pequeno-almoço
Aldeamentos turísticos		
Apartamentos turísticos		
Moradias turísticas		
Parques de campismo, colónias de férias, pousadas da juventude, segundas residências		
TER (1979 - 2020)		Oferta de três “n” (<i>nature, nostalgia and nirvana</i>)

Fonte: Elaboração própria com base no Decreto-Lei nº 167/97 sobre empreendimentos turísticos.

Esta legislação e o respetivo enquadramento vão desaparecer no século XXI e em 2008 é publicada uma nova legislação que muda completamente o alojamento turístico em Portugal (Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de Março, em <http://dre.pt/pdfs/dip/2008/03/04800/0144001456.PDF>) e que hoje em dia se encontra em vigor. Esta nova legislação junta num só diploma todos os decretos-lei relativos aos vários tipos de empreendimentos turísticos. No entanto, cada uma das tipologias de empreendimentos turísticos, serão regulamentadas por portarias individuais. Essas portarias irão definir os requisitos específicos quanto à instalação, classificação e funcionamento. As alterações mais significativas serão:

- Eliminação de várias tipologias de empreendimentos turísticos, nomeadamente: Estalagens, Pensões (nas suas diversas categorias, desde pensões de 3.ª categoria até ao nível superior de albergarias), Motéis, Moradias Turísticas e a tipologia de Turismo Rural (o que significa que os empreendimentos de turismo em espaço rural concebem agora Casas de Campo, Agroturismo, Hotéis Rurais e Turismo de Aldeia, sendo que o Turismo de Habitação se mantém mas deixa de ser considerado como um tipo de empreendimento de turismo no espaço rural, constituindo-se agora como uma tipologia própria);
- Criação da figura “Estabelecimento de Alojamento Local” (AL) que não se enquadra na definição de empreendimento turístico e que concebe as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que prestem serviços de alojamento temporário mediante remuneração que não cumpram os requisitos para se inserirem em nenhuma das tipologias dos empreendimentos turísticos;
- No imediato para os estabelecimentos existentes verifica-se que as hospedarias, casas de hóspedes e alojamento particular licenciados pelas Câmaras Municipais alteram a sua designação para estabelecimentos de alojamento local;

- Adopção de um sistema de classificação de 1 a 5 estrelas e que combina requisitos físicos com a qualidade dos serviços prestados, procurando dar maior ênfase a estes. Nesse sentido, a classificação de cada empreendimento será revista em períodos quadrienais através de vistoria;
- Agilização do processo de licenciamento, coordenado com o recente regime jurídico da urbanização e edificação, que entrou em vigor. Desta forma serão encurtados os prazos de apreciação dos projetos e cria-se também uma maior responsabilização de todos os intervenientes no processo, principalmente ao surgir a figura da comunicação prévia;
- Obrigatoriedade de todas as unidades de alojamento se encontrarem permanentemente afetas à utilização turística, dever assumido pela entidade exploradora.

Os estabelecimentos de alojamento turístico existentes tiveram até 7 de abril de 2010 para cumprirem os requisitos da tipologia e correspondente classificação pretendida. Outra das mudanças legislativas e administrativas que influenciam o alojamento turístico foi a criação do Registo Nacional de Turismo (RNT) que vem dar resposta à Lei de Bases do Turismo (Decreto-Lei 191/2009, de 17 de Agosto) e que visa centralizar e disponibilizar para consulta e informação relativa aos empreendimentos e empresas do turismo em operação no país.

A responsabilidade de preenchimento e atualização do RNT é das entidades exploradoras dos empreendimentos e empresas do turismo, sendo obrigatório para os agentes de animação turística e para as agências de viagens e turismo. O RNT cria duas grandes categorias de alojamento turístico: os empreendimentos turísticos (ET) e o alojamento local (AL). Na Tabela 2.2. apresentada de seguida, agregamos as subcategorias por ET e AL:

Tabela 2.2. Categorias e tipos de alojamentos turísticos em Portugal.

Empreendimentos Turísticos (ET)	Alojamento Local (AL)
1. Estabelecimentos hoteleiros; Aldeamentos turísticos;	1. Apartamento;
2. Apartamentos turísticos;	2. Moradia;
3. Turismo de habitação;	3. Estabelecimento de hospedagem (hostel, pensão, residencial...);
4. Turismo no espaço rural;	4. Quarto;
5. Parques de campismo e caravanismo;	
6. Conjuntos turísticos;	

Fonte: RNT (<https://rnt.turismodeportugal.pt/>) e Sítio do Alojamento Local (<https://sitiadoal.com/>).

Ao nível associativo e organizacional o alojamento local (AL) tem a ALEP (Associação de Alojamento Local em Portugal) (ver <http://www.alep.pt>) como a maior associação portuguesa. Já os empreendimentos turísticos (ET) estão associados nas seguintes associações:

1. AHRESP (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares em Portugal): <http://www.ahresp.com/>
2. AHP (Associação de Hotelaria de Portugal): <http://www.hoteis-portugal.pt/pt/ahp/orgaos-sociais>

3. Associação de Turismo do Porto: <http://visitportoandnorth.travel/ATP>
4. AETUR: Associação de Empresários Turísticos de Trás-os-Montes (Vila Real), <http://www.aetur.pt/>
5. Associação de Empresários Turísticos de Portugal: <https://www.facebook.com/AETPortugal?fref=nf>

Temos assim uma cronologia global da evolução legislativa e concetual do que se entende por alojamento turístico em Portugal, suas tipologias e características e encerramos este resumo tecnicista ou legalista e partimos para uma compreensão científica ou académica sobre a relevância deste tema na bibliografia mundial de referência.

2.3. A revisão da literatura científica sobre alojamento turístico

O objetivo desta seção é estudar sistematicamente os artigos sobre alojamento turístico extraídos das bases de dados WOS (Web of Science) e SCOPUS. Para isso utilizamos análises bibliométricas das publicações realizadas desde 1978 pela SCOPUS e pela WOS desde 2003, e logo criamos mapas de conceitos-chave utilizando o software VOSviewer e R Bibliometrix. O fim último é descobrir as principais linhas de força teóricas e conceituais no âmbito da investigação académica sobre alojamento turístico.

Ao todo encontramos um total de 247 artigos sobre alojamento turístico e hospitalidade nessas importantes bases de dados. Aqui analisamos não apenas a bibliometria, como também identificamos os autores mais influentes, os artigos e revistas mais citadas, as instituições, países e redes de colaboração dos autores. Na Figura 2.1. abaixo detalhamos os conceitos mais utilizados neste conjunto de artigos. Da esquerda para a direita os mais utilizados que por esta ordem são:

- Hospitalidade, turismo e indústria da hospitalidade são os conceitos mais visados.
- Satisfação, impacto e modelo.
- Destino turístico, performance, hotéis e satisfação do consumidor.
- Perceções, alojamento, determinantes, gestão, economia solidária.
- Viagem, consumo, indústria, qualidade e desenvolvimento turístico.
- Boca a boca, gestão do turismo, mercado turístico, desafios, destino.
- Comportamento, informação, serviço, economia do turismo, confiança, AIRBNB.
- Qualidade do serviço, internet, negócio, gestão ambiental, experiência, crescimento.
- Redes sociais, fidelidade, mudança climática, hotel, inovação, motivações.
- Espanha, online, tomada de decisões, imagem, reputação, avaliações, estratégias.

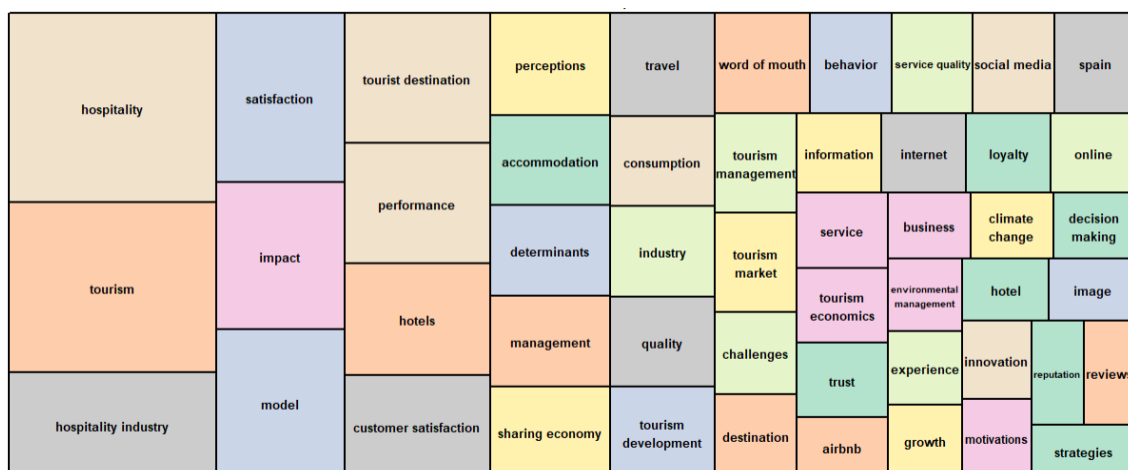


Figura 2.1. Quadro conceitual sobre alojamento turístico na WOS e na SCOPUS. Fonte: Elaboração própria.

Dos 247 artigos seleccionados, noventa e quatro estavam duplicados nas bases de dados (WOS e SCOPUS). A seleção foi feita com base no critério das palavras-chave “tourism accommodation” e “hospitality” no título, no *abstract* ou palavras-chave. Na Figura 2.2. sumariamos a busca e os resultados desta.

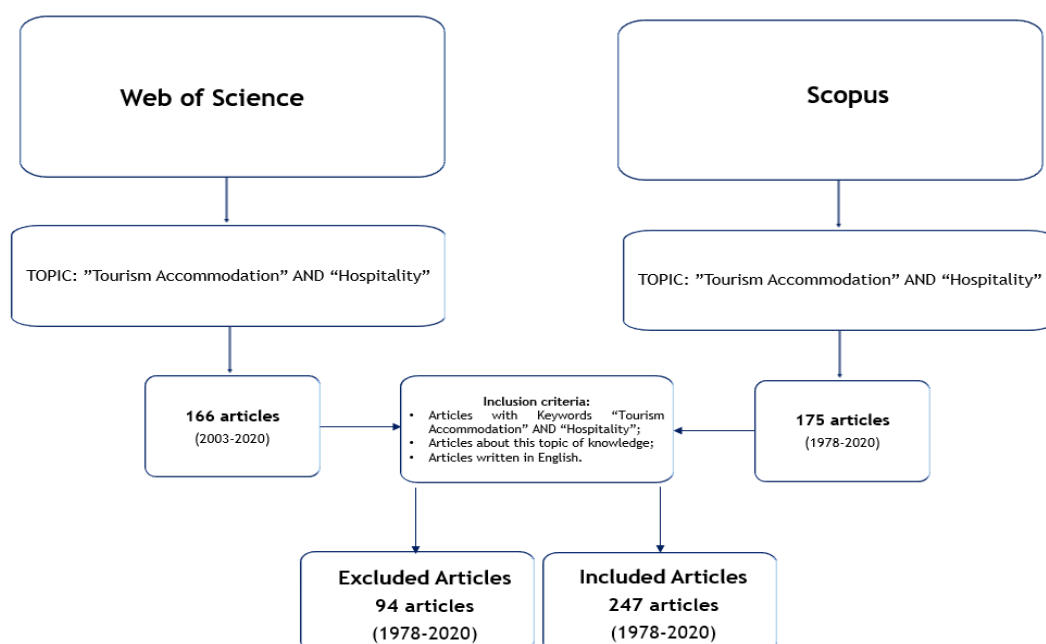


Figura 2.2. Resultados da análise bibliográfica. Fonte: Elaboração própria.

Para esta análise bibliométrica utilizou-se o software R Bibliometrix (Aria e Cuccurullo, 2017) (<http://www.bibliometrix.org>) e também o VOSviewer (Van Eck & Waltman, 2010). Uma primeira análise do conteúdo dos resumos destes artigos mostra algumas linhas de força das

perspetivas teóricas na investigação científica do alojamento turístico, os autores principais e os debates mais importantes. Através da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave dos duzentos e quarenta e sete artigos incluídos nesta análise foi possível fazer a contagem e criar uma nuvem de palavras que nos enunciam os termos mais usados nas investigações científicas relacionadas com “Tourism Accommodation” e “Hospitality”.

Tabela 2.3. Top 10 dos termos mais utilizados.

Termos	Frequência
Tourism	564
Accommodation	394
Tourist	362
Tourists	311
Hospitality	274
Study	270
Hotel	176
Industry	164
Paper	164
Destination	149

Fonte: Elaboração própria



Figura 2.3. Termos mais utilizados nos títulos. Fonte: Elaboração própria.



A análise efetuada, quer pela contagem das palavras quer pela elaboração das nuvens, permite verificar o interesse despertado pelas temáticas em análise dando pistas sobre as áreas mais investigadas e os motivos de interesse. Estas informações podem ser úteis para investigadores e investidores, pois permitem entender qual deve ser o rumo e a importância que deve ser dada a cada aspeto relacionado com o turismo em geral.

Numa análise de todo o conteúdo das investigações efetuadas nesta área procedendo-se a um inventário exaustivo de tudo o que tem sido produzido, quem tem produzido, quais os anos

em que foram realizadas as investigações, a importância dessas investigações, os países onde têm sido feitas mais investigações entre outras informações relevantes que nos demonstrarão a forma como este tema se encontra interligado entre investigadores, universidades, governo e empresários. A análise que se segue é essencialmente gráfica em *network* e com breves explicações dos *outputs* obtidos com a utilização do software R Bibliometrix.

Após termos realizado a pesquisa nas bases de dados WOS e SCOPUS, aplicados os critérios de refinamento, excluídos os duplicados e colocada a base de dados no Software R Bibliometrix, obtivemos um resultado pormenorizado sobre a nossa base de dados que será objeto de análise nesta secção (Tabela 2.4.).

Tabela 2.4. Principal informação sobre a coleção.

Descrição	Resultados
Informação geral sobre os dados	
Intervalo de tempo	1978-2020
Fontes (Revistas, Livros, etc)	151
Documentos	251
Média de anos após a publicação	4,26
Média de citações por documento	6,789
Média de citações por ano por documento	1,053
Total de referências	10357
Tipo de Documentos	
Artigos	199
Artigo no prelo	1
Artigo; Acesso antecipado	4
Capítulo de livro	3
Artigos em conferência	3
Artigos em proceeding	35
Artigos de revisão	6
Contéúdos dos artigos	
Palavras-chave Plus (ID)	548
Palavras-chave do autor (DE)	939
Informação sobre os autores	
Autores	614
Aparições do autor	674
Autores de documentos sem co-autoria	39
Autores de documentos com co-autoria	575
Colaboração entre os autores	
Documentos com um único autor	41
Documentos por Autor	0,409
Autores por documento	2,45
Co-autores por documentos	2,69
Índice de colaboração	2,74

Fonte: Elaboração própria.

No período compreendido entre 1978 e 2020, o período que contém o nosso *output* final (N = 247) obtido após a aplicação dos critérios de exclusão já referidos, podemos ver a evolução do número anual de publicações (Figura 2.6.). Desde 2010, o número de publicações cresceu exponencialmente em comparação com os anos anteriores. Entre 2014 e 2019, houve um aumento significativo no número de publicações em relação aos anos anteriores, refletindo-se numa tendência subjacente da crescente cobertura académica desta área de pesquisa. Tal evolução demonstra que a área do Turismo e tudo o que com ela se relacionam tem despertado um interesse cada vez maior.

Relativamente à média de citações que cada artigo teve por ano, constatamos que os anos com maior volume de citações foram aqueles que se encontram compreendidos entre 1978 e 1979 e também entre 2016 e 2018, verificando-se valores bastante reduzidos ou nulos em vários anos, com exceção para o período compreendido entre 2006 e 2016.

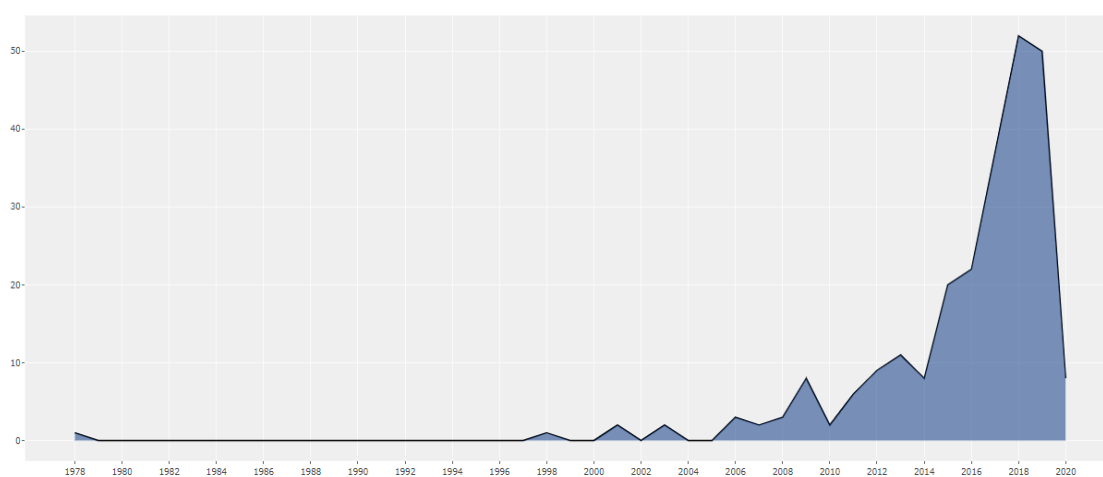


Figura 2.6. Produção científica anual (1978-2019). Fonte: Elaboração própria.

Isto revela que a temática não havia sido muito abordada, entre 1980 e 2000, pelos investigadores daí a existência de um número reduzido de citações de trabalhos nesse período. Podemos concluir que a investigação mais relevante se situa, essencialmente, no período compreendido entre 2000 e 2020 (Figura 2.7.).

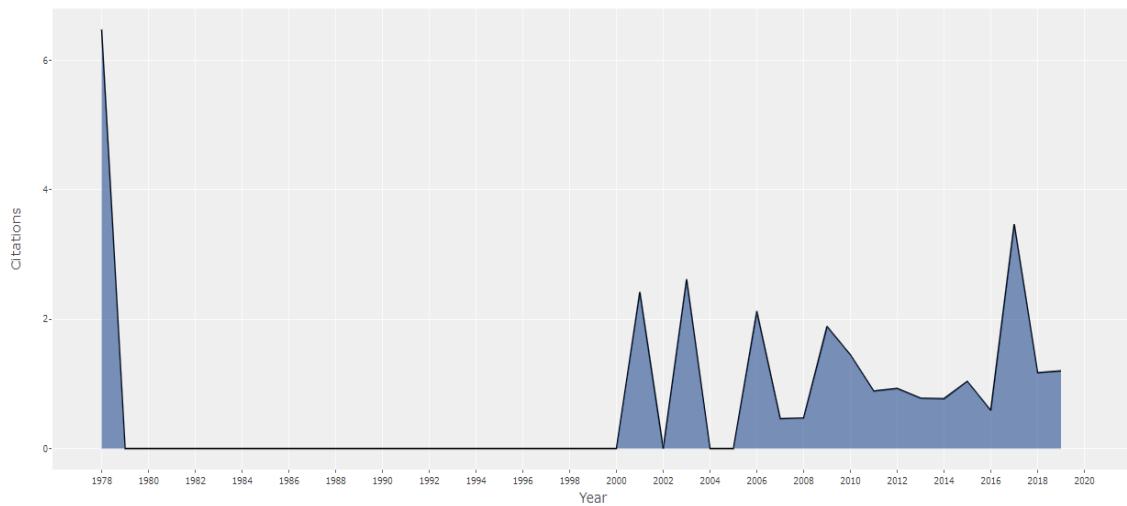


Figura 2.7. Número de citações por ano (1978-2020). Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 2.8. podemos ver as ligações entre os autores e respetivas temáticas de investigação verificando-se ligações fortes às temáticas relacionadas com Tourism, Accommodation e Hospitality entre outras também relevante. Esta rede entre autores e temas permite verificar quais os principais autores cujos trabalhos de investigação e temáticas neles analisadas são um ponto de referência nesta área do conhecimento.

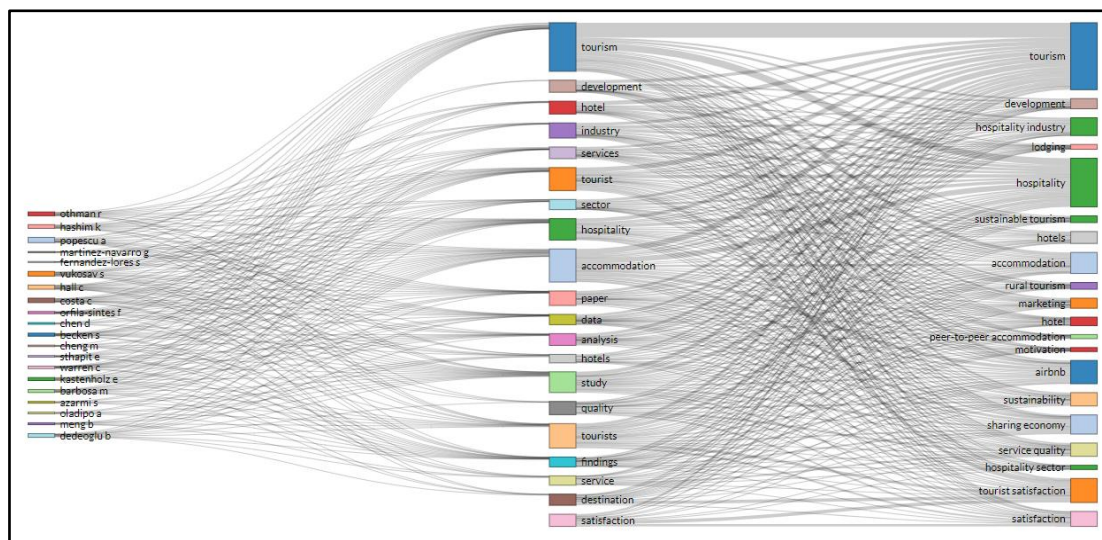


Figura 2.8. Ligações entre autores e temáticas. Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao Top 20 das revistas mais relevantes nesta área destaca-se em primeiro lugar, com quinze documentos, a *International Journal of Contemporary Hospitality*, revista de Quartil 1 com *impact factor* atualmente de 1,85 (Figura 2.9.). Esta revista incentiva um intercâmbio entre pesquisadores e gestores. Os autores são incentivados a identificar implicações teóricas e práticas claras do seu trabalho para a gestão da hospitalidade e inovação, desde

preocupações de uma única entidade até grandes organizações (Scimago Journal & Country Rank, 2020).

Tal como podemos verificar na Figura 2.9., a revista *International Journal of Contemporary Hospitality*, dedicada essencialmente às áreas de *Business, Management and Accounting, Tourism, Leisure e Hospitality Management*, é também a mais citada e com maior fator de impacto nesta área de conhecimento. Tal não é uma surpresa pois é nesta revista que são publicados os mais relevantes artigos que abordam o tópico Tourism Accommodation e Hospitality.

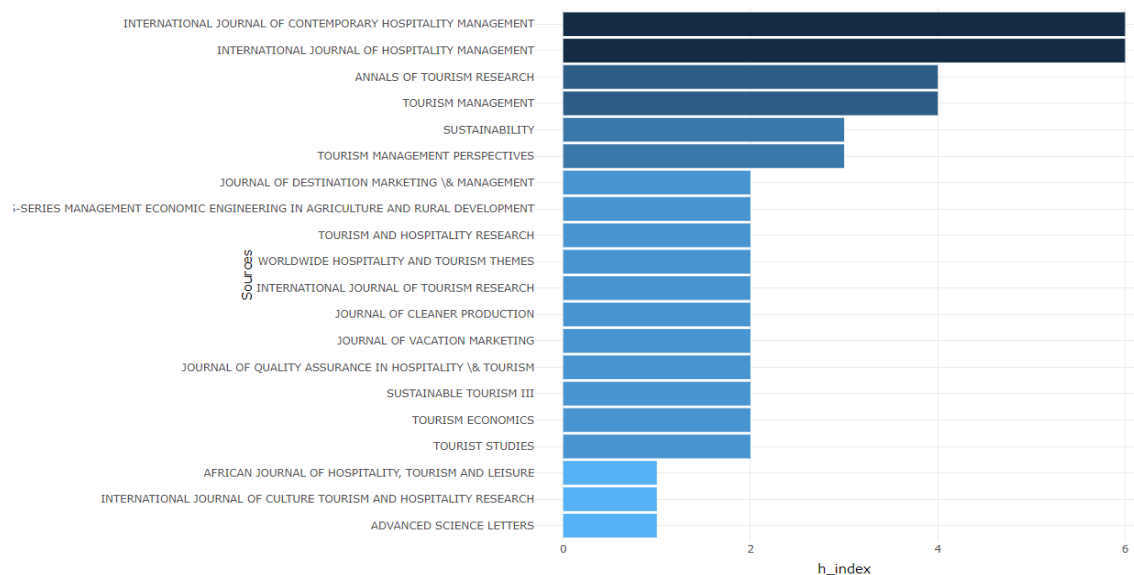


Figura 2.9. Revistas mais relevantes (índice de h). Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito aos autores mais relevantes nesta área, seguindo o critério do total de citações, verificamos que existem três autores que se destacam com um elevado número de citações em comparação com os restantes (Figura 2.10.). Daqui podemos aferir que este Top 20 de autores mais citados nesta área serão referências a ter em conta quando se pretende saber mais sobre esta área de conhecimento. Nesse sentido, parece essencial a leitura das investigações destes autores quando se pretende saber mais sobre a temática, até porque se estes são os mais citados é porque a sua qualidade será relevante.

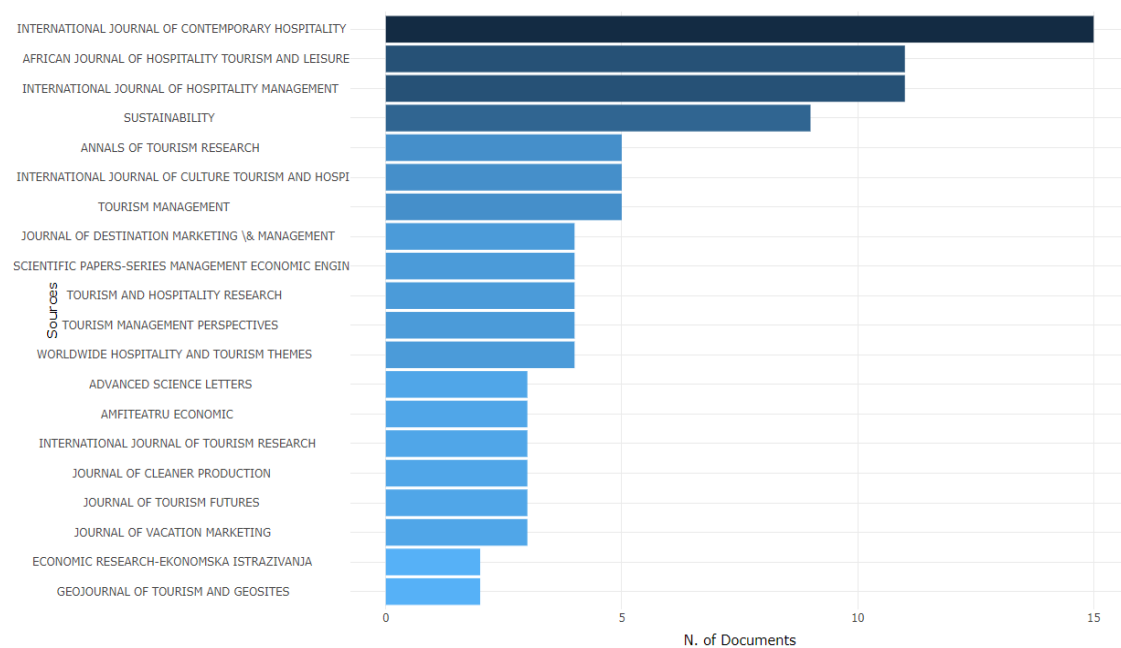


Figura 2.10. Número de publicações por revista. Fonte: Elaboração própria.

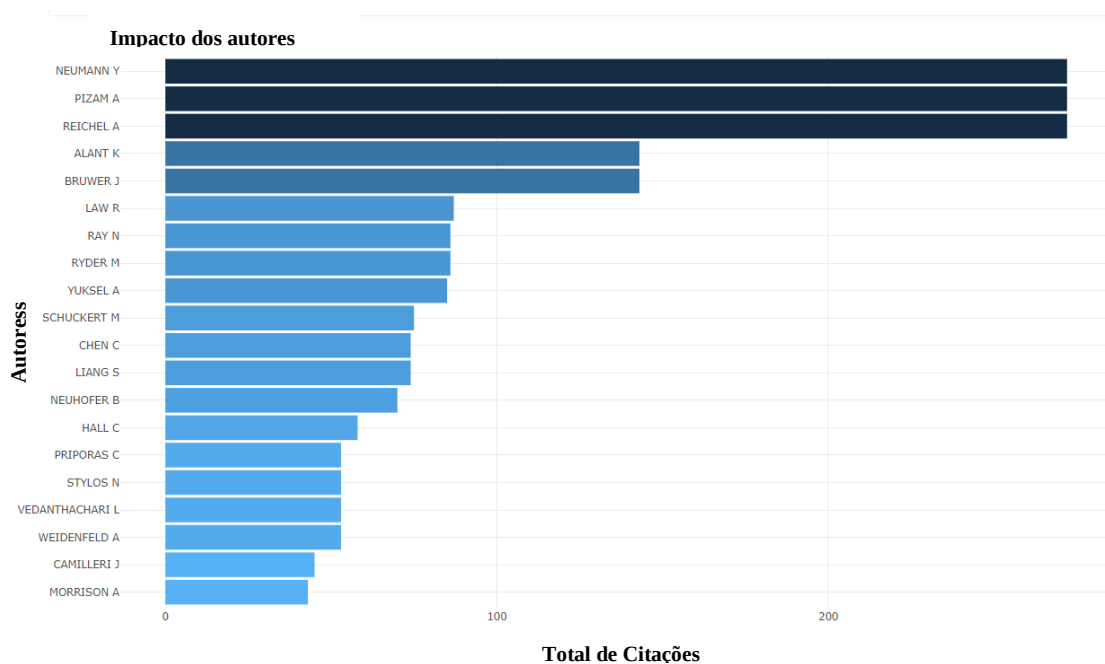


Figura 2.11. Autores mais relevantes. Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 2.12. podemos observar a produção ao longo do tempo dos principais autores do Top 20 da nossa base de dados. Cada círculo corresponde a um determinado número de documentos e respetiva média de citações. Os autores com círculos na sua linha publicaram pelo menos um artigo sobre a temática em análise. Quanto maior for o círculo mais publicações os autores tiveram nesse ano e quanto maior a distância entre círculos na reta, mais tempo o autor esteve sem publicar qualquer artigo na área de conhecimento em estudo. A título de exemplo

podemos fazer uma comparação entre o autor Hall C. e o autor Hashim K. Hall que publicou o seu primeiro artigo sobre esta temática em 2013, depois publicou dois artigos em 2016. Já Hashim publicou três artigos nesta área, todos no ano de 2015.

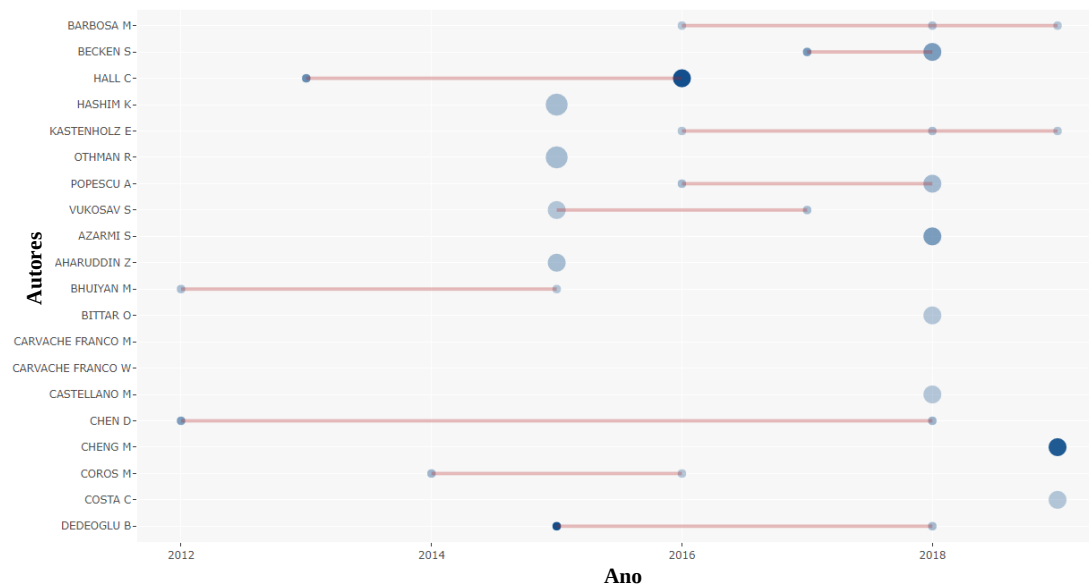


Figura 2.12. Produção ao longo do tempo. Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao h_index que mede o impacto científico e académico dos autores em geral e das suas investigações em particular, destaca-se apenas um com um valor de $h_index=3$ sendo que os restantes se situam no valor 2. De destacar que os trabalhos de investigação efetuado por TANI em 2013 e 2016 permitiram-lhe ter um grande impacto nesta área de conhecimento até aos dias de hoje, destacando-se este investigador como um dos principais conhecedores nesta área de investigação (Figura 2.13.).

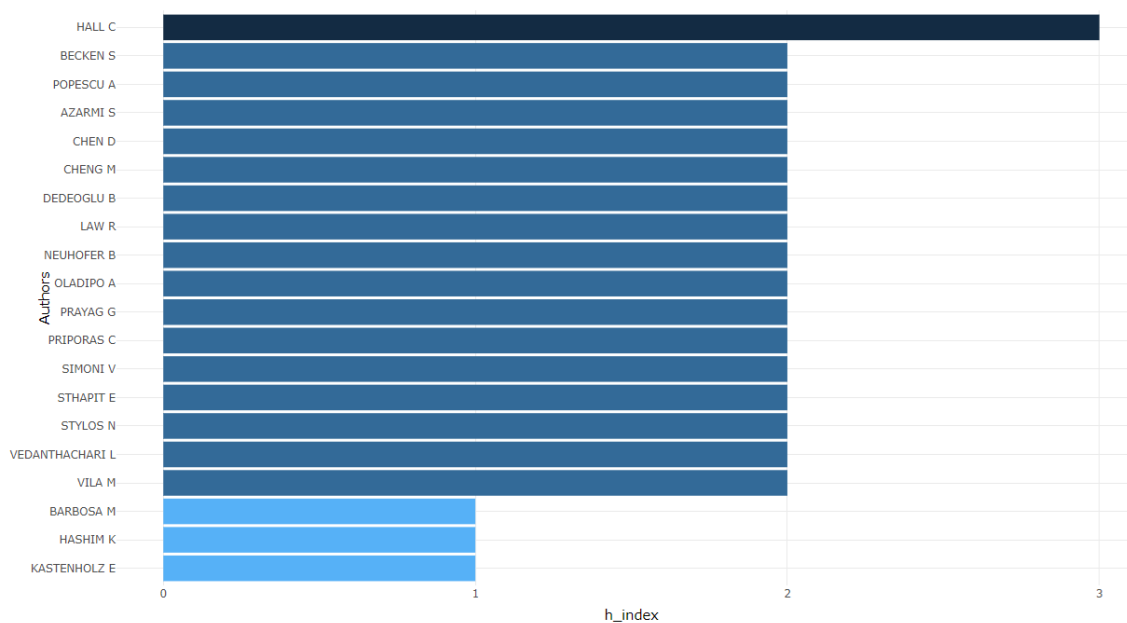


Figura 2.13. Impacto científico dos autores. Fonte: Elaboração própria.

Relativamente às universidades a que pertencem os investigadores destaca-se a Universidade de Aveiro, que é portuguesa, surge em primeiro lugar no ranking do Top 20, seguindo-se a Griffith University e a Universidade de Las Palmas. No entanto, verifica-se algum equilíbrio entre universidades destacando-se o continente Europeu com as universidades cuja produtividade nesta área é mais relevante (Figura 2.14.).

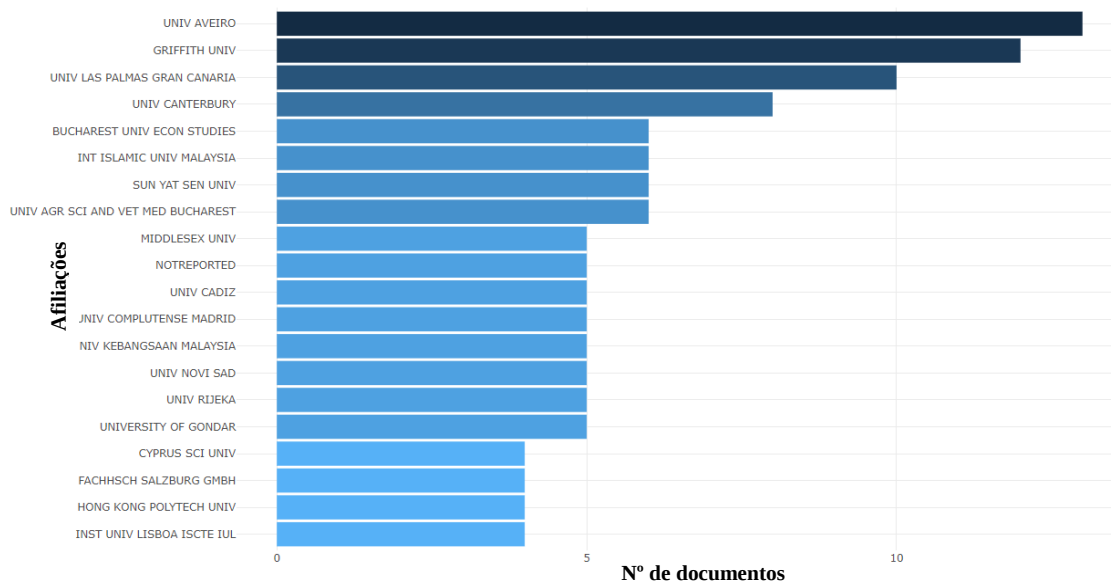


Figura 2.14. Afiliações dos autores. Fonte: Elaboração própria.

No diagrama de autores apresentado na Figura 2.15 e respectivas ligações podemos observar os autores mais relevantes e a forma como se interligam no que diz respeito ao cruzamento dos trabalhos de investigação. Esta rede é construída através das citações e co-citações entre os diversos autores, destacando-se aqueles, que pelo maior impacto dos seus trabalhos, se encontram mais destacados no diagrama. Nesse sentido, é possível perceber que os autores mais relevantes apresentam o seu nome num quadrado de maior dimensão e que existem quatro *clusters* principais de redes de autores e temáticas que apesar de tratarem de assuntos diferentes se relacionam entre si nos diversos estudos. Verificamos a existência de quatro *clusters* que apresentam relevância na rede de ligação entre os autores, com diferentes impactos devido ao maior número de autores em alguns *clusters*, no entanto todos se apresentam relevantes nesta área científica. Este tipo de diagrama permite perceber a forma como a área de conhecimento que é objeto deste estudo se encontra organizada e quais as ligações entre autores que a abordam (Figura 2.15.).

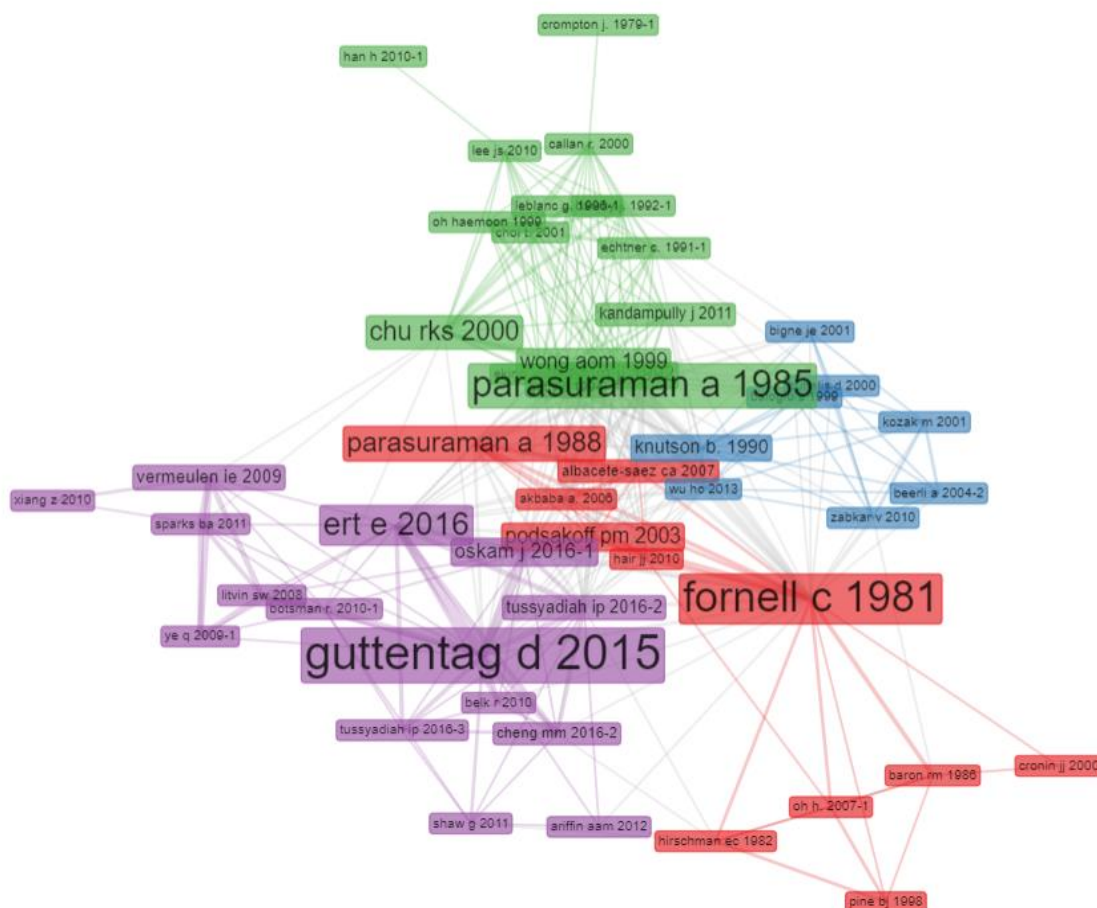


Figura 2.15. Redes de ligação dos autores. Fonte: Elaboração própria.

No que diz respeito aos países com maior produtividade científica nesta área, destaca-se em primeiro lugar o continente Europeu com Espanha a liderar com setenta e oito documentos, seguindo-se Portugal com quarenta e oito, depois o continente Asiático com a China totalizando

de vinte e nove, seguindo-se o Japão e a Malásia, todos pertencentes ao continente Asiático e que lidera o ranking de investigações (Figura 2.16. e Tabela 2.5.).

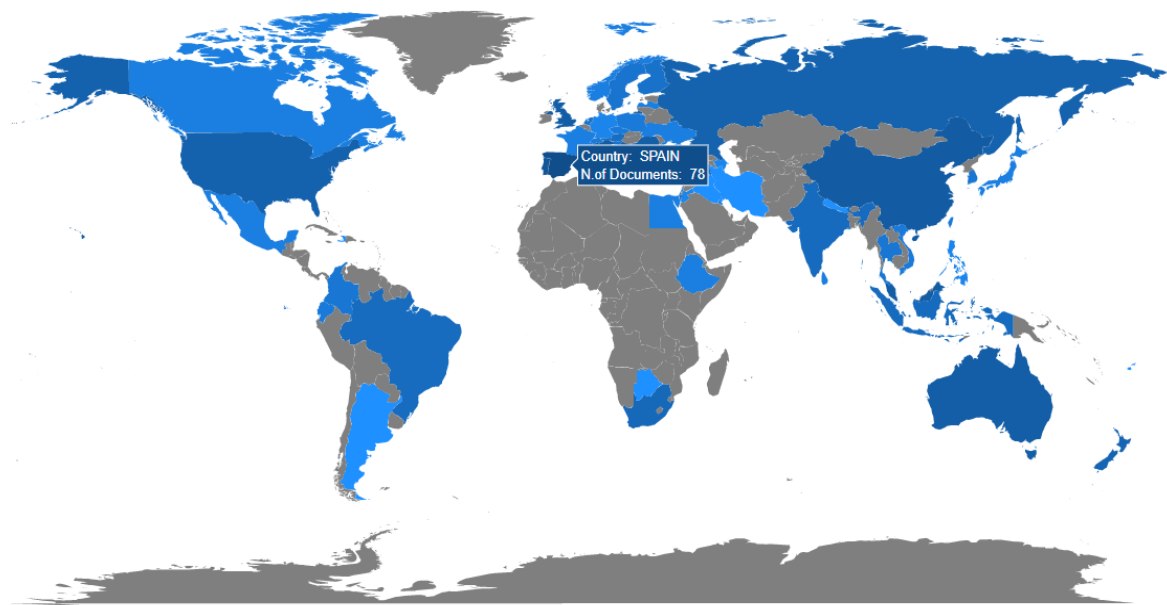


Figura 2.16. Produção científica por país. Fonte: Elaboração própria.

Tabela 2.5. Produção científica por país.

País	Nº de documentos	País	Nº de documentos
Espanha	78	Russia	19
Portugal	45	Turquia	17
China	29	Nova Zelândia	16
Itália	29	África do Sul	13
Malásia	28	Grécia	11
Reino Unido	27	Índia	11
Austrália	26	Indonésia	11
Roménia	25	Brasil	10
EUA	21	Sérvia	10
Croácia	19	Áustria	9

Fonte: Elaboração própria

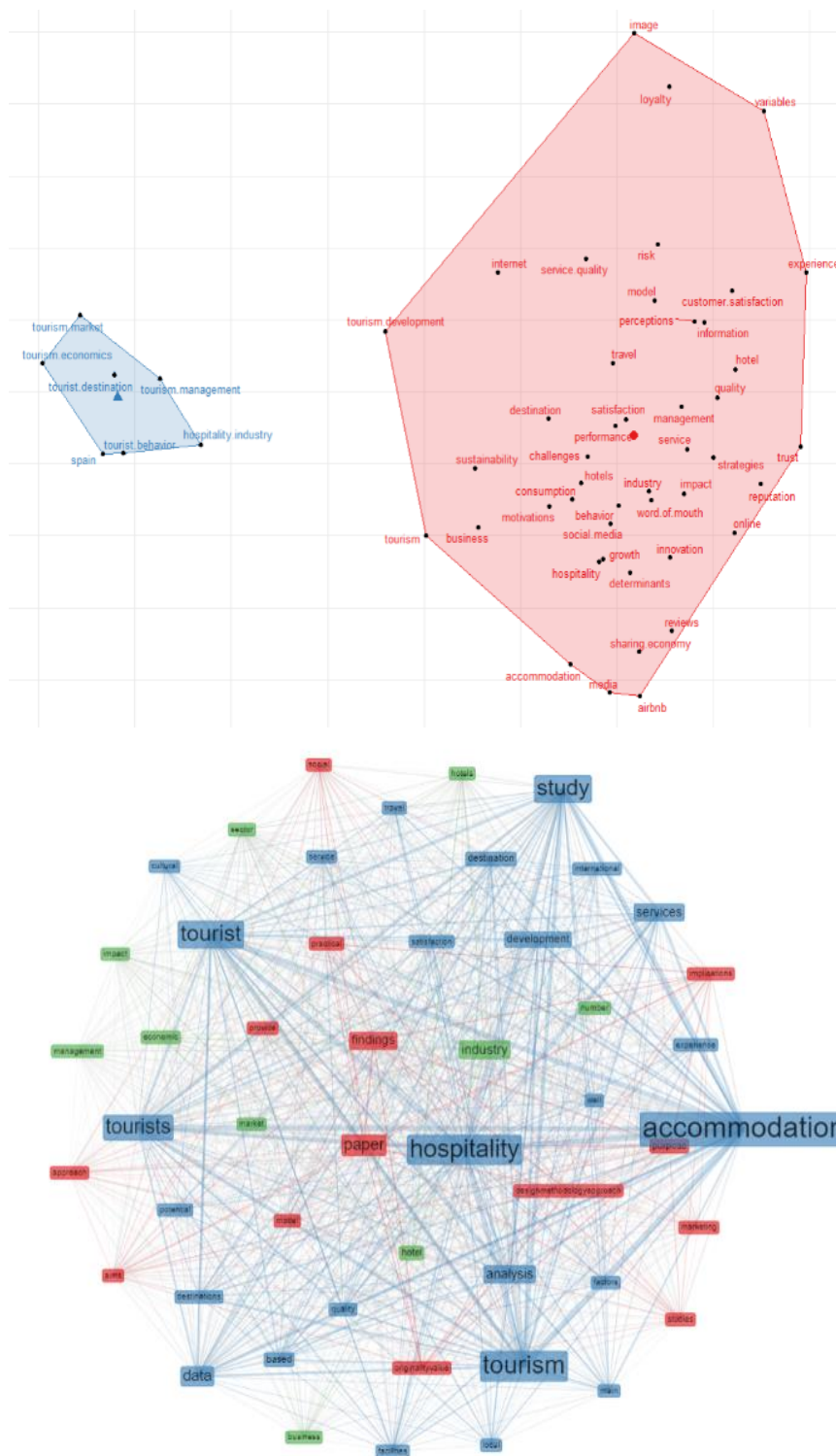


Figura 2.17. Word Networking. Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito às temáticas mais abordadas em investigações sobre Tourism Accommodation e Hospitality verificamos que as palavras chave que permitiram este mapeamento da literatura e *networking* (rede) de investigação foram as mais indicadas para obter os *outputs* mais direcionados com o estudo, análise e compreensão desta área do conhecimento.

2.4. Conclusão

Quais são então as lições que podemos tirar deste capítulo e qual a sua pertinência tanto para empresários do Douro, como para investigadores que se queiram dedicar à investigação sobre o tema alojamento? Desde logo há que recordar que no primeiro ponto mostrámos como o alojamento é uma peça basilar do sucesso dos destinos turísticos e das esperanças de desenvolvimento das comunidades anfitriãs. Este, quando tido como elemento devidamente integrado e planeado na estratégia global de um destino pode efetivamente contribuir para o seu sucesso. O planeamento exige uma governança turística transparente, mecanismos políticos e legais adequados, e uma capacidade de atualização tecnológica, promocional e ajustada às metas definidas para cada destino.

Também depende do conhecimento científico e técnico que pode ser recolhido na produção científica existente, mormente, nos artigos de revistas internacionais de referência, como aquela originária de revistas indexadas na WOS e SCOPUS. Vimos como as temáticas relacionadas com a sustentabilidade, marketing, satisfação, desenvolvimento, hospitalidade, *Airbnb*, economia partilhada, são as mais frequentemente abordadas em relação ao alojamento nos artigos destas revistas.

Adicionalmente, demonstrou-se que tem havido um grande crescimento da produção científica dedicado ao tema do alojamento desde o início do milénio, em particular nos últimos oito anos tendo a mesma duplicado por duas vezes neste período. Este tema tem tido presença significativa entre as mais conceituadas revistas internacionais dedicadas aos estudos sobre o turismo, tendo alguns autores, como Neuman, Pizam, Reichel, Alant, Bruwer, entre muitos outros, tido uma produção significativa, ao passo que Hall, Becken, Popescu, Azarmi, etc., têm tido um grande destaque e relevância.

Entre as instituições de ensino superior de maior realce, entre os artigos sobre alojamento, encontramos universidades da Austrália, Reino Unido, e várias outras espalhadas pela Ásia, mas o grande achado foi o facto da Universidade de Aveiro e a Universidade de Las Palmas terem uma representação significativa. Na verdade, os dados mostraram que Espanha, logo seguido de Portugal, são os países de onde origina a maioria da produtividade por país. Estes resultados sugerem que é na Península Ibérica onde se concentram grande parte dos autores com maior produção e como tal concentram também conhecimento especializado e investigações com grande pertinência para pesquisadores e empresários nacionais.

Por outras palavras, tanto investigadores como empresários nacionais podem encontrar uma grande quantidade e qualidade de produção científica sobre o tema de alojamento, contribuindo para um planeamento mais informado e uma prática melhor adaptada às constantes mudanças do setor, como esta reúne muitos trabalhos de ou sobre estudos de caso e contribuições teóricas gerais sobre a Península Ibérica. Algo que pode acrescentar uma vantagem competitiva face a outros destinos que são forçados a iniciar investigações de raiz para conhecer a sua realidade específica ou aplicar modelos e práticas de outros destinos com uma margem de erro superior.

2.5. Referências bibliográficas

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975.
- Beni, M. (2007). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC.
- Buades, J. (2009). *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R. & Wanhill, S., & Fyall, A. (1998). *Tourism: Principles and Practice, 2nd Edition*. Longman, Harlow.
- Cunha, L. (2006). *Economia e política do turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Verbo.
- Dias, R. (2004). *Introdução ao turismo*. São Paulo: ATLAS.
- Monfort Mir, V. (2000). *Competitividad y factores críticos de éxito en la “hotelería de litoral”*. Madrid: FITUR.
- Goss-Turner, S. (1996). “The accommodation sector”. In Jones, Peter (Ed.), *Introduction to Hospitality Operations* (pp. 21-35). Cassell: London.
- Montejano, J. (1991). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.
- OMT (ed.) (1995). *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics: a technical manual*. Madrid: OMT. Online em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284401031>
- Pereiro, X. (2009). *Turismo Cultural. Uma visão antropológica*. La Laguna: PASOS. Online em: <http://www.pasosonline.org/es/coleccion/pasos-edita/36-numero-2-turismo-cultural>
- Saxena, A. (2008). *New Trends in Tourism and Hotel Industry*. New Dehli: Navyug.
- Scimago Journal & Country Rank (2020). Scimago Journal & Country Rank. Retrieved from <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=12277&tip=sid&clean=0>
- Sharpely, R. (2000). The influence of the accommodation sector on tourism development: lessons from Cyprus, *Hospitality Management*, 19, 275-293.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538.

Capítulo 3

Metodologia

3. Metodologia

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com)

3.1. Metodologia geral do projeto DOUROTUR

As metodologias aplicadas no projeto de investigação DOUROTUR foram guiadas por uma epistemologia holística e integral do turismo, enquanto atividade humana complexa e não apenas como um simples negócio mercantil ou atividade técnica. Este princípio epistemológico, e também em parte ontológico, conduziu várias abordagens articuladas:

- Abordagem sistémica do turismo (cf. Mill & Morrison, 1992; Vera et al., 1997; Santana, 1997; Santana, 2003; Barretto, 2007; Beni, 2007; Santana, 2009; Nowak et al., 2010).
- Abordagem histórica (cf. Towner, 1996) e diacrónica do turismo no Douro (enfoques do ciclo de vida do destino turístico): memória e história; história documental, audiovisual e oral do turismo.
- Abordagem territorial do turismo (cf. Zimmer & Grassman, 1996; OMT, 1999; Beni, 2007).
- Abordagem pluridisciplinar, multidisciplinar – interdisciplinar do turismo (cf. Brito, 2007).

Em consequência, os enfoques metodológicos foram quali-quantitativos (mistos) de acordo com uma estratégia de investigação multimetódica (constelação de métodos, triangulação), algo que é inovador em investigação turística e que aportam novidades na produção do conhecimento. Além do mais, o desenho da investigação em curso toma em atenção a filosofia da co-investigação e investigação participativa pelos investigados (agentes sociais do turismo). Outra nota metodológica que orientará as técnicas de investigação é a visão estratégica que adotaremos para interpretar e compreender o turismo no Douro: a coordenação da oferta, a melhoria da mediação e comunicação oferta-procura, a inovação tecnológica e organizacional. Portanto, o projeto será aplicado nas suas componentes de coordenação, gestão, planificação e marketing digital de um destino emblemático em Portugal, que ambiciona outro turismo para a região Norte interior.

Ao longo do desenvolvimento oficial do projeto (maio de 2016/outubro de 2019) temos seguido um princípio de triangulação metodológica. Este princípio tem articulado dados documentais e estatísticos com dados observacionais e empíricos no terreno, e também com dados verbais produto de entrevistas e grupos de debates com agentes turísticos. Relativamente a estes últimos apresentamos uma grelha de grupos de debate nos quais temos obtido informação sobre o turismo no Douro e em particular sobre o alojamento turístico:

Tabela 3.1. Participação em grupos de debate, seminários, reuniões e entrevistas do projeto DOUROTUR.

Título	Local	Data	Tema	Organização	Participantes
Apresentação da Estratégia de Turismo 2017-2017	Museu do Douro	6-09-2016	Plano Estratégico do Turismo de Portugal	TPNP – Turismo de Portugal	Agentes sociais de TMAD e do Norte de Portugal
Entrevista ao Secretário Geral da AETUR	UTAD-DESG	14-09-2016	Turismo no Douro	Xerardo Pereiro	Alberto Tapada
Entrevista ao Diretor do Museu Etnográfico de Vila Real	Museu Etnográfico de Vila Real	26-09-2016	Museus e turismo	Xerardo Pereiro	Hermínio Botelho
Debate com Paradoxo Arquitetos	UTAD-DESG	6-10-2016	Turismo no Douro	Xerardo Pereiro	Joaquim e Pedro
Diálogo com João Silva Ribeiro	Museu de Vila Velha	13-10-2016	Turismo em Vila Real	Xerardo Pereiro	Alunos de Turismo Cultural da UTAD
II Encontro Nacional de Museus do Vinho	Museu do Douro	11-11-2016	Museus e turismo	Museu do Douro	Vários
Entrevista com Paulo Vaz (Diretor da EHT de Douro-Lamego)	Casa de Mateus	27-11-2016	Turismo no Pinhão	Casa de Mateus	Paulo Vaz
Seminário – Debate “15 Anos Douro Património Mundial”	Edifício do Governo Civil em Vila Real	14-12-2016	Património cultural e turismo no Douro	CM de Vila Real, AETUR, CIM Douro, CCDRN...	Vários
Apresentação do projeto DOUROTUR	Biblioteca Central da UTAD	11-01-2017	Turismo no Douro	CETRAD	Vários
Reunião com Alberto Tapada (AETUR)	CETRAD	8-02-2017	Turismo no Douro	CETRAD	Vários
III Jornadas de Turismo do NET	ECHS	3-03-2017	Turismo no Douro	NET – Núcleo de Estudantes de Turismo. Direção da Licenciatura em Turismo	Vários
Seminário UTADINTUR com Alberto Tapada	UTAD-DESG	3-05-2017	Turismo no Douro	Licenciatura em Turismo da UTAD	Vários
Douro TGV – Turismo, Gastronomia e Vinho	Régia Douro Park – Vila Real	11-05-2017	Turismo no Douro	Régia Douro Park	Vários

Tabela 3.1. (continuação).

Título	Local	Data	Tema	Organização	Participantes
Seminário DOUROTUR sobre Mobilidades turísticas	UTAD	24-05-2017	Turismo no Douro	CETRAD	Agentes turísticos
Reunião com representantes de Casa de Mateus	CETRAD	17-07-2017	Turismo em Vila Real e no Douro	CETRAD – Casa de Mateus	Vários
Reunião com representantes da CM de Armamar	CETRAD - UTAD	21-09-2017	Turismo no Douro	CETRAD – CM de Armamar	Vários
Visita à feira INTUR (Valladolid)	Valladolid	23-26 de novembro de 2017	Turismo de interior	UTAD, TPNP...	Vários
Apresentação Douro em Movimento – Aldeias com vida	Museu do Douro	12-07-2018	Turismo no Douro	Douro Generation	Vários
Apresentação do Guia “Real Food” e debate com convidados	Auditório Biblioteca Central da UTAD	3-10-2018	Turismo e Gastronomia em Vila Real	CETRAD – DOUROTUR	Vários
RENAM- Associação Mundial Magalhânica	Espaço Miguel Torga - Sabrosa	12-10-2018	Volta ao Mundo – Turismo e promoção do Douro	AETUR – RENAM	Vários
Grupo de debate sobre animação turística no Douro	CETRAD	7-11-2018	Animação turística, governança e mobilidades turísticas no Douro	CETRAD	Vários
I Encontro Nacional do Barro Preto de Bisalhães	Teatro Municipal de Vila Real	29-11-2018	Artesanato e turismo	CM de Vila Real	Artesãos, técnicos, políticos, investigadores...
Reunião com o Conselho Municipal de Turismo de Armamar	CM de Armamar	30-11-2018	Turismo no Douro	CM de Armamar	Vários
Grupo de debate com os técnicos de turismo do Douro – NUT III	CETRAD	16-01-2019	Turismo no Douro	CETRAD	Vários
Meeting Douro – Encontro da AETUR	UTAD	18-01-2019	Turismo no Douro	AETUR	Vários

Tabela 3.1. (continuação).

Título	Local	Data	Tema	Organização	Participantes
Visita de estudo a “XANTAR”	Expo-Ourense - Galiza	9-02-2019	Turismo no Douro	CETRAD – UTAD	Xerardo Pereiro
Seminário GlobalTEC - AETUR	UTAD	20-03-2019	Turismo no Douro	CETRAD	Vários
Apresentação final de resultados do projeto DOUROTUR	UTAD - ECHS	30-10-2019	Turismo no Douro	CETRAD	Vários

3.2. Metodologia do estudo do alojamento turístico no Douro

A metodologia escolhida para abordar o alojamento turístico do Douro foi tripla: a) A observação participante em alojamentos de toda a região, feita por investigadores do projeto na qualidade de clientes-mistério e seguindo um protocolo de observação e análise; b) A consulta e análise quantitativa e qualitativa de fontes estatísticas oficiais (ex. Registo Nacional de Turismo, Turismo de Portugal); c) A realização de 103 entrevistas em profundidade com empresários do alojamento turístico da região do Douro (NUT-III), com base num guião estruturado (ver anexo I do relatório) e um protocolo de atuação com observação em contexto do projeto turístico.

Em relação à primeira estratégia, vários investigadores do projeto, na qualidade de clientes-mistério, foram fazer trabalho de campo pelos 19 municípios do Douro (NUT –III) e ficaram alojados em empreendimentos de Vila Real, Santa Marta de Penaguião, Mesão Frio, Armamar, São João da Pesqueira, Torre de Moncorvo, Freixo de Espada à Cinta, Vila Real, Sabrosa, Carrazeda de Ansiães, Penedono, bem como nos restantes concelhos. O alojamento permitiu-nos conhecer a hospitalidade turística duriense desde a posição do turista, e também observar instalações, equipamentos, serviços, atendimentos, turistas, trabalhadores, gestores, interações entre locais e visitantes, problemas e criatividade nas hospedagens, fortalezas e possibilidades. Principalmente, permitiu-nos conhecer *in situ*, ainda que de forma exploratória, inúmeras pessoas e profissionais do turismo na região e a diversidade da oferta de alojamento turístico na região, porque o alojamento foi feito em diversos tipos de hospedagem: campings, unidades de turismo rural, alojamento local, hotéis de 4 e 5 estrelas, quintas de enoturismo, etc. Esta primeira estratégia serviu de teste antropológico ao turismo da região, e também nos permitiu conhecer em contexto qual o grau de articulação da oferta turística nos diferentes municípios, dito de uma outra forma, qual o trabalho em rede e parceria entre alojamento, restauração, informação e animação turísticas. Durante a implementação desta estratégia, os investigadores registaram em diário de campo todo um conjunto de informações e observações que serão analisados nos próximos capítulos. Em síntese, portanto, o nosso conhecimento sobre o alojamento turístico do Douro não está baseado unicamente em estatísticas e dados oficiais, antes pelo contrário, é fruto de um trabalho em equipa e da exploração de terreno.

A segunda estratégia foi aplicada de forma paralela ao longo do desenvolvimento do projeto, e consistiu na consulta de dados estatísticos oficiais. Neste caso estamos muito gratos ao

Turismo de Portugal, pois forneceu-nos dados essenciais para medir e compreender a situação do alojamento turístico no Douro. Aqui também foi essencial a consulta e análise do Registo Nacional de Turismo (RNT, cf. <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>), fonte de dados oficial e essencial para compreender o turismo em Portugal. No capítulo 4 damos conta desta análise de forma detalhada e pormenorizada. A nossa surpresa foi que desde o início do projeto em 2016 até o seu fim oficial em outubro de 2019, o número de empreendimentos de alojamento turístico cresceu exponencialmente de 255 para cerca de 1000. Este forte crescimento mostra vários aspetos, entre os quais que a realidade social muda mais rápido do que possamos imaginar desde a Academia e é útil analisar esses processos de mudança, para melhor entender o ciclo de vida de um destino turístico. A biografia do destino também está nos números, que representam realidades sociais complexas que devem ser escrutinadas de igual modo qualitativamente.

A terceira estratégia, articulada com as anteriores, foi também morosa e custosa (mais de 11.000 Euros). Por um lado, construímos um inquérito de entrevista observacional para inquirir na altura (ano 2016) os 255 empreendimentos turísticos de alojamento existentes. A amostra selecionada foi a totalidade dos estabelecimentos de alojamento turístico da NUT III Douro tendo como fonte o Registo Nacional de Turismo (RNT, cf. <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaRegisto.aspx>). O guião de entrevista foi desenhado por uma equipa alargada de investigadores e na sua construção também participaram os principais agentes turísticos da região (Turismo do Porto e Norte de Portugal, AETUR, Associação Nacional de Alojamento Local, etc.). O guião foi construído com base na literatura científica e teve como base a adaptação de diversas fontes bibliográficas:

- a) Beni, Mário Carlos (2007): *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC.
- b) Claver Cortés, Enrique; Molina Azorín, José Francisco e Pereira Moliner, Jorge (2006): *Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero*. Madrid: Ramón Areces.
- c) García Almeida, Desiderio J. (2004): *La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras*. Madrid: Ramón Areces.
- d) IDAE (ed.) (2001): *Ahorro de Energía en el Sector Hotelero. Recomendaciones y soluciones de riesgo*. Madrid: Ministerio de Economía – Secretaría General de Turismo.
- e) Rincón Córcoles, Antonio e Plágaro Repollés, Julio Maria (2007): *Turismo Virtual*. Madrid: Creaciones Copyright.
- f) AHRESP: <http://www.ahresp.com/>
- g) Hotel Energy Solutions: <http://ih-ra.com/hotel-energy-solutions/>
- h) International Hotel and Restaurant Association: <http://ih-ra.com/>

A estrutura final do guião de entrevista foi a seguinte:

- 1) Perfil do entrevistado;
- 2) Identificação do estabelecimento de alojamento;
- 3) Percurso histórico do estabelecimento;
- 4) Caracterização do estabelecimento (infraestruturas e a sua gestão, oferta turística de produtos e serviços, tipologia de preços, recursos humanos, comunicação e distribuição comercial, acessibilidade, recursos financeiros);
- 5) Utilização de ferramentas e processos tecnológicos;
- 6) Procura turística do alojamento;
- 7) Responsabilidade ambiental e uso das energias no estabelecimento;
- 8) Outras questões sobre a marca Douro.

O enfoque de aplicação foi quali-quantitativo (misto), entrevista em profundidade com bastantes perguntas abertas para conhecimento da oferta de alojamento da região do Douro, complementada com observação em contexto e registo visual registados em diário de campo textual e visual. As entrevistas foram aplicadas, inicialmente, no terreno por uma empresa contratada publicamente para o efeito, cujos investigadores receberam orientações por parte da UTAD para a aplicação das entrevistas observacionais no terreno, que eles confundiam com inquéritos por questionário. Durante o primeiro ano de aplicação, 2018, o número de inquiridos foi muito baixo, à volta de 25, e as entrevistas apresentavam muitas falhas na sua aplicação e na recolha de dados. Este baixo resultado, que nos apanhou por surpresa, provocou o incumprimento do contrato com a empresa selecionada para este serviço externo.

Os motivos esgrimidos pelos investigadores de campo da empresa contratada foram as respostas negativas dos empresários a recebê-los, o excesso de tempo da entrevista, as distâncias das deslocações no Douro. No nosso entendimento, as causas deste reduzido número de entrevistas, que se acompanhava de uma baixa qualidade na obtenção de dados da observação, eram mais resultado da incompetência dos investigadores dessa empresa para fazer trabalho de campo na região. No nosso ponto de vista, e em todos os manuais de investigação social e turística, é bem conhecida a importância das habilidades sociais no terreno e do saber ganhar-se a confiança dos entrevistados para criar ambientes de diálogos produtivos, significativos e relevantes para a investigação.

Isto não aconteceu como devia e aqui também devemos fazer uma reflexão autocrítica, pois a equipa DOUROTUR não acompanhou nem monitorizou inicialmente o processo de realização das entrevistas, por causa da confiança com os membros dirigentes da empresa. A confiança foi quebrada em novembro de 2018, data final para entrega das entrevistas, e foi pedido à empresa um esforço adicional para atingir um número maior de entrevistas. Se bem no contrato estabelecido o número de entrevistas a realizar era próximo de 255, a realidade é que em janeiro

de 2019, a UTAD só recebeu 80 entrevistas, numa altura em que os empreendimentos turísticos da região se aproximavam dos 800. Nesse ponto de situação, decidimos completar o volume de entrevistas até ultrapassar as 100, e atingindo assim um número mais representativo e significativo de entrevistas. O processo foi magnificamente conduzido pela Prof.^a Dr.^a Maria Teresa Manfredo e pelo Dr. Pedro Azevedo (CETRAD – UTAD), que num breve período de tempo completaram o número redefinido. Os alojamentos entrevistados aparecem refletidos na Tabela 3.2 abaixo.

Várias são as lições que podemos retirar sobre as escolhas e procedimentos metodológicos desenvolvidos, mas há uma que nos parece importante, e é, a importância de contar com investigadores com treino e preparação suficientes para não confundir uma entrevista em profundidade com um inquérito por questionário.

Tabela 3.2. Localidades e alojamentos entrevistados.

Localidade	Alojamento
Alijó	Casa da Trigueira
	Hotel Douro
	LBV House Hotel
	Quinta do Silval
	Quinta Fiães
	The Vintage House Hotel
Armamar	Casa da Capela de Cima
	Casa da Raposeira
	Casa do Alambique
	Casa S. Miguel do Douro
	Casa da Viúva
	Douro Janja
	Palácio Nova Seara
	Quinta da Barroca
	Casa da Fonte
	Outros Tempos
Carraceda de Ansiães	Quinta de Santa Eufémia
	Bom Sossego
	Casa do Beco
	Hotel Casa do Tua
	Quinta do Bartol
Freixo de Espada à Cinta	Terraços de Baco
	Moradias do Douro Internacional
	Quinta do Salgueiro

Tabela 3.2. (continuação).

Localidade	Alojamento
Lamego	Casa da Fonte
	Casa da Quinta de Ferreiros
	Casa de Santo António de Britiande
	Casa dos Varais
	Hotel S. Paulo
	Quinta Casaldronho
	Quinta da Pacheca
	Quinta de Marrocos
	Quinta do Terreiro de Lalim
	Villa Hostilina
Mesão Frio	Casa de Campo Vila Marim
Moimenta da Beira	Casa de Paradussa
	Casa do Monge
Murça	Alojamento Rural Casa Eira
	Casa do Cabo
	Restaurante Residencial Vitorino
Penedono	Hotel Medieval de Penedono
Peso da Régua	Casa da Vinha Grande
	Casa do Lobo à Serra
	Casa Nossa Sra. Do Carmo
	Império Hotel
	Quinta da Pitarrela
	Quinta do Vallado
	Solar Casa Grande de Poiares
	Tridurius
Sabrosa	Casa de Vilarinho de S. Romão
	Casa dos Barros
	Manhãs D´Ouro
	Mesão Provesende
	Quinta Nova
Sta. Marta de Penaguião	Casa do Santo
	Casa Fundo do Povo
	Casa Grande do Serrado
	Pensão Oásis
	Quinta da Cumieira
	Quinta do Lamego
São João da Pesqueira	Casa do Adro
	Casas do Prior
	Chalés Sobre o Douro
	Parque Campismo Mata do Cabo
	Quinta de São José

Tabela 3.2. (continuação).

Localidade	Alojamento
Sernancelhe	Casas de Campo da Barroca Hotel Rural Convento Nossa Sra. Carmo
Tabuaço	Casa dos Rui's Quinta da Padrela Quinta de Santo António Quinta do Monte Travesso Quinta do Pêgo
Tarouca	Quinta da Vinha Morta
Torre de Moncorvo	Casa da Avó Casa dos Coelho O Popular O Retiro Serra do Reboredo
Vila Nova de Foz Côa	Casa Vermelha Casas do Pocinho Quinta do Chão D'Ordem
Vila Real	Apartamento Montes e Vales no Centro Casa da Cruz da Campeã Casa da Quinta de São Martinho Casa do Prado Douro Village Hostel Hotel Miracorgo Hotel Miraneve Hotel Quinta do Paço Quinta da Corujeira Quinta de São José Pensão Areias Bagos Steak House Residencial Bem Estar Clássico Encontro Levada Montanhês Real Residencial da Sé Maria do Carmo Rústico e Singelo Verde Paisagismo
Total	103 empreendimentos

Fonte: Elaboração própria.

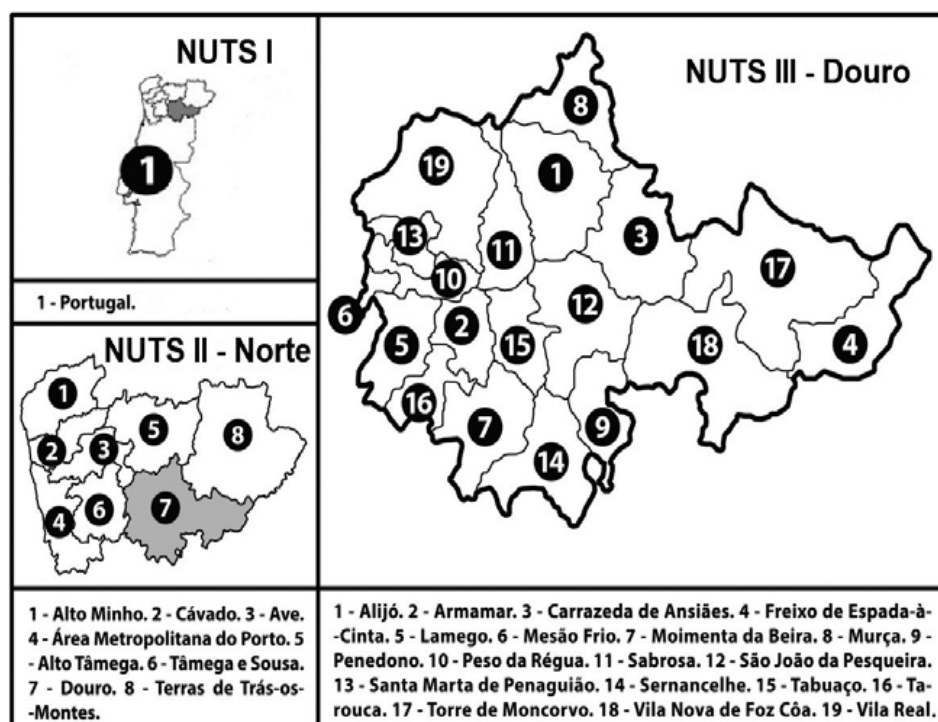


Figura 3.1. Mapa de Portugal, Norte de Portugal e o Douro (NUT-III). Fonte: Projeto DOUROTUR.

3.3. O perfil dos entrevistados

Das 103 pessoas entrevistadas, 54 eram homens e 49 mulheres. A sua função no âmbito do empreendimento é diversa: proprietário, gerente, responsável pelo marketing e promoção, rececionista, manager, diretor, administrador, assistente da direção, gestor, coproprietário, sócio-gerente, diretor comercial, funcionária. Em realidade a maioria dos inquiridos confessam-nos que realizam tarefas multifunção e não tão especializadas como poderia parecer, destacadamente nos empreendimentos de menor dimensão, onde é preciso fazer um pouco de tudo. A idade média dos inquiridos é de 48,20 anos. Quanto à naturalidade dos entrevistados, 92 (90%) deles são naturais de Portugal e 11 (10%) do estrangeiro (cinco do Brasil, dois de Angola, um de França, um de Moçambique, um dos EUA e um da Suíça). Dos naturais de Portugal, 36 deles (35%) são de fora da região do Douro (NUT-III), a maioria da região Norte, mas também há quem tenha nascido em Lisboa. Em relação com a variável residência, 99 residem na região do Douro e só quatro deles residem fora. De todos os entrevistados, 33 (32%) residem no eixo mais “urbano” de Vila Real, Régua e Lamego.

Em relação com o nível de formação, a Figura 3.2. abaixo explicita a formação dos entrevistados.

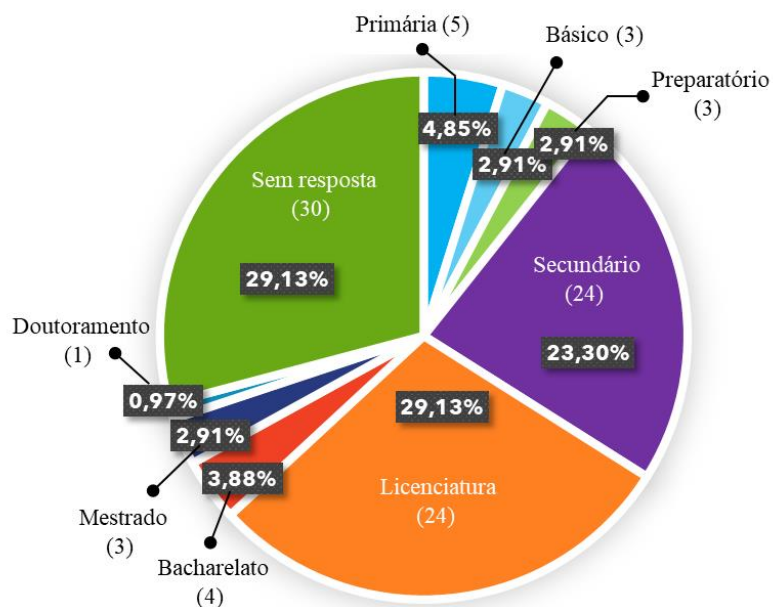


Figura 3.2. Nível de formação dos entrevistados. Fonte: Elaboração própria.

Somente 73 (70,87%) dos entrevistados manifestaram ter completado algum nível de instrução, e 30 (29,13%) não responderam a esta questão. Cerca de 31,07% 38% dos entrevistados completaram estudos superiores e só 12 deles (11,65%) possui estudos ligados ao turismo, o que mostra a baixa formação específica em turismo.

Em relação com a data de integração no empreendimento dos entrevistados a Figura 3.3. abaixo mostra alguns dados interessantes.

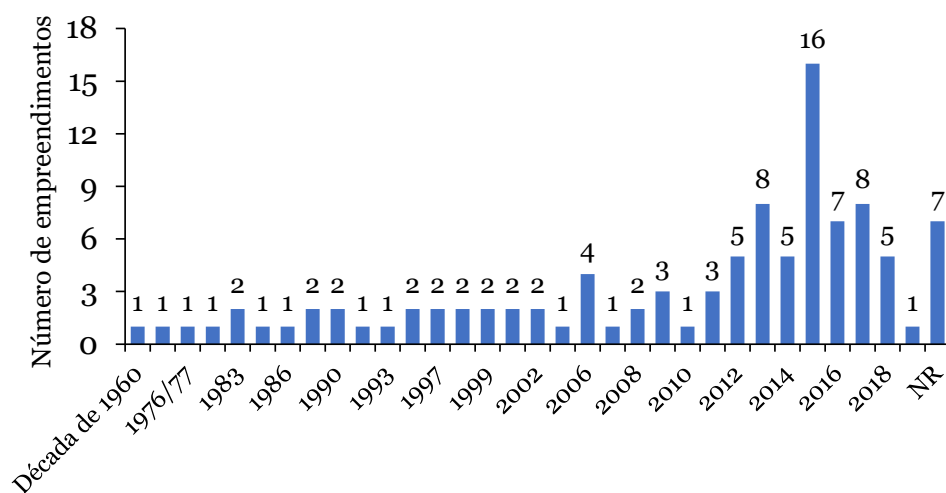


Figura 3.3. Data de integração nos empreendimentos dos entrevistados. (NR – não respondeu). Fonte: Elaboração própria.

Os dados acima mostram implicitamente uma biografia do turismo do Douro e como evidencia este rápido crescimento a partir de 2009, época de crise económica internacional. É a partir dessa data que 62 (60%) dos inquiridos começam a trabalhar em turismo no Douro, isto é, o turismo serviu como saída profissional e estratégia de resistência face à forte crise económica nacional e internacional.

3.4. Reflexões sobre o trabalho de campo

Com o objetivo de fazer uma análise exaustiva da oferta de hospedagem e do alojamento existente na NUT III - Douro, procedeu-se à realização de entrevistas em profundidade junto dos responsáveis dos alojamentos hoteleiros e de alguns funcionários. As entrevistas foram realizadas tendo por base um guião detalhado e foram conduzidas por investigadores do Projeto DOUROTUR da UTAD. O guião composto por 6 secções, possuía questões relacionadas com a identificação do alojamento, do seu percurso histórico e respetiva caracterização, questões ligadas à oferta e à procura e à responsabilidade ambiental, entre outros aspetos.

As entrevistas centraram-se numa abordagem quali-quantitativa (mista), sendo complementadas com observação nos próprios locais, registo visual e gravação áudio. Além do mais, a investigação foi feita juntos dos agentes dos alojamentos turísticos, tendo sempre em conta as suas vozes e visões. O facto de terem sido entrevistados diretores, responsáveis e funcionários, permitiu conhecer os diversos pontos de vista existentes.

A realização de 103 entrevistas a agentes dos alojamentos turísticos revelou-se abrangente. Apesar de cada entrevista ter uma duração prevista de uma hora, grande parte prolongou-se ao longo de várias horas. A própria extensão do guião era propícia a que a conversa se prolongasse.

Importa referir que a rigidez de algumas questões bem como o elevado número de perguntas podiam constituir uma barreira, mas que rapidamente foi ultrapassada: o entrevistado que estava reticente no início da conversa, deixava de estar com o decorrer da entrevista. Não estivemos “presos” ao guião/estrutura das entrevistas. O facto de se optar por um guião de entrevista que integrasse perguntas abertas tinha por objetivo adquirir o máximo de informação possível. Para não correremos o risco de perder informação, decidimos recorrer à gravação áudio de algumas entrevistas.

As entrevistas foram sempre realizadas nos próprios alojamentos, muitas das vezes em contacto com o desenrolar da atividade profissional e com a presença de hóspedes. Isto permitiu reter determinados pormenores e visualizar o funcionamento dos alojamentos, permitindo adquirir informação e relatos que mais se aproximam de uma análise antropológica. Na maioria das entrevistas realizadas, inúmeras conversas de foro familiar e pessoal, confidências e desabafos, acabavam por mesclar-se com as respostas às questões.

Um exemplo que demonstra a barreira inicial das entrevistas centra-se numa entrevista realizada a uma senhora reformada, viúva, que geria um alojamento já com várias décadas, situado no centro histórico de Vila Real, perguntamos-lhe a idade no início da conversa à qual a senhora exclamou: “não se pergunta a idade a uma senhora!”. No decorrer da entrevista, a senhora dizia que naquele espaço criou os filhos e que ali passou anos de trabalho árduo, ajudando

na cozinha, no alojamento e ainda fazendo trabalhos de costura. A certa altura referia: “são muitos anos de luta nesta casa, já tenho idade (...)”. Nós respondemos que a senhora ainda tinha muitos anos pela frente e a senhora acabou por revelar a idade, fruto da confiança ganha ao longo da entrevista.

Podemos afirmar que as entrevistas se centraram essencialmente em dois aspetos: o à vontade sentido pelos entrevistados e a confiança adquirida com o investigador. Numa perspetiva antropológica e que se afasta do propósito deste estudo, vários entrevistados revelaram que emigraram ou foram para outras cidades portuguesas. Posteriormente voltaram às suas terras, para “voltar às origens” (homem, Diretor Adjunto, 46 anos, alojamento de Penedono), revelando um elevado apego e sentimento de pertença à região. Sentiam que podiam fazer algo pelas suas terras, como o valorizar o património e mesmo empregar pessoas da terra!

Outro aspeto importante prende-se com a ligação ao Douro. 90% dos entrevistados são unânimes ao mencionarem a paisagem como elemento único e diferenciador desta região, considerando a paisagem como o “mecanismo” impulsionador de todo o território. Importa referir os vários gestos de hospitalidade para connosco. Durante o decorrer das entrevistas, os proprietários davam uma água, um sumo ou um simples café – atos de hospitalidade genuína das gentes transmontanas. A rigidez das questões foi mais notória na secção das despesas e dos rendimentos, pois os proprietários não se sentiam confortáveis em divulgar estes dados, afirmando que eram questões a abordar com os seus contabilistas.

Mesmo sabendo que éramos investigadores da UTAD e que o nosso trabalho era meramente académico, tinham necessidade de relatar falhas, receios e sugerir soluções e melhorias, com a esperança de que o nosso trabalho chegasse aos atores e decisores políticos. Davam como exemplos o pouco estacionamento no centro da cidade, que fazia com que houvesse uma redução notória de clientes e hóspedes. Outro exemplo prendia-se com as elevadas despesas com a eletricidade, a ausência de apoios e a burocracia.

Nos alojamentos do centro da cidade de Vila Real houve uma mudança estrutural nos alojamentos: nos anos 1990, grande parte dos alojamentos possuíam restaurante e serviam refeições, conciliando a atividade da restauração com a hotelaria. “Faziam filas enormes e vinham de longe” (homem, gerente, 57 anos, alojamento de Vila Real). Os responsáveis eram perentórios a afirmar que eram tempos de “bastante clientela”. Atualmente, os responsáveis dos alojamentos mais antigos pretendem manter a continuidade dos seus estabelecimentos, pois alguns são casas que contam com vários anos de atividade e que vão passando de geração em geração. As unidades mais recentes possuem uma visão diferente, pretendendo criar unidades com características inovadoras e distintas das já existentes, como foi referido pelo gestor ambiental da Quinta da Levada, que se distingue por possuir a maior área verde privada no concelho de Vila Real.

Após o final das entrevistas, os agentes hoteleiros faziam questão de mostrar as instalações. Mencionaram que alguns hóspedes são clientes fixos como médicos e outros trabalhadores do hospital público e dos hospitais privados, estudantes, professores universitários, investigadores e empresários. Este facto denota o dinamismo crescente que Vila Real tem vindo a assistir nos últimos anos. Outro aspeto que é necessário destacar relaciona-se com vários responsáveis a referir que há espaço em termos de concorrência para todos os alojamentos, pois cada um tem os seus clientes e elementos diferenciadores. Em suma, as entrevistas denotam a abertura, a

recetividade e a hospitalidade com que fomos recebidos. Estas qualidades são poucas para definir o profissionalismo e empenho que tanto os proprietários como os funcionários dos alojamentos demonstraram. Como referiu o gerente de um alojamento de Vila Real, “os hóspedes são como a nossa família!” (homem, gerente, 69 anos).



Figura 3.4. Cartões de alojamentos de Vila Real. Fonte: Recolha própria durante as entrevistas nos alojamentos.

3.5. Referências bibliográficas

- Barreto, M. (2007). *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: Pasos.
- Beni, M. (2007). *Análisis estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Brito, J. G. (coord.) (2007). *La investigación social del turismo. Perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Thompson.
- Mill, R. C. & Morrison, A. (1992). *The Tourism System. An Introductory text. Englewood Cliffs*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Nowack, Jean-Jacques; Petit, S. & Sahli, M. (2010). Tourism and globalization: the international division of tourism production. *Journal of Travel Research*, 49(2), 228-245.
- OMT (ed.) (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: Organización Mundial do Turismo.
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas Hordas, Viejas Culturas?* Barcelona: Ariel.
- Santana, A. (2003). Mirando culturas: La Antropología del Turismo. In A. Rubio Gil (coord.), *Sociología del turismo*. (pp. 103-125). Barcelona: Ariel.
- Santana, A. (2009). *Antropologia do Turismo. Analogias, Encontros e Relações*. São Paulo Aleph.
- Towner, J. (1996). *Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World: 1540-1940*. Chichester: John Wiley and Sons.
- Rebollo, F. (coord.) (1997). *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Zimmer, P. & Grassmann, S. (1996). *Avaliar o potencial turístico de um território*. Leader II. Bruxelas: Observatório Europeu Leader – União Europeia.

Capítulo 4

Caraterização socioeconómica e territorial do Douro

4. Caracterização socioeconómica e territorial do Douro

Autores: Edgar Bernardo (edgaracb@utad.pt) e Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt)

4.1. Introdução ao território Douro

Portugal é um país que ostenta uma diversidade física, territorial e paisagística fruto da sua posição geográfica e natureza geomorfológica (Arroteia, 1994) que parece esconder a sua relativa pequena dimensão face à vizinha Espanha, França ou Reino Unido. Os seus 830 km de costa e 1215 km de fronteira terrestre com o Estado espanhol, são marcados por muitas continuidades e diferenças ibéricas que mune de particulares cada um dos seus territórios regionais.

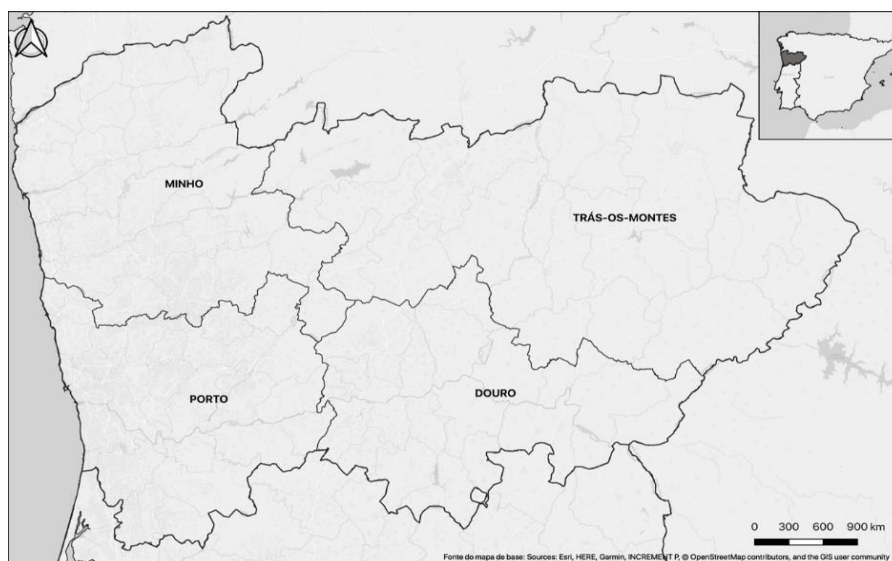


Figura 4.1. As sub-regiões do norte de Portugal. Fonte: Projeto DOUROTUR.

Algo a que Orlando Ribeiro classificaria de regiões que se mostravam “não só distintas como opostas” (Ribeiro, 1967; 1991). Comparativamente ao centro ou sul do Portugal continental a Região do Norte de Portugal (Figura 4.1.), tem um relevo diferente e uma orografia mais complexa onde as amplitudes altimétricas são mais acentuadas, particularmente no norte transmontano e no Alto Douro (TMAD) (cf. Portela, 1989; Jorge Nunes, 2002). Em TMAD o clima é caracterizado por grandes disparidades térmicas, uma pluviosidade prolongada e constante, até neve no inverno e no verão, por altas temperaturas, clima seco sufocante (Oliveira & Galhano, 1994; Lavrador, 2011; Taborda 2011). Um território de costas para o oceano Atlântico, isolado, de elevada altitude e de “clima violento e de ásperos contrastes” entre montanhas e vales (Cortesão, 1995, p. 91).

A geografia, o clima e a ideia de isolamento estão presentes na tradição oral em ditados como o de “nove meses de inverno e três de inferno” ou “para lá do Marão mandam os que lá estão...”.

Já o Barão de Forrester que viveu entre 1809 e 1861, de origem britânico, filho de um negociante de vinho do Porto, tinha casa em Ramada Alta, construiu um barco rabelo de luxo para assim melhor cumprir as suas funções de cartógrafo do Douro, território que ele descreveu com detalhe na sua organização territorial e nas suas mobilidades no século XIX: “...as estradas que se dirigem ao Douro são quase intransitáveis, tanto que o correio leva 8 dias do Porto a Barca D’Alva, isto para percorrer 120 milhas.” (Forrester, 1848, citado em Rivas Calvo & D’Abreu, 2008, p. 78, tradução dos autores).

O Douro apresentou historicamente, especialmente antes do século XVIII, problemas de acessibilidade, isolamento e um desenvolvimento de uma economia endógena (cf. Pina, 1997). Só a parte mais ocidental apresentava transportes melhores com o litoral e o rio Douro tinha um papel fundamental nas mobilidades e na canalização e escoamento de fluxos de bens, mercadorias e pessoas. Os tempos são hoje outros, e o relativo encravamento geográfico e as fracas acessibilidades internas e externas, que contribuíram para uma ineficácia nas políticas de desenvolvimento territorial, parecem ser questionadas pela abertura do túnel do Marão em 7 de maio de 2016.

Entre a Terra Fria, uma paisagem que pode oscilar aos 800 metros de altura nos seus planaltos marcados por um clima rude com uma vegetação de carvalho e castanheiro (Cortesão, 1995), e a Terra Quente, (Vasconcelos, 1980; Ribeiro, 1991) desenhada pelos vales que alimentam o rio Douro e pela sua vegetação salpicada pelo castanheiro e amendoeira resistente ao seu verão tórrido, TMAD apresenta-se como uma paisagem em contraste. Também em contraste se sustenta na literatura a ideia de um caráter coletivo do território que se sugere rude e até violento (Cortesão, 1995), o estereótipo assente num caráter indomável e individualizador que choca com visões antropológicas relativas ao caráter coletivista de TMAD (Dias, 1953; Oliveira e Galhano, 1994). Um contraste que parece ignorar relatos paralelos alusivos às tensões e desigualdade do território (Pais de Brito, 1996; Parkhurst, 1996, 1997; O’Neill, 2011).

Expressões culturais e características geográficas e infraestruturais que reforçam um imaginário coletivo que força uma homogeneização escondendo diversidades dentro do território e as inevitáveis mudanças que discorrem dos processos históricos e sociais em contínuo. Entre estas mudanças destacamos a construção de autoestradas (ex. A-24; A-7 e A-4), desde o início dos anos 1990, e mais recentemente a abertura do túnel do Marão, em 2016, como também as várias transformações económicas, culturais e sociais que atravessaram o Douro ao longo dos séculos moldando o mapa humano que hoje o compõe.

4.2. Caracterização socioeconómica do Douro

A desruralização de Portugal é um processo que se arrasta desde 1960 (Silva, 2009, p. 35) e as políticas de desenvolvimento rural desde então têm-se centrado não tanto na agricultura e

sim muito no turismo em particular, com investimentos públicos em projetos que tentavam travar o despovoamento e reconverter funcional e simbolicamente os territórios rurais portugueses. O caso da região do Douro é paradigmático nesses processos de reconversão e diversificação multifuncional rural. O território “Douro” é ambíguo e conta com uma difícil delimitação, que neste projeto corresponde à NUT III Douro (cf. Pina, 1997; Bernardo & Pereira, 2018). A sub-região do Douro (ver Figura 3.2.) ocupa, territorialmente, cerca de 19% da área da Região Norte correspondendo a 4.112 km² (GEPE, 2011), sendo composta por 19 municípios e “partilhada” por quatro distritos: Vila Real, Viseu, Bragança e Guarda.

Figura 4.2. NUTS III. Fonte: CCRN (2011).

Aproximadamente 44% da população do Douro reside no eixo urbano Vila Real – Peso da Régua – Lamego (ver Figura 3.1). O Douro é um território com 744 euros de valor médio de remuneração (dados de 2013), um alto índice de envelhecimento (212,0 em 2016), uma baixa taxa de natalidade (6,3‰ em 2016), um índice médio de fecundidade de 0,96 (em 2016) e com 8,64% de taxa de analfabetismo (dados de 2014) (fonte: INE).

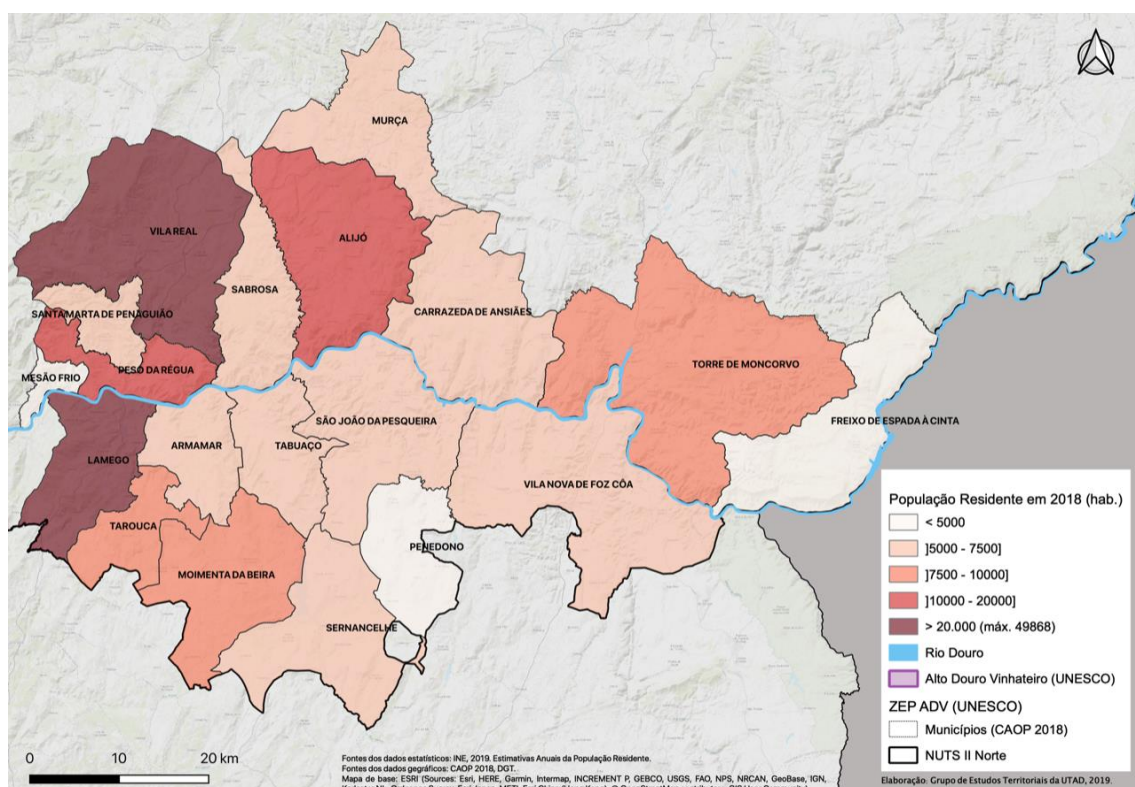


Figura 4.3. População Residente no Douro NUTS III em 2018. Fonte: INE (2019).

As produções económicas básicas do Douro são a hidroeletricidade, a vitivinicultura, a fruticultura (maçã, castanha, cereja, amêndoa), a olivicultura (azeite) e o turismo, sendo esta última uma atividade emergente. A identidade do Douro, como noutras regiões vitivinícolas (ex. Bordéus na França, Tokaj na Hungria, o Pico nos Açores, La Rioja em Espanha), é destacadamente o vinho e a paisagem (cf. Aguiar & Rodríguez, 2001), mas de forma diferencial o rio Douro entre montanhas e vales confere à região uma identidade diferencial. Ele é o “elemento estruturante da região” em palavras de Ana Lavrador (2011, p. 170). O Douro não é o Minho, quase não tem campos de milho, e o habitat é mais concentrado do que o disperso Minho e a maior parte da Galiza. As aldeias no Douro também são mais compactas e menos disseminadas do que no Minho e no litoral (cf. Portela, 1989).

Tal como o resto do país, a região norte encontra-se num contexto de recuperação macroeconómica após o programa de ajustamento financeiro que decorreu entre 2011 e 2014. Todavia a situação da pandemia do novo coronavírus, COVID-19, deitou por terra o desenvolvimento económico da região. Os dados estatísticos mais recentes, referentes a 2015, apontam para uma economia baseada no setor terciário¹ (INE, 2017a). Dentro da região Norte, o Douro (NUT III) manteve, durante o período 1995-2011, a posição de segundo menor PIB *per capita*, apenas superior à região do Tâmega (Norte 2020, 2013, p. 14). Os dados mais recentes

¹ O Valor Acrescentado Bruto (VAB) do sector dos serviços atingiu uma representatividade de 66,6%, empregando, aproximadamente, 56% do total de população ativa da região (INE, 2017).

(2015) apontam ainda que o Douro é a terceira sub-região com o pior registo no mesmo indicador² (INE, 2017a), facto que se deve, não ao desenvolvimento económico, mas antes à divisão do território do Tâmega em duas sub-regiões, Alto Tâmega e o Tâmega e Sousa.

Se entre 1986 e 1998, a região do Douro era marcada por uma concentração maioritária do emprego no setor da construção, e por uma estrutura produtiva pouco diversificada (Cabral & Sousa, 2001, p. 4-5; CIM Douro, 2014). Relativamente ao emprego na região, em 2014 contabilizaram-se, segundo o INE, 42.114 homens e 32.394 mulheres empregados (total: 74.508 empregados) e 15.858 desempregados. Atualmente o panorama é bastante diferente, na medida em que é o sector dos serviços aquele que maior peso tem na região, no que ao VAB diz respeito. Por seu turno, e apesar de apenas representar 7,2% do VAB total do Douro, o sector primário emprega a maioria da população, concretamente, 46,5%, face aos 41,9% do sector terciário e 11,6% do segundo sector (INE, 2017a). O PIB *per capita* em 2015 era de 10.370 € na região do Douro, bem abaixo dos 15.702 € em Portugal e menor do que os 12.900 € na região Norte, o que mostra as desigualdades regionais no país, com uma particularidade: o peso importante dos rendimentos da emigração. Além do mais o Douro está a perder mão-de-obra na agricultura e terciariza-se cada vez mais.

Refira-se, ainda, que a sub-região possui um índice de poder de compra dos mais baixos do País, 76,1 em 2017, e que mais de 13% dos depósitos na região são feitos por emigrantes, sendo o valor médio em Portugal igual a 3,1% (INE, 2017d). Importa, neste contexto, destacar o Índice Sintético de Desenvolvimento Regional³ (ISDR), que conheceu uma evolução positiva em 2015 comparativamente aos de 2001 (Gomes & Dinis, 2006). Focando atenções na componente da competitividade, o Douro é a segunda sub-região do Norte com pior resultado, superando apenas o território do Alto Tâmega. Posiciona-se no 1º quintil (índice de competitividade inferior a 87,3).

No que concerne ao índice de coesão, o desempenho do Douro é bem mais satisfatório em comparação com o anterior. Neste âmbito, a sub-região consegue posicionar-se acima de três sub-regiões do Norte, integrando o 2º quintil [91,9; 96,4], mas mantendo-se abaixo da média nacional. Por último, avaliando a componente da qualidade ambiental, verifica-se um excelente desempenho, na medida em que se posiciona como a segunda sub-região do Norte com melhor resultado, superando a barreira da média nacional. Importa, contudo, ressaltar que das três componentes em análise, a ambiental é a que apresenta os resultados mais positivos, num contexto global. Perante isto, e conjugando a avaliação individual das três componentes, compreende-se que o Douro apresenta um resultado global exíguo, posicionando-se como a terceira sub-região, a nível nacional, com o índice sintético de desenvolvimento regional mais baixo (INE, 2017b).

Em termos administrativos, o Douro é uma sub-região enquadrada na NUTS II Norte de Portugal, onde impera uma grande diversidade de recursos naturais e culturais referenciados.

² Em 2015, a riqueza gerada por cada pessoa, no Douro, situou-se nos 12.539 euros, face a uma média nacional de 17.359 euros (INE, 2017a).

³ Congrega a análise de três indicadores: competitividade, coesão e qualidade ambiental.

Territorialmente ocupa cerca de 19% da área da Região Norte correspondendo a cerca de 4.100 km² (GEPE, 2011), integrando 19 concelhos⁴ e partilhando ainda os já referidos quatro distritos.

Demograficamente é uma sub-região em contínuo processo de esvaziamento desde meados do século XX, uma tendência contrária ao período entre 1864 e 1950, registando uma perda média anual de quase 2.000 indivíduos, perdendo mais de 127.000 habitantes (Figura 4.4.). Tal declínio demográfico resulta da migração para as áreas urbanas no litoral e da emigração para o estrangeiro, em resposta à gradual desvalorização económica da agricultura, bem como, resultado do grande envelhecimento da população e da baixa taxa de natalidade que ronda os 6,3%, de um índice sintético de fecundidade⁵ situado nos 1,11 (INE, 2017c), e de um índice de dependência de idosos fixado nos 37,6% (INE, 2017c). Inversamente, regista-se uma evolução positiva no que se refere à taxa de analfabetismo, 8,7% (PORDATA, 2017).

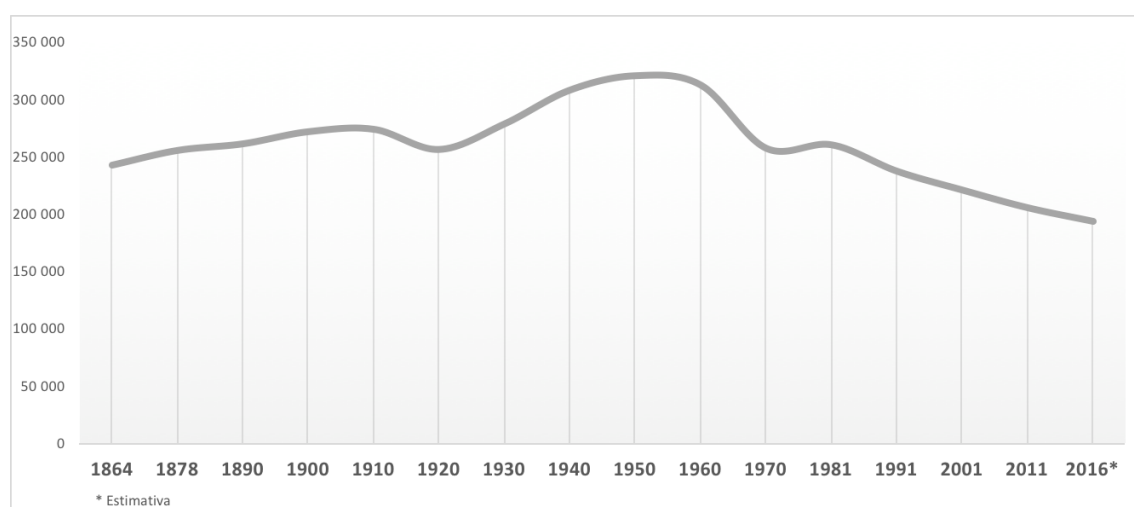


Figura 4.4. Evolução da população residente no Douro entre 1864 e 2016. Fonte: Elaboração própria com base na informação estatística do INE.

Todavia, compreender o Douro vai além da sua geografia e das características demográficas das suas gentes, este “jardim de xisto e videiras” (Bianchi de Aguiar, 2001, p.180), exige um olhar atento ao seu percurso histórico e social que o conduziu à região agrícola demarcada pela qual é reconhecida internacionalmente. A Região Demarcada do Douro (RDD), com cerca de 240.000 hectares aspira a ser uma região turística de referência.

A RDD é uma parte do Douro, o território vitivinícola delimitado e regulamentado mais antigo do mundo (cf. Aguiar & Rodríguez, 2001), inclui 13 dos seus 19 municípios: Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Lamego, Mesão Frio, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Tabuaço, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa e algumas

⁴ Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Lamego, Mesão Frio, Moimenta da Beira, Murça, Penedono, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa e Vila Real.

⁵ Número médio de crianças vivas nascidas por mulher em idade fértil (dos 15 aos 49 anos de idade).

freguesias de Vila Real. A sua delimitação data do século XVIII (1758-1761) quando o Marquês de Pombal, a mando do rei de Portugal, mandou erigir marcos em toda a região. Atualmente a já alargada e integrante de três zonas geográficas, detalhadas na Figura 4.5. abaixo: Baixo Corgo, Cima Corgo (ex. Pinhão) e Douro Superior (Pocinho, Foz Côa e Freixo de Espada à Cinta na fronteira com Espanha).

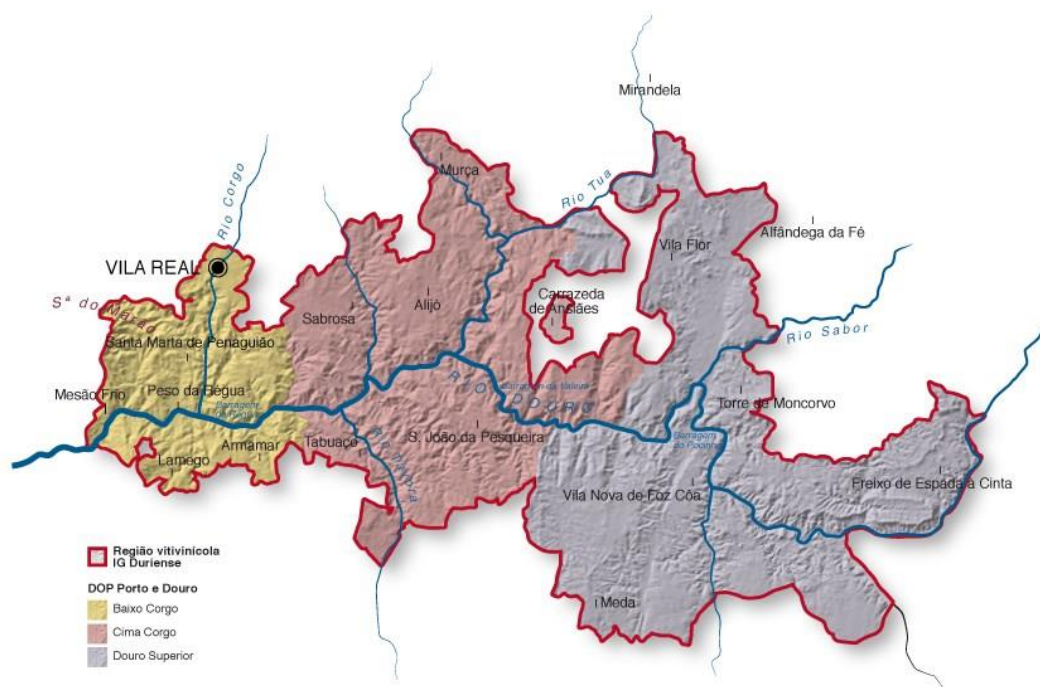


Figura 4.5. Sub-regiões da Região Demarcada do Douro (RDD). Fonte: Silva (2017).

O Alto Douro Vinhateiro (ADV) é reconhecido pela UNESCO como património mundial em 2001, na categoria de paisagem cultural evolutiva viva, mas o processo histórico de construção do Douro enquanto território de reconhecida produção vitivinícola originam há milhares de anos (Sousa, 2007; Pereira, 2014). Mais recentemente, finais do século XVII, o incremento da produção nas quintas espalhadas pelo ADV (Pereira, 2014) e a subsequente crescente exportação de vinhos da região impulsionou e transformação intensiva da paisagem. Labor que exigiu uma enorme mão-de-obra para a edificação dos socalcos e da plantação das vinhas, sobretudo galega e beirã (cf. Agarez, 2016; Pereira, 2016).

Esta produção foi potenciada pelo Tratado de *Methuen*, assinado em 1703 entre Inglaterra e Portugal, que atribuiu ao vinho do Porto benefícios, tais como taxas aduaneiras preferenciais na exportação para Inglaterra. A exportação de vinho permitiu um desenvolvimento do território sem precedentes (Sousa, 2007) uma internacionalização dos vinhos do Douro que contou com o apoio de políticas pombalinas entre elas a formação da Região Demarcada do Alto Douro em 1756, a Região Demarcada do Alto Douro, uma das mais antigas regiões vitícolas demarcadas e regulamentadas do mundo (Sousa, 2003), e a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto

Douro, cujo principal objetivo era de garantir a qualidade e a reputação dos vinhos a exportar (Sousa, 2003). Tais políticas permitiram um incremento da produção, das quintas e a concentração de produtores (Pereira, 2014).

A demarcação pombalina seria significativamente reformada e alargada em 1921 (Almeida e Pedro, 2003). Tais contínuas reformas têm garantido uma produção crescente, o IVDP (2017) indica que em 2016, os vinhos produzidos no Douro superaram os 140 mil litros, mais de 255 mil pipas, 56,7% destas vendidas como vinho do Porto, 40% deste exportado, em particular para França e Reino Unido.

A vitivinicultura é hoje uma grande referência de atração turística do Douro (Ribeiro, 1998), oferecendo recursos paisagísticos, ambientais, históricos e culturais. Uma paisagem turística que sublinha as características agrárias e a sua relação com a natureza (Rebelo et al., 2001). Esta paisagem humanizada e deformada pelos socacos, redes de acesso e uma variedade biológica refém da produtividade vitivinícola (Ramos & Fonseca, 2014). Esta contínua e sistemática humanização produtivista da paisagem natural é hoje confundida com a imagem de naturalidade, a autenticidade de si mesma reside na transformação (Sousa, 2007), e não no seu estado natural anterior. A paisagem esculpida é símbolo de resiliência humana (Farinha-Marques & Fernandes, 2014, p. 94), do caráter das suas gentes.

A agricultura desempenha um papel central na construção da paisagem do Douro, ela é peça central do puzzle identitário do território e imagem de fundo das ideias e imaginários difundidos na atividade turística. No entanto, o ADV é apenas uma parte do território da região do Douro (NUT III), uma parte que é assumida pelo todo nos discursos e imaginário turístico do território. A paisagem do ADV constitui-se como um belo exemplar de uma Paisagem Cultural (Pinto-Correia et al., 2001), já que cruza fatores e condições naturais com a ação humana (Ramos & Fonseca, 2014).

O ADV tem-se associado nos discursos locais e globais a várias palavras-chave: autenticidade, identidade, singularidade universal, excelência, significado histórico, raridade, espiritualidade, sustentabilidade socioeconómica, sustentabilidade regulamentar, viabilidade organizativa e de gestão, e biodiversidade. Esta associação semântica ajuda a compreender como o ADV vem sendo confundido com todo o Douro, e vice-versa, apesar deste último ser muito mais do que uma região de produção vinhateira e contemplar até com outros patrimónios culturais mundiais (...). (Bernardo [coord], 2018, p. 15)

Esta é uma ideia latente na categoria sob a qual a UNESCO coloca o Douro, ou seja, uma paisagem evolutiva e viva, marcada por uma tradição cultural excecional, preponderância tecnológica e arquitetónica relevante, representativo da capacidade de transformação da cultura sobre o território (ver UNESCO, 2016). Esta distinção reforça a imagética do ADV associada a ideias como autenticidade, identidade, património histórico, raridade, sustentabilidade socioeconómica e regulamentar, entre outras (Sousa, 2007). Uma associação semântica que ajuda a compreender como o ADV tende a ser confundido pelo Douro, e vice-versa.

A convergência do Alto Douro Vinhateiro e da Região Demarcada do Douro (Brito &

Correia, 2005) é um pressuposto que se justifica por este se enlaçar nas perceções comuns sobre o ADV, confundindo-se a parte pelo todo (Aguiar, 2002; Lourenço-Gomes & Rebelo, 2012; Almeida, 2013). Procurando evitar esse falso enlace o Turismo de Portugal, mormente o Turismo Porto e Norte de Portugal, estabeleceu o destino Douro como a área delimitada pela NUT III – Douro na sua Estratégia de Marketing Turístico em 2015. Em última instância diferentes delimitações respondem a diferentes critérios algo que não contribui para esclarecer que o ADV é mais do que a RDD, há mais do que paisagem e vinho. Há outras produções agrícolas com destaque como maçã, castanha e amêndoa (CIM Douro, 2014) e um enorme património edificado, património cultural, como o Palácio de Mateus, o castelo de Lamego ou Penedono, a catedral de Lamego, as igrejas de Torre de Moncorvo ou Vila Nova de Foz Côa, o Caminho Português Interior de Santiago de Compostela (CPIS), as gravuras do vale do Côa, entre muitos outros. Poderíamos incluir parques e áreas protegidas do Alvão, do Douro Internacional e do vale do Tua, ou até a gastronomia tradicional e eventos culturais e religiosos que estão disseminados por todo o território.

O papel do turismo hoje vai sendo cada vez mais importante na região, não apenas do ponto de vista económico como do ponto de vista da diversificação da atividade produtiva. O turismo é entendido de diferentes formas por diferentes instituições. Vejamos dois exemplos a comparar: a CIM Douro e o Turismo de Portugal. A primeira apresenta na sua publicidade turística os seus três patrimónios da Humanidade (Alto Douro Vinhateiro, Sítios Pré-históricos de Arte Rupestre e Vale do Rio Côa, Olaria Negra de Bisalhães) e motivos para visitar o Douro que se interligam com elementos chave da oferta turística da região, eles são:

- Os patrimónios culturais classificados pela UNESCO;
- As vinhas, os vinhos e as vindimas;
- A gastronomia e experiências sensoriais;
- A segurança e o bem-estar (relaxe, recuperação física e psíquica);
- Paisagens e turismo de natureza (parques, reservas naturais, miradouros...);
- Luz, aldeias e quintas;
- Comboio histórico e cruzeiros no rio Douro (o transporte turístico como experiência);
- Monumentos, rotas, mosteiros e turismo histórico (história de Portugal);
- Património imaterial (tradições, lendas, ...);
- Desportos e vida ativa (ex. caminhadas, trilhos, bicicletas de montanha...).

Já o Turismo de Portugal, segundo o seu Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) (cf. Turismo de Portugal, 2007), vê o Douro como um destino de *touring* cultural (incluindo cruzeiros fluviais), de gastronomia e vinhos e turismo de natureza. Estas duas conceções parecem apontar desde logo para um problema de governança turística. O Douro é um território de difícil comunicação e de histórico relativo distanciamento (cf. Pina, 1997; Pina, 2003; Calvo & D'Abreu, 2008; Silva, 2017), um território encravado entre montanhas (Pereira, 2016, p. 53), com quintas relativamente isoladas (cf. De Oliveira, 2012). Mas é igualmente sinónimo de características naturais, atrativos culturais e uma riqueza humana que evidencia enorme potencial turístico por explorar.

4.3. Conclusão

Como observamos ao longo do texto deste capítulo, o território do Douro-NUT III é um espaço social, económico, geográfico e político singular e heterogéneo ao mesmo tempo. Entre disrupções geográficas e dispersões demográficas, o Douro é um território de dinâmicas culturais e sociais que moldaram o seu passado e podem contribuir para um futuro promissor onde o turismo desempenha um papel importante ainda que por enquanto menos representativo que o desejado. Este capítulo serve de enquadramento territorial e social para uma melhor compreensão do alojamento turístico do Douro. Os enfoques territoriais do turismo são muito importantes, pois o turismo é basicamente a organização, apresentação, comunicação e experiência da cultura e da paisagem de um território que se converte em destino turístico. Uma boa leitura do território é muito útil na planificação e gestão de um melhor turismo. Temas que serão abordados nos próximos capítulos.

4.4. Referências bibliográficas

- Agarez, H. (2016). *Galegos do Douro na obra de João de Araújo Correia*. Santiago de Compostela: Urco Editora e Fundação Vicente Risco.
- Almeida, M., & Pedro, J. (2003). “A actividade turística em torno de Lamego: Da vocação histórica às novas oportunidades”. In Solla, Xosé Manuel (Ed.), *La Geografía y la gestión del turismo* (pp. 75-85). Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- Arroteia, J. (1994). *O turismo em Portugal. Subsídios para o seu conhecimento*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Bernardo, E. (coord) (2018). *Para um enfoque territorial do turismo no Douro*. La Laguna: Pasos. Online em <http://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/153-numero-21-para-um-enfoque-territorial-do-turismo-no-douro>
- Bernardo, E., & Pereiro, X. (2018). “O turismo do Douro visto de dentro e de fora: resumo do seminário intermédio do projeto DOUROTUR”. Espaço Divulgação Cultural e Científica, *Tourism and Hospitality International Journal*, 10(1), 153-166.
- Aguiar, B. F., & Rodríguez, J. (cords.) (2001). *Rotas dos vinhos do Douro*. Zamora: Fundação Rei Afonso Henriques.
- Cabral, M., & Sousa, R. (2001). *Indicadores de localização, especialização e diversificação e análise shift-share: uma aplicação às NUT III da Região Norte no período 1986-1998*. NIPE WP 13.
- CCDR-C (2008). *Relatório de fundamentação técnica – modelo territorial*. Coimbra: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro.
- CCDR-N (2011). *Avaliação do nível de satisfação dos turistas na região norte – Douro*. Porto: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte.
- CIM Douro (2014). *Estratégia integrada de desenvolvimento territorial da região do douro (2014-2020) – relatório final*. Disponível a 20-04-2017 em: http://www.sjpesqueira.pt/uploads/writer_file/document/1680/EDIRD_VF.pdf
- Cortesão, J. (1995). *Portugal, a terra e o homem*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- De Oliveira, A. (2012). *As quintas na estrutura fundiária e produtiva do país do Douro*. Maia: CEDTUR-ISMAI.
- Dias, J. (1953). *Rio de Onor. Comunitarismo agro-pastoril*. Porto: Instituto de Alta Cultura -Centro de Estudos de Etnologia Peninsular.

- Farinha-Marques, & M., Fernandes, C. (2014). “Avaliação do património vegetal natural do Alto Douro Vinhateiro 2001-2012”, *GOT – Revista de Geografia e Ordenamento de Território*, 5: 94-115.
- Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE) (2011). *Projeção do parque escolar por NUT III a 2013 – sub-região Douro*. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Gomes, D., & Dinis, M. (2016). *Qualidade de vida urbana: O papel das NUT III nos indicadores de desenvolvimento sustentável*. Comunicação apresentada no congresso PLURIS 2016, Universidade do Minho. 27-29 de setembro, Braga, Portugal.
- IEFP – Instituto do Emprego e Formação Profissional (2014). *Estatísticas*. Lisboa: IEFPP. Online em: <https://www.iefp.pt/estatisticas>
- Instituto Nacional de Estatística - INE (2011). *Recenseamento agrícola 2009. Análise dos principais resultados*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística - INE (2012). *Estatísticas demográficas 2010*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2015). *NUTS 2013 – As novas unidades territoriais para fins estatísticos*. Lisboa: INE
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2017a). *Anuário estatístico da região norte – 2016*. Lisboa: INE.
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2017c). *Estatísticas demográficas 2016*. Lisboa: INE.
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2017d). *Estudo sobre o poder de compra concelho 2015*. Lisboa: INE.
- Nunes, J. A. (dir.) (2002), “Trás-os-Montes e Alto Douro”. In. de Abreu e Lima, M. (coord.), *Atas do III Congresso de Trás-os-Montes e Alto Douro* (pp.17-29), Porto: Árvore.
- Lavrador, A. (2011): *Paisagens de Baco. Identidade, mercado e desenvolvimento. Regiões Demarcadas: Vinhos Verdes, Douro, Dão, Bairrada e Alentejo*. Lisboa: Colibri.
- Vasconcelos, L. J. (1980). *Etnografia portuguesa*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, vol. III.
- O’Neill, B. (2011). Proprietários, lavradores e jornaleiras. Desigualdade social numa aldeia transmontana (1870-1978). Porto: Edições Afrontamento.
- Pereira, G. (1991). *O Douro e o Vinho do Porto. De Pombal a João Franco*. Porto: Afrontamento.
- Pereira, G. (2014). “Quintas do Douro: História, Património e Desenvolvimento”, em Museu de Lamego (org.). *Conferências do Museu de Lamego / CITCEM* (pp. 9-19). Lamego: Museu de Lamego – Direção Regional de Cultura.
- Pereira, G. (2016). “Os galegos e o Douro”, em Agarez, Hercília (org.): *Galegos do Douro na obra de João de Araújo Correia* (pp. 51-72). Santiago de Compostela: Urco Editora.
- Pina, M. (1997). “Algumas reflexões sobre as acessibilidades no Alto Douro”, em *Revista da Faculdade de Letras – Geografia I*, vol. XII-XIII, 73-124.
- Pina, M. (2003). “Alguns reflexos da implantação do caminho de ferro no Alto Douro no final do século XIX”, em *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto – Geografia*, vol. XIX, 397-414.
- Pais de Brito, J. (1996). *Retrato de aldeia com espelho. Ensaio sobre Rio de Onor*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Parkhurst, S. (1996). “A região na aldeia. Uma etnografia sobre a produção local de regionalidade no Alto Douro”, *Douro- Estudos e Documentos*, I(3): 119-175.
- Parkhurst, S. (1997). “Produção de identidade no Alto Douro”, *Douro - Estudos e Documentos*, I(3), 183-191.
- Pinto-Correia, T., Cancela d’Abreu, A., Oliveira, R. (2001). Identificação de unidades de paisagem: Metodologia aplicada a Portugal Continental, *Finisterra*, 72: 195-206.
- Portela, J. (1989). “Trás-os-Montes: região verdadeiramente singular”, em Pais de Brito, J. et al. (coord.). *Estudos em homenagem a Ernesto Veiga de Oliveira* (pp. 619-627). Lisboa: Centro de Estudos de Etnologia/INIC.

- Ramos, C., & Fonseca, G. (2014). "Interpretação do significado de paisagem cultural: O valor da chancela UNESCO no caso do Alto Douro Vinhateiro". Comunicação apresentada no *Seminário Alto Douro Vinhateiro: Território de Ciência e Cultura*. Vila Real: UTAD.
- Rebelo, J., Marques, C., Rebelo, V., Ribeiro, M., & Teixeira, M. (2001). "Plano intermunicipal de ordenamento do território do Alto Douro Vinhateiro - caracterização sócio-económica". In Bianchi de Aguiar, F. et al. (coord.), *PIOT-ADV, Relatório, Volume I - Diagnóstico da situação*. Vila Real: UTAD.
- Ribeiro, O. (1967). *Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico*. Lisboa: Livraria Sá da Costa.
- Ribeiro, O. (1991). "As regiões geográficas". In Ribeiro, O., Lautensach, H. e Daveau, S. (coords.), *Geografia de Portugal IV. A Vida Económica e Social* (pp. 1243-1249). Lisboa: Edições João Sá da Costa.
- Ribeiro, M. (1998). "Turismo rural e desenvolvimento na região Douro – Processos e (alguns) resultados da evolução do recente sector". *Douro. Estudos e Documentos*, 6: 25-49.
- Rivas Calvo, E., & D'Abreu, C. (2008). "La navegación en el río Duero. Apuntes históricos (Perspectiva española)", In Pereiro, X., Risco, L., & Llana, C. (orgs.). *As fronteiras e as identidades raianas entre Portugal e España* (pp. 75-94). Vila Real: UTAD.
- Scimago Journal & Country Rank. (2020). *Scimago Journal & Country Rank*. Retrieved from <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=12277&tip=sid&clean=0>
- Silva, L. (2009). *Casas no campo. etnografia do turismo rural em Portugal*. Lisboa: ICS.
- Silva, N.M. (2017). "Caracterização da Região Demarcada do Douro". Online em: <https://www.clubevinhosportugueses.pt/turismo/alto-douro-vinhateiro-caracterizacao-da-regiao-demarcada-do-douro/>
- Sousa, F. (2003). "O Marquês de Pombal e as conturbadas origens da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro: (1756-1757)", em *Revista de Letras e Culturas lusófonas*, ano 2007: 42-52.
- Sousa, C., Monte, A., & Fernandes, P. (2013). "Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, após a classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO". Comunicação no III Congresso Internacional de Turismo, ESG/IPCA. Disponível a 13/01/2020 em https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/10716/1/Sousa%2BMonte%2BFernandes_Atas%20III%20CIT_IPCA_Out2013.pdf.
- Sousa, F. (2007). "O Alto Douro. Da demarcação pombalina à classificação de património mundial". In *III Encontro Internacional Relações Portugal – Espanha* (pp. 19-30). Porto: CEPESE – Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade Porto: Edições Afrontamento.
- Taborda, V. (2011). *Alto Trás-os-Montes: estudo geográfico*. Edição fac-similada ed. Coimbra: Universidade de Coimbra. Online em: <https://digitalis.uc.pt/pt-pt/livro/alto-tr%C3%AAs-os-montes-estudo-geogr%C3%A1fico>
- Turismo de Portugal (ed.) (2007). *Plano estratégico nacional do turismo – PENT*. Lisboa: Ministério da Economia e da Inovação. Online em <http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPORTUGAL/PUBLICACOES/Documents/PENT%202007.pdf>
- UNESCO (2016). *Operational Guidelines for the Implementation of World Heritage Convention*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- Veiga de Oliveira, E., & Galhano, F. (1994). *Arquitetura tradicional portuguesa. 2ª ed.* Lisboa: Dom Quixote.

Capítulo 5

A oferta de alojamento turístico no Douro

5. A oferta de alojamento turístico no Douro

Autores: Nuno Sousa (nsousa@utad.pt), Ricardo Bento (rbento@utad.pt), Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt)

5.1. Introdução: o alojamento turístico como pilar da oferta turística

Neste capítulo é feita uma abordagem ao alojamento turístico da região do Douro (Bernardo et al., 2018; Bernardo & Pereiro, 2018) numa perspetiva da estrutura da oferta como eixo central, sem descurar a sua relação com a procura turística (cf. Cooper et al., 1993; Beni, 2007). O alojamento turístico é um dos pilares da oferta turística e da cultura de hospitalidade de qualquer destino turístico. Compreende-se assim, em primeiro lugar, a importância de realizar uma análise da evolução recente da oferta de alojamento turístico do Douro. Em segundo lugar, pretende-se focar a estrutura da atual oferta de alojamento turístico do Douro, essencialmente do ponto de vista quantitativo, interpretando dinâmicas e tendências em consonância com alguns estudos de natureza mais qualitativa sobre a região. Em terceiro lugar, e tendo em atenção as diversidades locais (municípios), apresentaremos também uma análise das tipologias de alojamento do Douro, através de dados do Registo Nacional de Turismo e alguns dados da procura de alojamento turístico na região.

Em traços mais gerais, o âmbito deste capítulo consiste em mostrar o retrato numérico e a diversidade da oferta de alojamento turístico do Douro. Metodologicamente, este estudo empírico revê-se na abordagem exploratória e descritiva, tentando assim, por um lado, aproximar-se da estrutura real do alojamento turístico da região do Douro e por outro lado, criar uma plataforma com conhecimento sobre o alojamento turístico da região do Douro (NUT III) que possa servir de suporte aos agentes turísticos. Pretende-se ainda, nesta fase introdutória, fazer uma breve apresentação do que significa a oferta de alojamento turístico de um destino e também das tipologias jurídicas de alojamentos turísticos em Portugal, para um melhor entendimento da estrutura da oferta nas seções seguintes.

De entre as fontes de dados utilizadas destacam-se a PORDATA, o Instituto Nacional de Estatística (INE) e o Registo Nacional de Turismo (RNT) (cf. <http://rnt.turismodeportugal.pt/ConsultaRegisto.aspx>). O RNT vem dar resposta à Lei de Bases do Turismo (Decreto-Lei 191/2009, de 17 de agosto) e visa centralizar e disponibilizar para consulta informação relativa aos empreendimentos e empresas do turismo em operação no país. A responsabilidade de preenchimento e atualização do RNT é das entidades exploradoras dos empreendimentos e empresas do turismo, sendo obrigatório para os agentes de animação turística e para as agências de viagens e turismo.

De acordo com a 13^a edição do Atlas da Hotelaria da Deloitte (cf. <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/transportation-infrastructure/topics/thx/atlas-hotelaria-2018.html#>), em 2017, Portugal bateu um novo recorde no turismo. O total de dormidas superou os 57 milhões, as receitas de aposento chegaram aos dois mil milhões e meio de euros e a taxa de ocupação média atingiu os 64%. O Atlas da Hotelaria analisa a oferta de alojamento

turístico em Portugal, bem como a sua distribuição no território nacional e define os novos desafios e oportunidades do setor face ao atual enquadramento económico. As principais conclusões deste relatório foram: no final de 2017, Portugal contava com mais 1993 empreendimentos turísticos e 143.089 unidades de alojamento (quartos), mais 48 e 3350, respetivamente, do que no ano anterior. O Norte e o Algarve têm o maior número de empreendimentos turísticos no país (22% cada), Madeira e Algarve têm a estadia média mais elevada (5,2 e 4,6 dias, respetivamente). Os hotéis são a tipologia de empreendimentos turísticos mais representativa em Portugal (73%) e Lisboa registou a segunda maior taxa de ocupação da Europa (80,5%). Na tabela abaixo apresentamos a tipologia de empreendimentos turísticos em Portugal no ano de 2017.

Tabela 5.1. Tipologia de empreendimentos turísticos em Portugal 2017.

Tipologia	Nº	Empreendimentos (%)	Quartos	Quartos (%)
Hotéis	1448	73	105282	74
Apartamentos turísticos	205	10	12575	9
Hotel - apartamento	149	7	16077	11
Hotel-rural	98	5	1966	1
Aldeamento turístico	58	3	5915	4
Pousada	35	2	1274	1
Total	1993	100	143089	100

Fonte: 13^a Edição do Atlas da Hotelaria 2018 elaborado pela Deloitte, online em <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/transportation-infrastructure/topics/tht/atlas-hotelaria-2018.html#>

Outro dado que se considera importante para contextualizar a oferta de alojamento turístico em Portugal e no Douro, é a distribuição dos hotéis portugueses por estrelas, medindo a qualidade da oferta de alojamento. Veja-se na tabela abaixo com detalhe esta distribuição.

Tabela 5.2. Distribuição dos empreendimentos turísticos portugueses por categoria no ano 2017.

Estrelas	Nº de hotéis	Hotéis (%)	Nº de quartos	Quartos (%)
5	167	8	22779	16
4	754	38	706667	49
3	662	33	36650	26
2	327	16	10657	7
1	48	3	1062	1
Pousada	35	2	1274	1
Total	1993	100	779089	100

Fonte: Atlas de Hotelaria 2018 elaborado pela Deloitte, online em <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/transportation-infrastructure/topics/tht/atlas-hotelaria-2018.html#>

Portanto, 71% dos empreendimentos turísticos portugueses são de 3 e 4 estrelas, o que denota a boa qualidade da oferta de alojamento nesta tipologia. Pestana Hotels & Resorts/Pousadas de Portugal, Vila Galé Hotéis e Accor Hotels lideravam em 2017 o ranking do número de empreendimento turísticos como se pode observar na tabela abaixo.

Tabela 5.3. Ranking de grupos hoteleiros em Portugal 2017.

Posição	Grupo	Nº de hotéis	Quartos	Camas
1	Pestana	69 (3,5%)	7888 (5,5%)	16122 (5,3%)
2	Vila Galé	21 (1,1%)	4189 (2,9%)	8698 (2,8%)
3	Accor	32 (1,6%)	3360 (2,4%)	6651 (2,2%)
4	Hoti - Meliá	18 (0,9%)	2655 (1,9%)	5277 (1,7%)
5	Marriott	12 (0,6%)	2584 (1,8%)	5804 (1,9%)
6	Minor	12 (0,6%)	2411 (1,2%)	5482 (1,8%)
7	SANA	14 (0,7%)	2217 (1,5%)	4371 (1,4%)
8	VP	12 (0,6%)	2066 (1,4%)	4252 (1,4%)
9	InterContinental	10 (0,5%)	1844 (1,3%)	3820 (1,3%)
10	NAU	10 (0,5%)	1434 (1%)	3451 (1,1%)

Fonte: Atlas de Hotelaria 2018 online em <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/transportation-infrastructure/topics/this/atlas-hotelaria-2018.html#>

Atualmente algumas das novas tendências e desafios dos alojamentos turísticos em Portugal são a passagem “De tapetes vermelhos a verdes” (Rodrigo Afonso Pinto Barros, Presidente da APHORT – Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo; 12-05-2010; conferência no Pólo da UTAD em Chaves), isto é, converter os alojamentos turísticos em unidades mais ecológicas, energeticamente mais eficientes, com maior uso das energias renováveis e portanto mais sustentáveis e atrativos. Outros grandes desafios são a qualidade, a inovação, a sustentabilidade, a tecnologia, a *internet* e as reservas *online*, que oferece ao cliente informação e comparação de preços e ofertas (ex. Booking, Expedia, Alpharooms; hotels.es; edream; lastminute; atrapalo, rumbo...).

O consumidor tem, graças a estas ferramentas digitais, mais força na escolha e também na avaliação do alojamento e na influência dos seus comentários noutros potenciais consumidores. Outro desafio que se considera importante é a adaptação da oferta às novas procura e perfis sociais de turistas, que são mutáveis, por exemplo: o alojamento familiar; o alojamento para DINK (Double Income No Kids), o alojamento para casais sem filhos; os mochileiros (*hostels*); os grupos de estudantes; os *bike hotels*; os animais de companhia e o alojamento para eles; o turismo LGBT, etc.

5.2. A estrutura atual do alojamento turístico no Douro

A evolução da oferta de alojamento turístico da região, pode ser analisada a partir de alguns dados quantitativos, compilados de forma a conferir significância para este estudo. Segundo a tabela abaixo, em 1991 o Douro tinha apenas uma capacidade de alojamento turístico de 1559 camas e a sua evolução na década foi lenta como podemos comprovar na tabela abaixo.

Tabela 5.4. Evolução da oferta de alojamento turístico no Douro na década de 1990.

Ano	Hotéis	Pensões	Hotelaria Tradicional	Capacidade de alojamento: camas
1991	5	28	35	1559
1993	5	29	36	1754
1995	4	27	31	1531
1999	7	20	32	2157

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística de Portugal

E se comparar a tabela anterior com os valores atuais (Tabela 5.5) podemos ver o salto quantitativo e também qualitativo durante as duas primeiras décadas do século XXI.

Tabela 5.5. Oferta de alojamento turístico do Douro- NUT III a 1 de maio de 2019.

	Nº	Capacidade (camas)
Alojamento Local (AL)	364	2712
Empreendimentos turísticos (ET)	183	5846
Total	547	8558

Fonte: Registo Nacional de Turismo (RNT) online em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNET/Registos.ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&MostraFiltro=True>

Tomando como ponto de referência o ano 1991, data para a qual temos dados estatísticos disponibilizados pelo INE, observamos como em 28 anos a oferta de alojamento turístico na região do Douro aumentou em 6999 camas e o número de hotéis passou de 40 para 183. O número de alojamentos locais cresceu de 28 para 364, algo que mudou completamente o panorama da estrutura de alojamento turístico da região, permitindo gerar alojamento turístico onde não havia ou havia pouco, e diversificando a procura e a experiência turística dos visitantes.

Mas importa analisar esta evolução em comparação com a evolução do turismo na região Norte e também do país. Como se pode observar na tabela abaixo, O Douro tem ainda pouco peso relativo em relação aos números da oferta turística regional (Norte – NUT II) e nacional.

Tabela 5.6. Dados da oferta turística do Douro em 1 de maio 2019.

	Empreendimentos turísticos	Alojamento local	Agentes de animação turística	Agentes de viagens e turismo
Portugal	4392	84279	8551	2665
Norte de Portugal	1438	-	1412	623
Douro	183 (4% de Portugal e 13% do Norte de Portugal)	364 (0,43% de Portugal)	92 (1% de Portugal, 7% do Norte de Portugal)	41 (1,53% de Portugal)

Fonte: RNT (Registo Nacional de Turismo) <https://rnt.turismodeportugal.pt/>

De forma sumária, com data de 1 de maio de 2019, a oferta de alojamento turístico do Douro é de 547 alojamentos, isto é, 0,61% do país (88671 alojamentos turísticos, AL e ET). Portanto, o peso da oferta de alojamento turístico do Douro em relação ao contexto nacional é bastante baixo, em relação à região Norte de Portugal, contexto no qual os empreendimentos turísticos representam cerca de 13%, a oferta ganha mais expressividade no setor. Por outro lado, o facto de não se obter dados precisos no RNT sobre o número de AL no Norte de Portugal, condiciona, em parte, uma análise mais detalhada e real da oferta na região. (cf. Pereira, 2018).

De acordo com o Sistema de Informação Geográfica do Turismo (SIGTUR), alguns dos indicadores do turismo do Douro, com destaque para a oferta de alojamento turístico em 1 de maio de 2019, eram os seguintes (cf. <https://tdpindicadores.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=d2e682edee1248a79d15b7b43a68ca2d>):

- a) A capacidade de alojamento a turistas (camas/utentes) é de 5856 em empreendimentos turísticos e de 2712 em alojamento local, sendo a capacidade total de 8568, havendo aqui uma diferença de 10 camas nos empreendimentos turísticos com relação à base de dados do RNT de Turismo de Portugal. Em 1 d março de 2017 havia no RNT umas 4275 camas no Douro, o que significa que em pouco mais de 2 anos, maio de 2019, duplicou a oferta de camas.
- b) A capacidade de alojamento a turistas por 1000 habitantes, segundo os censos de 2011, era de 41,83, repartidos em 28,59 camas/utentes em empreendimentos turísticos e de 13,24 em alojamento local.
- c) A capacidade de alojamento a turistas por km² no Douro era de 2,13; 1,45 em empreendimentos turísticos e 0,67 em alojamento local.
- d) A concentração relativa da oferta de alojamento a turistas face ao total da área territorial imediatamente superior, isto é, a região Norte de Portugal, é de 7,99% de empreendimentos turísticos, de 3,46% de alojamento local e de 5,65% no total.

- e) A qualidade da oferta em empreendimentos turísticos (ET), segundo a categoria, é medida através da percentagem de camas em empreendimentos turísticos (ET) de 4 e 5 estrelas face à capacidade total (%), é de 52,39%. Isto é, algo mais da metade do alojamento em empreendimentos turísticos é em estabelecimentos de 4 e 5 estrelas.
- f) A concentração relativa dos agentes de animação turística é de 6,18%, isto é, o número de estabelecimentos de animação turística no Douro face ao total de estabelecimentos na área territorial imediatamente superior, a região Norte de Portugal.
- g) A concentração relativa das agências de viagens e turismo é de 5,17%. Isto é, o número de balcões de agências de viagens e turismo no Douro, face ao total de balcões da área territorial imediatamente superior (região Norte de Portugal).

Por forma a entender a oferta de alojamento a partir de uma perspetiva mais micro, vai-se analisar a oferta de alojamento turístico do Douro – NUT III por município a data 1 de maio de 2019, tendo como fonte de informação o SIGTUR de Turismo de Portugal (cf. <https://tdpindicadores.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=d2e682edee1248a79d15b7b43a68ca2d>) e também o RNT de Turismo de Portugal (cf. <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>).

Tabela 5.7. Empreendimentos turísticos (ET) do Douro – NUT III por município (1 de maio de 2019).

Município	Unidades de alojamento	Capacidade (camas/utentes)	Hierarquia do nº de unidades de alojamento	Hierarquia de capacidade	Capacidade (%)
Vila Real	12	1859	6º	1º	32
Lamego	31	1041	1º	2º	18
Aljô	17	422	2º	3º	8
Régua	9	325	7º	4º	6
Tabuaço	9	287	7º	6º	5
Sabrosa	16	293	3º	5º	5
São João da Pesqueira	5	246	10º	7º	4
Mesão Frio	9	206	7º	8º	3
Armamar	13	184	5º	9º	3
Torre de Moncorvo	14	166	4º	10º	3
Vila Nova de Foz Côa	7	132	9º	13º	2
Carrazeda	7	133	9º	12º	2
Moimenta da Beira	8	138	8º	11º	2
Tarouca	5	116	10º	14º	2
Sernancelhe	5	81	10º	16º	1
Santa Marta de Penaguião	7	86	9º	15º	1
Freixo de Espada à Cinta	5	49	10º	17º	1
Penedono	2	44	11º	18º	1
Murça	2	38	12º	19º	1
Total	183	5846	-	-	100

Fonte: Registo Nacional de Turismo (RNT)

A partir dos dados da tabela anterior podemos perceber uma divisão na capacidade de alojamento em empreendimentos turísticos, que compreende 3 grupos de municípios distintos:

- Municípios mais turísticos, do ponto de vista da oferta de alojamento em empreendimentos turísticos, com capacidade para cerca de 300 camas ou mais: Vila Real, Lamego, Alijó, Régua, Sabrosa e Tabuaço. Estes municípios representam 74% da capacidade de alojamento em empreendimentos turísticos no Douro;
- Municípios com capacidade média, de 100 a 300 camas: São João da Pesqueira, Mesão Frio, Armamar, Torre de Moncorvo, Moimenta da Beira, Carrazeda, Foz Côa, e Tarouca. Estes municípios representam 21% da capacidade de alojamento em empreendimentos turísticos no Douro;
- Municípios com capacidade baixa, menos de 100 camas: Santa Marta de Penaguião, Sernancelhe, Freixo de Espada-a-Cinta, Penedono e Murça. Estes municípios representam 5% da capacidade de alojamento em empreendimentos turísticos no Douro.

No mapa seguinte podemos observar a distribuição territorial do alojamento.

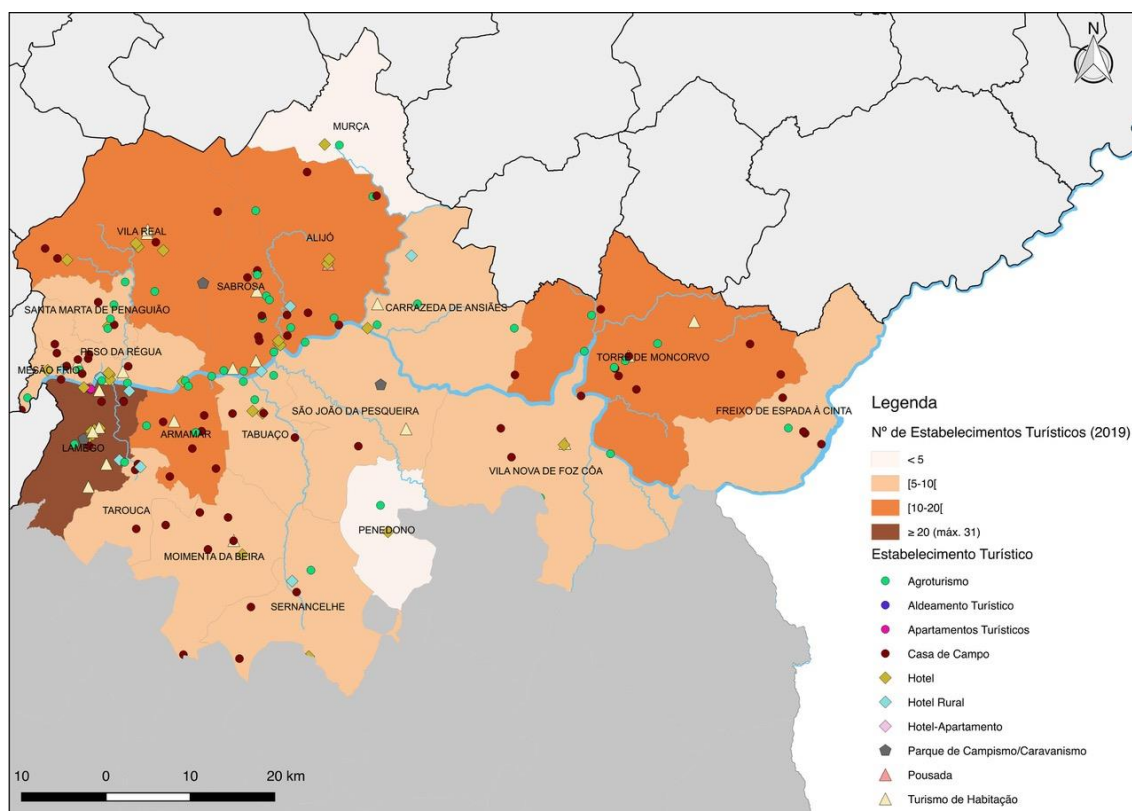


Figura 5.1. Distribuição do nº e tipologia dos empreendimentos turísticos (ET) por municípios do Douro – NUT III. Fonte: Elaboração própria com base no SIGTUR e RNT.

Do mapa anterior depreende-se uma forte concentração no Eixo Urbano Vila Real- Régua Lamego e na envolvente ao Pinhão, denotando-se alguma concentração na zona do Alto Douro Vinhateiro (ADV), ao longo do Rio Douro. Há um predomínio das Casas de Campo e do Agroturismo (em termos de número de unidades, não em termos de capacidade de alojamento) e uma reduzida capacidade de alojamento instalada no Douro Superior e Douro Sul, concentrando-se as unidades sobretudo nas áreas urbanas das sedes de concelho.

A continuação vejamos o alojamento local e os seus traços principais através da Tabela 5.8.

Tabela 5.8. Alojamento local no Douro NUT III em 1 de maio de 2019.

Município	Unidades de alojamento	Capacidade (camas/utentes)	Hierarquia do nº de unidades de alojamento	Hierarquia da capacidade	Capacidade de alojamento (%)
Vila Real	48	458	3 ^o	2 ^o	17
Lamego	49	349	2 ^o	3 ^o	13
Alijó	21	146	6 ^o	6 ^o	5
Régua	73	491	1 ^o	1 ^o	18
Tabuaço	14	91	9 ^o	10 ^o	3
Sabrosa	17	122	7 ^o	8 ^o	5
São João da Pesqueira	16	127	8 ^o	7 ^o	5,5
Mesão Frio	24	187	5 ^o	5 ^o	7
Armamar	32	205	4 ^o	4 ^o	8
Torre de Moncorvo	7	61	12 ^o	12 ^o	2
Vila nova de Foz Côa	9	45	11 ^o	14 ^o	2
Carrazeda	14	110	9 ^o	9 ^o	5
Moimenta da Beira	6	60	13 ^o	13 ^o	2
Tarouca	6	41	13 ^o	17 ^o	2
Sernancelhe	3	37	15 ^o	18 ^o	1
Santa Marta de Penaguião	12	86	10 ^o	11 ^o	3
Freixo de Espada à Cinta	7	48	12 ^o	14 ^o	2
Penedono	1	6	16 ^o	19 ^o	0,5
Murça	5	42	14 ^o	16 ^o	2
Total	364	2712	-	-	100

Fonte: Registo Nacional de Turismo (RNT).

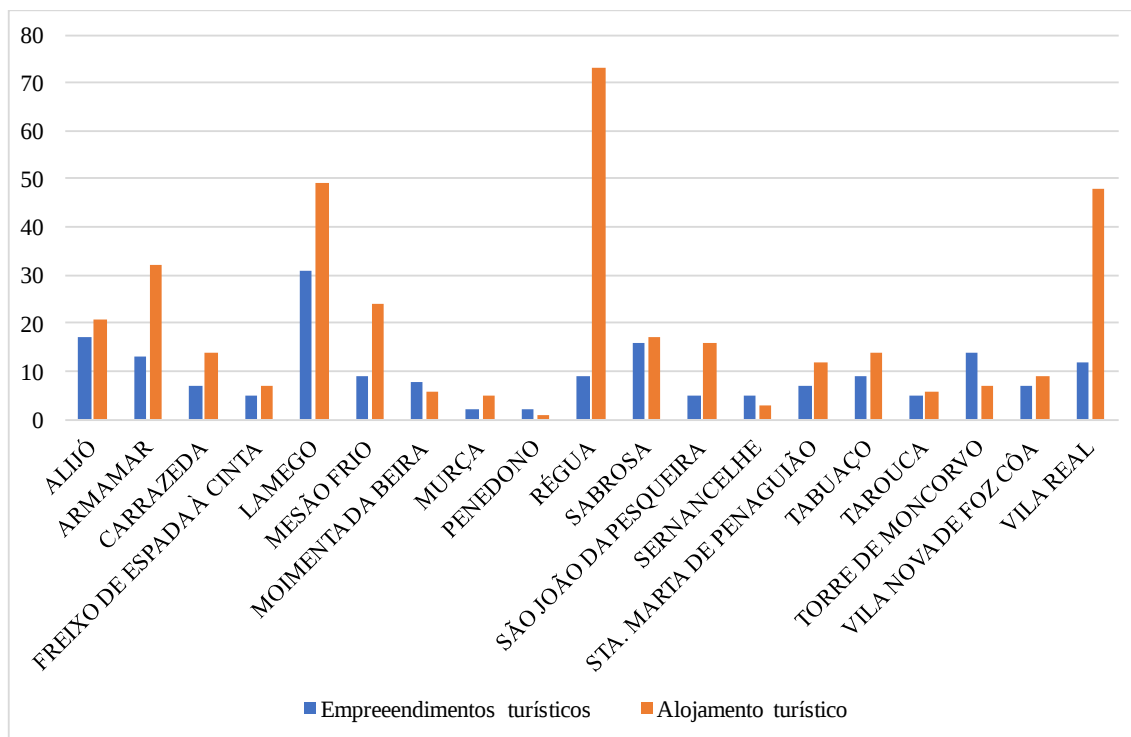


Figura 5.2. Gráfico sobre Alojamento local e Empreendimentos turísticos por município na NUT III Douro em 1 de maio de 2019 (valores totais). Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT).

A partir dos dados da tabela e do gráfico anteriores, relativa aos 19 municípios do Douro, pode-se igualmente construir uma hierarquia de capacidade de alojamento em “alojamentos locais”, dividida em três grupos de municípios diferentes:

- Municípios mais turísticos, do ponto de vista da oferta de alojamento local, com capacidade para 200 camas ou mais: Armamar, Lamego, Régua e Vila Real. Estes municípios representam 53% da capacidade de alojamento em alojamentos locais no Douro;
- Municípios com capacidade média, de 100 a 200 camas: Alijó, Carrazeda de Ansiães, Mesão Frio, Sabrosa e São João da Pesqueira. Estes municípios representam 26% da capacidade de alojamento em alojamentos locais no Douro;
- Municípios com capacidade baixa, menos de 100 camas: Freixo de Espada-a-Cinta, Foz Côa, Moimenta da Beira, Murça, Santa Marta de Penaguião, Sernancelhe, Penedono, Tabuaço e Tarouca, Torre de Moncorvo. Estes municípios representam 21% da capacidade de alojamento em alojamentos locais no Douro.

Pode-se assim observar como a diferença dos empreendimentos turísticos os alojamentos locais encontram-se algo mais distribuídos pelo território Douro. Na Figura 5.3. podemos fazer uma leitura territorial mais afinada dessa distribuição do alojamento local.

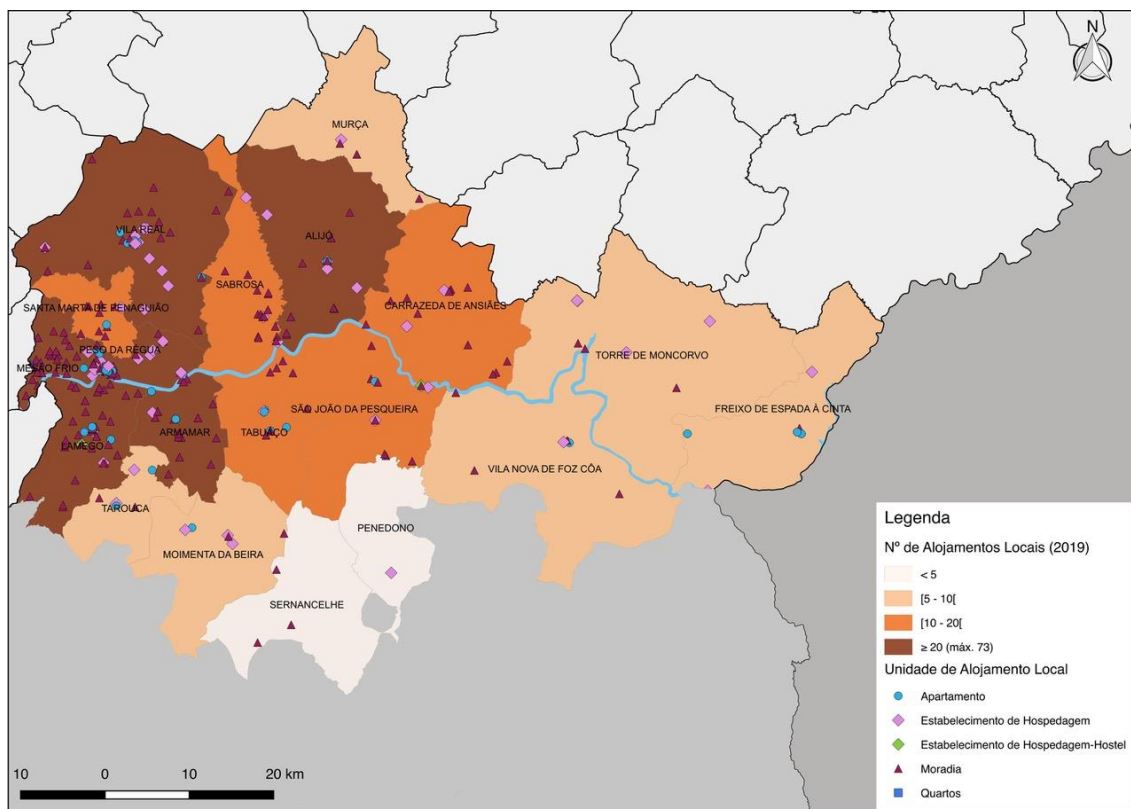


Figura 5.3. Distribuição do número e tipologia de alojamentos locais (AL) por municípios do Douro – NUT III. Fonte: Elaborado por Ricardo Bento.

A distribuição territorial da oferta de alojamento local que o mapa mostra apresenta novamente uma forte concentração da oferta no Eixo Urbano Vila-Real- Régua-Lamego, mas agora com maior dispersão territorial, não seguindo neste caso uma relação geográfica forte com o ADV e o Rio Douro. Mantem-se a rarefação da oferta no Douro Superior e nos municípios mais “periféricos” no Douro Sul (Sernancelhe e Penedono).

Em seguida, observe-se, em conjunto a oferta de alojamento turístico da região do Douro e a sua capacidade total de alojamento como podemos observar na tabela abaixo (Tabela 5.9.).

Tabela 5.9. Alojamento turístico (ET e AL) do Douro – NUT III por município em 1 de maio de 2019. Fonte: SIGTUR e RNT de Turismo de Portugal.

Município	Unidades de alojamento (ET e AL)	Capacidade de alojamento total (camas/utentes)	Capacidade de alojamento (%)
Vila Real	60	2317	26
Lamego	80	1390	16
Alijó	38	568	7
Régua	82	816	10
Tabuaço	23	378	4,5
Sabrosa	33	415	5
São João da Pesqueira	21	373	4
Mesão Frio	33	393	5
Armamar	45	389	5
Torre de Moncorvo	21	227	3
Vila Nova de Foz Côa	16	177	2
Carrazeda	21	243	3
Moimenta da Beira	14	198	2
Tarouca	11	157	2
Sernancelhe	8	118	1
Santa Marta de Penaguião	19	172	2
Freixo de Espada à Cinta	12	107	1
Penedono	3	50	0,5
Murça	7	80	1
Total	547	8568	100

Fonte: SIGTUR e RNT de Turismo de Portugal.

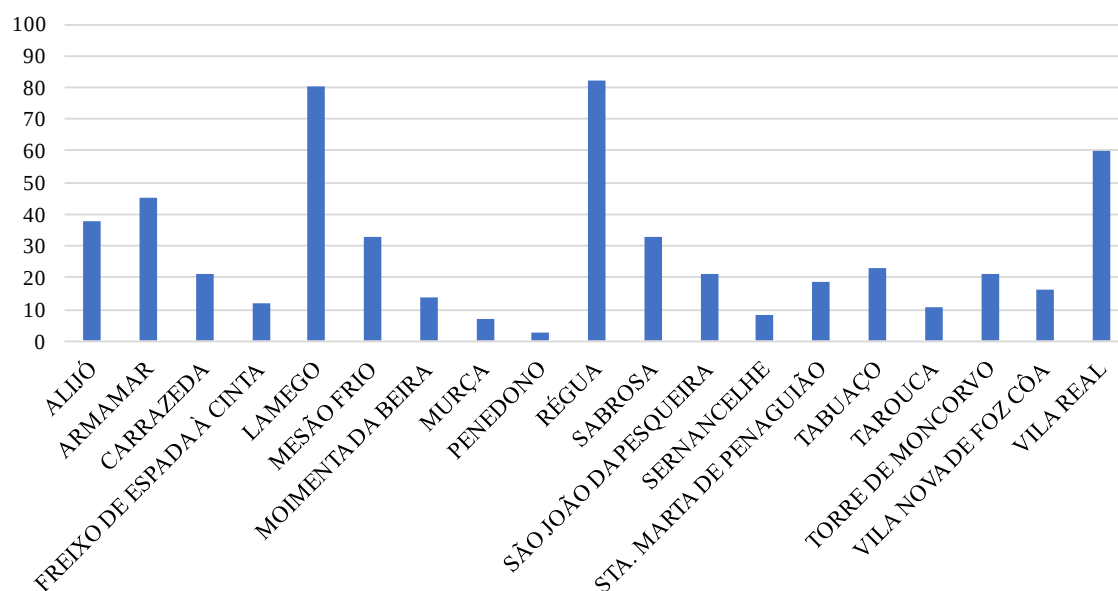


Figura 5.4. Gráfico com o total de unidades de alojamento (ET e AL) por município. Fonte: Elaboração própria (com base nos dados da SIGTUR, do RNT e do Turismo de Portugal).

Percebe-se pelo gráfico anterior que, existe uma clara evidência do eixo mais urbano da região do Douro, detendo uma clara vantagem na oferta de unidades de alojamento em

detrimento das zonas mais rurais e com níveis de densidade populacional inferior. O gráfico pode ajudar a compreender de forma mais detalhada a capacidade de cada município, proporcionando ainda, uma visão mais alargada do impacto dos empreendimentos turísticos locais por município, mostrando a capacidade de absorção individual. Apesar de não existir um número quantificado em relação à intenção turística, depreende-se que o efeito direto apresentado seja representativo e aproximado. A força da relação direta dos empreendimentos turísticos locais na intenção de turismo difere claramente entre os vários municípios, destacando-se de forma evidente, Alijó, Lamego, Peso da Régua e Vila Real. O nível populacional destes quatro municípios é bastante superior aos restantes e no seu conjunto, albergam aproximadamente 52% da população residente na região do Douro, o que poderá ter uma influência significativa no investimento atual e futuro em empreendimentos turísticos.

Portanto, a capacidade de alojamento turístico total (ET e AL) no Douro pode ser segmentada em três grupos de municípios diferentes:

- a) Vila Real, Lamego, Régua, Alijó: São municípios mais turísticos do ponto de vista da oferta de alojamento turístico. Estes municípios representam 59% da capacidade de alojamento turístico total do Douro;
- b) Tabuaço, Sabrosa, São João da Pesqueira, Mesão Frio, Armamar, com cerca de 5% da capacidade de alojamento cada um deles e que no total deste subconjunto representam 23,50% da capacidade de alojamento turístico total do Douro;
- c) Torre de Moncorvo, Moimenta da Beira, Carrazeda, Vila Nova de Foz Côa, Tarouca, Santa Marta de Penaguião, Sernancelhe, Freixo de Espada à Cinta, Penedono e Murça. Estes municípios representam individualmente menos de 3% da capacidade de alojamento turístico total do Douro e em conjunto 17,50% da capacidade de alojamento turístico total do Douro.

Na tabela seguinte cruzaram-se as variáveis do alojamento turístico utilizadas neste estudo para caracterizar a estrutura do alojamento turístico do Douro e ter um olhar quantitativo global sobre a oferta de alojamento turístico da região do Douro.

Tabela 5.10. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios (1 de maio de 2019).

Município	ET	AL	Total	Capacidad e em ET	Capacidad e em AL	Capacidad e Total	Rankin g	Peso na capacida de total de alojamen to (%)
Vila Real	12	48	60	1859	458	2317	1 ^o	26
Lamego	31	49	80	1041	349	1390	2 ^o	16
Alijó	17	21	38	422	146	568	4 ^o	7
Régua	9	73	82	325	491	816	3 ^o	10
Tabuaço	9	14	23	287	91	378	8 ^o	4,5
Sabrosa	16	17	33	293	122	415	5 ^o	5
São João da Pesqueira	5	16	21	246	127	373	9 ^o	4
Mesão Frio	9	24	33	206	187	393	6 ^o	5
Armamar	13	32	45	184	205	389	7 ^o	5
Torre de Moncorvo	14	7	21	166	61	227	11 ^o	3
Vila Nova de Foz Côa	7	9	16	132	45	177	13 ^o	2
Carrazeda	7	14	21	133	110	243	10 ^o	3
Moimenta da Beira	8	6	14	138	60	198	12 ^o	2
Tarouca	5	6	11	116	41	157	15 ^o	2
Sernancelhe	5	3	8	81	37	118	16	1
Santa Marta de Penaguião	7	12	19	86	86	172	14 ^o	2
Freixo de Espada à Cinta	5	7	12	49	48	107	17 ^o	1
Penedono	2	1	3	44	6	50	19 ^o	0,5
Murça	2	5	7	38	42	80	18 ^o	1
Total	183	364	547	5846	2712	8568	-	100

Legendas: AT (Alojamento turístico, integra ET e AL), ET (empreendimentos turísticos), AL (alojamento local). Fonte: SIGTUR e RNT

Analisando-se de forma agregada e global o alojamento turístico do Douro (empreendimentos turísticos e alojamentos locais), destacam-se as seguintes diferenças territoriais de acordo com a capacidade de alojamento total de cada município:

- Municípios com mais de 350 camas: Vila Real, Lamego, Régua, Alijó, Sabrosa, Mesão Frio, Armamar, Tabuaço, São João da Pesqueira, por ordem de maior a menor capacidade;
- Municípios com 100 a 350 camas: Carrazeda de Ansiães, Torre de Moncorvo, Moimenta da Beira, Foz Côa, Santa Marta de Penaguião, Tarouca, Sernancelhe, Freixo de Espada à Cinta, por ordem de maior a menor capacidade;
- Municípios com menos de 100 camas: Murça e Penedono.

Esta tipologia mostra claramente e evidencia a vocação turística de cada município do Douro, tendo como líderes o eixo territorial mais urbano de Vila Real-Régua-Lamego, reforçando também, outros aspetos não menos importantes, tais como:

- a) O *boom* do alojamento local, um fenómeno muito recente, e a distribuição territorial e social deste tipo de alojamentos turísticos pela região do Douro, para além do seu contributo para a diversificação da oferta de alojamento turístico como veremos com atenção na próxima seção deste texto.
- b) A maior oferta turística do Douro centra-se no eixo urbano do Douro hoje em dia mais acessível por autoestrada e a menor tempo-distância do Porto, resultado também da construção do túnel do Marão. Este destaque para a oferta de alojamento turístico do eixo urbano do Douro, é relativo tanto ao número de unidades como à capacidade de alojamento

5.3. As tipologias de alojamento turístico no Douro

Nesta seção pretende-se analisar a diversidade de tipos de alojamento turístico do Douro. Isto é, importante para entender o predomínio de determinados projetos turísticos e a segmentação do tipo de alojamentos, experiências e produtos turísticos da região. As atuais tipologias de alojamento turístico em Portugal foram criadas através do Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei nº 15/2014, de 23 de janeiro, pelo Decreto-Lei nº 128/2014, de 29 de agosto e pelo Decreto-Lei nº 186/2015, de 3 de setembro estabelecem que os empreendimentos turísticos (ET) podem ser: Estabelecimentos hoteleiros (hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas), aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, conjuntos turísticos (resorts), empreendimentos de turismo de habitação, empreendimentos de turismo no espaço rural (casas de campo, agroturismos, hotéis rurais), parques de campismo e de caravanismo (cf. <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/empreendimentos-turisticos/tipologias-empreendimentos-turisticos-out-2014.pdf>).

Na tabela abaixo (Tabela 5.11.) pode-se observar a concretização destas tipologias de alojamento turístico existentes no Douro, em primeiro lugar nos empreendimentos turísticos e com a sua distribuição por municípios.

Tabela 5.11. Tipologias de empreendimentos turísticos (ET) do Douro NUT-III por municípios (a 1 de maio de 2019).

Município	TH	CC	H	PCC	AG	HR	CT	AT	P	Total	ET (%)
Vila Real	2	4	4	1	1	0	0	0	0	12	6
Lamego	6	5	9	1	3	3	1	3	0	31	16
Alijó	0	5	5	0	5	1	0	0	1	17	9
Régua	1	5	3	0	0	0	0	0	0	9	5
Tabuaço	0	3	2	0	3	1	0	0	0	9	5
Sabrosa	4	5	1	0	6	0	0	0	0	16	9
São João da Pesqueira	1	2	0	1	1	0	0	0	0	5	3
Mesão Frio	1	4	1	0	2	1	0	0	0	9	5
Armamar	1	5	2	0	5	0	0	0	0	13	7
Torre de Moncorvo	2	7	0	0	5	0	0	0	0	14	8
Vila Nova de Foz Côa	1	3	1	0	2	0	0	0	0	7	4
Carrazeda	1	1	1	0	3	1	0	0	0	7	4
Moimenta da Beira	1	6	1	0	0	0	0	0	0	8	4
Tarouca	0	3	0	0	1	1	0	0	0	5	3
Sernancelhe	0	3	0	0	1	1	0	0	0	5	3
Santa Marta de Penaguião	0	2	1	0	4	0	0	0	0	7	4
Freixo de Espada à Cinta	0	4	0	0	1	0	0	0	0	5	3
Penedono	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	1
Murça	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	1
Total	21	67	33	3	45	9	1	3	1	183	100
%	11	36	18	2	25	5	0,50	2	0,50	100	

Legenda: TH (turismo de habitação), CC (casa de campo), H (hotel), PCC (parque de campismo e caravanismo), AG (agroturismo), HR (hotel rural), CT (Conjunto turístico), AT (apartamento turístico), P (Pousada). Fonte: RNT, <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaRegisto.aspx>

A Figura 5.5. abaixo compreende os empreendimentos turísticos no Douro com base na tipologia adotada pelo RNT para catalogar o tipo de empreendimento. Esta apresentação gráfica permite, a partir de outra fonte de dados oficiais, igualmente evidenciar o cenário empreendedor na região e qual poderá ser a tendência na criação de ofertas turísticas. De acordo com os dados em discussão, as casas de campo, o agroturismo e os hotéis convencionais surgem na região com maior evidência, por outro lado, as pousadas, os apartamentos turísticos e os parques de campismo fazem parte dos registos em menor número. Esta informação dá-nos uma tendência da região em termos de empreendimentos turísticos, expondo o que poderá ser a base da sua identidade neste setor. Segundo estes dados, a tendência da região está voltada para o aumento da sua capacidade de alojamento (hotéis) na tentativa de alojar o maior número de visitantes possíveis. Por outro lado, verifica-se a preocupação por parte dos agentes locais em criar e disponibilizar empreendimentos mais rurais (casas de campo e agroturismo), procurando

alcançar um outro segmento de turistas, que procuram experiências habitacionais em comunhão com comunidades mais endémicas da região.

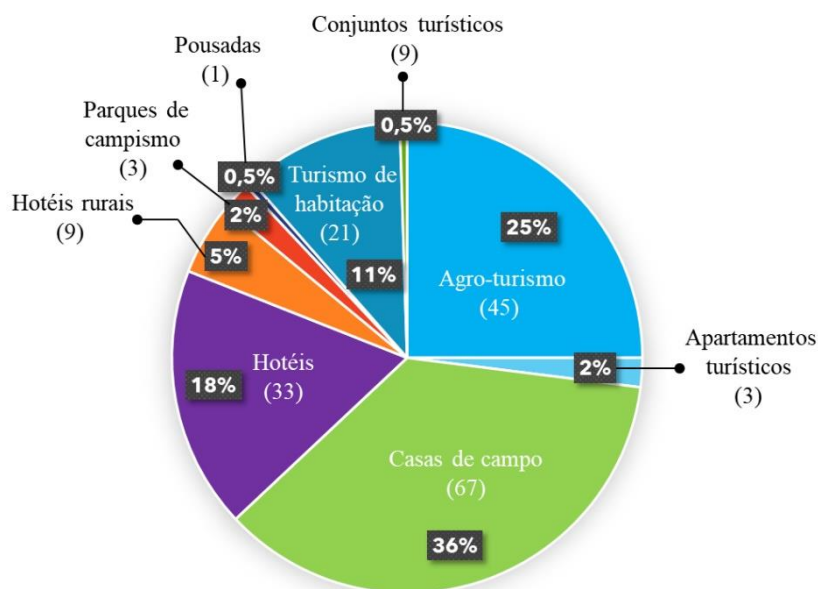


Figura 5.5. Empreendimentos turísticos por tipologia no Douro. Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT).

De forma sumária, da Figura 5.5. pode-se inferir o seguinte:

- Nos empreendimentos turísticos o Douro conta com 67 casas de campo (36%), 45 empreendimentos de agroturismo (25%), 33 hotéis (18%), 21 unidades de turismo de habitação (11%), 9 hotéis rurais (5%), só 3 parques de campismo (2%), 3 apartamentos turísticos (2%), 1 conjunto turístico (0,5%) e 1 pousada (0,5%);
- Nesta grande tipologia de empreendimentos turísticos predominam os empreendimentos de turismo em espaço rural, o que possibilita uma relação e conexão dos turistas com o espaço rural do Douro e as atividades mais ligadas a agricultura;
- Os poucos hotéis da região encontram-se localizados nas pequenas cidades que são capitais concelhias;
- Há poucos parques de campismo e caravanismo na região, geralmente procurados por jovens e estrangeiros.

Em relação a outro grande tipo de alojamento turístico em Portugal, o alojamento local (AL), este é um alojamento temporário para turistas e as suas modalidades podem, segundo a legislação (Lei nº 62/2018 de 22 de agosto), podem ser as seguintes:

- a) **Moradia:** o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar;
- b) **Apartamento:** o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por uma fração autónoma de edifício ou parte de prédio urbano suscetível de utilização independente;
- c) **Estabelecimentos de hospedagem:** o estabelecimento de alojamento local cujas unidades de alojamento são constituídas por quartos, integrados numa fração autónoma de edifício, num prédio urbano ou numa parte de prédios urbanos suscetível de utilização independente. Estes poderão utilizar a denominação de **hostel** quando a unidade de alojamento predominante for um dormitório, isto é, quando o número de utentes seja superior ao número de utentes em quarto, e se obedecerem aos restantes requisitos previsto para o efeito;
- d) **Quartos:** a exploração de alojamento local feita na residência do titular (correspondente ao seu domicílio fiscal) quando a unidade de alojamento seja o quarto e estes não sejam em número superior a três” (Cf. Turismo de Portugal, http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Como_comecar/Alojamento_Local/Paginas/default.aspx).

A capacidade máxima de alojamento nos AL tem os seus limites segundo a legislação (cf. <http://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/alojamento-local/guia-alojamento-local-fev-2019.pdf>), 9 quartos e 30 turistas, com exceção dos hostels, que não têm. Enquanto ao alojamento local (AL) no Douro as tipologias existentes em cada município são as definidas na tabela abaixo (Tabela 5.12.).

Tabela 5.12. Tipologias de alojamentos locais (AL) do Douro NUT-III por municípios (em 1 de maio de 2019).

Município	EH	AP	MO	EHH	Total	%
Vila Real	15	13	19	1	48	13
Lamego	2	5	41	1	49	13
Alijó	5	2	14	0	21	6
Régua	22	28	23	0	73	20
Tabuaço	1	5	8	0	14	4
Sabrosa	2	0	15	0	17	4
São João da Pesqueira	3	1	12	0	16	4
Mesão Frio	0	1	23	0	24	6
Armamar	1	7	24	0	32	9
Torre de Moncorvo	4	0	3	0	7	2
Foz Côa	1	1	7	0	9	2
Carrazeda	2	0	12	0	14	4
Moimenta da Beira	3	1	2	0	6	2
Tarouca	2	2	2	0	6	2
Sernancelhe	0	0	3	0	3	1

Tabela 5.12. (continuação)

Município	EH	AP	MO	EHH	Total	%
Santa Marta de Penaguião	1	0	11	0	12	4
Freixo de Espada à Cinta	1	5	1	0	7	2
Penedono	1	0	0	0	1	0,5
Murça	1	0	4	0	5	1,5
Total	67	71	224	2	364	100
%	18	20	61,5	0,5	100	

Legendas: EH: Estabelecimento de Hospedagem; AP: Apartamento; MO: Moradia; EHH: Estabelecimento de Hospedagem – Hostel. Fonte: RNT, <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True>

Com base na Tabela 5.12., apresenta-se o gráfico seguinte, por forma a permitir uma visão mais global do número e da tipologia dos alojamentos locais da região do Douro. A partir deste gráfico percebe-se concretamente a dinâmica de cada município e o seu consequente impacto em termos de oferta.

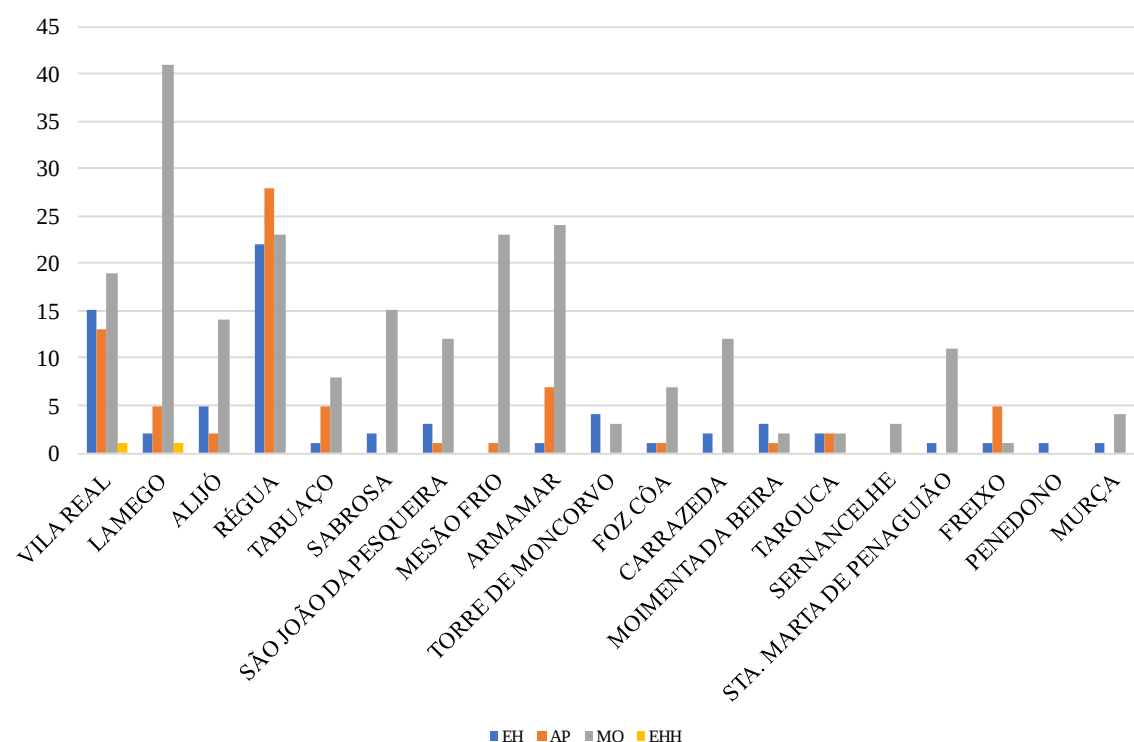


Figura 5.6. Gráfico com os Alojamentos locais (AL) do Douro NUT-III por tipologia e por municípios (valores totais). Fonte: Elaboração própria (com base nos dados do RNT). Legenda: EH: Estabelecimento de Hospedagem; AP: Apartamento; MO: Moradia; EHH: Estabelecimento de Hospedagem – Hostel.

Em jeito de análise sumária pode-se afirmar que nos alojamentos locais (AL) do Douro predominam as moradias (61,50%), isto é, edifícios autónomos unifamiliares, seguidos dos apartamentos (20%) e dos estabelecimentos de hospedagem (18%). Ao invés do que ocorre na zona litoral do Porto, onde predominam os apartamentos:

“A concentração dos alojamentos na zona de Porto e arredores conduz a um parque de unidades mais urbano e, assim, dominado por apartamentos (68% das unidades) e moradias (23%), com o menor peso comparativo de unidades de alojamento coletivo (7%). A oferta tende assim a concentrar-se em torno de unidades que oferecem até dois quartos e acolhem até seis pessoas. Esta distribuição parece ser o resultado da iniciativa empreendedora empresarial a título individual, pois o Porto e a restante região Norte destacam-se como sendo aquelas onde o imóvel é sobretudo de posse efetiva (53%), sendo que em 39% dos casos foi adquirido propositadamente para ser afeto a Alojamento Local. Nos casos em que se trata de um imóvel arrendado, na esmagadora maioria (93% dos casos) o objetivo do arrendamento foi especificamente para se dedicar ao Alojamento Local...” (Pereira, 2018: p. 5-7).

5.4. A oferta de alojamento turístico do Douro nas plataformas digitais online

Nesta secção apresenta-se a oferta de alojamento turístico promovida internacionalmente e digitalmente pelas principais plataformas de alojamento turístico online. É um mapa que muda frequentemente, pois os privados integram cada vez mais o alojamento local (apartamentos, moradias, hostels, para alugar). Este foco vai-nos permitir analisar criticamente as disfunções recorrentes entre aquilo que queremos oferecer e aquilo que oferecem os mediadores através das suas poderosas plataformas.

Em primeiro lugar veja-se a Booking, o principal motor de reservas *online* ao nível mundial (5.400.000 casas e apartamentos, cf. Gomes, 2018, p. 40), não sem antes frisar que enquanto motor de reservas tem uma comissão por cada uma das reservas de alojamento de à volta do 15% do preço – maior ainda se o cliente quer mais visibilidade no seu site-, mais do que a maioria das plataformas de reserva online, pelo que nem todos os empreendimentos turísticos optam por contratar este tipo de mediadores.

Tabela 5.13. Plataformas de alojamento online a operar em Portugal.

Plataforma	Custos sobre o preço da reserva (%)
Airbnb	3
Bedycasa	15
Homeaway	8
HouseTrip	3
IHA	Fixo
Rentalia	10
Wimdu	0
Uniplaces	8
9flats	15
Booking	15

Fonte: DECO Proteste, cf. <https://www.deco.proteste.pt/>

Inicialmente a Booking recusava-se a aceitar apartamentos (cf. Gomes, 2018, p. 40), hoje tem no seu *site* português 6.577 propriedades. E de acordo com uma consulta efetuada em 10 de maio de 2019 para uma estadia de fim-de-semana no Douro, o número de alojamentos turísticos mostrados pela Booking foi a seguinte:

Tabela 5.14. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a Booking.

Município	Alojamentos turísticos
Vila Real	21
Lamego	24
Alijó	5
Régua	30
Tabuaço	5
Sabrosa	3
São João da Pesqueira	3
Mesão Frio	10
Armamar	8
Torre de Moncorvo	8
Vila Nova de Foz Côa	2
Carrazeda	2
Moimenta da Beira	3
Tarouca	151
Sernancelhe	1
Santa Marta de Penaguião	7
Freixo de Espada à Cinta	4
Penedono	1
Murça	2
Total	290

Fonte: <https://www.booking.com/>

As tipologias empregues pela Booking não coincidem com as do Registo Nacional de Turismo (RNT), elas são algo diferentes, e de acordo com o tipo de propriedade elas são: Casas de férias, Alojamento em Turismo Rural, Casas de campo, Alojamento de acomodação e pequeno-

almoço, Apartamentos, Casas de hóspedes, Hotéis, Quartos em acomodação particulares, Chalé, Campismo de luxo, Parques de campismo e Hostels.

Se na Booking for colocada a palavra “Douro” aparecem 287 alojamentos, isto é, longe dos 547 registados no RNT. Dito de outra forma só 52% dos alojamentos turísticos do Douro estão na Booking. E se simulamos na mesma plataforma uma reserva para algum dos municípios do Douro-NUT III, como se apresenta na tabela acima, encontramos 290 alojamentos para o total dos municípios, isto é, só um 53% dos que existem realmente. A Booking dá várias e diversas razões na sua web para visitar o Douro:

- a) Vila Real: “paisagens, calma e natureza”.
- b) Lamego: “paisagens, excelente para degustar vinhos e monumentos”.
- c) Alijó: “calma, paisagens e excelente para degustar vinho”.
- d) Régua: “paisagens, vinhas e excelente para degustar vinho”.
- e) Tabuaço: “paisagens, calma e natureza”.
- f) Sabrosa: “paisagens, calma e vinhas”.
- g) São João da Pesqueira: “calma, paisagens e natureza”.
- h) Mesão Frio: “paisagens, calma e relaxamento”.
- i) Armamar: “paisagens, calma e natureza”.
- j) Torre de Moncorvo: “calma, paisagens e natureza”.
- k) Vila Nova de Foz Côa: “paisagens, natureza e arqueologia”.
- l) Carrazeda de Ansiães: “calma, paisagem campestre e passeios”.
- m) Moimenta da Beira: “calma, paisagem campestre e relaxamento”.
- n) Tarouca: nenhuma menção reportada.
- o) Sernancelhe: “paisagem campestre, ar puro e turismo”.
- p) Santa Marta de Penaguião: “calma, natureza e vinhas”.
- q) Freixo de Espada à Cinta: “natureza, paisagens e calma”.
- r) Penedono: “paisagem campestre, passear com crianças e monumentos”.
- s) Murça: “calma, excelente para degustar vinho e natureza”.

Estas razões são em realidade slogans de promoção que representam uma leitura que este poderoso mediador faz da oferta turística da região do Douro. Chama a atenção que se bem faz referência às paisagens, à natureza e aos vinhos, não o faz com relação a outro tipo de oferta gastronómica.

Vejamos agora outras plataformas. Na plataforma de reservas hoteleiras Trivago (cf. <http://www.trivago.es>) encontramos os seguintes alojamentos turísticos (Tabela 5.15.).

Tabela 5.15. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a Trivago.

Município	Alojamentos turísticos
Vila Real	28
Lamego	35
Alijó	13
Régua	22
Tabuaço	59
Sabrosa	48
São João da Pesqueira	23
Mesão Frio	12
Armamar	10
Torre de Moncorvo	11
Foz Côa	15
Carrazeda	14
Moimenta da Beira	29
Tarouca	87
Sernancelhe	9
Santa Marta de Penaguião	100
Freixo de Espada à Cinta	13
Penedono	14
Murça	14
Total	556

Fonte: <https://www.trivago.es/>

Em relação a esta plataforma de reserva de alojamento, importa referir em primeiro lugar que ela está muito orientada ao mercado espanhol, algo que interessa muito à região do Douro. Em segundo lugar, sublinhar que a oferta de alojamento turístico não é estritamente municipal nem regional, isto é, ao colocarmos no buscador o nome de um município, a plataforma oferece alojamento de vários municípios à volta, até de Espanha, como no caso de Freixo de Espada à Cinta. Em terceiro lugar, destacar que se o visitante pretende efetuar uma reserva esta acaba por ser efetuada através de Booking, para a qual encaminha Trivago.

E como o alojamento local é um tipo de alojamento turístico muito importante no Douro importa analisar a plataforma AIRBNB (cf. <https://www.airbnb.pt/>). Nela encontraram-se os seguintes alojamentos locais, reportados na Tabela 5.16.

Tabela 5.16. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a AIRBNB.

Município	Alojamentos turísticos
Vila Real	29
Lamego	19
Alijó	69
Régua	11
Tabuaço	48
Sabrosa	57
São João da Pesqueira	27
Mesão Frio	19
Armamar	19
Torre de Moncorvo	33
Foz Côa	44
Carrazeda	24
Moimenta da Beira	21
Tarouca	94
Sernancelhe	68
Santa Marta de	20
Penaguião	
Freixo de Espada à Cinta	16
Penedono	36
Murça	31
Total	685

Fonte: <https://www.airbnb.pt/>

Com esta plataforma encontraram-se questões semelhantes colocadas à Trivago, com diferenças. A primeira é que AIRBNB é uma verdadeira plataforma de reservas, em competição com Booking, Wimdu, HomeAway e outras. Mas a diferença de Booking que integra hotéis e outros tipos de alojamento, AIRBNB só oferece casas, apartamentos e quartos para alojamento turístico. A nossa estratégia metodológica foi colocar um a um o nome dos municípios da região do Douro, resultando 685 propostas de alojamento local, muitas delas repetidas. Se digitar o topónimo “Douro” apenas aparecem 14 alojamentos, com um preço médio de 65 Euros por noite.

A plataforma Couchsurfing (cf. <https://www.couchsurfing.com/>) é uma rede social que oferece de forma gratuita alojamento em casas particulares, informação prática ou serviços de guia local, sobre todo para jovens e mochileiros. Há 484 possibilidades de alojamento nesta plataforma – rede social, fundamentalmente em Vila Real, cidade universitária da região, que tem 363 hospedeiros nesta rede social de alojamento gratuito. Esta economia turística circular e colaborativa representa um ponto de encontro entre pessoas de diferentes culturas e países e uma oportunidade para a aprendizagem intercultural recíproca sem intercâmbio mercantil. Na tabela abaixo pode-se observar a distribuição por municípios das possibilidades de alojamento através desta plataforma.

Tabela 5.17. Alojamento turístico do Douro NUT-III por municípios segundo a plataforma Couchsurfing.

Município	Alojamentos turísticos
Vila Real	363
Lamego	35
Alijó	2
Régua	16
Tabuaço	6
Sabrosa	2
São João da Pesqueira	7
Mesão Frio	2
Armamar	1
Torre de Moncorvo	17
Foz Côa	8
Carrazeda	1
Moimenta da Beira	3
Tarouca	0
Sernancelhe	1
Santa Marta de	11
Penaguião	
Freixo de Espada à Cinta	1
Penedono	1
Murça	7
Total	484

Fonte: <https://www.couchsurfing.com/>

Estes dados sobre a oferta de alojamento turístico do Douro nas plataformas *online* mostram vários aspetos a ressaltar. O primeiro é a dificuldade na comunicação, promoção e comercialização digital do destino. O segundo é a diferença entre a oferta de alojamento turístico real total e a oferta parcial apresentada pelas plataformas digitais online internacionais. O terceiro é a diferença com a comunicação da oferta turística feitas pelas autarquias, pois estas apresentam nas suas webs toda a oferta turística dos seus municípios, para além de uma informação integral e complementar da oferta de alojamento, que é basicamente o que oferecem as plataformas de reservas online. O quarto aspeto é a desagregação da informação sobre a oferta turística e a sua incompletude para as necessidades do visitante. O quinto é a aparição de novas ofertas turísticas que respondem a novas dinâmicas e necessidades sociais, como o caso da plataforma Couchsurfing. Ao comparar esta amostra com as webs camarárias e com o Registo Nacional de Turismo (RNT), observamos também como do ponto de vista científico a fonte de dados mais fiável para conhecer a oferta de alojamento turismo na região é o RNT de Turismo de Portugal.

5.5. Notas finais

Este estudo é essencialmente empírico e construído com base em fontes estatísticas oficiais. Noutros capítulos abordar-se-á o alojamento turístico do Douro a partir de outras perspetivas mais qualitativas. A abordagem predominante neste capítulo foi a quantitativa, com algumas

leituras de caráter tipológico, descritivo e qualitativo. O objetivo foi proporcionar um retrato atual de uma realidade mutável e em transformação constante, para assim melhor entender e compreender o ponto de situação onde nos encontramos.

Na introdução do texto expôs-se como o alojamento turístico é um pilar da oferta turística de qualquer destino, fazendo a ponte com a legislação portuguesa de alojamento turístico, e com os dados sobre as diferentes tipologias de alojamento turístico em Portugal, de forma a servir de cenário de fundo e quadro geral para melhor entender o alojamento turístico do Douro. De seguida, apresentou-se uma seção com alguma caracterização do território Douro enquanto envolvente da oferta de alojamento turístico. Posteriormente, focou-se a estrutura do alojamento turístico do Douro com dois pontos de referência, 1991 e a atualidade e com uma mirada regional e municipal. Desenvolveu-se ainda, uma análise das diferentes tipologias de alojamento turístico do Douro, por municípios e com segmentação de empreendimentos turísticos e alojamento local.

No ponto seguinte, foi abordada a oferta de alojamento turístico nas principais plataformas de reservas turísticas *online*, tendo em atenção a sua importância e poder na apresentação e mediação dos destinos turísticos. Permitindo assim, comparar a oferta real com a oferta promovida internacionalmente por mediadores com grande influência nos turistas. Apesar de a oferta de alojamento ter vindo a aumentar significativamente nos últimos anos, a procura de alojamento turístico (preenchações) não acompanha ao mesmo ritmo. Posto isto, pode-se definir o Douro como um destino de “undertourism” que aspira a um maior desenvolvimento do turismo, sem descurar a sustentabilidade e a responsabilidade nele.

5.6. Referências bibliográficas

- Beni, M. C. (2007). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC.
- Bernardo, E. & Pereiro, X. (2018). O turismo do Douro visto de dentro e de fora: resumo do seminário intermédio do projeto DOUROTUR. *Tourism and Hospitality International Journal*, 10(1), 153-166.
- Bernardo, E (coord.) (2018). *Para um enfoque territorial do turismo no Douro*. La Laguna: PASOS. Online
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. & Shepherd; (1993). *Tourism: principles and practice*. London: Pitman Publishing.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Pereira, H. (2018). *Valorização e Qualificação do Alojamento Local nas Regiões Norte, Centro e Alentejo. Os Imóveis*. Lisboa: AHRESP.
- Montejano, J. (1991). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.
- OMT (ed.) (1995). *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*. Madrid: OMT.
- Sistémicos Projectos (ed.) (2008). *Nova legislação do alojamento turístico*. Online em <http://www.sistemicosprojectos.com/noticias/not2008/not19.htm>
- Gomes, Z. P. (2018, julho 11). Aluga-se Portugal. *Visão*, 1322, 36-45.

Capítulo 6

O ciclo de vida dos alojamentos turísticos do Douro

6. O ciclo de vida dos alojamentos turísticos do Douro

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com)

6.1. Introdução

“Ao Douro chegou outra vida. Viajaram comerciantes, prostitutas, ladrões, técnicos e turistas – uma humanidade toda diferente. Os que lá viviam sentiram-se oprimidos, como se lhes tivessem invadido o lar e os quisessem expulsar. Vieram todos os vícios. E tentações e crimes. Desfizeram-se famílias e nasceram novas terras. Das que existiam, algumas largaram-se como cidades e outras morreram definhadas. A tradição mirrou-se e ficou guardada no coração dos velhos. Chegaram a Sociedade por Ações e o Banco. Vieram a Usura e a Letra. Desembarcaram o Papel Selado e o Fisco. Era uma vida nova.” (Redol, 1979: p. 275, referindo-se à chegada do comboio em finais do século XIX, escreve nos anos 1940).

Neste capítulo vamos abordar as histórias e memórias dos alojamentos turísticos do Douro contados pelos seus responsáveis. Os protagonistas são homens (dois terços) e mulheres (um terço) que estão intimamente ligados ao turismo da região. O relato incluirá informações chave para compreender não apenas a biografia de cada projeto como também o ciclo de vida do projeto turístico e a partir dele o próprio destino Douro.

6.2. O início da atividade

Dos 103 estabelecimentos observados, a data de início da atividade é destacadamente recente, vejamos na tabela abaixo.

Tabela 6.1. Tabela sobre o início da atividade turística.

Década	Nº de estabelecimentos	%
1940	1	1%
1950	1	1%
1960	0	0%
1970	4	4%
1980	8	8%
1990	11	11%
2000	12	12%
2010	40	39%
Total de respostas	77	75%
Não sabiam ou não responderam	26	25%
TOTAL	103	100%

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

Destes dados obtidos durante as entrevistas, mais da metade dos projetos inquiridos nasceram no atual século XXI, o que sugere que o desenvolvimento turístico do Douro é algo recente e que se intensificou há bem poucos anos. E o surgimento da ideia da abertura do

alojamento teve a ver com a biografia pessoal e familiar dos seus protagonistas. Alguns dos relatos dos entrevistados mostram a relação entre o pessoal, o familiar e o estrutural como condicionantes para a abertura do negócio, e considerando a importância de dar voz aos agentes turísticos da região recolhemos aqui os relatos que nos transmitiram oralmente e que são muito significativos:

- Uma ideia importada do estrangeiro;
- Uma herança do meu avô materno. Surgiu pelo simples facto de que já se falava do alojamento local e era a perspectiva de arrendar a casa a alguém para a quinta ser autossustentável;
- Tínhamos esta propriedade que estava sem ser habitada e outra em Mesão Frio, outra em Valdigem e outra no Souto. Esta tinha condições excecionais inclusivamente para habitação e eu já estava na TAP há tempo que chegasse e resolvi dizer adeus e rescindir o contrato. Resolvemos vir para este projeto, os financiamentos eram excecionais, com 50% a fundo perdido, a casa tinha todas as condições e resolvemos avançar;
- Como forma de desenvolvimento da região;
- Por falta de uso da casa;
- Esta propriedade desde o início do séc. XX que estava na mão da família Serpa Pimentel. Em 2012 estes sócios, a Dona Maria do Céu e Paulo Pereira, adquiriram a propriedade a essa família e foi pioneira aqui no Douro e foi provavelmente a primeira quinta a abrir as portas ao turismo para fazer visitas guiadas, provas e visitas gastronómicas e estamos a falar de 1998. Naturalmente a ideia de ter um alojamento associado foi natural porque já havia esse contacto com os mercados e submeteram um projeto e fizeram a recuperação do edifício;
- Desde sempre que os meus pais recebiam pessoas em casa, porque o meu pai era professor universitário e quando vinham professores de outros países ficavam sempre a dormir em nossa casa. Foi daí que acabou por surgir a ideia;
- Arranjou-se a casa, na altura havia apoios para o turismo e abrimos;
- Possibilidade de uma candidatura com apoio do Estado, propusemos uma candidatura e foi aceite;
- Fomos visitados pela Dra. Maria Laura Acheman, diretora do Turismo em Lisboa. Ela propôs-nos ficar com a casa para Turismo de Habitação. Eu comprei a casa e reconstruí;
- Este espaço era uma casa em ruínas, a nossa habitação é do outro lado e então como não havia nada do género aqui em Murça recuperamos e fizemos 2 quartos para hospedagem;
- Os meus bisavós sempre foram comerciantes, aqui em Murça com a estrada nacional o meu avô sempre teve mercearias, casas de café, pastelarias e sempre teve casa de hóspedes;
- O meu pai é desta zona, o meu primo é natural da zona e criamos um negócio perto das nossas origens. Souberam que o prédio ia abrir a empresas que queriam explorar o negócio e nós concorreremos;
- Após herdar a propriedade, trabalhava no Porto (Matosinhos) e manter as duas casas não era suportável e de forma a tornar isto rentável, veio viver para a propriedade;

- O terreno inicial não chegava a 2000 m², era uma coisa pequenina – era a casa dos meus avós com uma pequena propriedade. Portanto, eu tive de me entender com os meus tios. Comprei-a aos meus tios, fui crescendo, adquirindo terrenos aos vizinhos, e uma brincadeira que era para ser uma casa para passar uns dias, acabou nisto. Aquilo atrai-nos, pela singularidade. Eu posso dizer que já viajei um bocadinho pelo mundo, já vi muitas coisas fora do comum, mas se me pedirem para escolher um local não consigo, de todo, deixar de escolher o meu Douro;
- O avô criou o negócio nas suas origens;
- A quinta já existia, estava devoluta, então decidiram desenvolver o local onde cresceram;
- Eu estava a viver em Vila Real com o meu marido e começamos a ver um terreno para construir casa. Eu dava aulas, ele era médico, e queríamos viver nesta zona e começamos a ver casa para nós e vimos esta e a única maneira de reconstruirmos era transformar num negócio;
- Em Portugal não havia nada ao nível de alojamento, enoturismo e de restauração tão pouco e na altura da reabilitação da casa que é de 1779 foi já a pensar em seis quartos na casa principal para poder acolher os nossos clientes de vinhos, jornalista e press trips, tudo em prol do vinho;
- Ficou desempregada para cuidar da mãe, então mudou de casa. Conhecia o AL através das suas viagens na Escócia e como pretexto para cuidar da casa e manter a mesma, decidiu orientar-se para essa vertente do negócio;
- O pai é que era na altura o responsável pelo empreendimento e como complemento à agricultura, pensaram ser produtivo organizar casamentos, outros eventos e alugar os quartos;
- Negócio do pai que, entretanto, faleceu;
- Um amigo deu a ideia de ter um alojamento local e este pensou em desenvolver a mesma, deixando os estudos em economia na UTAD para abraçar o projeto desde 2011;
- Vendeu todos os prédios que tinha em sua posse para comprar a Quinta do Lamego. Encontrava-se velha, como é agora acolhem turistas;
- Pegaram num estabelecimento antigo;
- Era emigrante e afastado da família, logo aproveitou o passe de negócio;
- Como forma de conciliar com a pastelaria;
- Após ter juntado dinheiro na Suíça;
- Insatisfeitos com a situação do hotel, os donos antigos e o Dr. Manuel colocaram o hotel no mercado com um marketing renovado e algumas medidas;
- Como complemento ao trabalho;
- Promover a terra, o Marão, assim como os recursos do *terroir*.
- Depois de os meus pais falecerem a casa esteve fechada uns anos (quase 10 anos), como estava fora de questão vender eu resolvi fazer esta aventura. Meti um projeto no turismo, foi subsidiado e abri em 2006;

- Como o terreno era nosso, o meu marido faleceu, legalizou por usucapião em 2002. Tínhamos a casa disponível, tenho dois filhos jovens e eles é que tiveram a ideia e depois eu e o Manuel tratamos da legalização e como eles são jovens dá jeito uma ajudinha;
- Foi a minha mãe que me deu esta casa, comprei-a e depois construí e abri o café e o negócio das dormidas;
- Gestão familiar: como os meus pais já não têm idade para ficar com um negócio assim sozinhos, eu estava a trabalhar em Lisboa, sou o mais novo dos meus irmãos, e aceitei o desafio e vim;
- Por expansão do turismo;
- Surgiu numa conversa de amigos;
- Tem a ver com o facto de o dinamarquês ter comprado a propriedade. O nosso core business não é hotelaria, é a parte da produção vinícola. Mas já existia uma casa aqui em ruínas e o senhor decidiu reconstruir e fazer uma pequena guest house, que acabou por ser um hotel;
- Como forma de criar um complemento à viticultura;
- Pegar em estabelecimento já existente e criar maior número de camas;
- Complemento à atividade principal que é a agricultura;
- Surgiu a ideia pela pouca oferta de turismo na região;
- Têm uma empresa de aluguer de barcos, que é a atividade principal e precisavam de uma empresa de alojamento de apoio aos barcos, foi assim que surgiram os bungalows;
- Sou descendente da Dona Antónia Adelaide Ferreira e isso fez com que eu tivesse uma ligação forte ao Douro incutida pelo meu pai e pelo meu avô, desde cedo tive uma ligação muito forte à região e isso pesou depois na criação da Quinta de S. José. Eu sou formado em enologia, tive possibilidade de viajar, estive em França e na Austrália e quando regresssei abri a minha própria empresa de prestação de serviços, que ainda hoje faço e depois fiquei muito ligado ao projeto da Quinta de S José. Eu tenho mais três irmãos e percebi que eles tinham pouca ligação com a quinta e numa fase inicial comprei aos meus irmãos a vinha e a marca e a partir daí fizemos grandes investimentos. A parte mais difícil foi convencer a minha mulher a vir viver para o Douro, tínhamos 2 filhos e vivíamos no Porto. O que importa é a paixão, se as pessoas sabem para onde querem ir é apostar nesse trajeto. A parte do vinho é um negócio com um retorno lento, mas eu sabia que a Quinta de S. José estava num local único e sabia que podíamos produzir um vinho de alta qualidade. O meu pai foi o responsável pelo desenvolver das casas, pelo projeto de turismo. Eu, por vocação natural estava sempre inclinado mais para a parte enóloga. A quinta não foi herdada, foi comprada em 1997, quando o meu pai se reformou e eu vim da Austrália. Quando fomos ver a quinta, os acessos não eram os melhores, arranhámo-nos todos, mas eu vi o brilho nos olhos do meu pai e vi que era mesmo aquilo, ele é uma pessoa muito focada e muito determinada naquilo que quer;
- Aquelas casas eram de umas tias trisavós e uma parte das casas era um local onde nós costumávamos brincar. Então ficou uma relação afetiva com aquele local;
- Tentar recuperar todo o património que era das nossas tias;

- Já tínhamos umas coisas neste ramo e surgiu oportunidade de comprar.

Nestes relatos, cada projeto apresenta os seus detonantes e circunstâncias familiares e pessoais, tornando a decisão de abrir o projeto algo particular, complexo e singular, emocional e racional. Muitos falam em paixão e também em profissão (cf. Nadaís, 2004). Mas ao mesmo tempo, a decisão de abrir é feita em quadros sociais, culturais, económicos e políticos que afetam a vida das pessoas e dos projetos. Num quadro conceitual feito após uma análise de conteúdo dos discursos acima, as palavras de ordem, ou palavras-chave relativas à ideia da abertura do projeto, são as seguintes:

Tabela 6.2. Palavras chave sobre o início do empreendimento turístico.

Herança, parentesco e filiação	Sustentabilidade	Desenvolvimento regional	Promoção da terra
Financiamento e apoios	Novo uso	Pioneirismo no enoturismo	Complemento da agricultura e do vinho
Origens e regresso – retorno da emigração	Projeto de vida	Reconstrução de casa	Traspasse
Alargamento do negócio	Desemprego, crise e reinvenção pessoal	Mudança de rumo na vida	Amor pelo Douro

Fonte: Elaboração própria

6.3. O financiamento do projeto e as suas dificuldades

Um número total de 29 projetos (28%) recebeu apoios públicos para a sua abertura ou remodelação das seguintes fontes de financiamento público local, regional e internacional (europeus): PRODER, LEADER, TPNP, H2o2o, PROVER, IEF, SIFIT, ACIR, PT2o2o, PRIME, CIM, SIR, Projeto Douro Superior. Os entrevistados afirmam que receberam entre 20 e 50% do investimento realizado. Muitos também admitem financiamento privado pessoal, de bancos, amigos ou familiares. Relativamente ao financiamento os empresários queixam-se da incompetência de muitos serviços e a ausência de informações sobre candidaturas, a dificuldade em obter apoios, o excesso de burocracia e as dificuldades para contratar pessoas, ainda que existam exceções e testemunhos da experiência de bons processos:

“Tudo aquilo a que nos candidatamos correu lindamente e temos desenvolvido as estruturas bastante bem com estes programas”.

Mas as dificuldades, no acesso ao financiamento, relatadas aos investigadores são maiores e maiúsculas, vejamos algumas destas dificuldades apontadas:

- Aquelas condicionantes de faturação, de cumprimento de prazos ditou na verdade um mau estar pois não estavam a conseguir cumprir alguns desses critérios e dessas condições e nessa altura já estava a banca com a propriedade e foi então que entraram estes sócios atuais;

- Uma bodega posso lhe dizer, foi um balúrdio, tivemos de criar um posto de trabalho para toda a vida e são uma ilusão estes projetos. Fomos buscar cerca de 4%, mas também não foi grande coisa;
- Para o nível de valores envolvidos e a quantidade de projetos, a região está mal dotada de instituições que façam a gestão dessas matérias. Para lhe dar um exemplo, nós concorremos em dezembro de 2008 e tive a resposta seguramente um ano e meio depois. Entretanto concorri há um ano a novo apoio e não sei de nada;
- Complicado pegar num projeto em ruínas e começar do zero;
- Os empreiteiros demoraram a fazer a obra;
- As burocracias camarárias;
- As mudanças de leis, com alterações de instituições que se mudavam constantemente de Lisboa, para municípios e outras burocracias;
- A distância e isolamento da quinta;
- A falta de parceiros a nível local;
- A falta de recursos humanos qualificados;
- As entidades protegem-se a elas próprias e têm pouca sensibilidade para perceberem quem quer abrir um negócio, criar emprego e contribuir para a região;
- A aprovação do projeto de arquitetura para a construção da casa que tem a ver com o facto de ser património da Humanidade;
- Sempre que tínhamos o projeto concluído aparecia sempre uma entidade a levantar problemas e para uma zona que está completamente desertificada e que necessita de ser reabilitada acho que o processo devia ser simplificado. Se não queremos a desertificação do interior a simplificação dos processos é fundamental;
- Falta de esclarecimento em relação ao financiamento;
- Estar afastado do centro;
- Lidar com alguns clientes;
- Falta de apoio de entidades associativas;
- Manter a porta aberta;

6.4. Objetivos, sentidos e potencialidades dos alojamentos turísticos do Douro

Auscultamos os responsáveis pelos alojamentos turísticos do Douro, 35 dos quais eram de género feminino, sobre os seus objetivos empresariais e as suas respostas foram de vários tipos:

- a) Realização pessoal;
- b) Desenvolvimento da região;
- c) Gestão equilibrada do negócio;
- d) Manter a atividade;
- e) Manter as tradições da região;
- f) Fazer um turismo familiar;

- g) Aumentar o número de clientes e a taxa de ocupação;
- h) Expandir e ampliar o negócio;
- i) Manter e rentabilizar a casa;
- j) Ter novos clientes e crescer;
- k) Mais internacionalização, rentabilizar o negócio e diversificar os produtos turísticos.

À continuação vamos apresentar alguns discursos recolhidos durante o trabalho de terreno e que elucidam não apenas objetivos empresariais como afirmamos acima, como, porém, planos, projetos de vida e visões do mundo ou mundividências muito concretas. Também são imaginações e sonhos que perspetivam um futuro para o seu projeto e para o contexto regional envolvente. É nesta ótica etnobiográfica que devemos considerar os relatos que a continuação apresentamos, isto é, como a projeção e imaginação do futuro do turismo no Douro:

- No Douro não somos produtores, e aquilo que temos e fazemos é acrescentar valor a tudo o que fazemos cá em casa de produtos que não estão no mercado. Vendemos vinhos, temo-los em armazém e vendemos grandes quantidades às grandes casas;
- Em primeira mão, mas que vai acontecer, estamos a fazer um protocolo com a Universidade de Arquitetura do Porto para virem estudar o que se pode fazer aqui na vila, porque pode fazer-se imensa coisa. A ideia é reestruturar o tecido económico da região, mas é preciso apoio porque as pessoas não sabem estas coisas. Podemos ajudar a revitalizar uma economia com ideias diferentes que podem ser interessantes;
- A ideia é não alterar muito este tipo de forma de receber, isto é, um turismo familiar e no fundo queremos dar aos hóspedes uma forma de estar e receber familiar e típica do Douro. Também queremos dar a conhecer a região, queremos evoluir, mas sempre sem perder identidade, manter sempre a mesma forma de fazer vinho de maneira ancestral;
- O Senhor Raul queria fazer aparthotel, os quartos inicialmente tinham cozinha. No entanto mudou-se essa ideia, ficando hotel atualmente (quartos e WC Privativo);
- Aumentar significativamente o mercado norte-americano, pois este foi o principal mercado emissor em 2017, vendo assim a oportunidade de criar um forcing neste mercado e no mercado canadense, mercado com maior potencial. Em 2017, verificou-se também, um aumento na procura por parte do mercado asiático, fruto do *networking* estabelecido na FITUR com dois operadores turísticos;
- Aumentar a taxa de ocupação e as receitas provenientes da mesma. Objetivos 2018: Atingir uma Taxa de Ocupação de 50% (sendo que em 2017 foi de 44%) e uma faturação líquida de 600.000€;
- Ampliar e crescer na parte do alojamento e a ideia é diferenciar, promover um alojamento diferenciador com base num serviço de excelência que é o que temos vindo a fazer, promovendo o bem-estar financeiro da empresa;
- Nós para além do turismo de habitação, organizamos eventos que é uma atividade que tem aumentado bastante nos últimos tempos e o turismo igual. A ideia é sempre explorar mais e mais. Também temos atividades agrícolas e combustíveis, a nossa principal atividade é a venda de combustíveis;

- Anexamos à nossa atividade de alojamento o clube de saúde. As instalações compreendem não só o alojamento, mas também um turismo de saúde e bem-estar, tem um ginásio polivalente e sauna e uma zona de relax e acompanhamento nutricional. Como andei em Espanha e França, o turismo estava ligado à Saúde e Bem-Estar e fomos os primeiros em Portugal;
- Queria alargar o negócio ali para a parte da minha casa que tenho ginásio, piscina e campo de ténis. Isto é um anexo da minha casa e gostaria de ampliar para poder fazer eventos, mas aqui o meio é muito pequeno e não permite tal investimento;
- A nível turístico com a parte aqui do Tua já se tem notado o turismo a nível estrangeiro, tem se notado o crescimento;
- No futuro, quem sabe, abrir novas unidades na mesma indústria – hotelaria e restauração. Isto porque de momento a nossa âncora é o restaurante, que atrai as pessoas e que compensa por vezes a falta de pessoas ao nível do alojamento;
- Manter a casa, e eventualmente poder viver do negócio do alojamento local;
- Para mim a Régua e o Pinhão, tem que haver uma estratégia para aquelas duas, para a cidade e para a vila. Não faz sentido que a maior parte da criação de valor não seja para a região. O Pinhão eu não entendo, porque fica ali com as maiores quintas e as de relevância, e como é que um vilarejo como este aparece nas notícias porque ficou inundado por causa da chuva com a água a meio metro de altura. Não faz sentido. Com certeza que o Pinhão já criou valor para se pensar em fazer um investimento em condições. A Régua sofre de um problema diferente que é: não retém. Não retém os hóspedes, a fonte de criação de valor. É algo que tenho dificuldade em perceber, dão-me sempre a desculpa da orografia, mas a Régua tem questões muito mais distintivas que Vila Real e Lamego, por exemplo, e eu sinto a Régua a ficar para trás. Acho que é uma questão de política;
- Além de manter a casa e pagar as suas despesas, pretendem associar a venda de produtos regionais e impulsioná-lo;
- Em 1997 havia a descoberta e procura pelo Douro e surgiu a hipótese de rentabilizar o espaço;
- As potencialidades era fazer face às despesas da casa e ao mesmo tempo o objetivo é receber pessoas;
- Aumento da capacidade, mas não de alojamento, aí estamos na capacidade máxima de 11 quartos e não temos previsão nenhuma de aumentar até porque não temos mais edifícios e estamos numa zona Património da Humanidade;
- A curto e médio prazo é remodelar um dos quartos no sentido de o tornar mais atrativo. O grande objetivo é fazer obras numa das casas para abrir outro empreendimento destinado ao Alojamento Local;
- Pretende modernizar o hotel no futuro e pôr temáticas por andares, ligado à vinha e às castas, personalizando os quartos com aromas vínicos, bem como as cores;
- Além de adorar a quinta, viver aqui;

- Pronto, abrimos em 2015 e o que nós queremos é mais clientes. Temos alturas do ano em que a taxa de ocupação é muito baixa como o período de dezembro a fevereiro. Mas queremos que as pessoas venham, gostem e repitam a experiência. Queremos servir bem os nossos clientes;
- Criação de valências desportivas, portanto é um conjunto de atividades. E para além disso, é mais uma oferta de dormida que não tínhamos cá;
- Na altura fizemos um estudo económico. Fruto do enquadramento onde estávamos, que temos a Senhora da Lapa por perto, é uma zona de caça e poderia servir para os caçadores. Essas eram as nossas perspetivas e o estudo foi feito nesse âmbito, e não está a corresponder muito à verdade. Estamos a ter muita procura de estrangeiros e pessoas do Porto, Aveiro e Lisboa para virem fazer escapadelas de fim de semana, para fugir ao barulho e ao movimento. Tínhamos consciência que isto ficava aqui um bocadinho fora de mão, mas o facto de estarmos muito perto do Douro também temos tido algum benefício disso;
- Estamos num ponto em que pretendemos manter o nível onde estamos e para isso temos de fazer sempre melhorias e não temos muita margem para crescer, em termos de noites vendidas;
- Queremos incrementar valor e eventualmente queremos avançar com mais números de quartos;
- Objetivo será sempre a venda de vinho, ou seja, a comercialização do vinho. O hotel serve como uma porta de entrada e imagem de marca desse próprio vinho;
- Objetivo, na altura, era faturar 50.000€/ano, o nosso valor para poder pagar as despesas.
- Objetivo seria adquirir a propriedade aos proprietários;
- Estou velha para futuros, vou mantendo o que tenho se puder e enquanto puder;
- A curto prazo quero manter o que tenho, nós somos cada vez menos aqui e para já não se justifica;
- Integração de diversas valências (negócio viveiro plantas, restauração e alojamento);
- Pretendiam um alojamento local de sucesso, que se resolve duas questões, não era caro nem de fraca qualidade;
- Diversificar negócio e conciliaria com a atividade do restaurante;
- Criar o negócio e satisfazer a necessidade de alojamento na cidade. Nos anos 90 prevalecia o Tocano;
- Rentabilizar património e tornar a quinta sustentável, ser o mais ecológica possível.

6.5. O ciclo de vida dos alojamentos turísticos do Douro

Os entrevistados reconhecem de modo geral que o turismo é uma aprendizagem constante. Numa perspetiva de ciclo de vida do projeto turístico, os empresários reconhecem que os primeiros 5-6 anos foram complicados até estabilizar as operações. Entre as dificuldades sentiram o problema das acessibilidades e das mobilidades no projeto e na região, alguma inveja e boicote local, o licenciamento, a estagnação de visitas entre outubro e março e os problemas para

encontrar mão de obra qualificada. E entre as vantagens expressam a existência de Internet e de plataformas como a Booking para atrair turistas, a grande satisfação que o visitante tem e mostra da sua experiência no Douro. E se bem a partir de 2008 a procura turística do Douro tornou-se mais internacional, um dos entrevistados frisa: “Toda a década de 90 foi importante, viver o sentimento de descoberta dos portugueses à procura do mundo rural.”

As dificuldades e obstáculos que encontraram no desenvolvimento do projeto foi outra das questões do nosso diálogo com os empresários, de forma sumária as dificuldades apontadas foram:

- a) Fraca rede ou ausência de vias de comunicação;
- b) A ausência de promoção interna e externa;
- c) A ausência de apoios a associações de empresários;
- d) O excesso de burocracias;
- e) As dificuldades financeiras;
- f) Os excessivos impostos;
- g) As falta de funcionários e recursos humanos qualificados;
- h) A falta de funcionários que falem bem francês e inglês;
- i) A difícil localização do interior;
- j) O despovoamento rural, que eles denominam de “desertificação” ou de “baixa densidade demográfica”;
- k) A falta de clientes;
- l) A falta de domínio das novas tecnologias;
- m) A sazonalidade da atividade turística no Douro.

6.6. Referências bibliográficas

Nadais, I. (2004, fevereiro 14). Casa de Mendiz – Uma casa com Douro dentro. *Fugas – Público*, 18.

Redol, A. (1979, or. 1946). *Porto Manso*. Mem Martins: Edições Europa-América.

Capítulo 7

Caraterização geral dos alojamentos turísticos do Douro

7. Caraterização geral dos alojamentos turísticos do Douro

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt), Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com) e Rui Silva (rui.silva@utad.pt)

7.1. Introdução

Os fluxos turísticos podem ser feitos com ou sem alojamento (turistas / excursionistas), mas o alojamento turístico é muito importante porque estrutura o destino turístico, proporciona dormidas aos turistas e representa uma base fundamental dos destinos turísticos (Cunha & Abrantes, 2019: 153). O alojamento turístico é uma instalação que oferece dormida a turistas para um uso temporário, sendo entendido como um meio para as pessoas desfrutar das atrações turísticas, e também, desde uma visão integral do turismo, pode ser pensado como parte dessas atrações, como acontece no Douro. Com o desenvolvimento do turismo após a Segunda Guerra Mundial, têm-se multiplicado as formas de alojamento turístico. No caso de Portugal, a classificação e categorias de alojamento turístico estão reguladas pelo Decreto Lei nº 39/2008 de 7 de março, e que diferencia entre duas grandes categorias: empreendimentos turísticos e alojamentos locais. O alojamento local, não sem grande debate e discussão nacional, foi regulamentado recentemente através da Lei nº 62/2018 de 22 de agosto, e que integra as moradias, apartamentos, estabelecimentos de hospedagem e quartos.

Neste capítulo realizamos uma caraterização geral dos alojamentos turísticos inquiridos, tanto empreendimentos turísticos como alojamentos locais. Em primeiro lugar analisamos a diversidade de tipologias, a oferta de serviços e os elementos diferenciadores dos projetos, logo continuamos com uma aproximação à relação entre turismo e agricultura, o consumo de produtos e serviços locais. A seguir focamos os custos do alojamento e serviços, o perfil dos trabalhadores, a gestão financeira dos alojamentos e uma avaliação externa de alguns elementos dos projetos feita pelos investigadores de terreno.

7.2. A tipologia dos alojamentos turísticos

Como mostramos no capítulo 5 deste relatório, o Douro é uma sub-região que tem beneficiado de um crescimento turístico consistente com uma oferta centrada no enoturismo e noutras modalidades relacionadas com o turismo rural. São as cidades do eixo-urbano do território que mais têm sido favorecidas pela maioria do fluxo turístico, pela sua capacidade e variedade de alojamento, acessibilidade e relação próxima com operadores nacionais e internacionais, em particular com as empresas que exploram os barcos de passeio no rio Douro. Existem diferenças e desigualdades entre os diferentes municípios do Douro, e nesta secção vamos analisar estas do ponto de vista dos agentes sociais locais. A desigualdade na oferta turística de alojamento é conceptualizada deste modo por um habitante do Pinhão (Alijó):

Segundo ele, “no Pinhão há 4 níveis de hotéis: a) alto, o Vintage; b) médio: o hotel LBV; c) baixo: o hotel Douro; d) o Residencial... Começa agora a notar-se o turismo, a partir da Páscoa” (homem, taxista do Pinhão, Diário de campo XP DOUROTUR, 13-04-2017).

“A estrutura de alojamento turístico em Torre de Moncorvo é a seguinte: O Hotel Dona Maria Luzia é um “turismo de habitação” segundo o rececionista, com o sinal de CC na porta e o de TER na fachada. Há um hotel antigo ao pé da catedral, com 6 quartos, as tábuas do piso chium, está congelado no tempo, e sem a qualidade de outros. Depois há duas residenciais, sem qualidade e sem casa de banho privativa. Além de mais, está a Quinta de Aveleiras, nos arredores da vila (Senhora, 55 anos, Diário de campo XP DOUROTUR, 5-01-2019).

A tipologia dos alojamentos turísticos do Douro (NUT-III) inquiridos é refletida na Tabela 7.1. abaixo.

Tabela 7.1. Tipologia de alojamentos turísticos do Douro entrevistados.

Tipo de alojamento	Número de alojamentos
Estabelecimentos Hoteleiros (EH)	
Hotéis	13
*****	0
Hotéis - apartamentos	0
Pousadas	0
Aldeamentos turísticos	0
Apartamentos turísticos	0
Alojamento local (AL)	
Moradia	17
Apartamento	6
Estabelecimentos hospedagem	16
Outros	
Conjuntos turísticos (resorts)	0
Turismo de habitação	9
Turismo em Espaço Rural	
<i>Casa de campo</i>	16
<i>Agroturismo</i>	18
<i>Hotel rural</i>	5
Parque campismo	1
Total de respostas: 101	
Sem resposta: 2	
Total de empreendimentos inquiridos: 103	

Fonte: Elaboração de Pedro Azevedo

Dos dados acima expostos inferimos uma boa representação da diversidade de alojamentos turísticos no Douro, que passa essencialmente por três grandes categorias: hotelaria, alojamento local e turismo rural (turismo de habitação e turismo em espaço rural). Relativamente à gestão dos alojamentos, encontramos que 53 casos são propriedade privada, em 41 a propriedade coletiva ou negócio familiar e em sete casos existe um arrendamento.

E mais além dos números (a equipa DOUROTUR visitou mais de 160 estabelecimentos de alojamentos turísticos no Douro), a continuação, mostramos algumas vinhetas etnográficas com o intuito de mostrar a diversidade de tipologias e ofertas de alojamento turístico no Douro, com base na nossa experiência de trabalho de campo na qualidade de clientes-mistério, uma técnica que nos permitiu observar a cultura de hospitalidade turística da região. Nas vinhetas ocultamos o nome do estabelecimento por respeito à privacidade dos projetos. Vejamos alguns exemplos escolhidos pela sua diversidade territorial e tipológica:

“Esta noite fiquei alojado no _____ (hostel), um hotel localizado no centro histórico de Vila Real que abriu há uns poucos meses; o edifício é um palacete civil reabilitado, oferece quartos partilhados de quatro e seis camas, sem toalhas, com pequeno-almoço de 3 euros. Um hall de entrada, uma receção-sala de estar, cozinha, banhos, pátio interno exterior; com paredes de granito, partilhei o quarto com outro homem; o preço foram 17 euros e representa um novo conceito de alojamento em Vila Real, está orientado a jovens e ainda tem um quarto-casal privativo, não é a sua oferta preferencial... Os quartos têm camaratas, duche, sanita e dois lavabos” (Diário de campo XP, 21-12-2017).

“Viagem até Tarouca, alojamento em agroturismo _____, perto do rio Varosa; recebeu-nos com beijinhos na receção a proprietária, _____; com SPA, moinhos, cerejeiras, salão, comedor, piscina, TV, WiFi... A 10 minutos de Lamego, tem outra quinta, moinho no rio Cubos reabilitado, custa 80 euros por noite com pequeno almoço. Tem outra quinta com vinho, tirei fotos, tinha capelinha, casas de alojamento integral e oferecem a possibilidade de apanhar cerejas, pisar as uvas, trilhos, ginástica, massagens...” (Diário de campo XP, 26-02-2017).

“Provesende (Sabrosa) – Quinta de _____, seis quartos, 58 euros por noite, ... com pequeno-almoço incluído, a rececionista reconheceu que não tinha feito o trilho de São Cristóvão (Provesende – Pinhão); o jantar é por marcação antes das 18:00 horas, 17 euros mais bebidas. Há piscina e jacuzzi exterior, vista da aldeia...” (Diário de campo XP, 13-04-2017).

“Segundo ele no Pinhão há quatro níveis de hotéis: a) alto: Vintage; b) médio: Hotel LBV; c) baixo: Hotel Douro e Residencial” (Diário de campo XP, 13-04-2017, relato de um taxista do Pinhão).

“Tabuaço: Hospedagem no Hotel _____, 3 estrelas, com muita humidade nos quartos e com necessidade de reformas... o jantar foi no restaurante Tabua d’Aço (chef Thomas Greeg, da Áustria), no edifício das piscinas, a sua especialidade é o bacalhau na telha. Sem gente na rua, é dezembro...” (Diário de campo XP, 8-12-2017).

“Mesão Frio: Hotel _____, 5 estrelas. O SPA tem piscina com chorros, duas saunas e jacuzzi, quarto de 40 metros quadrados aproximadamente, vistas ao vale, banheira, duche, casa de banho... o hote abriu há cinco anos e agora querem produzir o seu vinho e azeite. Pequeno-almoço: sala cheia pelas 10:00 horas, portugueses de classe média alta, jovens casais e famílias jovens e mais adultos. No quarto temos água e maçãs deixadas pelo hotel, entram algumas formigas... Tem capela, lagar, centro de interpretação do castro, biblioteca, bar, restaurante... Custou o alojamento 95 euros” (Diário de campo XP, 10-12-2017).

“Alojamento na _____, Freixo de Espada à Cinta. Bem-vinda de M... tem jacuzzi, pequeno SPA com sauna seca e húmida, ginásio, lareira, sala de jantar... pequeno almoço numa sala com vistas para a paisagem, produtos locais: compotas, amêndoas, amendoados, ovos mexidos, azeite da casa... A anfitriã deu-nos dois beijinhos na receção para o pequeno-almoço. Custa 150 euros por noite. Os ovos mexidos cheiram naturalmente a ovos...” (Diário de campo XP, 3-1-2019).

“Torre de Moncorvo, alojamento em turismo rural (na vila), hotel _____, ... no hotel, o rececionista diz-nos que é costume oferecer garrafas de água aos hospedados, tem 10 quartos e três andares...” (Diário de campo XP, 4-1-2019).

“Penedono, alojamento no hotel _____, atendimento magnífico, o quarto do hotel tinha acesso pelo restaurante, casa de banho ampla, móveis de IKEA, algo frio, aquecimento com barulho, ar condicionado, colchões que afundam e empenam, dobram, TV, sem janelas duplas... com estacionamento, pagamento ao check-in e não ao check-out, política da casa diz-nos o rececionista, o balcão de receção, ao contrário do que é habitual, é invertido, e os ecrãs dos computadores estão virados para o cliente. O jantar no próprio hotel custa 12 euros. Fizemos a reserva através da Booking e pagamos 58,50 euros... O pequeno almoço é à carta e servido no restaurante: sumo de laranja, torradas, queijo fresco, doces, chá, café, bolachas, biscoito...” (Diário de campo XP, 9-3-2019).

“Moimenta da Beira, alojamento em turismo rural _____, recebeu-nos o Senhor _____, levou-nos ao salão e deu-nos orientações para jantar... afinal combinamos jantar no hotel pelas 20:00 horas, peru e pernil de porco assado, 15 euros por pessoa. Fizemos uma hora de caminhada e visitamos as torres eólicas desenhados pelos artistas Joana Vasconcelos e Vhils... o alojamento foi recuperado seguindo os princípios da bioconstrução e da ecologia, tem aquecimento, é simples, mas confortável, sem WiFi e problemas com a receção de chamadas telefónicas. O pequeno-almoço foi servido numa mesa coletiva na sala de jantar, antigo moinho recuperado e alargado para cozinha e arrecadação. Serviam pão, queijo fresco, queijo barrado, doces de kiwi, tomate, abóbora, cereja preta; chá, sumo de laranja artificial, bolo... A anfitriã contou-nos que o projeto nasceu há 14 anos, herança que o seu marido recebeu de uma tia dele... Pagamos 55 euros por noite pelo alojamento. Os cães e gatos da quinta são muito mansos e estão habituados a receber gente. Não há internet e a receção de telefone é fraca, tem percursos pedestres e atividades rurais como parte da oferta.” (Diário de campo XP, 10-03-2019).

“Vila Real, alojamento no residencial _____. Envie mail para fazer a reserva e não foi respondido, ele foi enviado dois dias antes. Tive de telefonar para realizar a reserva... À minha chegada e pela falta de indicação da receção entrei no restaurante, e um funcionário indicou-me para me dirigir ao bar, ali, depois de aguardar seis minutos, uma jovem pegou na chave e levou-me ao primeiro andar pelo exterior do edifício... tem cinco quartos, bem limpos, com aquecimento central, ar condicionado, TV, WiFi, armário, cama, mesa de escritório, mesa de malas, cama suplementar, casa de banho.. O ar condicionado não funcionou nem tão pouco o aquecimento central, fez um pouco de frio. O pequeno-almoço é servido das 8:00 às 11:00 horas. Acordei pelas 7:40 horas e dirigi-me ao bar para tomar o pequeno-almoço. Um senhor de

55 anos aproximadamente ofereceu-me meia de leite e opção de torradas, tostas mistas, sandes com queijo e/ou manteiga. Escolhi chá de cidreira e pão com azeite mais queijo. Ele não ficou surpreso pela minha petição do azeite. Paguei 25 euros, preço para a UTAD, nem me pediram dados na entrada nem na saída, nem me deram fatura. Só Bom dia! (Diário de campo XP, 21-02-2019).

“Carrazeda de Ansiães, alojamo-nos num alojamento local (AL) (_____), casa reabilitada em 2000... casa bem remodelada, pessoal, com TV, internet só no rés do chão, 3 quartos... Tomamos o pequeno almoço lá na cozinha... o gerente deixou-nos sair de lá mais tarde das 12:00. Ofereceu-nos também dois livros da autoria do proprietário da casa. O pequeno almoço integrou sumo de Compal, iogurtes, manteiga, queijo, fiambre, doces da Puri, pão, croissants, chá...” (Diário de campo XP, 6-7-2019).

“Vintage House Hotel, Pinhão (Alijó). O hotel localiza-se no coração autêntico do Douro, num lugar pitoresco. Inaugurado em 1999, dispõe de 50 quartos. Foi aberto pela Taylors, empresa que produz 70% de vinho do Porto e 30% turismo. O turismo está a crescer. Ela foi concebida como uma unidade de luxo, inicialmente, logo passou a mãos da empresa Douro Azul, e em 2015 foi readquirido pela Taylors, quem renovou o hotel e reabriu no início de 2016. Situada em frente ao rio Douro, tem um bar de “ambiente British” e o tipo de serviço tem como base a experiência da empresa nos vinhos do Porto... Nós temos dificuldades em encontrar pessoas para trabalhar. Nós sofremos um pouco o local onde estamos...” (Paulo Santos, diretor do hotel Vintage, UTAD – ECHS, conferência pronunciada em 24-10-2018).

Os relatos etnográficos apresentados acima mostram alguns aspetos que gostaríamos de salientar:

- a) Uma cultura da hospitalidade onde se produzem muitas expressões de afetividade e carinho com o turista, o turista é bem-vindo no Douro, há uma empatia com o turista e um desejo local de desenvolver o turismo;
- b) A possibilidade de participação nas atividades locais de acordo com o princípio do turismo de base local;
- c) A ligação entre agricultura e turismo como marca diferenciadora do Douro;
- d) Algum desconhecimento dos produtos turísticos locais por parte de alguns gestores turísticos;
- e) A desigualdade na estrutura de alojamento turístico na região;
- f) Alguns problemas estruturais nalguns hotéis;
- g) A diversidade de qualidade na oferta e também da procura (ex. no Hotel Six Senses Douro Valley em Lamego o preço do quarto pode ultrapassar os 600 euros em época alta);
- h) A polivalência dos alojamentos turísticos: alojamento, restauração, animação turística;
- i) A aposta nos produtos locais é importante e tem ainda algo mais de recorrido.

- j) O Douro apresenta dificuldades e constrangimentos tais como: localização, acessibilidades, encontrar trabalhadores...

7.3. A oferta de serviços dos alojamentos

Seguidamente, vejamos que serviços oferecem os alojamentos aos seus clientes, para além do serviço de hospedagem (dormida) e pequeno-almoço, eixo central da oferta.

Tabela 7.2. Serviços complementares ao alojamento turístico.

Tipo de serviço	Nº de estabelecimentos que oferecem o serviço	% arredondado sobre o número total de entrevistados
Serviço de berços para crianças	68	66%
Telefone no quarto	29	28%
TV no quarto	74	72%
Minibar – frigorífico no quarto	29	28%
<i>Amenities</i>	89	86%
Tipo de aquecimento	93	90%
Ar condicionado	66	64%
Diferentes tipos de almofadas	65	63%
Bar	47	46%
Restaurante	40	39%
Máquina de bebidas 24 horas	8	8%
Lavandaria	71	69%
Garagem	21	20%
Estacionamento	85	83%
Elevadores	14	14%
Piscina interior ou exterior	51	50%
Ginásio	3	3%
Sauna	3	3%
Sala de jogos	28	27%
Cofres nos aposentos	16	16%
Lareira	65	63%
Pagamento com cartões de crédito	50	49%
Terminal de Multibanco em funcionamento	48	47%
Auditório	9	9%
Biblioteca	20	19%
Acesso à Internet (computador da unidade)	22	21%
WiFi	98	95%
Percursos pedestres sinalizados	33	32%
Percursos de bicicleta sinalizados	18	17%
Aluguer de bicicletas	32	31%
Guias	30	29%
Receção 24 horas	32	31%
Animação para crianças	12	12%
Aceitam animais de estimação	40	39%

Tabela 7.2. (continuação).

Tipo de serviço	Nº dve estabelecimentos que oferecem o serviço	% arredondado sobre o número total de entrevistados
Informações sobre o funcionamento e regras do alojamento, no Lobby e/ou quartos	72	70%
Programas turísticos	49	48%
Quartos/Casa de banho/Acessos para pessoas com mobilidade reduzida	40	39%

Fonte: Elaboração própria.

O que notámos que não falta nos serviços do alojamento turístico no Douro? Pois o que mais se oferece, para além da dormida e o pequeno almoço, é informação, berços para crianças, TV, *amenities*, aquecimento, ar condicionado, almofadas, lavandaria, estacionamento, lareira e Internet Wi-Fi. Apenas metade deles oferece possibilidade de pagamento com cartão de crédito, programas turísticos e também piscinas.

Outros serviços oferecidos são: pacotes de touring; passeios de barco; passeios de comboio; provas de vinhos; aluguer de bicicletas; passeios pedestres; passeios em jipe; refeições em restaurante; jacuzzi; serviços de transporte desde o aeroporto até a quinta; lanches; merendas e piqueniques; almoços vînicos; venda de artesanato regional; provas de azeite; amêndoas e queijos; programas de aventura; tours acompanhados pela região; ténis e minigolfe; visitas guiadas pela quinta; vinha e adega; parque para caravanas; zona de carregamento para carros elétricos; BTT; canoagem; birdwatching; andar de burro ou de pónei e organização de eventos.

Alguns dos relatos etnográficos recolhidos durante o nosso trabalho de campo mostram a organização e receção desta oferta:

“Nós promovemos o Douro (De Barqueiros para cima), faço piqueniques, visitas às quintas, personalizo, paro para tirar fotografias... Entram como clientes e saem como amigos para toda a vida... Vêm cá mais duas ou três vezes... A ganhar se perde, a perder se ganha... tenho um emprego... é uma brincadeira muito à sério. Vendemos o Douro que é uma marca trampolim, trabalho em rede com empresas... Nós somos pequenos... e se não nos ligamos com outros, ninguém dá conta de nós... É necessária a união de toda a gente, todos em ligação... somos microempresas e há falta de rede... O Douro é o rio e... mais duas encostas, nós somos mais do que o Douro... a diferença é um turismo feito a medida, não um turismo de massas, um turismo focado, com preço e serviço mais elevado e com menos clientes” (Empresário, grupo de debate sobre animação turística, CETRAD-UTAD, 7-11-2018).

7.4. Os elementos diferenciadores dos estabelecimentos

Perguntamos aos inquiridos quais são os elementos diferenciadores do seu estabelecimento e as respostas são diversas, devido também à multiplicidade e às diferenças entre cada

estabelecimento, mas recorrentemente os entrevistados indicam e destacam principalmente os seguintes elementos:

- a) Os atributos ecológicos do projeto;
- b) A amabilidade e simpatia de funcionários e responsáveis;
- c) O ambiente familiar e acolhedor, juntamente com a hospitalidade;
- d) As atividades no hotel;
- e) O sossego, a tranquilidade e a privacidade;
- f) A arquitetura, a história e a antiguidade do alojamento;
- g) Os acessos;
- h) A localização;
- i) A paisagem envolvente;
- j) As comodidades e o conforto do alojamento.

Quanto aos elementos inovadores dos estabelecimentos, os empresários consideram o património envolvente, a certificação energética e ambiental, a sua arquitetura, a privacidade e outros como o uso de produtos locais na alimentação, o turismo acessível, ter um museu próprio, o caminho da sustentabilidade, o ter guia próprio e o aquecimento radiante.

7.5. A relação entre turismo e agricultura

A relação do turismo com a agricultura foi outra das questões abordadas, e segundo os entrevistados esta se concretiza na visita a quintas, vinhas e adegas; na ligação ao agroturismo, no cuidado da vinha, na participação nas vindimas, na pisa das uvas, na apanha de azeitonas, visitar pomares e apanhar maçãs (ex. Armamar) e noutras atividades agrícolas (ex. apanha de castanha). Muitos dos entrevistados reconhecem que esta ligação entre turismo e agricultura é variável e nem sempre constitui uma motivação de atração fundamental. Também reconhecem que muitos gostam mais de ver à distância do que participar. Há quem diga que os agricultores não estão disponíveis nem preparados para receber turistas, sabemos disso, pois não é igual produzir alimentos do que produzir presenças turísticas ou conciliar uma coisa com a outra. Alguns testemunhos são bem elucidativos desta complexa relação entre agricultura e turismo, e os diferentes graus de participação:

- Eu tenho lá uma horta biológica da qual as pessoas podem usufruir. Tudo o que seja da horta, gratuitamente (Casa da Quinta de Ferreiros, Freixo de Espada à Cinta);
- Neste caso aqui é fundamental. O cliente quando escolhe este hotel vem à procura de fazer a ligação entre a vinha e o vinho, vem conhecer o que a gente faz e 90% das pessoas que nos visitam vêm com esse intuito de participar na vinha e fazer a pisa da uva. Também temos um laranjal em que sirvo durante todo o ano sumo de laranja natural aos meus clientes. Figs é igual e tenho um olival aqui à volta e produzimos azeite de muito boa qualidade (Quinta do Silval, Vale de Mendiz, Alijó);

- A única atividade agrícola que possa atrair turistas para cá é a fase das amendoeiras em flor, de resto até afugentam. A partir de fins de setembro, todos os dias estão as máquinas na apanha da azeitona a fazer barulho e quem vem procurar isto são hóspedes que vivem em cidades e necessitam de sítios calmos e no fim-de-semana é quando os agricultores que têm outro trabalho começam a trabalhar logo às 7:00 da manhã (Moradias do Douro Internacional, Freixo de Espada-a-Cinta).

A preferência na procura dos produtos e serviços oferecidos pelos alojamentos turísticos do Douro assenta nas visitas às quintas, nas atividades de enoturismo, nas provas de vinho do Porto, Douro, Moscatel e Varosa, no turismo de natureza, nos passeios de comboio e de barco, e nos passeios pedestres e caminhadas. Enquanto aos produtos locais, os entrevistados afirmam na sua maioria que combinam a autoprodução com a compra em lojas e supermercados locais, juntamente com compra aos seus vizinhos. Estando muito presente a ideologia dos produtos da casa, ainda assim admitem algumas dificuldades, aqui recolhemos três relatos da sua significância:

- As compotas são de produção caseira. Da aldeia vem o pão, o vinho e o azeite. Quando tenho fruta nossa coloco à disposição dos hóspedes, quando não tenho compro no minimercado local ou numa grande superfície. Não se imagina a dinâmica económica que uma casa de alojamento cria, seja no restaurante local ou na loja de fumeiros;
- É tudo comprado aqui no supermercado, nas superfícies. No Minipreço, Alisuper... só o pão é que vem do padeiro. Sim, preferia comprar a pessoas locais. Eu tenho uma horta, galinhas... Faço os meus biscoitos com os ovos das minhas galinhas;
- São produtos locais os fumados, os ovos, etc. etc. as mercearias compramos no recheio. Os ovos da tia maria, por muito bons que sejam, não os posso comprar derivado dos políticos que destruíram a economia local. A HCCP não me permite que os compre. Se tem uma cabra e quer matá-la, fica-lhe mais caro do que comprar a cabra morta no talho;

Entre os produtos comprados localmente destacam-se o pão, os produtos de pastelaria, o fumeiro e os enchidos, o queijo, a carne, o peixe, a fruta, o azeite, o vinho do Douro, as compotas, os legumes, a água, as bolas de carne, as laranjas, mel, presunto, etc.

7.6. O custo do alojamento e dos serviços

Para responder a esta questão fizemos um levantamento exaustivo dos preços para as diferentes épocas (alta, média e baixa), através das entrevistas a 103 alojamentos turísticos. Além disso, também fizemos trabalho de campo e ficamos alojados em alojamentos de praticamente todos os municípios do Douro, para assim conhecer *in situ* a realidade turística regional. De forma sumária, concluímos que para além da casuística e da diversidade de variáveis que intervieram na questão (tipo de alojamento, tipo de quarto, época alta, média ou baixa...) de forma geral os preços do alojamento na região variam num leque entre 20 euros (quarto com pequeno almoço) e 760 euros (toda a Casa da Capela de Cima, Armamar), segundo a categoria do alojamento, a qualidade

e a oferta de serviços. Em geral podemos falar de três tipos de preços: a) um preço baixo (20-25 euros) para mochileiros, estudantes, etc.; b) um preço médio de 50-100 euros para classes médias urbanas, especialmente portuguesas e espanholas; c) Um preço alto de mais de 100 euros para classes médias e altas procedentes de turismo nacional e internacional.

Outro custo importante associado à experiência turística é a alimentação. As refeições nos alojamentos turísticos do Douro possuem um leque de 7,5 – 50 euros para os almoços e de 25 a 50 euros para os jantares. Sublinha-se que alguns alojamentos estão associados a restaurantes e oferecem diárias, mas outros só oferecem comida por encomenda e reserva prévia, especialmente ao jantar. Os pratos de comida costumam estar definidos com antecedência, ainda que alguns alojamentos também ofereçam a possibilidade de jantar a lista, o que sobe o preço da refeição.

Importa destacar que a época alta coincide com os períodos de férias, especialmente no verão europeu, aumentam a procura e as reservas, também os eventos como as Corridas de Vila Real. Enquanto ao custo de serviços complementares este oscila entre os 20 e os 50 euros.

Tabela 7.3. Custos dos serviços complementares ao alojamento.

Aluguer bicicleta	Rent a-car	Programas Turísticos	Combóio	Barco	Caiaque	Lancha	Serviços Transfere do aeroporto (Táxi)	Babysitting	Quintas	Tours Vinícolas
Gratuito/30-35 euros/dia	Sem respostas	Sem respostas	Sem resposta	20/120 euros (com alojamento)	Sem resposta	Sem resposta	Sem resposta	Sem resposta	Sem resposta	30/50 euros

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

Estes serviços não são todos oferecidos diretamente pelos alojamentos, mas sim por empresas de animação turística da região, o que implica criar fileiras de valor redistributivas e multiplicar os benefícios do turismo na região. Além do mais, os alojamentos criaram redes informais, acordos e parcerias com associações e museus como o Museu do Douro (Peso da Régua), com restaurantes e com os centros de saúde e lojas de souvenirs.

7.7. Os trabalhadores dos alojamentos turísticos do Douro

Os estabelecimentos inquiridos somam um total de 488 trabalhadores, o que representa aproximadamente cerca de 10% de todo o conjunto de alojamento turístico no Douro (à volta de 1000 estabelecimentos), isto é, estimamos que no Douro existam no total 4.880 trabalhadores na área do alojamento turístico. Os estabelecimentos inquiridos têm entre um e oito funcionários, mas o habitual é ter um ou dois, pois as unidades de alojamento são relativamente pequenas e os negócios costumam ser familiares. As funções que desenvolvem os trabalhadores são as de gerência, direção geral, administração, comércio e marketing, finanças, gestão de recursos humanos, receção e portaria, limpezas, chefe de cozinha, cozinha e culinária, barman, garçom – funcionários, animação turística.

Os trabalhadores podem coincidir ou não com os proprietários dos estabelecimentos, e desenvolvem multifunções nos estabelecimentos de menor dimensão, com menos quartos e instalações, mas nos de maior dimensão há mais divisão e especialização de tarefas. O tipo de contrato dos trabalhadores varia entre o tipo de contrato temporário individual (199 trabalhadores) e o contrato a termo certo (77 trabalhadores), sendo os restantes membros da família. Por outro lado, e devido à sazonalidade na procura (verão /inverno), o número de trabalhadores contratados aumenta no verão e diminui no inverno. Outra estratégia é recorrer a estudantes no âmbito de estágios, inseridos em práticas das escolas profissionais, politécnicos e universidades de turismo.

No que concerne ao salário médio mensal, o mais habitual no Douro é ganhar cerca de 600 euros, valor correspondente ao salário mínimo nacional em 2019, sendo poucos os salários acima dos 1000 euros e minoritários os que ganham 2000 euros. Segundo os inquiridos o habitual é trabalhar oito horas diárias, mas afinando as suas respostas muitos admitem possuir horários flexíveis e trabalho entre 10 e 12 horas diárias. Alguns alojamentos organizam o horário por turnos e outros têm um banco de horas para compensar a relação entre tempo de trabalho e tempo de descanso. Alguns falam de que dedicam 24 horas ao projeto, mas o sentido desta afirmação remete para o seu modo de vida, mais do que um trabalho é a sua vida.

A sua formação é diversa, em 59 dos 103 projetos entrevistados, os seus gestores apresentam formação universitária, mas poucos apresentam formação em hotelaria e turismo. No conjunto de trabalhadores, e pelo geral, há uma preocupação em obter formação profissional especializada em relação com as atividades mais ligadas ao alojamento turístico, como por exemplo, cozinha, restauração, gestão turística, etc. Mas a maioria responde que a sua formação é feita em contexto de trabalho e de forma contínua, devido à exigência que a atividade turística representa em termos de adaptação e aprendizagem permanente. Em relação com o conhecimento de línguas estrangeiras pelos trabalhadores, na Tabela 7.4. distribuímos por línguas e número de trabalhadores.

Tabela 7.4. Número de trabalhadores e domínio de línguas.



Fonte: Elaboração própria.

Neste sentido, o nível de importância que atribui o inquirido à formação contínua dos recursos humanos é a seguinte:

Tabela 7.5. Grau de importância à formação permanente.

Nada importante	5
Pouco importante	3
De importância relativa	7
Importante	29
De importância vital	46
Não responde	13
Total	103

Fonte: Elaboração própria.

Portanto, 73% dos entrevistados consideram importante ou muito importante a formação permanente dos trabalhadores. Só em 66 casos (64%) se realizam cursos de formação para os colaboradores. A formação recebida é nas seguintes áreas:

- Software;
- Primeiros socorros;
- Segurança e higiene no trabalho;
- Limpeza;
- Gestão de clientes;
- Relações interpessoais;
- Restauração;
- Receção;
- Serviço de mesa;
- Cozinha;
- Bar;
- Guia turístico;
- Organização;
- Atendimento;
- Comunicação;
- Marketing;
- Serviço de quartos;
- Enoturismo;
- Agricultura;
- Inglês;

Por outro lado, apenas 9 entrevistados reconhecem que realizam programas de Responsabilidade Social e Corporativa (RSC) para o seu empreendimento. Um relato destas práticas é o seguinte, e que evidencia sérios problemas neste campo:

“Não. Quer dizer, se achar que aquilo que eu dou, as parcerias que tenho e tive são responsabilidade social, então sim. Quando cá cheguei, oferecia o espaço que tenho lá em cima para a Universidade Sénior fazer o Magusto Anual. Para além disso, ofereci o espaço para que as

peessoas idosas pudessem fazer um convívio de natal. presidente da junta achou que eu lhe estava a fazer sombra e passou a fazer ele na casa do povo” (Homem, gestor turístico de Lamego).

7.8. Os recursos financeiros dos alojamentos turísticos

A gestão eficiente dos recursos financeiros é fundamental para o sucesso de qualquer empresa e os alojamentos turísticos não fogem à regra. No caso de empresas de menor dimensão essa importância é ainda maior dado a constante instabilidade de recursos com que operam no mercado. Nesse sentido, uma boa gestão dos recursos financeiros, executada de forma rigorosa e exigente, é fundamental para que este tipo de empresas mantenham a sua competitividade no mercado concorrencial em que se encontram inseridas.

Se os recursos humanos são o coração de uma empresa, o departamento financeiro é a sua alma. Organizar de forma equilibrada a balança entre as receitas e as despesas é fulcral para se obter retornos significativos nos investimentos efetuados e lucros. A gestão eficiente dos recursos disponíveis é fundamental para o desenvolvimento qualitativo e crescimento quantitativo do negócio. Uma empresa de sucesso é aquela que tem as suas contas equilibradas, tem a confiança dos clientes e o crédito dos seus fornecedores. As contas em dia são fundamentais para atingir esse objetivo em que as vendas sejam superiores às despesas, garantindo que seja possível manter a qualidade que os clientes exigentes merecem. O planeamento atempado e adequado das ações a desenvolver é importante para garantir o equilíbrio necessário e o fortalecimento do negócio, precavendo possíveis impactos em períodos de dificuldades e economicamente desfavoráveis. A qualidade dos gestores e respetivo conhecimento do negócio é fundamental para que os recursos financeiros sejam geridos e racionalizados de forma eficiente tendo em vista a otimização dos recursos disponíveis. O conhecimento do negócio, a qualidade profissional e a dedicação são uma trilogia fulcral para se tornar a empresa sustentável e minimizar os riscos.

Uma breve análise aos alojamentos turísticos que são objeto de análise neste livro podemos tirar algumas conclusões. Não nos é possível fazer uma análise mais exaustiva porque os dados que nos foram disponibilizados são escassos.

7.8.1. Investimento inicial dos Alojamentos Turísticos

7.8.1.1. Distrito de Bragança

No distrito de Bragança os investimentos iniciais realizados pelos diversos alojamentos revelaram algum equilíbrio de valores. No entanto, os Terraços de Baco e o Hotel Casa do Tua lideram com 800.000€ e 750.000€ respetivamente, seguindo-se a Quinta do Salgueiro e a Serra do Reboredo com 600.000€ e 500.000€ respetivamente. O único alojamento cujo investimento, quando comparado com os restantes, se revelou muito abaixo dos valores médio foi o realizado na Casa dos Coelhoos que se situou nos 150.000€ (Figura 7.1.).

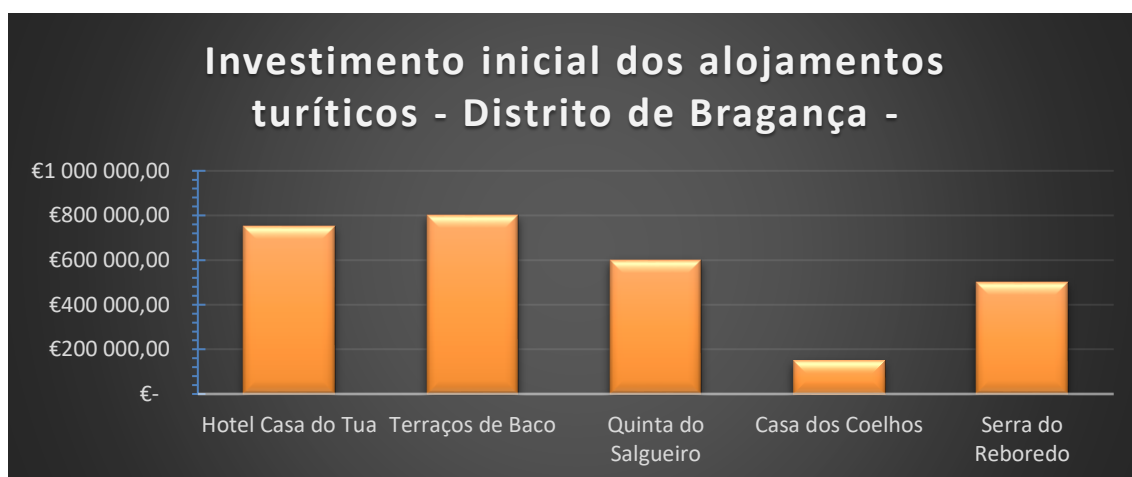


Figura 7.1. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Bragança. Fonte: Elaboração própria.

7.8.1.2. Distrito de Guarda

No distrito da Guarda verificou-se investimento inicial em dois alojamentos turísticos com valores muito próximos entre ambos. A Quinta do Chão D'Ordem investiu 418.900€ e a Casa Vermelha 300.000€ (Figura 7.2).

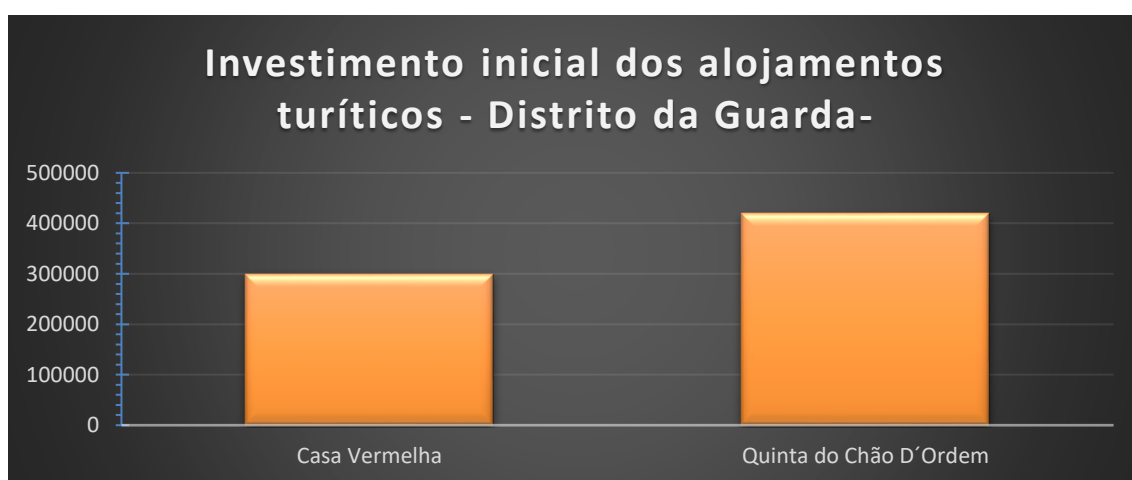


Figura 7.2. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito da Guarda. Fonte: Elaboração própria.

7.8.1.3. Distrito de Vila Real

No que diz respeito aos alojamentos turísticos do distrito de Vila Real verifica-se alguma disparidade de investimentos com 11 alojamentos a situar os seus investimentos iniciais em valores iguais ou superiores acima dos 500.000€. Abaixo deste valor temos 29 alojamentos, verificando-se que em alguns o valor do investimento foi inferior a 50.000€. No Top 5 de

empreendimentos turísticos com maior investimento temos o Hotel Miracorgo com 9.000.000€, seguido do Hotel Quinta do Paço e da LBV House Hotel com 2.000.000€, a Quinta de Fiães com 57.000€ e a Quinta da Corujeira com 700.000€ de investimentos (Figura 7.3.).



Figura 7.3. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Vila Real. Fonte: Elaboração própria.

7.8.1.4. Distrito de Viseu

Em relação ao distrito de Viseu destacam-se quatro alojamentos turísticos com investimentos iniciais avultados, nomeadamente a Quinta da Pacheca com 7.000.000€, seguindo-se o Hotel Rural Convento Nossa Sra. Carmo com 4.000.000€, a Quinta do Pégo com 3.700.000€ e Quinta Casaldronho com 3.000.000€. Há ainda cinco alojamentos com investimentos situados entre os 400.000€ e 600.000€, valores que, embora muito abaixo dos valores acima referidos, se podem considerar relevantes (Figura 7.4).



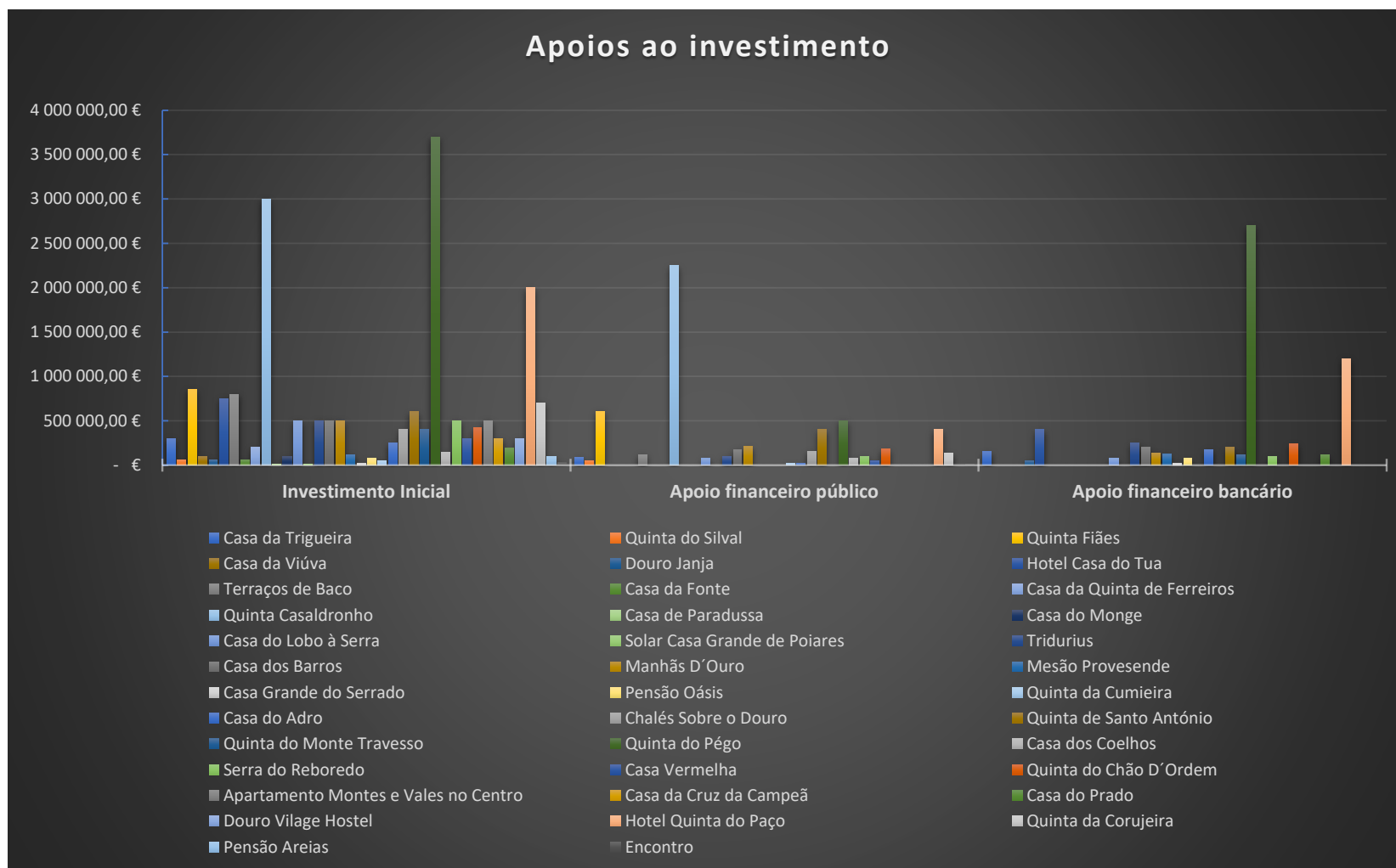
Figura 7.4. Investimento em alojamentos turísticos – Distrito de Viseu. Fonte: Elaboração própria.

7.8.2. Investimento inicial vs apoio financeiro público vs apoio financeiro bancário

Como foi possível observar nos gráficos acima indicados, os investimentos iniciais dos alojamentos turísticos foram muito diversificados, verificando-se desde investimentos avultados a investimentos mais reduzidos. Muitos desses investimentos foram feitos, unicamente por capital próprio privado, outros constituíram-se por capital dos empresários e algumas ajudas atribuídas sob a forma de subsídios do estado e verificou-se também, na grande maioria dos casos o uso, em simultâneo, de capital dos empresários, apoios do estado e pedidos de financiamento bancário.

Esta secção pretende abordar o comparativo entre o investimento inicial realizado e os valores obtidos através de apoios do estado e/ou bancários. Pretende-se perceber o grau de risco de investimento, na medida em que quanto maior for o pedido de capital à banca maior será o risco económico, financeiro e global que a organização atravessará. No que diz respeito aos apoios do estado, normalmente a fundo perdido, o peso desses valores na autonomia e endividamento da empresa não será tão elevada. Já os pedidos de financiamento bancário revelam uma redução da autonomia financeira da empresa porque esses compromissos reduzem a sua solvabilidade económico-financeira devido ao peso que tem na tesouraria.

Na Figura 7.5 podemos observar os alojamentos turísticos que tiveram pelo menos um apoio extra para além da utilização do capital dos empresários. Apenas apresentamos os resultados dos alojamentos cuja informação, de investimento inicial e de pelo menos um apoio, nos foi disponibilizada. Não era interessante colocar no gráfico as organizações que apenas fizeram investimento inicial com capitais do empresário porque esses dados já se encontram na secção anterior podendo ser consultados para serem feitas comparações.



1

2 **Figura 7.5.** Apoios ao investimento em alojamentos turísticos. Fonte: Elaboração própria.

Pela análise da Figura 7.5 verificamos a existência das mais diversas situações de apoios ao investimento. No entanto, há a destacar pela positiva que na grande maioria dos casos os pedidos de apoio bancário são muito equilibrados em relação aos apoios públicos. Na verdade, as empresas acima investiram um total 22.115.990€, sendo que deste total 5.740.567,50€ foram obtidos através de apoios públicos e 6.341.423,70 foram conseguidos através de empréstimos bancário. Este equilíbrio entre apoios públicos e financiamentos bancários é positivo até porque nos casos em que os apoios são obtidos através de fundos públicos, sejam eles nacionais e/ou internacionais, sem serem a fundo perdido, as taxas de juro são muito mais baixas do que as obtidas através de crédito bancário ao investimento.

Há ainda a destacar que do total de investimentos efetuados cerca de 45% desse montante, que corresponde a 10.033.998,80€ foi efetuado através de capital dos empresários, 26% corresponde a apoios públicos e 29% a empréstimos bancários. Estas informações permitem-nos concluir, por um lado, que os empresários têm confiança na capacidade destes investimentos em Turismo serem rentáveis pois investem o seu próprio dinheiro. Por outro lado, o equilíbrio entre financiamentos públicos e financiamentos bancários revela um grau de risco aceitável, permitindo que a tesouraria não seja afetada com elevado grau de risco devido ao peso dos investimentos. Em suma, os investimentos parecem ter tido em conta que a liquidez é fundamental para a sobrevivência do negócio e que um elevado peso dos investimentos na solvabilidade e autonomia financeira poderia colapsar, a médio e longo prazo a capacidade de os alojamentos turísticos solverem as suas dívidas.

7.9. Avaliação externa dos alojamentos turísticos feita pelos entrevistadores

Durante o desenvolvimento do projeto DOUROTUR, fomos observando como a oferta de alojamento turístico quadruplicou em número de estabelecimentos, dos 250 aproximadamente que havia em 2016 alcançou-se os cerca do milhar em 2020. Além do mais observamos ao longo de todo o projeto como os investidores turísticos locais e forâneos colocavam a sua visão e o seu dinheiro na região, sendo um exemplo o investimento de 6 milhões de euros no “Magnificat Wine Boutique Hotel and Spa” (Cumiera – Santa Marta de Penaguião), feito pelo empresário, de 46 anos, António Correia, que prevê a criação de 44 empregos (fonte: A Voz de Trás-os-Montes, 5-09-2019, p. 19). Outro exemplo no Douro Superior é o “Foz Côa Story House”, um hotel de quatro estrelas com um investimento de 2 milhões de Euros no centro histórico de Foz Côa, liderado pela própria autarquia (fonte: VivaDouro, dezembro 2019, p. 14).

Hoje em dia e devido à situação de pandemia global do novo coronavírus, COVID-19, a incerteza sobre o futuro é grande e particularmente sobre o futuro do turismo, mas a capacidade de resiliência e adaptação do turismo não é pouca em situações de crise como vem demonstrando a literatura científica e a própria realidade turística (cf. Lew et al., 2007; Dias, 2011; Cunha & Abrantes, 2019).

Neste item do capítulo incluímos uma avaliação de posicionamento atual do alojamento feita com base na observação *in situ* dos pesquisadores de terreno. Os números representam notas atribuídas a cada projeto, mas como podemos comprovar nem todos os alojamentos foram avaliados por falta desse item ou de observação desse item pelos investigadores.

Tabela 7.6. Classificação dos alojamentos turísticos do Douro feita pelos investigadores.

	Má	Regular	Boa	Muito boa	Excelente	Nº de alojamentos
Sinalética	23	30	24	8	7	92
Conservação e manutenção	0	11	35	23	29	98
Decoração e mobiliário	2	9	32	23	31	97
Apresentação e vestuário do pessoal	1	12	33	22	11	79
Serviços de mesa	0	5	20	24	18	67
Equipamentos sanitários	0	8	39	30	20	97
Oferta de lazer- animação	5	17	15	14	10	61

Fonte: Elaboração própria.

Relativamente a esta avaliação externa dos alojamentos os investigadores avaliaram numa escala de Likert a qualidade de elementos considerados essenciais no alojamento (sinalética, manutenção, mobiliário, vestuário do pessoal, serviço de mesa, equipamentos sanitários, oferta de animação turística). Nessa avaliação, encontramos alguns problemas na sinalética e na oferta de animação (cf. <https://onat.ipleiria.pt/>) como podemos apreciar na figura 6.10, pois são os itens pior avaliados.

7.10. Referências bibliográficas

- Cunha, L. & Abrantes, A. (2019). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: LIDEL.
- Dias, R. (2011). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Editora Atlas.
- Lew, A. L., Hall, C. M. & Williams, A.M. (orgs.) (2007, or. 2004). *Compêndio de turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.

Capítulo 8

A comunicação turística dos alojamentos

8. A comunicação turística dos alojamentos

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com)

8.1. Introdução

Muito se tem falado na literatura científica sobre turismo da importância das tecnologias, especialmente as tecnologias de informação e comunicação, para a inovação nos processos de hospitalidade, para melhorar a competitividade e produtividade dos projetos turísticos (cf. Cortés et al., 2006 p. 49 e ss.). Por exemplo, estar ou não na Internet, ter ou não uma página web ou um correio eletrónico, condiciona que um alojamento venda ou não venda a sua oferta de produtos, reduzir custos de promoção, melhorar a intermediação e comunicação turística, que o turista faça auto-reserva, informar-se sobre o destino.

Neste capítulo apresentamos as ferramentas tecnológicas informáticas utilizadas na comunicação turística, as áreas de gestão informatizadas, as redes sociais utilizadas, a importância e o investimento que os alojamentos turísticos do Douro inquiridos têm feito em inovação tecnológica. Mais adiante, e num segundo ponto centramo-nos mais no processo de comunicação turística, nos instrumentos de comunicação, nos canais de distribuição online, na avaliação que as plataformas Booking e Tripadvisor fazem dos alojamentos, os meios de promoção e divulgação, os meios de reserva e o tempo de resposta face aos pedidos de reserva. Esta análise contribuirá para ter uma panorâmica e uma visão exploratória sobre alguns dos problemas de comunicação e promoção turística do Douro.

8.2. A utilização de ferramentas de comunicação turística

As ferramentas tecnológicas que possuem os alojamentos turísticos do Douro são detalhadas na Tabela 8.1. A maioria dos entrevistados afirma ter internet WiFi, telemóvel, telefone e página web do projeto. Muito menos são os casos com programas informáticos de gestão do estabelecimento, intranet ou conexão com GDS.

Tabela 8.1. Ferramentas tecnológicas que possui o estabelecimento.

Ferramenta	Nº de estabelecimentos	% sobre a amostra inquirida
Telefone	82	80%
Telemóvel	88	85%
Ligação à Internet (ADSL, RDIS, Cabo, Satélite...)	51	49%
WiFi	96	93%
Programas informáticos de Gestão do estabelecimento	44	43%
Intranet	13	12%
Página de Internet (<i>Website</i>)	76	74%
Conexão a algum GDS (<i>Global Distribution System</i>) como Amadeus, Sabre, Galileu...	7	7%
Algum tipo de funcionalidade que permite conhecer melhor o hóspede através da sua utilização da internet? (Ex: Social Hotspot)	6	6%

Fonte: Elaboração própria.

Em relação com os elementos de gestão que estão informatizadas no seu alojamento a Tabela 8.2. especifica a sua distribuição e frequência nos estabelecimentos.

Tabela 8.2. Elementos de gestão informatizada.

	Nº	%
Gestão de clientes (controlo de reservas, entradas, saídas, planificação, orçamentos e estatísticas de ocupação)	60	58%
Contabilidade	70	68%
Gestão de alimentos e bebidas	31	30%
Gestão de pessoal	30	29%
Manutenção	25	24%

Fonte: Elaboração própria.

Podem ser feitas várias leituras dos dados acima, mas uma leitura necessária é que a informatização dos alojamentos turísticos do Douro está longe do desejável, do ponto de vista de uma gestão digital moderna. Alguns inquiridos confessam abertamente que só utilizam um livro de recibos e que escrevem tudo à mão.

Outra questão que colocamos aos gestores foi em que redes sociais o estabelecimento se encontra, e as respostas foram contabilizadas na Tabela 8.3.

Tabela 8.3. Redes sociais em que se encontram os alojamentos turísticos.

Rede social	Nº de alojamentos	%
Facebook	77	75%
Instagram	31	30%
Twitter	9	9%
LinkedIn	12	12%
WhatsApp/Skype/Messenger (redes de conversação)	56	54%
Pinterest	4	4%
Google+ (Inclui Youtube)	24	23%
Outras	0	0

Fonte: Elaboração própria.

Como vemos na tabela acima a presença em redes sociais dos estabelecimentos é baixa, sendo o Facebook e o WhatsApp as redes predominantes. Alguns dos inquiridos dizem que não há necessidade de estarem presentes nas redes sociais, não concordam, não estão interessados em chamar muita gente. Mas o problema tem a ver no nosso entender com outras das questões colocadas sobre a importância atribuída às TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) e sobre o investimento realizado nelas. Apesar de não usarem muito, a grande maioria dos

inquiridos outorga importância ou muita importância às redes sociais. Vejamos alguns discursos dos inquiridos, que representam bem esta ideia:

“100% importantes, se não fosse isso ninguém me aparecia aqui, e tem aparecido gente de todo o mundo. 90% dos meus clientes são estrangeiros”.

“Muita, porque os hóspedes estrangeiros reservam 90% através das tecnologias. E utilizam também as tecnologias para contactar com os familiares, assim que chegam. Logo na receção, tiram logo fotografia à passe do WiFi”

E reconhecem a importância que as redes sociais e as TIC têm para comunicar-se com o turismo internacional, como é afirmado neste excerto de entrevista: “Para mim não tem muito significado, quase não tenho portugueses, mas para os hóspedes estrangeiros é importante o Booking e o site”.

Porém, nesta questão há uma variável de idade de tipo geracional, que leva a que os mais velhos tenham certa iliteracia digital, e que deleguem nos familiares (filhos, sobrinhos...) e funcionários mais jovens as tarefas de utilização das redes sociais para promover o seu estabelecimento. Um testemunho que exemplifica isto é o seguinte excerto:

“É assim, até tem importância, nós é que não estamos por dentro. Eu já estou velha para isso, faço tudo à mão. A minha filha quando se inteirar com isto que faça”.

Costuma acontecer que os mais velhos apresentam alguma resistência:

“Eu sou um homem do milénio passado, não sei avaliar sequer”.

E em relação com a questão do investimento em comunicação, redes sociais e TIC, as respostas variam conforme o tamanho e escala do estabelecimento e variam desde os 500 Euros, passando pelos 12.000 Euros por ano até aos 50.000 Euros que declara um entrevistado, incluindo nesta última cifra as comissões de reserva das plataformas online. Alguns discursos detalham estes investimentos:

“Neste momento pago 113 euros mais IVA de comunicação, por mês, de publicidade paga no Facebook. No geral já ultrapassa os 2 mil euros nestes 4 anos”;

“12.000 Euros por ano, a contar com o investimento feito com o Booking e a Expedia”;

“Desde há 20 anos atrás uns 10.000 Euros mais ou menos”.

“Comissões do Booking (15% por reserva), investimento do website (12,00€/ano manutenção do domínio) e WiFi mensalmente.”

8.3. A comunicação turística do alojamento

Nesta seção vamos analisar os canais de comunicação e distribuição comercial dos alojamentos, a sua classificação nas plataformas turísticas online, os meios de promoção, os meios de reserva e os tempos de resposta aos clientes.

Em primeiro lugar, e como sumariamos na Tabela 8.4. começa-se a produzir uma lenta transição para a sociedade digital, o mais habitual é que todos os estabelecimentos tenham telefone fixo ou telemóvel e correio eletrónico, o fax já não se usa, e por outro lado quase uma quarta parte dos inquiridos tem uma página web própria, veremos depois que tipo de web e como comunicam com os seus potenciais clientes.

Tabela 8.4. Instrumentos de comunicação dos alojamentos turísticos do Douro.

Elemento	Nº de estabelecimentos	%
Telefone	71	69%
Telemóvel	67	65%
Fax	19	18%
Correio eletrónico	98	95%
Website	75	73%
Amostra de estabelecimentos	103	100%

Fonte: Elaboração própria.

Mas por outro lado, no nosso trabalho de campo observamos também casos em que as reservas só podiam ser feitas ao telefone e casos em que as reservas eram registadas em suporte papel e não digital, casos em que não respondem aos mails de pedidos de reserva e casos em que a resistência à integração numa sociedade digital é bem patente. Não vamos referir em que casos por proteção da privacidade dos observados, mas é a nossa obrigação enquanto científicos de descrever esta complexa realidade.

Relativamente aos canais de distribuição que utilizam os estabelecimentos da nossa amostra, na Tabela 8.5, têm os canais de distribuição desagregados por plataformas digitais.

Tabela 8.5. Canais de distribuição online dos alojamentos turísticos do Douro.

Booking	TripAdvisor	Trivago	Hotels Combined	Airbnb	Bed and Breakfast	Agoda
79	62	50	19	38	10	16

Fonte: Elaboração própria.

Relembrar que o uso desses canais de distribuição tem um custo por reserva para os alojamentos, na Tabela 8.6. sumariamos as percentagens desses custos.

Tabela 8.6. Plataformas de alojamento online a operar em Portugal.

Plataforma	Custos sobre o preço da reserva
Airbnb	3%
Bedycasa	15%
Homeaway	8%
HouseTrip	3%
IHA	Fixo
Rentalia	10%
Wimdu	10%
Uniplaces	8%
9flats	15%
Booking	15%

Fonte: DECO, <https://www.deco.proteste.pt/>

Além destes canais, alguns projetos utilizam o seu próprio site, agências de viagem, Logitravel, Facebook, Boat Broker e as plataformas Homeaway, Expedia, Hotel Bed, Igogo, Priceline, HRS, Holiday, Odisseias, Pt.hoteis.com, My Best Hotel, Gabino Home. Turihab, Splendia, Homeres, Guido Rotar, Toprural, Kayack, Travel World, Escapada Rural (Espanha) e Rooms for Trip.

A classificação média atual na Booking e na Trivago é a que indica a Tabela 8.7., com uma média de 8,93 na Booking e 4,51 na Tripadvisor. Relembrar que esta avaliação é feita pelos turistas e mostra o seu contentamento e satisfação com os alojamentos turísticos do Douro.

Tabela 8.7. Avaliação dos alojamentos turísticos do Douro feita pela Booking e a Tripadvisor. (N.A. – Não Aplica; N.P. – Não possui; N.R. – Não respondeu; N.S. – Não sabe).

Alojamento	Booking	Tripadvisor
Casa da Trigueira	9,6	5
Hotel Douro	N.A.	4,5
LBV House Hotel	8,5	4
Quinta do Silval	8,5	4,5
Quinta Fiães	9,7	5
The Vintage House Hotel	9,2	4,5
Casa da Capela de Cima	9,9	N.A.
Casa da Raposeira	7,8	4,5
Casa do Alambique		N.A.
Casa S. Miguel do Douro	8,9	4,5
Casa da Viúva	9,6	5
Douro Janja	N.P.	N.P.
Palácio Nova Seara	9,7	5
Quinta da Barroca	8,8	4,5
Casa da Fonte		N.A.
Outros Tempos		N.A.
Quinta de Santa Eufémia		N.A.
Bom Sossego		N.A.
Casa do Beco	5 Airbnb	N.A.

Tabela 8.7. (continuação).

Alojamento	Booking	Tripadvisor
Hotel Casa do Tua	9	4,5
Quinta do Bartol		N.A.
Terraços de Baco		N.A.
Moradias do Douro Internacional	9	5
Quinta do Salgueiro	8,7	4
Casa da Fonte	9,4	N.A.
Casa da Quinta de Ferreiros	9,9	N.A.
Casa dos Varais	8,5	4,5
Hotel. S. Paulo	N.A.	3
Quinta Casaldronho	8,2	4
Quinta da Pacheca	9,2	4,5
Quinta de Marrocos	8,9	4,5
Quinta do Terreiro de Lalim	9,3	4,5
Villa Hostilina	8	4
Casa de Santo António de Britiande	9,2	4,5
Casa de Campo Vila Marim	9	4
Casa de Paradussa		N.A.
Casa do Monge	9,1	N.A.
Alojamento Rural Casa Eira	9,5	5
Casa do Cabo		N.A.
Restaurante Residencial Vitorino	N.A.	4
Hotel Medieval de Penedono	9,4	4,5
Casa da Vinha Grande	8,3	4,5
Casa do Lobo à Serra		N.A.
Casa Nossa Sra. Do Carmo	9	4,5
Império Hotel	7,9	3,5
Quinta da Pitarrela	9,6	N.A.
Quinta do Vallado	9,5	4,5
Solar Casa Grande de Poiares		N.A.
Tridurius	8	N.A.
Casa de Vilarinho de S. Romão	9,3	4,5
Casa dos Barros	N.A.	4,5
Manhãs D´Ouro	9,4	4,5
Mesão Provesende	9,5	5
Quinta Nova	8,5	4,5
Casa do Santo	9,5	N.A.
Casa Fundo do Povo	9	4
Casa Grande do Serrado	9,2	5
Pensão Oásis	7,2	5
Quinta da Cumieira	9,3	4,5
Quinta do Lamego		N.A.
Casa do Adro		N.A.
Casas do Prior	9,5	5
Chalés Sobre o Douro	9,1	4,5
Parque Campismo Mata do Cabo		N.A.
Quinta de São José	N.A.	4,5
Casas de Campo da Barroca		N.R.
Hotel Rural Convento Nossa Sra. Carmo	8,8	4,5
Casa dos Rui´s	9,3	4,5
Quinta da Padrela	9,6	5
Quinta de Santo António	9,2	4,5

Tabela 8.7. (continuação).

Alojamento	Booking	Tripadvisor
Quinta do Monte Travesso	N.A.	5
Quinta do Pêgo	9,5	5
Quinta da Vinha Morta	9,3	4
Casa da Avó	9,2	4,5
Casa dos Coelhoos		N.S.
O Popular		N.A.
O Retiro	9,7	N.A.
Serra do Reboredo		N.A.
Casa Vermelha	9	4,5
Casas do Pocinho		N.A.
Quinta do Chão D´Ordem	9,3	4,5
Apartamento Montes e Vales no Centro	9,7	5
Casa da Cruz da Campeã	8	N.A.
Casa da Quinta de São Martinho	9	4,5
Casa do Prado	9,8	N.R.
Douro Vilage Hostel	9,2	4,5
Hotel Miracorgo	8,5	4
Hotel Miraneve	7	3
Hotel Quinta do Paço	8,2	3,5
Quinta da Corujeira	9,7	N.R.
Quinta de São José	8,7	N.A.
Pensão Areias		N.A.
Bagos Steak House	10	N.A.
Residencial Bem Estar	8	N.A.
Clássico	7,9	N.A.
Encontro	8	N.A.
Levada	9,3	9,5
Montanhês	7,6	N.S.
Real	7,5	N.A.
Residencial da Sé		N.A.
Maria do Carmo		N.A.
Rústico e Singelo	7,4	3
Verde Paisagismo	9,5	N.A.
Total: 103 alojamentos		Média
	8,934247	4,516667

Fonte: Booking (<https://www.booking.com/>) e Tripadvisor (<https://www.tripadvisor.com/>)

Em relação com os termos de classificação da Booking, a pontuação média que atualmente possuem os estabelecimentos é de 9,5 pontos, uma pontuação considerada muito elevada na escala, como reflete a Tabela 8.8.

Tabela 8.8. Classificação dos alojamentos turísticos do Douro desagregada por categorias da plataforma Booking.

Atributo	Classificação
Limpeza	9,5
Localização	9,5
Funcionários	9,5
Internet	9,5
Pequeno-Almoço	9,5
Conforto	9,5
Comodidades	9,5
Qualidade-Preço	9,5
Média geral	9,5

Fonte: Booking (<https://www.booking.com/>)

Relativamente aos meios de promoção e divulgação do alojamento, estes são refletidos na Tabela 8.9. Os mais utilizados são os cartões de visita, a Internet e os folhetos e brochuras, por esta ordem, menos utilizadas são as redes sociais e a publicidade noutros meios.

Tabela 8.9. Meios de promoção e divulgação do alojamento.

Meio	Nº de estabelecimentos	% sobre o número total de estabelecimentos inquiridos
Cartão de visita	86	83%
Folhetos/Brochuras	56	54%
Postal	14	13%
Página de Internet – <i>Website</i>	79	77%
Rádio	13	13%
TV	11	11%
<i>Press Trips</i> : Jornais/Revistas	15	15%
<i>Fam Trips</i> : Bloggers e pessoas influentes	24	23%
Publicidade em canais de distribuição online como o <i>Booking</i>	30	29%
Campanhas de SEO (Marketing Digital)	9	9%
Publicidade em ambientes exteriores	13	13%
Publicidade em ambientes fechados	7	7%
Outros (Facebook, Google Maps)	14	13%

Fonte: Elaboração própria.

No que concerne aos meios de reserva do alojamento, os inquiridos respondem da forma demonstrada na Tabela 8.10. e que mostra como a reserva direta no estabelecimento, os telefones, o correio eletrónico junto com as distribuidoras são os principais meios de reserva. Em menor número estão as reservas na web e através de WhatsApp. Isto em parte porque as webs dos projetos não apresentam geralmente sistemas de autoreserva.

Tabela 8.10. Meios de reserva do alojamento turístico do Douro.

Telefone/ fax	Telemó vel	WhatsA pp	E-mail	Diretamente no estabelecimento	Website	Distribuidoras	Outros
76	89	51	92	81	52	78	-

Fonte: Elaboração própria.

Questionamos também os entrevistados sobre o tempo de resposta aos pedidos de reserva e as respostas foram agregadas na Tabela 8.11.

Tabela 8.11. Meios de reserva do alojamento turístico do Douro.

1 hora	meio dia	1 dia	> 1 dia
53	36	10	1

Fonte: Elaboração própria com base nas entrevistas, há três projetos que não responderam a esta questão.

8.4. Referências bibliográficas

Cortés, E. C., Azorín, J. F. M. & Moliner, J. P. (2006). *Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero*. Madrid: Editorial Ramón Areces.

Capítulo 9

*A procura e as práticas turísticas no alojamento
turístico do Douro*

9. A procura e as práticas turísticas no alojamento turístico do Douro

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com)

9.1. Introdução

“Travelling allow us to achieve something new to say” (Jeroen A. Oskan, em TOURMAN 2019 Conference “Tourism, travel and hospitality at crossroads: The way ahead”, Thessaloniki, Grécia, 24 de outubro de 2019).

De acordo com os dados do Turismo de Portugal (2020), Portugal foi visitado, em 2019, por cerca de 28 milhões de turistas. (<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-numeros-dezembro-2019.pdf>). Neste sentido, os dados evidenciam o crescimento exponencial do turismo, especialmente em Lisboa, no Norte de Portugal e noutros subdestinos portugueses. Mas se em muitos destinos europeus e mundiais existe um acesso e acalorado debate sobre o que se denomina em inglês de *overtourism*, num destino como o Douro, acontece o contrário, é um destino que podemos catalogar como de *undertourism*, ou melhor, como de pouco turismo. As maiores atrações turísticas do Douro como a Casa de Mateus ou a Quinta da Avessada recebem à volta de 100.000 visitantes (fonte: comunicação oral dos seus gestores com base nas suas estatísticas), ou grandes eventos como as Corridas de Vila Real ou o Carnaval da aldeia de Lazarim que recebem dezenas de milhares de pessoas.

O volume de visitantes na região é relativamente baixo se o comparamos com outros destinos do Norte de Portugal ou da Península Ibérica. Exemplos disto são o Mosteiro de São João de Tarouca, que recebeu 4356 visitantes em 2017 (fonte: livro de visitas), ou o Museu do Imaginário de Tabuaço (cinco pessoas/dia no inverno; 15-20 pessoas/dia no verão; fonte: comunicação oral do guia do museu), ou o Museu do Pão de Favaio, que costuma receber à volta 16.000 visitantes anuais (fonte: Mário Pinto, técnico do museu). Portanto, estamos face a uma região que deseja o turismo e deseja mais turismo.

Este capítulo apresenta, desde uma abordagem quanti-qualitativa, alguns dados e olhares sobre a procura turística da região do Douro, para se perceber que a realidade dos números locais é francamente diferente do entendimento da globalidade das pessoas sobre o turismo no Douro. Duas serão as perspetivas em exposição, uma prende-se com os dados procedentes das fontes estatísticas oficiais, outra com o olhar dos empresários e gestores do alojamento turístico do Douro que inquirimos no projeto DOUROTUR. Ambas são importantes para arrojar luz e compreensão sobre quem nos visita. Para além disso, questionamos a observação e perceção dos empresários sobre as práticas sociais dos turistas nos seus estabelecimentos e na região, e fechamos o capítulo auscultando estes agentes sobre propostas de melhoria para o turismo na região do Douro e a sua procura.

9.2. A procura do alojamento turístico do Douro nas fontes oficiais

A oferta de alojamento turístico de um destino só tem sentido se for relacionado com a procura turística. Nesta secção apresentam-se alguns dados sobre a procura de alojamento turístico da região do Douro-NUT III de forma a ter uma leitura algo mais holística. É importante esclarecer desde o início as fontes de dados que vamos utilizar e alguns dos seus problemas e limitações, porque todo o conhecimento é uma construção social com base em categorias e conceitos que não são estanques e sim construídos:

- a) Travel BI - Turismo de Portugal (<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>): Foca todo o tipo de alojamentos turísticos legalmente reconhecidos;
- b) PORDATA (<https://www.pordata.pt/>): Foca só a hotelaria (Hotéis, Hotéis-Apartamentos, Aldeamentos, Apartamentos, Pousadas e Quintas da Madeira).

Iniciamos a nossa análise pela atenção à evolução do número de turistas na última década. Na tabela abaixo, percebe-se a evolução de turistas (visitantes que pernoitam desde 2009 até 2018), sendo estes, os dados oficiais mais recentes que dispomos. A fonte que utilizamos aqui é a PORDATA, que usa uma metodologia de apuramento que foca só os hotéis (Hotéis, Hotéis-Apartamentos, Aldeamentos, Apartamentos, Pousadas e Quintas da Madeira), e não todos os tipos de alojamento turístico como faz Turismo de Portugal – Travel BI, fonte que utilizaremos seguidamente mais abaixo. Com estes dados o que nos interessa é mostrar as tendências e mudanças na procura turística do Douro.

Tabela 9.1. Evolução da procura de alojamento turístico hoteleiro (Hotéis, Hotéis-Apartamentos, Aldeamentos, Apartamentos, Pousadas e Quintas da Madeira) do Douro (2009-2018) (... - Confidencial).

NUT III	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*	2016	2017	2018
Douro	129787	136567	142488	125414	x	180536	212495	245626	250828	294696
Alijó	14657	16349	19343	18456	19882	25605	29033	27839	32098	32316
Armamar	1245	...	...	...	...	5795	6374	7511	5979	7789
Carrazeda de Ansiães	...	...	...	...	...	2826	2621	3482	4473	4753
Freixo de Espada à Cinta	0	0	0	0	0	1997	2796	4127	3784	3977
Lamego	34794	34705	37123	36262	39458	40126	47720	60786	48252	81557
Mesão Frio	...	...	...	0	0	1700	...	16617	14108	13469
Moimenta da Beira	...	...	...	...	...	3183	3102	3276	3367	3112
Murça	0	0	0	0	0	...	...	...	...	-
Penedono	...	...	...	...	0	...	...	...	...	-
Peso da Régua	27687	28720	30558	28296	28323	31659	36965	37216	41506	43782
Sabrosa	...	...	...	...	...	8024	8964	11817	14296	18022

Tabela 9.1. (continuação).

NUT III	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*	2016	2017	2018
Santa Marta de Penaguião	...	...	...	...	...	782	759	811	814	1047
São João da Pesqueira	0	0	0	0	0	...	...	...	...	357
Sernancelhe	0	0	0	0	0	2396	...	4750	5771	5345
Tabuaço	...	...	...	295	...	9302	12759	15676	17045	16352
Tarouca	0	0	0	0	0	...	...	3363	5095	5290
Torre de Moncorvo	...	...	...	...	...	3283	3168	3498	4503	5221
Vila Nova de Foz Côa	...	...	...	...	...	5753	4075	3811	4204	4473
Vila Real	31696	30655	30559	26704	29971	37491	39635	40680	45040	46443

Fonte: PORDATA, ver: <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

*valores revistos

<https://www.pordata.pt/Municipios/H%c3%b3spedes+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total+e+por+tipo+de+alojamento-750> (atualizado em 24 de janeiro de 2020).

A tabela mostra alguns dados que é necessário explicitar melhor. Por um lado, o Douro começa a receber mais turistas a partir de 2014, até superar em 2017 os 250000 e atingir em 2018 os 294.000 hóspedes. Os municípios mais procurados em 2018 coincidiram com os de maior oferta de alojamento turístico: Lamego, Vila Real, Régua e Alijó. Estes recebem entre 30000 e 82000 turistas. Num segundo patamar, encontram-se municípios como Tabuaço, Sabrosa e Mesão Frio, com entre 14 e 20000 turistas. E num terceiro lugar um conjunto de municípios que receberam poucos turistas (visitantes que pernoitam), 6000 ou menos: Vila Nova de Foz Côa, Torre de Moncorvo, Tarouca, Sernancelhe, Santa Marta de Penaguião, Moimenta da Beira, Freixo de Espada à Cinta, Carrazeda de Ansiães, Armamar...

Outro dado que nos aporta a PORDATA sobre a procura turística é o número de turistas que se alojam em hotéis no Douro (não incluindo o alojamento local nem o turismo rural). A tabela abaixo apresenta alguns destes dados, lamentavelmente só há dados para a região como um todo e para o município de Vila Real.

Tabela 9.2. Evolução da procura dos hotéis do Douro (2009-2018) (... - Confidencial; // não aplicável).

NUT III	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Douro	83599	92343	108090	102478	111195	117542	...	...	131631	171588
Alijó	...	...	...	...	...	15197	...	...	...	-
Armamar	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-
Carrazeda de Ansiães	0	...	...	...	...	...	...	...	...	-
Freixo de Espada à Cinta	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Lamego	25269	25654	30610	30741	36724	31965	...	...	...	-
Mesão Frio	0	0	...	0	0	0	0	0	//	-

Tabela 9.2. (continuação)

NUT III	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Moimenta da Beira	1283	1555	1603	...	...	...	...	...	...	-
Murça	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Penedono	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Peso da Régua	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-
Sabrosa	...	...	...	...	...	...	0	0	//	-
Santa Marta de Penaguião	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
São João da Pesqueira	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Sernancelhe	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Tabuaço	0	0	0	...	...	...	...	...	...	-
Tarouca	0	0	0	0	0	0	141	...	//	-
Torre de Moncorvo	0	0	0	0	0	0	0	0	//	-
Vila Nova de Foz Côa	0	0	...	...	...	...	...	...	...	-
Vila Real	...	...	...	...	...	...	...	32979	33944	34797

Fonte: PORDATA, ver: <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

<https://www.pordata.pt/Municipios/H%c3%b3spedes+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total+e+por+tipo+de+alojamento-750> (atualizado em 24 de janeiro de 2020)

Segundo a PORDATA, dos 294.696 turistas que pernoveram no Douro em 2018, 171.588 fizeram-no em hotéis, isto é, 58% deles dormem em hotéis, mais 6% do que em 2017. Portanto, é o alojamento turístico maioritariamente escolhido pelos turistas do Douro. Em relação à procura, os indicadores mostraram um total de 250.828 hóspedes e 393.621 dormidas para o ano 2017, 201.457 foram em hotéis (69%) (fonte: PORDATA, <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>), com uma estadia média de 1,5 noites e 38,1% das dormidas concentradas entre julho e setembro. Segundo a PORDATA, a taxa de ocupação é baixa (24%) e há uma grande dependência do mercado nacional português (76,2%) face ao estrangeiro (32,8%). Em 2018 os turistas hospedados em hotéis do Douro aumentaram até 252.674 (fonte: PORDATA, <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>), isto é, 86% do total de hóspedes.

Outro dado importante aqui são os proveitos. Os proveitos de hospedagem foram em 2017 de 34.590.000 Euros segundo a mesma fonte. São os concelhos a Oeste do Douro, os concelhos do eixo urbano e concelhos vizinhos os que continuam a concentrar grande parte da procura, mas também parte importante dos dividendos económicos da atividade no território. A figura abaixo mostra dados referentes ao RevPar, ou seja, a receita por quarto disponível e podemos confirmar que Alijó e Lamego acumulam receitas significativamente superiores aos demais concelhos, com dados disponibilizados, perto dos 80€ por quarto, seguidos dos concelhos espectáveis, Peso da Régua e Armamar e Vila Real, que rondam os 25€ por quarto (Figura 9.1.).

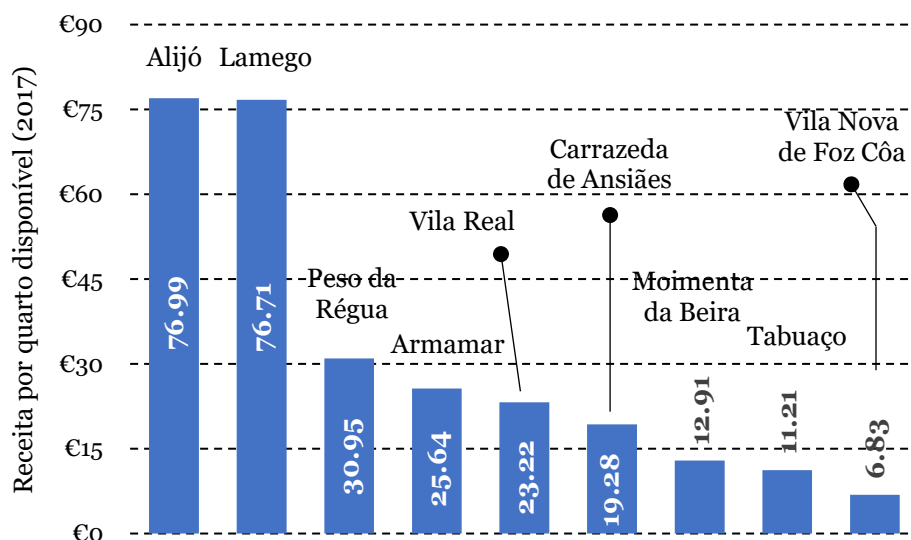


Figura 9.1. Receita por quarto disponível em 2017. Fonte: Travel BI – Turismo de Portugal.

E a evolução com relação a 2009, segundo o INE e Turismo de Portugal, foi importante, tal como apresentamos na figura seguinte (Figura 9.2.).

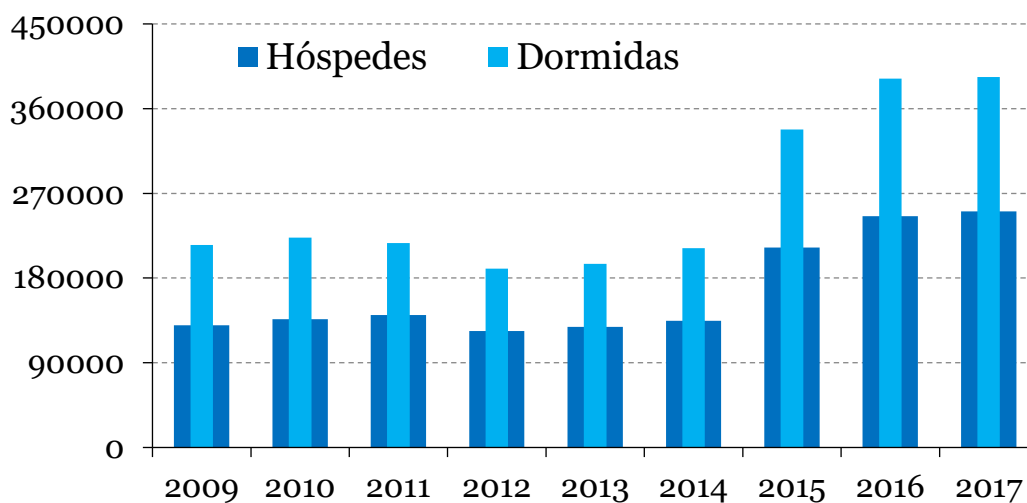


Figura 9.2. Evolução da procura turística dos hotéis do Douro 2009-2018. Fonte: INE e Turismo de Portugal – Travel BI.

Todos estes dados referem-se a todos os tipos de alojamento turístico existentes (fonte: Travel BI- Turismo de Portugal) e não apenas a hotéis (fonte: PORDATA). Por outro lado, a distribuição mensal da procura desenha uma sazonalidade importante, como podemos comprovar na Tabela 9.3.

Tabela 9.3. Distribuição mensal da procura turística do Douro em 2017.

Mês	Nº de dormidas	Nº de hóspedes
janeiro	12 591	8 360
fevereiro	14 775	9 849
março	18 783	12 750
abril	34 062	22 005
maio	37 091	25 184
junho	41 716	26 259
julho	44 010	26 821
agosto	58 439	34 931
setembro	54 549	34 226
outubro	40 105	26 000
novembro	17 942	11 928
dezembro	19 558	12 515
Total	393 621	250 828

Fonte: INE e Turismo de Portugal – Travel BI.

De acordo com os dados da tabela acima, a procura turística do Douro aumenta na Páscoa e é mais alta no verão europeu. Em relação com as dormidas, o mês com mais dormidas em 2017 foi agosto, seguido de setembro, julho e junho. Em relação com o número de hóspedes, estes são baixos no inverno e mais altos de abril a outubro; em 2017 o pico mais alto de procura de hóspedes foram os meses de agosto e setembro.

A procura turística do Douro em 2009 foi essencialmente portuguesa (78%) face a uma baixa procura estrangeira (22%), fundamentalmente de Espanha, Reino Unido, França, Alemanha, Brasil e EUA por esta ordem, como mostra a tabela abaixo.

Tabela 9.4. Distribuição por nacionalidades da procura turística do Douro em 2009 e 2017.

Nacionalidade	Dormidas		Hóspedes	
	2009	2017	2009	2017
Portugal	164 817	229 175	100 906	154 685
Espanha	9 144	23 067	5 702	13 118
Reino Unido	7 419	21 884	2 528	14 078
França	6 418	21 484	4 420	12 716
Alemanha	5 111	17 304	3 149	9 167
Brasil	4 177	13 401	2 701	7 582
Estados Unidos da América	2 524	11 509	1 446	7 209
Bélgica	2 096	6 914	1 138	4 262
Países Baixos	1 764	6 593	1 135	3 404
Suíça	1 532	6 389	961	3 727
Itália	1 361	5 864	685	3 222
Total	215 248	393 621	129 787	250 828

Fonte: INE e Turismo de Portugal – Travel BI.

O panorama mudou ao longo dos últimos oito anos. A procura turística do Douro foi em 2017 fundamentalmente nacional, ou seja, portuguesa (62%), mas a procura de estrangeiros

(38%) aumentou e os principais mercados foram em 2017 os EUA, França, Brasil, Reino Unido, Alemanha e Espanha, por esta ordem, como apontados na tabela abaixo. Sublinhar que esta fonte produz alguns resultados diferentes do apurado pelo PORDATA, como vimos acima, ainda que a fonte utilizada pelo PORDATA seja também o INE, o PORDATA utiliza outra metodologia de apuramento e foca só os hotéis (Hotéis, Hotéis-Apartamentos, Aldeamentos, Apartamentos, Pousadas e Quintas da Madeira), e não todos os tipos de alojamento turístico como faz Turismo de Portugal – Travel BI.

Por outro lado, o rio Douro mobilizou em 2016 mais de 721 mil passageiros (fonte: APDL, 2017 [disponível no sítio:] <http://douro.apdl.pt/index.php/category/documentacao/dados-da-via-navegavel-do-douro/>), e 60421 passageiros fluviais ficaram em barco-hotel (11,93%). Um total de 71,02% desses passageiros eram portugueses, e os estrangeiros tinham as seguintes nacionalidades: EUA, França, Reino Unido, Alemanha e Espanha e em menor medida Brasil, Dinamarca, Canadá, Noruega, Austrália, Japão, Holanda, Finlândia, Suíça, Itália, Bélgica, Suécia, Rússia, China, entre outros. Em 2017, a Via Navegável do Douro mobilizou 1.282.241 passageiros distribuídos da forma apresentada na Tabela 9.5.

Tabela 9.5. Distribuição de passageiros na Via Navegável do Douro em 2017.

Distribuição	N.º Passageiros	%
Cruzeiros mesma albufeira + noturnos	973 302	76%
MT Cruzeiro 1 Dia	232 502	18%
BH (Barco hotel)	66 681	5%
Recreio	9 756	1%
Total	1 282 241	100%

Fonte:

https://douro.apdl.pt/f?p=100:6:223961648338:::6:P6_PAGINA,Po_BREADCRUMB_MENU:VIA_NAV_EST,ESTATI

Sublinhar que estes dados são referentes a toda a via navegável do rio Douro, desde o Porto até Barca D'Alva, pelo que não incluem apenas os da região do Douro – NUT III. Em 2017 existiam no Douro 61 operadores fluviais e 149 embarcações distribuídas da seguinte forma:

Tabela 9.6. Distribuição de embarcações na Via Navegável do Douro em 2017.

Embarcação	Nº. Embarcações	Capacidade total
Semi-rígido/fibra/iate/veleiro	1	12
House Boat	0	0
Pequeno porte	85	1197
Médio porte	11	1026
Grande porte	9	2709
Barco Rabelo	23	1851
Barco hotel	20	2689
Total	149	9484

Fonte:

https://douro.apdl.pt/f?p=100:6:223961648338:::6:P6_PAGINA,Po_BREADCRUMB_MENU:VIA_NAV_EST,ESTATI

9.3. A procura turística do Douro do ponto de vista dos empresários e gestores

Em primeiro lugar afirmar que do ponto de vista dos empresários entrevistados a procura turística do seu empreendimento tem crescido lentamente desde o início do seu projeto. Eles afirmam que o número de hóspedes tem aumentado consideravelmente na última década, confirmando esta perceção os dados oficiais da procura mostrados no ponto anterior. E outros aspetos que destacam são:

- a) O aumento das receitas e benefícios económicos, ainda nalguns casos com menos turistas;
- b) A sazonalidade: “A procura tem sido mais ou menos constante, o mês de agosto é completo, depois há aquelas alturas do ano tipo a páscoa em que há mais procura também”;
- c) A taxa de ocupação ronda os 20%;
- d) A partir de 2016 tem-se intensificado bastante a procura do Douro.

Sobre os motivos deste aumento da procura, um empresário argumentava assim:

“Eu acho que isso tem a ver com o país porque os hóspedes não vêm cá por mim, vêm para um país. Eu trabalho para receber pessoas, mas elas não vêm porque me conhecem. A nível da minha casa tenho sentido oscilações, não tem sido constante, a crise foi um caos, agora Portugal está na moda e daqui a uns anos caímos outra vez, o nosso país não trabalha isto, não”.

O segmento principal de clientes de cada estabelecimento de alojamento segue tendências gerais da procura do Douro e de Portugal, e também obedece a alguma diversidade e particularidade na oferta e no perfil social da procura. As nacionalidades que mais procuram os alojamentos inquiridos são as indicadas na Tabela 9.8. Por ordem decrescente predominam os portugueses seguidos dos franceses, espanhóis, estado-unidenses e ingleses.

Tabela 9.7. Nacionalidades que frequentam os alojamentos turísticos do Douro.

Portugal	Espanha	Bélgica	Holanda	EUA	Austrália	Inglaterra
53	15	3	5	13	3	10
França	Brasil	Alemanha	Noruega	Suíça	Dinamarca	Canadá
19	10	5	2	1	1	7

Fonte: Elaboração própria.

As principais procedências geográficas dos turistas referenciadas pelos inquiridos são:

- Norte de Portugal: Braga, Grande Porto, Maia, Porto;
- Norte de Europa;
- França;
- Canadá;
- Quebeque (Canadá);
- Países Baixos;
- Grande Lisboa;
- Centro de Portugal;
- Aveiro;
- Sul de Portugal;
- Europeus;
- EUA;
- Brasil;
- Alemanha;
- Espanha;
- Dinamarca.

Um dado importante é que muitos dos inquiridos destacam a existência de um segmento de emigrantes portugueses retornados que fazem turismo na região. E para além disso, sublinhar que os entrevistados nos referem até 45 nacionalidades diferentes para a procedência dos turistas, com predomínio para o mercado europeu. A faixa etária dos turistas segundo os entrevistados é variável, mas incidem em dois grandes tipos, um mais jovem entre 20 e 50 anos (mais portugueses), e outro entre 50 e 70 anos (mais estrangeiros). Esta variável também está em relação com a estabilidade das visitas, como mostra o seguinte testemunho:

“De junho a agosto famílias entre os 30 e os 50 anos e com filhos. Em setembro tenho jovens até 35 anos e pessoas com mais de 70 anos. Não existe nada específico. Quem consome mais é quem tem mais de 60 anos, isso sim”

Enquanto ao perfil social dos turistas, segundo os inquiridos estamos face a quatro tipos: a) casais (tipo dominante); b) famílias com filhos; c) mulheres sozinhas; d) homens sozinhos. Este relato mostra-nos a relação entre algumas destas categorias, a idade e as motivações:

“Ambos. O casalinho de namorados dos 20 aos 30. Depois os casais de 40 que vêm com os filhos e precisam de descanso”.

A classe social dos turistas apontada pelos entrevistados apresenta três grandes tipos: a) média (mais estrangeiros); b) média-alta (mais portugueses); c) alta. A classe social dos turistas relaciona-se com a sazonalidade e o preço do serviço de alojamento como afirma um entrevistado neste excerto de entrevista:

“Média. Varia muito com a época. O preço define isso. Como na época baixa o preço baixa, a classe também baixa. Em época alta os preços disparam e a classe é alta”.

A profissão dos turistas é diversa e variável, sendo as mais citadas as seguintes:

- Reformados (especialmente estrangeiros);
- Médicos;
- Engenheiros;
- Músicos;
- Arquitetos;
- Advogados;
- Empresários;
- Professores;
- Contabilistas;
- Procuradores;
- Gestores;
- Cabeleireiros;
- Vendedores;
- Dentistas;
- Empregados fabris;
- Empreiteiros.

De forma geral, os portugueses têm estudos superiores, o que denota a relação entre classe social, profissão e capital educacional. Um entrevistado reflete sobre esta questão neste excerto de entrevista:

“Muita gente com preparação académica superior. Este ano tive um grupo interessante israelita que vinham estudar as origens judaicas em Portugal. Eram professores de história nos EUA”.

Mas o perfil da procura no Douro está em processo de mudança, assim o observa um empresário:

“Surpreendentemente cada vez mais temos gente jovem aqui. Esse é que é o fenómeno real no Douro. A procura para o Douro, ao contrário da ideia que se tem de que é um turismo mais sénior, incide muito em camadas jovens e em nações onde o vinho não era predominante. Franceses e Alemães. Subiram muito os Holandeses, mas isso varia de hotel para hotel. Surpreendentemente não temos muito ingleses. Norte da Europa e Canadá imensos. Americanos e nórdicos”.

Relativamente a segmentos de turistas mais secundários, alguns relatos recolhidos no terreno mostram o aumento de interesse por Portugal e pelo Douro, e a sua diversidade e particularidade mais além das motivações mais propriamente turísticas (lazer, ócio, prazer, reconhecimento da região, quebra do quotidiano...):

“Quanto a procedência geográfica, entre os provenientes do estrangeiro (70%) destacam-se: Brasil (20%), França (14%), Espanha (10%), Países Baixos (5%). Outros países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Eslováquia, Eslovénia, Hungria, Itália, Luxemburgo, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suíça, Ucrânia, Rússia, Canadá, Estados Unidos, Argentina, Colômbia, Peru, Venezuela, Austrália, China, Marrocos. Duas faixas etárias 20-40 e 60-80. De referir ainda que para além do turismo (45%) e do trabalho (28,5%), hospedaram-se pessoas (11,5%) que vieram a Vila Real por razões familiares/sociais (casamentos, funerais, visita a familiares lá residentes), isto sem contar emigrantes e lusodescendentes de visita a Portugal (9%)”.

“Nunca encerra. Há mais hóspedes no mês de agosto. Neste mês trabalha-se mais com emigrantes. Os turistas estrangeiros estão repartidos pelo ano todo, mas vêm antes de junho. A época alta tem muito turistas nacionais. Ultimamente têm vindo holandeses na época baixa. Procura de estrangeiros do SEF, devido à proximidade”.

A distribuição de hóspedes semanal concentra mais turistas ao fim de semana. A época baixa apresenta entre 40 e 50% de taxa de ocupação, e a época alta, férias da Páscoa e verão europeu as taxas de ocupação atingem entre 80 e 100%. Alguns relatos dos empresários explicitam bem esta distribuição:

“Época alta 100%, época baixa 40%. Tanto posso ter hóspedes a meio da semana como no fim de semana. No verão tenho a casa cheia muitas vezes, e tanto faz ser à semana ou fins de semana. Em época baixa, normalmente, é um quarto”.

“A partir de abril não há diferenciação. A única altura em que há diferença entre portugueses e estrangeiros ocorre mais ao fim de semana. Tirando agosto que é o mês de férias dos portugueses”.

Mas a definição do que é época baixa e alta depende do estabelecimento e é variável, ainda que exista uma tendência geral. A época baixa costuma balizar-se entre outubro e maio para alguns, novembro e abril para outros, de novembro a fevereiro em muitos casos. A época alta costuma ir de junho a setembro ou até de abril a outubro, e ronda à volta dos meses de julho e

agosto. Por outro lado, a época de encerramento temporário costuma ter a duração de um dia a vários meses segundo o tipo de projeto turístico. Por norma geral o encerramento acontece no inverno, altura com menos procura e com mais frio na região, o que obriga a uma maior despesa energética (ex. aquecimento da instalação) e a obter menos ganhos. Mas também há alguns projetos que fazem uma paragem durante algumas semanas depois do verão. E também há estabelecimentos que encerra um dia por semana, segunda-feira, para descanso do pessoal.

Por norma, os hóspedes dos alojamentos turísticos do Douro entrevistados ficam duas noites, e nalguns projetos mais algumas, especialmente na época alta. Na figura abaixo mostramos o tempo médio de estadia segundo os inquiridos. Só 20% fica entre três e quatro noites, experiência diferente é a dos turistas dos barcos-hotéis não incluídos nesta amostra, e que pernoitam até mais noites no próprio barco.

Tabela 9.8. Tempo médio de estadia nos alojamentos turísticos do Douro.

1 noite	2 noites	3 noites	4 noites
17%	63%	17%	3%

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

Como afirmou um entrevistado: “o Douro é um destino muito de passagem”. A distribuição mensal de ocupação, tendo como referência os dados mais recentes fornecidos pelos entrevistados, é a seguinte:

Tabela 9.9. Distribuição do número de hóspedes por meses.

JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUNHO	JULHO	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
2,5%	3%	4,5%	6,6%	9,6%	10,4%	12,2%	16%	15,7%	10,4%	4,8%	4,3%	100%

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas a 103 estabelecimentos de alojamento turístico do Douro.

Portanto, no Douro há uma concentração da procura de alojamento turístico de junho a outubro. A época alta (preços mais altos do alojamento) é de outubro a maio e a alta de junho a setembro. Os estabelecimentos costumam encerrar na passagem de ano.

9.4. As práticas sociais turísticas no Douro

Questionamos os empresários sobre as práticas sociais dos turistas no destino Douro e as respostas dizem-nos que fazem percursos pedestres, percursos em bicicleta, contemplação de pássaros, atividades rurais e de aventura. As atividades mais recorrentes são os percursos

pedestres e de bicicleta, a participação na poda e nas vindimas das quintas e percursos em mota pela região. Assim o indica um empresário num excerto de uma entrevista:

“Há muita procura por percursos pedestres e de bicicleta, mas eles não existem. Não há sinalética, não há percursos. As pessoas fartam-se de perguntar”.

E outras atividades que assinalam são as frisadas na Tabela 9.10., segundo a frequência de respostas dos inquiridos.

Tabela 9.10. Outras atividades dos turistas no Douro.

Visitas a quintas	Provas de vinho	Passeios de barco	Visitar património	Paísagem	Viagem de comboio	Gastronomia	Atividades de lazer
21%	25%	34%	6%	2%	7%	2%	1%

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas a empresários.

Com mais detalhe, alguns excertos das entrevistas apresentam com mais pormenor estas atividades e algumas das suas qualidades:

- “Querem ver fazer o vinho, têm curiosidade. Imensa gente me diz que nunca viu estrelas no céu e têm de voltar”.
- Motards que sobem o monte de Santa Helena em Tarouca.
- “A pesca talvez, não sei. As corridas no Douro, há corridas”.
- Beber vinho.
- Passeios de charrete.
- Caça desportiva.
- Triatlo.
- Canoagem.
- Campismo ao ar livre.
- “Vão para conhecer a região do Douro, às vezes já com ideias específicas de ir visitar isto e aquilo. Já têm ideia de fazer o cruzeiro que já está marcado no Douro, está a perceber? É um cliente muito bem informado. Culturalmente acima da média”.
- Visitar adegas.
- Visitar as gravuras de Foz Côa.
- Passeios equestres.
- Ginásio, piscina e sauna.
- “As pessoas procuram muito aventura, mas não há oferta suficiente na região. Há falta de iniciativa de pessoas que estão no Douro e podiam dar apoio a esta gente toda que anda no Douro, principalmente na época alta. As empresas de BTT, 4×4 deviam ir às unidades buscar hóspedes em bruto e... Serra do Marão”.
- Turismo religioso.
- Desportos aquáticos.

- Meia maratona do Douro.
- Trekking.
- Passeios de comboio.
- Provas de motorizados em Fontes.
- Excursões.
- Natação.
- Visitar miradouros.
- Caiaque.
- Passeios e rotas pelo Douro e o Alvão.

E do que gostam mais e do que gostam menos no Douro? Com base no ponto de vista dos empresários elaboramos uma tabela que desagrega as preferências e gostos dos seus turistas, de acordo com as respostas dos empresários. Os aspetos que mais gostam encontram-se sumariados na figura 9.11.

Tabela 9.11. Preferência por atividades turísticas do Douro.

Paisagem	Autenticidade Hospitalidade	Natureza Sossego	Património	Clima	Passeios de barco	Beleza	Vinhos Gastronomia
54%	5%	5%	2%	5%	5%	1%	26%

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com as respostas dadas pelos empresários, o que os turistas mais gostam do Douro é a paisagem, os vinhos e gastronomia. Ainda assim um empresário chega a afirmar que “os turistas gostam de tudo no Douro”. A paisagem é associada ao sossego, à genuinidade, à vinha, ao rio, às gentes, aos produtos locais, aos passeios, aos miradouros, à estrada N222, ao vinho do Porto e do Douro e às quintas.

E enquanto ao que menos gostam, as respostas dos empresários foram as seguintes:

- Estradas, curvas e infraestruturas rodoviárias.
- Sinalética.
- Distância.
- Falta de percursos pedestres e ciclovias.
- Falta de diversidade na restauração.
- Falta de lugares turísticos abertos (ex. Murça).
- Lugares turísticos fechados.
- Preços inflacionados.
- Falta de atrativos em Peso da Régua.
- Falta de informação.
- Falta de animação turística.
- Pouca oferta turística.

- Horários dos museus.
- Estragos urbanísticos do Pinhão e da Régua.
- Sujidade da Régua.

Em relação com estas apreciações, um empresário disse-nos que “mais de 3 noites, os hóspedes aborrecem-se e dizem que não há nada para fazer”.

E quais os motivos de escolha do estabelecimento? As respostas foram um leque de respostas que podemos agregar nas seguintes categorias: a) pelo hotel e os seus espaços; b) pela boa pontuação, comentários e publicidade nas plataformas online; c) pela localização; d) pela simpatia e hospitalidade; e) pela tranquilidade e o sossego. De uma forma mais afinada, os empresários inquiridos apontam 24 diferentes motivações para escolher o seu estabelecimento:

- Localização, ex. ficar fora da cidade;
- Casa, arquitetura, beleza, antiguidade;
- Sossego;
- Pontuação nas plataformas online;
- Relação preço-qualidade;
- Comentários dos clientes;
- Recomendações de outros;
- Oferta de serviços complementares;
- Alojamento com restauração;
- Paisagem;
- Acessibilidade do comboio;
- Privacidade;
- Atendimento personalizado;
- Gastronomia;
- Ruralidade;
- Comodidades e conforto;
- Oferta de percursos pedestres;
- Procura de vinho;
- Natureza;
- História;
- Tradição;
- Forma de receber;
- Piscina e quartos;
- Preocupação ambiental.

Sendo a taxa de ocupação anual por quarto e por cama (relação entre as dormidas e a capacidade do alojamento) baixa, perguntamos aos empresários durienses propostas para lidar com a sazonalidade e as suas respostas foram agregadas por nós da seguinte forma:

- Isto morre, fica fantasma no inverno.

- Uma melhor gestão dos fins de semana gastronómicos.
- Uma melhor gestão da rede de aldeias vinhateiras.
- Fazer descontos em reservas diretas connosco, alguns pacotes românticos que incluem o jacuzzi.
- Protocolos com as entidades de seniores e mais parcerias de atividades infantis com a terra. Poder proporcionar fins de semanas com atividades com gastronomia e vinhos e partes mais didáticas para as crianças, animais, galinhas e porcos.
- Fazemos pacotes com descontos na época baixa, programas com atividades incluídas.
- Tinha de haver programas turísticos de castanha e de produtos do inverno.
- Programas durante o ano todo; criar percursos.
- Aplicação de diferente tipologia de preços.
- Possibilidade de fechar nos meses de época baixa.
- Campanhas promocionais.
- Criar pacotes de dormida, comida e provas de vinhos com algumas atividades artísticas ou lúdicas na zona.
- Estabelecimentos ajustarem o preço na época baixa.
- Mais atividades culturais no inverno.
- Promoções, eventos, jantares vínicos/temáticos.
- Na época baixa temos mercados muito específicos como o brasileiro, por isso importa acolhê-los bem e tratá-los bem ao longo de todo o ano para eles passarem a palavra e trabalhar as relações em alguns operadores mais pertinentes, feiras especializadas.
- Mais atividades para atrair gente.
- Sim, investir num SPA. Ponderamos fazê-lo para que possa haver mais gente no inverno.
- Um preço especial para quem vem mais tempo. Aplicação de preços especiais para pessoas que viessem em estadias mais longas.
- Agora tornar a Régua e o Pinhão em algo ainda mais distintivo; criação de valor para toda a região.
- Há uma falta enorme de animação turística, principalmente no inverno.
- Pacotes e divulgação.
- Realização de determinados desportos na Serra do Marão.
- Criar mais atrações/eventos entre outros que complete a oferta turística na época baixa de forma a chamar mais turistas nesta época.
- Potencializar outras coisas para além do vinho e gastronomia pois essas existem todo o ano. Potencializar as serras e os seus recursos, sendo mais orientados para atividades radicais. Exemplo, o que está a ser feito em Ribeira de Pena.
- Somos dependentes das companhias *low-cost*.
- Conciliar com atividades agrícolas.
- Ofertas de lembrança (vinhos).
- Estipula preços especiais para quem prolonga a sua estadia.

- Estadias mais prolongadas, tirar partido do inverno (estradas, indústria da neve, outros calendários escolares, incutir a tradição de férias fora do verão). Divulgação de feiras (fumeiro), atividades turísticas desportivas, festas tradicionais.
- Mais divulgação e obrigar os turistas que sobem e descem o Douro a visitar a região e não só saírem para arejar e voltarem para o barco. Há falta de promoção e incentivo.
- Maior divulgação do património existente.
- Circuitos turísticos passarem por Vila Real.
- Trazer mais turistas.
- Criar mais eventos.

Portanto, do ponto de vista dos empresários há ainda um longo caminho a percorrer e a melhorar no turismo do Douro, algo que deve ser feito entre todos e com fortes alianças internas e externas à região, mais ainda neste momento de pandemia do novo coronavírus, COVID-19.

Capítulo 10

Responsabilidade ambiental e uso de energias renováveis

10. Responsabilidade ambiental e uso de energias renováveis

Autores: Humberto Martins (hmartins@utad.pt), Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedrodosrc@gmail.com)

10.1. Breve enquadramento teórico

A gestão dos parâmetros ambientais nos e dos alojamentos turísticos é, cada vez mais, um fator chave do seu sucesso como projeto (Cortés et al., 2006) e um aspeto valorizado não só pelos turistas (especialmente se considerado no âmbito do turismo rural - Silva, 2006) como por instituições transnacionais (União Europeia com a definição de boas práticas ao nível da gestão ambiental no sector, Styles et al., 2013). Na verdade, é considerado como um fator de qualidade imputado à oferta e que pode, paralelamente, contribuir para a redução de custos económicos da produção turística e beneficiar o meio ambiente. Soluções como climatização dos estabelecimentos, produção de lixo ou energia, que implicam tomadas de decisão a um nível macropolítico ou num plano de uma razão prática quotidiana, inscrevem-se no âmbito do que poderemos chamar responsabilidade ambiental das organizações, mas que, por outro lado, se traduzem em custos económicos no imediato que muitos empresários não conseguem comportar. O turismo, como bem sabemos, não é uma atividade inócua. Muito pelo contrário. Os impactos e as consequências (sociais, culturais, ambientais e psicológicas) do turismo são objetos de estudo há muito considerados (Stronza, 2001) e alvo de políticas a diferentes escalas (Styles et al., 2013) e é neste âmbito que devemos inscrever a análise a aspetos muito práticos e concretos como sejam os dos resíduos e poluentes, emissões de CO₂, poupança de água e energia, e utilização de energias renováveis. A sustentabilidade (ambiental) no sector, um turismo *ecofriendly* (amigo do ambiente), de responsabilidade ambiental marcam também a agenda política de quadros programáticos europeus que têm sido aplicados e beneficiado o sector no mundo rural (Silva, 2014; 2006; Styles et al., 2013) mas que não podem ser dissociados de outras escalas de interpretação que nos obrigam a posicionar nichos de mercado (procura e oferta) e uma ideologia global associada a um interesse pela respeito ecológico (Neveling & Werging, 2009).

O interesse por um turismo que respeite a natureza, globalmente falando, é uma narrativa que se impõe e que se produz também sobre as opções apresentadas e valorizados na divulgação do território - destino, dos espaços de alojamento e da própria marca (e.g. quem não reconhece a Espanha Verde do Norte?) No caso particular do Douro, em razão de ter vários sítios classificados pela UNESCO (nomeadamente sítios de património natural), a questão coloca-se de forma mais premente. Há como que um jogo duplo a ser jogado, se nos é permitido afirmar. Ao mesmo tempo que se ‘vende’ natureza, paisagem e ambiente, importa ter em consideração opções de sustentabilidade ambiental nas ofertas. Algo que nem sempre acontece. A própria proliferação excessiva, em algumas zonas do Douro, de casas de turismo, afetando a paisagem, a par de outras feridas abertas e denunciadas pelos agentes locais (por exemplo, a rede de Alta Tensão, a autoestrada A4 ou a presença perturbadora de barcos de grande dimensão no porto da Régua)

têm de ser convocadas para esta reflexão. O ambiente no Douro é algo integral, que passa por pequenas soluções energéticas, mas igualmente por opções infraestruturais que se impõem ao território. Como analisar um empreendimento turístico com soluções energéticas *ecofriendly* de primeira linha, mas cuja construção deixa uma enorme pegada ambiental ou cujo impacto paisagístico permanente é elevado?

O cuidado com o ambiente (num sentido amplo, que inclui paisagem e território, mas igualmente aspetos mais técnicos [e ideológicos, na verdade] que se prendem com opções energéticas, gestão do lixo e resíduos) não é só uma responsabilidade dos estabelecimentos turísticos. Estes são agentes importantes, mas há outras agencialidades decisivas, como por exemplo, as do estado central, o poder local, CCDRS, EDP e outras empresas energéticas, privados ligados ao transporte, etc. A sustentabilidade e o cuidado ambientais podem gerar valor para os projetos e diminuir, a médio-longo prazo, custos de produção, melhorar a imagem da empresa, diferenciar o produto e atrair turistas com maior consciência ambiental e ecológica e melhorar a vida das comunidades envolventes. Neste capítulo analisamos as opções energéticas dos alojamentos turísticos do Douro e os impactos das suas ações em termos de responsabilidade ambiental.

Os conteúdos que o leitor vai encontrar aqui foram estruturados em quatro pontos e prendem-se com a análise de: (i) opções em termos energéticos - tipos e fontes de energia e soluções (integradas) de poupança energética; (ii) práticas relacionadas com a gestão de resíduos (lixo), e nas quais se inclui a recolha seletiva; (iii) outras práticas de consciência/preocupação ambiental nos alojamentos (e.g. adesão a organizações ambientais ou a formação ambiental dos trabalhadores) – neste ponto damos conta de representações/perceções geradas sobre o tema; e (iv) relevância das paisagens classificadas e protegidas para o turismo, e que incluem representações que se prendem com a implementação de ecotaxas para o turismo na região relacionadas com serviços de ecossistema usufruídos/disponibilizados, mas igualmente benefícios com medidas agroambientais.

Como já foi referido anteriormente, o número de respondentes representa cerca de 13% do total dos alojamentos turísticos do Douro (aproximadamente 800) no início de 2019. Há projetos e espaços muitos específicos que não estão representados e que nos poderiam trazer outros aportes em relação a estas dimensões de análise; no entanto, pensamos que os dados que aqui trazemos são bem representativos da realidade do turismo Douro em termos de soluções e opções ‘ambientais’ de microescala, que, por sua vez, agregadas, nos dão uma visão geral desta zona. Algo que as incursões territoriais mais demoradas com trabalho de campo (e.g. Mesão Frio, Vila Real, Torre de Moncorvo) nos permitiram igualmente constatar. Uma realidade que não pode ser dissociada dos próprios constrangimentos orográficos do Douro, da estrutura de propriedade e da configuração familiar do sector, nem tampouco da (ainda) significativa ‘sazonalidade’ desta oferta nesta área.

O facto de estarmos a falar de uma zona rural – com um sector agrícola ligado à vinha que é estruturante da sua história, cultura, economia, território e objeto de classificação patrimonial reconhecida internacionalmente – no qual um rio (Douro) é marca paisagística, social e

geográfica, igualmente significativa, permitir-nos-ia especular sobre um conjunto de preocupações ambientais mais integradas, que, no entanto, parecem não existir na prática⁶. A questão particular dos serviços de ecossistema é ainda de grande desconhecimento geral. Mais uma vez será de salientar que cada indivíduo (agente) tem a sua história particular em termos de conhecimento e sensibilidade para o ambiente e para o que chamaríamos de uma estética e ética ambiental. No entanto, em contextos de inquirição que favoreceram mais tempo de contacto e presença do investigador no território (e.g. Mesão Frio, Julho 2019) percebemos que, por exemplo, relativamente ao rio (ao uso do mesmo pelos cruzeiros) e à poluição visual provocada pelas estruturas da Alta Tensão (REN) os agentes turísticos têm um claro posicionamento crítico (e esclarecido), reivindicando um cuidado muito maior e soluções integradas muito mais ‘amigas’ do ambiente.

10.2. Soluções energéticas no alojamento turístico do Douro

Começamos neste ponto por detalhar o tipo de energia utilizado nos alojamentos turísticos. As respostas foram agregadas da seguinte forma na tabela abaixo (Tabela 10.1.). Um dado importante a destacar imediatamente prende-se com o uso muito residual da energia solar – ou melhor, de um uso residual com base em produção própria tendo como fonte painéis solares.

Tabela 10.1. Tipo de energias utilizadas nos alojamentos turísticos do Douro.

Tipo de energia/função	Eletricidade	Painel solar	Gás	Gás verde	Gasóleo	Pellets
Iluminação	86	2	-	-	-	-
Climatização e aquecimento	62	7	6	1	12	6
Água quente	30	24	17	1	12	6
Cozinhas	54	3	38	1	1	1
Frigoríficos	82	2	1	1	1	1

Fonte: Elaboração própria.

Como observamos, a eletricidade de fontes indiscriminadas domina na iluminação, nos frigoríficos e no aquecimento, mas neste último item já identificamos uma maior diversidade de energias a serem utilizadas. E no caso da água quente as estratégias seguidas nos projetos estão mais distribuídas em número de alojamentos, com maior uso de energia solar. Nas cozinhas o gás continua a ser uma energia muito habitual.

Em relação com o tipo de aquecimento dos alojamentos, as respostas dos empresários permitiram agregar os dados apresentados na Tabela 10.2.

⁶ Julgamos que é uma abordagem que merece uma outra profundidade de tempo e de relação de conhecimento com os nossos interlocutores. O inquérito por questionário proposto era demasiado extenso e as perguntas sobre responsabilidade ambiental apareciam no fim. A autonomização deste domínio em termos de uma investigação específica seguramente dar-nos-ia percepções mais abrangentes e rigorosas sobre o tema do ambiente.

Tabela 10.2. Tipo de aquecimento dos alojamentos.

	Ar condicionado	Aquecimento elétrico	Aquecimento central	Outros
Quartos	53	11	30	14
Outras instalações	38	6	15	4

Fonte: Elaboração própria.

Na categoria de outros incluímos as respostas: aquecimento a gasóleo, pellets, lareira, ventiloconvertores, aquecimento a lenha, ventoinhas e solo radiante. No caso do aquecimento dos quartos obtivemos 108 respostas porque alguns projetos têm dois tipos de aquecimento. Predomina o ar condicionado (alimentação elétrica) e o aquecimento central com base em energia derivada do petróleo. O uso de energias alternativas é ainda muito baixo. No caso das outras instalações, o número de respostas desceu a 63 e o predomínio é também para o ar condicionado.

Também questionamos os empresários sobre soluções de poupança energética utilizadas (Tabela 10.3.).

Tabela 10.3. Tipos de soluções de poupança energética dos alojamentos turísticos do Douro.

Tipo de energia	Nº de projetos	% dos projetos	Vai utilizar
Energia Solar	37	36%	25 (24%)
Energia Geotérmica	1	1%	0 (0%)
Janelas Duplas	65	63%	3 (3%)
Energia Eólica	0	0%	1 (1%)
Biomassa	15	14,5%	2 (2%)
Isolamento bioclimático	29	28%	1 (1%)
Outros	1	1%	3 (3%)
Nenhum	18	17%	53 (51%)

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados apurados permitem-nos afirmar que as estratégias de poupança energética são basicamente quatro: instalar janelas duplas nos quartos, apostar na energia solar e no isolamento bioclimático, e finalmente na biomassa (ex. aquecedores de pellets). Em relação com um potencial uso futuro de soluções de poupança energética, mais da metade afirmou que não vai adotar, e só um quarto dos inquiridos afirmou que vai utilizar energia solar no futuro. Portanto, confirmando uma certa ‘inércia’ ou desinteresse geral em soluções energéticas mais amigas do ambiente. E considerando soluções mais ‘radicais’ (geotermia), ainda mais evidente se torna esta conceção geral.

Procurámos saber ainda se os estabelecimentos detinham alguma certificação em termos ambientais ou energéticos. As respostas foram positivas em 26 casos (25%), negativas em 55 (54%) e em 22 (21%) dos projetos não foram capazes de nos responder. Relativamente às certificações ambientais dos alojamentos identificámos uma panóplia ampla de categorias mas

que provam a ‘fraca integração’ do sector em termos ambientais e um desconhecimento generalizado relativamente às mesmas: *Green Key*, Certificado Energético B ou também A+, TURIHAB, Certificado Energético para recolha de óleos, Canal Horeca (dos óleos e resíduos e isto dos ecopontos verdes), prémio *Best of Wine Tourism* são as categorias mencionadas e poucos alojamentos partilham as mesmas. Ou seja, a questão da certificação ambiental claramente parece não ocupar as prioridades dos agentes turísticos – algo que de alguma forma comprovámos com o trabalho de campo. A integração ‘natural’ per se - o estar num território natureza, com paisagens classificadas, portanto em ambiente natural- parece dispensar a certificação formal; como se os enquadramentos paisagísticos e os elementos naturais constantes fossem suficientes para a apresentação do sector na região como ambientalmente inscritos – e de alguma forma vamos reconhecer isto nos discursos – respostas às perguntas ‘abertas’ sobre se são relevantes os impactos ambientais e paisagísticos do turismo e se é relevante fazer parte de uma paisagem classificada em termos paisagísticos e ou ambientais (ver secções seguintes).

10.3. Gestão (seletiva) de resíduos - lixo

Em relação à recolha seletiva de resíduos, 71(70%) responderam que o fazem, e 21(20%) que não; em 11 casos (10%) não obtivemos resposta. A pergunta colocada procurava obviamente saber se no município/freguesia de pertença é feita essa recolha diferenciada e, como também nos mostrou o trabalho de campo, a opção dos alojamentos está dependente da existência desse serviço municipal (ou seja, da proximidade física e da existência de equipamentos - contentores e periodicidade do serviço). A reciclagem de produtos é realizada por 76 empresas (74%), em 17 casos não é realizada (16%) e 10 (10%) alojamentos não responderam. O composto só é feito nos alojamentos turísticos inquiridos em 24 casos (23%), em 69 não o fazem (67%) e 10 alojamentos não responderam (10%).

Alguns empresários afirmam que no caso dos óleos há um número baixo de recolhas para a dimensão da empresa, isto é, que a frequência das recolhas é insuficiente. Também afirmam que as principais medidas ou implicações decorrentes da certificação ambiental se situam a dois níveis – consumo energético (uso de lâmpadas led de baixo consumo elétrico e controlo do consumo de água) e gestão dos resíduos – que passa pela utilização produtos de limpeza ecológicos (prende-se com os efeitos nas águas residuais), reciclagem e tratamento de óleos e separação de resíduos. Para os poucos respondentes que o fazem, a sensação que nos transmitem é que se trata de uma tarefa relativamente simples e sem grande trabalho, como podemos verificar nas palavras de um destes empresários: “Não tenho de fazer nada em particular, a não ser colocar o óleo nos bidões que eles trazem, mas é só isso”. Em todo o caso, as respostas – mesmo atendendo aos constrangimentos relacionados com o tipo de abordagem (ver secção anterior) – indiciam uma relativa menorização das questões/tema ambiental em termos de práticas (apesar de em discurso e no plano das representações ser indiciado o contrário) – sustentabilidade, lixo, energia – argumento que as secções seguintes vêm reforçar.

10.4. Práticas de consciência/preocupação ambientais

Também avaliámos o grau de adesão a organizações de defesa ambiental, e as respostas foram elucidativas: 5 positivas (5%), 84 negativas (82%) e 14 casos (13%) não responderam. As organizações às quais aderiram são: ABAE, FEE, APCER, *Green Key*, Ponto Verde, Verdureca. Portanto, a adesão a organizações de responsabilidade e qualidade ambiental é muito baixa. Nas nossas entrevistas também questionámos os nossos entrevistados se realizam regularmente formações em temas ou práticas de responsabilidade ambiental (ex. uso de energias limpas) e as respostas foram igualmente elucidativas: 13 positivas (12%), 79 negativas (78%) e em 11 casos (10%) não responderam. As poucas formações recebidas neste sentido foram feitas em contexto de trabalho, num caso, em associação de desenvolvimento local, noutros, e também em instituições públicas como, por exemplo, mostra o seguinte excerto de entrevista: “Já tivemos aqui na Junta de Freguesia coisas dessas, mas não é regular. Há oito anos, por exemplo, fiz uma formação para aprender a usar a internet, pesquisar no Google... E também já houve antes coisas para separar o lixo”.

Em relação a esta dimensão de análise, questionámos os gestores se os trabalhadores dos alojamentos têm formação em temas ou práticas de responsabilidade ambiental (e.g. uso de energias limpas). As respostas foram em 15 casos positivas (14%), em 71 negativas (70%) e em 17 (16%) não sabiam responder. Também perguntámos pela relevância que atribuem ao efeito ambiental e paisagístico causado pelo seu estabelecimento e as respostas, neste ponto, mostram uma tendência de preocupação/consciência ambiental; 83 dos entrevistados (81%) afirma ter consciência desse impacto, 9 (9%) dizem que não é relevante no seu projeto e 11 (10%) não sabem bem. Em relação a este grau de relevância e impacto ambiental e paisagístico do turismo e, em particular dos seus empreendimentos, os discursos dos inquiridos mostram algumas evidências que importa dissecar no âmbito deste relatório. Há uma consciência ambiental que se liga a uma experiência ‘inata’ do território (Milton, 2002), a uma inscrição, como falámos, num território natural por vida regular, por sensibilidade diária e quotidiana do local. Em Mesão Frio, onde fizemos trabalho de campo com um pouco mais de profundidade, percebeu-se bem este posicionamento. Os locais falam com orgulho do seu território natural, da sua paisagem, quase dada por adquirida – sustentando aquilo que Augustin Berque (2011) designaria por ‘pensamento paisageiro’ por contraponto a um ‘pensamento da paisagem’. Algo que remete para a ‘perspetiva do habitar’ o território/os lugares/a paisagem de que, por exemplo, fala o antropólogo Tim Ingold (2000). Digamos que é algo que os fenomenologistas exploram nos seus estudos sobre paisagem e território – a relação quotidiana, fusional, inscrita entre as pessoas e os seus habitats.

Em todo o caso, focando-nos mais concretamente nas respostas obtida a uma pergunta que permitia algum desenvolvimento expositivo (exponha razões que considere relevantes sobre o impacto ambiental e paisagístico do seu negócio?) notamos que as os discursos dos empresários dão nota de uma consciência/sensibilidade ambiental. Algo que, de alguma forma, entre em contradição com o vimos mais acima, e que nos permite afirmar que o caminho ainda é longo para atingir uma verdadeira sustentabilidade turística ambiental. Falamos em relativa contradição porque, de facto, em palavras (narrativas mais formais ou informais) o tema da responsabilidade

ambiental existe. Também as pessoas são capazes de verbalizar a valorização que fazem, até porque, como referimos, sabem bem que o Douro é um cenário natural (e construído) de enorme valor e reconhecido internacionalmente. Sabem que a paisagem é um recurso e sabem, com um pragmatismo indiscutível, que se não cuidarem dos ambientes e patrimónios naturais (e culturais), o negócio e o sector ficarão afetados. E lendo as palavras, que abaixo partilhamos, emerge um pensamento pragmático claro que não dissocia tipo de construção/elementos arquitetónicos integrados-barulho-limpeza-lixo-mundo rural/natureza-tranquilidade-saúde. Ou seja, reconhece-se uma óbvia multidimensionalidade do ambiente como fator, critério, categoria de análise e consideração para o sector turismo. Mas também percebemos que confrontando com as práticas e as soluções concretas há um hiato considerável – como, aliás, acontece em muitos outros sectores e áreas da vida pública, social e privada. Do dizer ao fazer, há uma diferença grande.



Figura 10.1. Rua de Mesão Frio. Fonte: © Humberto Martins, 2019. Mesão Frio.

As respostas partilhadas com os investigadores à pergunta que referimos anteriormente remetem-nos particularmente para o tema da sustentabilidade no âmbito das perceções sobre o impacto ambiental e paisagístico do negócio. Por exemplo, “é o pilar central do nosso negócio como hotel rural que somos. O pilar central é a sustentabilidade” ou porque “[têm] “preocupações com o ambiente e com a paisagem”, referindo ainda que o dever dos empreendimentos é o “de preservar a terra, sustentabilidade”. O impacto ambiental é relacionado, neste jogo de representações a outras opções no plano energético, como percebemos nesta resposta: “é importante o impacto ambiental, para mim é óbvio. Para além de usar as energias renováveis, fui habituada no meio da natureza”.

Uma resposta que nos remete para uma relação de quotidianidade/de amor ao território, à natureza e ao desejo de bem cuidar dela. “Manter a região intacta e o alojamento integrado na mesma” é uma pretensão que alguns fazem reconhecer na própria arquitetura do edificado quando referem que “as próprias casas fazem parte da paisagem”, “quando se olha (...) para a

nossa propriedade, há um vale grande e fica até difícil ver as nossas casas, porque a nossa intenção foi sempre que as casas fossem diluídas na paisagem” ou “por impacto paisagístico, [preferimos] a construção em xisto (manutenção da identidade regional)”. E, como tal e não por acaso, alguns discursos críticos surgem relativamente a alguns projetos de maior dimensão: “para não matar a galinha dos ovos de ouro pois é o que é o Douro, é o que estão a fazer dele. Nós gastamos 50 mil euros para construir uma ETAR para os resíduos dos barcos e depois grandes barcos deitam tudo para o rio.”

Por outro lado, o (bom) ambiente é associado a qualidade de vida e saúde: “Porque a saúde de nós todos e das pessoas que vêm aqui é responsabilidade nossa” ou “pela qualidade de vida” referindo-se à necessidade de o alojamento turística estar enquadrado paisagisticamente. A associação paisagem-ambiente, ou seja, o reconhecimento da paisagem como elemento ambiental a valorizar apareceu em muitas respostas, até porque como alguém apontou, a região é “património da humanidade”/“paisagem protegida”. A seguinte apreciação mostra bem a dimensão sensorial do turismo, em particular num destino como este no qual “a vista é a primeira a registar e a aceitar ou a recusar” e que ganha especial relevância com esta afirmação: “tenho aí um par de *cristos reis* em frente à quinta que me matou tudo isto, são aquelas linhas de alta tensão que me estragam a paisagem toda”.

Verificámos igualmente a preocupação com o cuidar da paisagem, que é vista neste sentido como algo que vende, o recurso principal que pode (continuar) a trazer pessoas ao Douro. As pessoas, os turistas vêm “pela paisagem limpa” e “se não tivermos a paisagem cuidada as pessoas não voltam”. Mas encontramos ainda algumas referências ao lixo, ou à falta de ecopontos: “por exemplo ali em Freixo é tudo cheio de cães, tem impacto ambiental, plásticos no chão, é caótico e as escolas deveriam começar a trabalhar nisso”, “o hóspede não tem onde separar o lixo”. Finalmente, uma referência importante a algumas noções que se prendem com o que chamaríamos de uma ética ambiental – que não se prendem só com a estética (o belo paisagístico) mas que sugerem valores de cidadania e de responsabilidade cívica e intergeracional e chega-se a falar de uma ação em prol do planeta e de pegada ecológica.

Muitos dos seus discursos são críticos e apresentam um conjunto de noções que representam um mapa cognitivo e semântico sobre o efeito ambiental do turismo na região do Douro. As respostas, mais uma vez, teriam que ser filtradas pela própria experiência e trajetória social de cada respondente. As duas respostas, ‘por cidadania’ e ‘por dever cívico’, indiciam um posicionamento de princípio extremamente lúcido e crítico porque, na verdade, a qualidade ambiental e uma paisagem bonita beneficiam, primeiro que tudo, aqueles que a podem usufruir diariamente (quem vive no Douro) e qualificam os seus comportamentos e a sua própria educação/sensibilidade ambiental. Talvez nesta afirmação encontremos uma boa síntese do pensamento destes nossos interlocutores: “[o Douro] é uma paisagem criada pelo Homem e, como tal, precisa do Homem para se manter. Os socos são uma coisa maravilhosa e se nos deixarmos de preocupar, desaparecem em meia dúzia de anos”.

Tabela 10.4. Mapa cognitivo da consciência ambiental dos empresários de alojamento turístico do Douro.

Impacto ambiental	Energias renováveis	Natureza	Região	Identidade regional	Alojamento integrado	Saúde	Responsabilidade
Ambiente	Sustentabilidade	Qualidade de vida	Paisagem	Envolvente	Limpeza	Vista	Património da Humanidade
Cidadania	Aldeia	Espaço agradável	Riqueza	Consciência	Redução de gastos	Atrair clientes	

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

10.5. Valorização de um turismo-paisagem e ambiente no Douro

Neste ponto questionamos os empresários sobre a relevância de fazer parte de uma paisagem classificada em termos paisagísticos e ou ambientais - como é a paisagem do Alto Douro Vinhateiro classificada como Património Mundial, na categoria de paisagem evolutiva viva, pela UNESCO em 14 de dezembro de 2001. As respostas foram maioritariamente positivas - 87 (84%) dos inquiridos confirma a relevância para o seu projeto, seis (6%) que não e 10 (10%) não sabem bem responder. Mas também é certo que a proteção ambiental obriga a regular a atividade turística e impõe limites que alguns empresários questionam no seu carácter e na forma como é aplicada e imposta:

“Estamos no parque, temos de cumprir algumas normas e felizmente que ele existe agora que o parque não tem a noção de determinadas coisas que impõe aos empresários turísticos. Por exemplo, normas impostas a grupos grandes, antes tinha uma empresa que fazia Portugal de norte a sul de bicicleta, eram mais de 100 pessoas, e o parque não deixou vir mais e eu perdi esses clientes”.

Este excerto é exemplificativo, tal como verificado noutros terrenos e questões (não só ambientais) da denominada tese do ‘not in my backyard’ (não no meu jardim) e já comprovada por outros autores em estudos sobre impactes ambientais (cf. Delicado et al., 2013; 2014). Em termos muito sintéticos o que está em causa é que as pessoas têm um discurso (com base em perceções e representações) pautado pela sensibilidade para a questão ambiental, mas desde que os custos associados a opções práticas que tenham que tomar ou decisões políticas de nível superior não se reflitam na sua ‘carteira’. No entanto, o argumento em torno do apoio à transição para soluções ambientalmente mais sustentáveis e integradas é muito mais complexo, como mostram os autores citados. Até porque a adesão a soluções energéticas ‘eco-friendly’ é mais suscetível de acontecer se os agentes tiverem incentivos especiais (i.e., se na relação custo-benefício mais imediata ficarem a ganhar).



Figura 10.2. Alojamento turístico em Mesão Frio. Fonte: © Humberto Martins, 2019. Mesão Frio.

Na mesma linha questionámos os empresários sobre se aplicam medidas decorrentes da integração em zona de área classificada em termos naturais, paisagísticos ou ambientais (ex. aplicável aos empreendimentos em zonas de rede natural ou rede nacional de áreas classificadas). E as respostas aqui contrariam um pouco o nível discursivo sobre a sua consciência ambiental, visto mais acima. Em 39 (38%) projetos responderam que sim, em 41 (40%) que não e em 23 (22%) que não sabem exatamente se o que fazem se pode enquadrar nalguma medida concreta exigida pela classificação ambiental. Este desconhecimento ou inércia pode, na verdade, ser justificado pelo que dissemos anteriormente. A naturalização (no duplo sentido da palavra) da sua inscrição territorial – está assumido sem ser refletido. Por outro lado, temos um Douro complexo e diverso, com zonas mais rurais e outras mais urbanas e, por fim, porque uma grande parte dos alojamentos estão incluídos numa economia familiar mais ampla com muitos dos proprietários a terem outras prioridades em termos das duas preocupações em termos de atividade económica. Portanto, o alojamento é apenas parte, às vezes marginal, do rendimento dessas famílias. Obviamente que esta é uma hipótese explicativa que teria que ser explorada com mais cuidado. Onde nos foi possível fazê-lo (e.g. Mesão Frio) é uma explicação plausível e ajustada à realidade encontrada. Inclusive, há jovens, filhos de proprietários, estudantes no Porto, por exemplo, que começam agora a recuperar Casas e Quintas para exploração turística. O ‘boom’ do alojamento local também se faz sentir no Douro, com novos negócios ‘pop-up’ que trazem novos atores, porventura menos ‘rurais ou *paisageiros*’ no seu pensamento e mais urbano-paisagísticos. Estamos no momento crucial (até pela recentemente pandemia que estamos a viver) para verificar para onde ‘vai’ o Douro em termos turísticos e das suas virtudes e opções eco-ambientais. Um futuro próximo muito dependente destes novos atores e da sua estrutura de pensamento no que diz respeito ao tema do ambiente e da sustentabilidade. Mais uma vez, a abordagem ao perto, com tempo, tal como a que pudemos fazer em Mesão Frio, permitiu-nos já verificar algumas destas possibilidades sobre as quais especulamos.

Procurámos ainda saber se os empresários não se importariam de pagar uma taxa relativa aos serviços de ecossistema implicados na existência do seu empreendimento (e.g.: paisagem mantida, floresta limpa, leitos dos rios cuidados, etc.) Em 44 estabelecimentos responderam positivamente, isto é, 43%. 40 (39%) estabelecimentos disseram-nos que não estariam de acordo e 19 (18%) não sabem ou não respondem. Dos que estariam disponíveis para pagar uma ecotaxa, a maioria refere valores relativamente próximos do que são praticados em Lisboa e Porto (1-2 Euros por turista, ou 10 Euros/mês). Temos uma resposta que aponta a um valor extremo dos 200 Euros por mês. Consideramo-la extrema porque é um empreendimento que seguramente não tem 100 ou 200 clientes mensais. Bem longe disso, pelo contrário. Seria interessante, efetivamente, tentar conhecer ao pormenor este posicionamento *‘loving nature’*. Entre os que estariam contra a cobrança dessa taxa, os argumentos apresentados apontam a uma já excessiva tributação em sede de impostos e ou de contribuições várias; e.g. “já pago muitos impostos e já estamos dentro de um parque era o que me faltava” e “já se pagam taxas elevadas à Associação de Turismo, à Associação de Comerciantes e à própria Autarquia”. E uma apreciação também muito comum encontrada em respostas sobre taxas ambientais; e.g. “não acredito que o dinheiro vá para o sítio certo”. Digamos que as políticas públicas ambientais nomeadamente em territórios ‘naturais’ tendem a não ser percebidas com clareza – os órgãos gestores estão longe – especialmente desde 2011 com a concentração de serviços públicos e a sua retirada do terreno – afastando a gestão dos territórios que são o seu objeto de atuação (e.g. Parques Naturais).

Finalmente, nas questões ambientais procurámos saber se já se tinham candidatado ou beneficiado de apoios no âmbito de medidas agroambientais ou silvo-ambientais. A distribuição de respostas foi a seguinte: 25 (24%) disseram que sim, 60 (59%) que não e 18 (17%) não souberam e ou não responderam. Entre os apoios que assinalam estão os “agroambientais”, em particular, e como seria de esperar, as medidas específicas de apoio aos muros e recuperação das vinhas (VITIS). Estas respostas confirmam, de certo modo, o que dissemos anteriormente. Há uma parte importante dos alojamentos turísticos (muitos deles recentes) com novos atores e ou representando uma atividade económica marginal para os proprietários (famílias) que pode justificar esta realidade.

10.6. Notas de síntese

O Douro é um território de natureza, de paisagem, de ambiente patrimonializado e vivido. É um destino turístico que tem e terá a ganhar com a certificação ambiental – inclusive pensando-a ao nível da sua oferta de alojamento. Se é certo que em termos de representações e perceções relativas à sustentabilidade e às questões ambientais, projetadas em discurso, podemos afirmar que os empresários apresentam já uma sensibilidade e uma preocupação consideráveis, na prática, e em termos de soluções e implementação de medidas e de uma política ambiental integrada, a realidade mostra-nos um outro cenário. Quiçá, como referimos, estamos num momento-chave, numa encruzilhada existencial crítica que poderá definir novos rumos para o turismo no Douro. Teremos um turismo com novos atores, novo pensamento para o ambiente e para a sustentabilidade? Teremos uma visão mais integrada de um turismo amigo do ambiente?

Teremos uma valorização efetiva da diversidade paisagística e patrimonial do Douro? E não apenas da Vinha? E saberão todos os agentes locais promotores do turismo assumir responsabilidades na gestão ambiental do sector no Douro, pensando desde energia a resíduos, passando pelo recurso (tendencialmente exclusivo) a produtos locais? Seguramente estas são respostas que só um novo estudo garantirá. Até porque o que vemos na fotografia 1 é apenas parte da realidade que a fotografia 2 ajuda a contradizer. E não podemos esquecer que uma micropolítica do turismo só pode ser entendida em estreita articulação com macropolíticas económicas, ambientais, educativas, energéticas e, claro, para o turismo. Não será o empresário sozinho que poderá ‘mudar o Mundo’, particularmente quando falamos de problemas complexos como são os que se relacionam com o ambiente.

10.7. Referências bibliográficas

- Berque, A. (2011). O pensamento paisageiro: uma aproximação mesológica. In A. Veríssimo Serrão (Coord.), *Filosofia da paisagem. Uma antologia* (pp. 200-212). Lisboa: Universitas, Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa.
- Delicado, A., Junqueira, L., Fonseca, S., Truninger, M., Silva, L., Horta, H. e Figueiredo, F. (2014). Not in Anyone's Backyard? Civil Society Attitudes towards Wind Power at the National and Local Levels in Portugal. *Science & Technology Studies*, 27(2), 49-71.
- Delicado, A., Silva, L., Junqueira, L., Horta, A., Fonseca, S. e Truninger, M. (2013). Ambiente, paisagem, património e economia: Os conflitos em torno de parques eólicos em Portugal. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 100, 11-36.
- Cortés, E. C., Molina Azorín, J. F. M. e Moliner, J. P. (2006). *Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero*. Madrid, Espanha: Editorial Ramón Areces.
- Ingold, T. (2000). *The Perception of the Environment. Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*. Oxon, Inglaterra: Routledge.
- Milton, K. (2002). *Loving Nature. Towards an Ecology of Emotion*. Oxon, Inglaterra: Routledge.
- Neveling, P. e Wergin, C. (2009). Projects of scale-making: new perspectives for the anthropology of tourism. *Etnográfica*, 13(2), 315-342.
- Silva, L. (2006). Os impactos do turismo em espaço rural. *Antropologia Portuguesa*, 22/23, 295-317.
- Silva, L. (2014). *Património, Ruralidade e Turismo – Etnografias de Portugal Continental e dos Açores*. Lisboa, Portugal: Imprensa de Ciências Sociais.
- Stasch, R. (2017). Tourism. In F. Stein, S. Lazar, M. Candea, H. Diemberger, J. Robbins, A. Sanchez & R. Stasch (Eds.), *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology* (acesso online) <http://doi.org/10.29164/17tourism>.
- Syles, D., Schönberger, H. e Martos, J. L. (2013). *Best Environmental Management Practice in the Tourism Sector. Learning from frontrunners*. European Union JRC Scientific and Policy Reports. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Stronza, A. (2001). Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. *Annual Review of Anthropology*, 30(1), 261-283.

Capítulo 11

*As potencialidades turísticas do alojamento
turístico do Douro*

11. As potencialidades turísticas do alojamento turístico do Douro

Autores: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt) e Pedro Azevedo (pedroDOSRC@gmail.com)

11.1. Introdução

“O Douro está cheio de boas intenções” (Prof. Dr. Ricardo Correia, Instituto Politécnico de Bragança – IPB, conferência na UTAD- Pólo de Chaves, 23-11-2011).

“O Douro é uma região cheia de oportunidades... principalmente na área do turismo” (Dra. Ana Rodrigues, Quinta de Bonfim, conferência na UTAD- ECHS, 24-10-2018).

Este é o último capítulo deste relatório, que analisa as potencialidades e propostas feitas pelos empresários do alojamento turístico do Douro. A empresa é uma instituição característica da sociedade industrial que se reinventou na contemporaneidade, ela pode ser pensada como uma organização que envolve pessoas, relações sociais e processos de produção, distribuição e consumo num mercado (López, 2017). E como temos vindo a analisar ao longo deste relatório os elementos fundamentais a considerar nela são:

- Quadro legal
- Regulação formal
- Ecologia da organização
- Funcionamento da organização
- Know how: saber fazer da organização, que sabem fazer?
- Competências, atividades e recursos (organigrama).
- Contatos e redes da empresa
- Historial da empresa
- Preocupações com a sustentabilidade? (Ambiental, económica, social, cultural)
- Preocupações com a responsabilidade social corporativa

Nesta perspetiva, parece-nos importante dar-lhes voz e escutar os empresários turísticos que estão no terreno, quem lida diariamente com os problemas do turismo, e ainda que de forma parcial e subjetiva, porque cada empresário vê uma parte do sistema turístico, os seus testemunhos constituem um saber, um conhecimento e uma experiência que podem contribuir seriamente para um bom desenvolvimento sustentável e responsável para o turismo do Douro, mais ainda neste tempo de pandemia do novo coronavírus, COVID-19, que nos obriga a reinventar-nos a todos e também ao turismo.

Não pretendemos aqui falar em nome deles, mais bem, servir de mediadores, e este trabalho tem esse objetivo, mediar com os decisores políticos e técnicos pelo desenvolvimento do turismo em Portugal, na região Norte de Portugal e no Douro. Enquanto cientistas sociais temos uma responsabilidade social investigadora também, para além da mediação, que é partilhar com

os estudados (ex. agentes turísticos) o conhecimento coproduzido com eles e a nossa sistematização do mesmo para tornar este relatório útil socialmente. O turismo do Douro não é só o belo e o bonito, também tem coisas menos bonitas e más. Não por mais invisível ou menos reconhecido, pois enquanto cientistas sociais, devemos ponderar e dar a conhecer a diversidade e complexidade de realidades e pontos de vista sobre o turismo no Douro. É isso o que pretendemos neste capítulo, isto é, olhar de perto e de dentro desde a visão dos empresários de alojamento turístico da região.

Ao longo do desenvolvimento do projeto DOUROTUR, desde 2016, temos vindo a escutar e a dialogar com muitos e variados agentes turísticos. Este capítulo é resultado desse processo de diálogo e “escuta antropológica” junto dos empresários e responsáveis pela hospitalidade turística na região, um nobre trabalho que muitas vezes não é considerado com a importância devida. Ao longo do texto, apresentamos as potencialidades, propostas estratégicas e linhas de ação que estes agentes desejam promover. Como observaremos essas propostas, agregadas e comparadas, não vão todas na mesma direção e neste texto tentaremos interpretar as gramáticas subjacentes a essas propostas, que envolvem interesses e visões do mundo diversas, assim como experiências do turismo (por relação de trabalho ou de lazer) também elas plurais. Começamos por pedir aos empresários um spot turístico para o Douro, logo lhes perguntamos pelas vantagens competitivas do destino e as suas singularidades, para por último identificar os problemas e as soluções para estes.

11.2. Um spot turístico publicitário para a região do Douro

Começamos por pedir aos 103 inquiridos uma coisa muito simples, mas muito útil para conhecer como definem o destino Douro, isto é, um spot ou slogan turístico para comunicar a região. O objetivo é, desde uma abordagem cognitiva e simbólica, conhecer como eles definem a identidade turística do destino Douro. Os resultados foram apurados na Tabela 11.1.

Tabela 11.1. Spots turísticos publicitários para a região do Douro. (N.S. – Não Sabe; N.R. – Não Respondeu);

Localidade	Alojamento	Spot turístico proposto
Alijó	Casa da Trigueira	N.R.
	Hotel Douro	N.S.
	LBV House Hotel	N.S.
	Quinta do Silval	Welcome to Paradise!
	Quinta Fiães	N.R.
	The Vintage House Hotel	Visite o Vintage porque somos o portão para esta Quinta que é o Douro.

Tabela 11.1. (continuação).

Localidade	Alojamento	Spot turístico proposto
Armamar	Casa da Capela de Cima	N.S.
	Casa da Raposeira	N.S.
	Casa do Alambique	Venha viver ao ritmo das estações.
	Casa S. Miguel do Douro	O Douro é de ouro.
	Casa da Viúva	Venha descobrir uma região única.
	Douro Janja	N.R.
	Palácio Nova Seara	Douro, o melhor para a sua saúde. Douro, o melhor para você. Douro, o melhor investimento.
	Quinta da Barroca	N.S.
	Casa da Fonte	N.R.
	Outros Tempos	N.R.
	Quinta de Santa Eufémia	N.R.
Carrazeda de Ansiães	Bom Sossego	Fazem bem em vir que é muito bonito, e vale a pena virem!
	Casa do Beco	N.R.
	Hotel Casa do Tua	Douro, o paraíso a visitar
	Quinta do Bartol	N.S.
	Terraços de Baco	Venha visitar-nos e ficará sem palavras para descrever tamanho deslumbramento
Freixo de Espada à Cinta	Moradias do Douro Internacional	“Deus caprichou neste cenário, não sei se é o lugar mais silencioso e bonito de Portugal, mas, certamente, é um dos mais deslumbrantes do Douro internacional”.
	Quinta do Salgueiro	“Douro Canyon”

Tabela 11.1. (continuação).

Localidade	Alojamento	Spot turístico proposto
Lamego	Casa da Fonte	“Venha sentir, cheirar, provar e relembrar o nosso Douro!”
	Casa da Quinta de Ferreiros	Douro como uma das regiões mais bonitas do mundo.
	Casa de Santo António de Britiande	Uma das paisagens mais bonitas do mundo. Visitemos.
	Casa dos Varais	Douro, a primeira Região Demarcada do Mundo.
	Hotel S. Paulo	N.S.
	Quinta Casaldronho	N.R.
	Quinta da Pacheca	“Dias perfeitos”.
	Quinta de Marrocos	Venha visitar um sítio único onde ainda se mantêm as tradições seculares.
	Quinta do Terreiro de Lalim	“Nas encostas do Douro, um lugar onde ser escrevem histórias” e é aqui na Quinta do Terreiro esse lugar.
Mesão Frio	Villa Hostilina	O Douro é uma joia turística e um chakra de Portugal.
	Casa de Campo Vila Marim	Paisagem, tranquilidade, sossego. Em paz com a natureza. Um dos principais comentários dos clientes quando chegam é “mas isto aqui não se ouve nada”.
Moimenta da Beira	Casa de Paradussa	N.S.
	Casa do Monge	O Douro Fantástico
Murça	Alojamento Rural Casa Eira	Visite a terra de encanto que é o Douro!
	Casa do Cabo	Visite o Douro, passe na Casa do Cabo!
	Restaurante Residencial Vitorino	N.S.
Penedono	Hotel Medieval de Penedono	O Douro é de Ouro.
Peso da Régua	Casa da Vinha Grande	Os Terraços do Douro
	Casa do Lobo à Serra	Um refúgio num espaço natural privilegiado.
	Casa Nossa Sra. Do Carmo	N.R.
	Império Hotel	N.R.
	Quinta da Pitarrela	Algo relativo com a beleza natural e vinho.
	Quinta do Vallado	N.R.
	Solar Casa Grande de Poiares	Desfrute os sabores do Douro
	Tridurius	N.S.

Tabela 11.1. (continuação).

Localidade	Alojamento	Spot turístico proposto
Sabrosa	Casa de Vilarinho de S. Romão	N.S.
	Casa dos Barros	N.R.
	Manhãs D´Ouro	N.S.
	Mesão Provesende	O Douro é a Região vinícola mais bonita e interessante do Mundo! Basicamente se existe produto (vinho), existe uma história por trás do produto, histórias de vinhos, histórias de produto que nos remete para um destino.
	Quinta Nova	
Sta. Marta de Penaguião	Casa do Santo	N.R.
	Casa Fundo do Povo	Venha surpreender-se e conectar-se com a natureza duriense.
	Casa Grande do Serrado	Visite o Douro sublime!!!
	Pensão Oásis	N.R.
	Quinta da Cumieira	N.R.
	Quinta do Lamego	N.R.
São João da Pesqueira	Casa do Adro	N.S.
	Casas do Prior	N.S.
	Chalés Sobre o Douro	OUT OF THE BEATEN TRACK
	Parque Campismo Mata do Cabo	N.R.
	Quinta de São José	Douro: Quintas, Paisagem, História e Famílias
Sernancelhe	Casas de Campo da Barroca	É uma paisagem maravilhosa. Douro e a sua paisagem única.
	Hotel Rural Convento Nossa Sra. Carmo	Discover Douro out of the box
Tabuaço	Casa dos Rui´s	We are the best one, Douro!
	Quinta da Padrela	We are the best one, Douro!
	Quinta de Santo António	NS
	Quinta do Monte Travesso	Novas tradições é um saber antigo!
	Quinta do Pégo	Experimente a beleza paisagística do Douro e a amabilidade dos durienses.
Tarouca	Quinta da Vinha Morta	Douro, o coração das vinhas.
Torre de Moncorvo	Casa da Avó	N.R.
	Casa dos Coelhoos	“Venha conhecer o que é seu!”
	O Popular	N.S.
	O Retiro	No Douro Superior ainda temos muito por oferecer!
	Serra do Reboredo	N.S.

Tabela 11.1. (continuação).

Localidade	Alojamento	Spot turístico proposto
Vila Nova de Foz Côa	Casa Vermelha	Majestoso, único, imperdível.
	Casas do Pocinho	N.R.
	Quinta do Chão D'Ordem	N.R.
Vila Real	Apartamento Montes e Vales no Centro	“Descubra o Vale Encantado” “Dê-se um tempo” “Beleza a todos os níveis” (trocadilho sobre os socos)
	Casa da Cruz da Campeã	Se visitar o Douro, não te esqueças do Marão e do Alvão. Campeã, o vale mais bonito do Douro.
	Casa da Quinta de São Martinho	N.S.
	Casa do Prado	N.R.
	Douro Village Hostel	Dour' atreve-te! Douro por entre os Montes
	Hotel Miracorgo	NR
	Hotel Miraneve	Não fique no Douro Fluvial, visite o verdadeiro Douro.
	Hotel Quinta do Paço	N.S.
	Quinta da Corujeira	“O Douro como o espelho da alma.”
	Quinta de São José	NR
	Pensão Areias	“O Douro é interessante”
	Bagos Steak House	“Douro tem potencial forte”.
	Residencial Bem Estar	“O Douro é magnífico” Douro- “Tranquilidade é um privilégio, disfrute-o” Para a própria casa- “Que leve muitas saudades quem esta casa visitar, para ter a alegria de novamente voltar”
	Clássico	“Douro paisagem deslumbrante”
	Encontro	N.S.
	Levada	N.S.
	Montanhês	“A magnificência do Rio Douro”
	Real	N.R.
	Residencial da Sé	Beleza do Douro
	Maria do Carmo	“Paisagem histórica e tradicional”
	Rústico e Singelo	N.R.
	Verde Paisagismo	Douro Encanto natural
Nº total	103 empreendimentos inquiridos	

Fonte: Elaboração própria com base nas entrevistas.

As propostas de spot incidem em algumas ideias chave: o mito do paraíso, a existência de quintas, a identidade como região única, a beleza e o deslumbramento da paisagem e dos sentidos, a história (primeira região vitivinícola do mundo regulamentada e delimitada), a tradição, a paisagem, a tranquilidade, a natureza, a paz e o vinho. É interessante observar como o rio Douro não é integrado diretamente nos spots, pois o Douro é pensado como um território região mais alargado.

11.3. As vantagens competitivas do Douro segundo os empresários de alojamento turístico do Douro

“Não é preciso pressa, o Douro espera” (Nadaís, 2004).

Neste ponto auscultamos os empresários do alojamento sobre que diferenças e vantagens apresenta o Douro enquanto destino turístico. A pergunta foi feita com o intuito de averiguar as potencialidades do Douro em comparação com outros destinos turísticos. As respostas dadas foram agrupadas e classificadas por tipos na Tabela 11.2.

Tabela 11.2. Vantagens competitivas do Douro.

Tipo de resposta	Nº de respostas	%
Património da Humanidade	1	1
Região única/caraterísticas próprias	11	11
Paisagem	41	41
Localização	4	4
Rio	6	6
Recursos humanos	1	1
Gastronomia	7	7
Vinho	1	1
Vindimas	1	1
Aeroporto do Porto	1	1
Quintas	3	3
Pessoas/Comunidades locais	9	9
Turismo/Enoturismo	3	3
Património	4	4
Tranquilidade	6	6
Tradições	1	1
Outros	-	-

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

Como observamos as respostas mais visadas são as da paisagem, seguidas da identidade regional, as pessoas e a tranquilidade. Mais em pormenor e em detalhe, os entrevistados indicaram alguns elementos ou pontos fortes que representam vantagens competitivas para o destino Douro, entre eles frisaram os seguintes:

- a) Ecoturismo;
- b) Diversidade da oferta;
- c) Bons acessos;
- d) Natureza, património natural e beleza natural;
- e) Desportos náuticos;
- f) Regresso às origens;
- g) Singularidade da região;
- h) Segurança;
- i) Acolhimento;
- j) Arte de receber bem;
- k) Hospitalidade;
- l) Bom ar;
- m) Vinha e vitivinicultura;
- n) Vinho do Porto, Douro...;
- o) Hotelaria;
- p) Obra de Miguel Torga;
- q) Via navegável, passeios de barco e barragens;
- r) Preço atrativo, ou baixo;
- s) Qualidade do destino, produto e alojamento;
- t) Persistência das pessoas;
- u) História;
- v) Clima;
- w) Palácio de Mateus.

11.4. Principais problemas e soluções para o turismo da região do Douro

Neste ponto questionamos os empresários para identificar os principais problemas e soluções para o turismo na região do Douro. Na Tabela 11.3 agrupamos e organizamos as respostas por categorias de conteúdo e significado.

Tabela 11.3. Principais problemas do turismo da região do Douro.

Tipo de problema	Frequência nos discursos
Falta promoção/divulgação externa/interna	11
Falta unidade e cooperação	10
Ausência entidade regional de turismo	1
Falta de apoios/ investimento/emprego	7
Falta mão-de-obra	8
Serviços/burocracias	3
Desertificação	17
Turismo massificado	3
Sazonalidade	2
Serviço ferroviário deficitário	8
Acessibilidades/transportes	21
Perda de tradições	1
Infraestruturas/equipamentos	10
Falta trabalho em rede	4
Falta entretenimento/atividades	7
Outros	-
Total	113 respostas (em 103 estabelecimentos)

Fonte: Elaboração própria com base nas entrevistas.

Não há um acordo unânime nem maioritário sobre os principais problemas do turismo no Douro. Os que foram identificados pelos empresários são, por esta ordem, as acessibilidades e os transportes, a desertificação a falta de promoção turística, a falta de unidade e cooperação, a falta de infraestruturas e equipamentos, a falta de apoios, investimento e emprego e a falta de animação turística. Com mais pormenor, nas entrevistas, e com base na experiência empírica dos entrevistados, foram identificados os seguintes problemas:

- Falta de formação (ex. em turismo e história);
- Falta de recursos humanos;
- Funcionamento dos serviços;
- Funcionamento de TPNP;
- Falta de informação;
- Falhas nas estruturas dos municípios;
- Falta de atrativo e de atratividade;
- Falta de transportes;
- Falta de planeamento;
- Falta de sinalização;
- Falta de saneamento;
- Falta de acessos;
- Falta de ciclovias;
- Falta de passeios turísticos;
- Preço do vinho do Porto;
- Falta de apoios estatais;
- Aberrações arquitetónicas;

- Abandono dos jovens;
- Falta de animação turística;
- Turismo concentrado nos barcos e nos Barco-hotéis;
- Falta de internacionalização;
- Pouco proveito do turismo;
- Falta oferta turística;
- Falta plano estratégico para o Pinhão;
- Falta de rede de Internet nalguns lugares;
- Falta de união entre os alojamentos e rivalidades;
- Distância;
- Desordem em contentores de lixo;
- Não valorização dos agricultores;
- Mentalidade;
- Interioridade.

Estamos no nível de experiências, percepções e visões do mundo turístico do Douro. Não nos compete aqui discutir e confrontar estas visões subjetivas e discursos próprios com a realidade observada pelo investigador ou por outros agentes turísticos, algo feito já noutros trabalhos do projeto DOUROTUR (cf. <https://DOUROTUR.utad.pt/>). O que nos interessa à continuação é ouvir, escutar e reparar nas soluções que os próprios empresários propõem para os problemas apontados acima, isto é, o desafio consiste em encontrar soluções articuladas mais do que simplesmente procurar culpáveis ou bodes expiatórios, que nos exculpem de autocríticas necessárias. Entre as soluções, alguns empresários apontam:

Tabela 11.4. Soluções para o turismo do Douro propostas pelos empresários de alojamento turístico.

Maior promoção / divulgação	14
Maior unidade e cooperação	8
Medidas de combate à desertificação / sazonalidade	6
Rentabilização	7
Parcerias	2
Formação profissional	3
Melhores acessos e transportes	19
Mais apoios / incentivos	11
Estacionamento	1
Sinalização	3
Outro	-

Fonte: Elaboração própria com base em entrevistas.

As soluções propostas incidem nos problemas sublinhados acima e de uma forma mais afinada recolhemos estas propostas que integram um pensamento diríamos que coletivo e convergente entre os empresários de alojamento turístico da região:

- Regular preços e tipos de serviços.
- Ligar o Douro superior e inferior.
- Criar mais estacionamento públicos.
- Criar mais transportes públicos.
- Desenvolver projetos de desportos náuticos (ex. praia fluvial no Tua).
- Mais percursos pedestres e trilhos.
- Mais cooperação entre autarquias.
- Mais sinalização para caminhadas.
- Mais promoção turística no estrangeiro.
- Mais repovoamento rural.
- Mais incentivos às pequenas e médias empresas.
- Pagamento de uma taxa turística.
- Respeitar os PDM's (Planos Diretores Municipais).
- Diversificar a oferta de animação turística.
- Tirar mais proveito do rio Douro.
- Maior dinamização do comércio.
- Regular a abertura de alojamentos e ter em atenção a concorrência desleal.
- Menos burocracia.
- Modernização do comboio e da linha do Douro.
- Melhor distribuição da riqueza.
- Melhorar a imagem do destino.
- Isenção de taxas da Segurança Social na agricultura sazonal.
- Criação de rede de alojamento rural.
- Melhorar as acessibilidades, a iluminação e o urbanismo.
- Estabelecer parcerias entre os privados e a UTAD.
- Criar pensamento coletivo.
- Criar novos atrativos no Douro.
- Compor as estradas.
- Aumentar as frequências dos comboios.
- Recusar o turismo de massas.
- Descer taxas e impostos.
- Regionalização e descentralização do poder.
- Maior atenção aos postos de turismo.
- Fortalecer um aeroporto regional.
- Valorizar as tradições.
- Criar alojamentos temáticos.
- Melhorar a rede de Internet.
- Aumentar a capacidade de alojamento.
- Criar circuitos turísticos.
- Distribuir os turistas pelo Douro.

- Mais eventos.
- Mais articulação entre TPNP – UTAD e Autarquias.

O turismo é um elemento essencial para um futuro promissor do Douro como temos provado no projeto DOUROTUR e nos seus muitos resultados (cf. <https://DOUROTUR.utad.pt/>), e apesar do momento de pandemia global do novo coronavírus, COVID-19, que vivemos e das suas incertezas, o destino Douro deverá reinventar-se como destino turístico. Os discursos dos empresários do alojamento turístico sobre os problemas, soluções e caminhos para o turismo no Douro incidem em seis âmbitos que vimos identificando já em outros trabalhos: a) A promoção, comunicação e apresentação do território; b) A articulação entre agentes turísticos; c) A primazia a um investimento que facilite visitas mais longas e com mais valor acrescentado; d) A promoção de um turismo que contribua para o desenvolvimento local e regional mais sustentável e responsável; e) O investimento na investigação e formação para a internacionalização; f) O investimento com adaptação da oferta formativa ao mercado de trabalho turístico e às suas necessidades constantes.

De forma sumária e após muitos diálogos com os empresários turísticos e outros agentes sociais, podemos afirmar que o turismo do Douro se debate entre um modelo extrativista que se aproveite dos recursos naturais e culturais da região e que leve a maioria dos benefícios para fora da região, e um modelo comunitário e de base local protagonizado pelos próprios durienses em diálogo com o mundo, e que permita fixar os benefícios na região, multiplicar estes, distribuir mais e melhor os ganhos, maximizar os efeitos positivos, diminuir as desigualdades, a exclusão, os desequilíbrios e a pobreza.

11.5. Referências bibliográficas

López, S. (2017). *Antropología de la empresa*. Barcelona: Bellaterra.

Nadais, I. (2004, fevereiro 14). Casa de Mendiz – Uma casa com Douro dentro. *Fugas – Público*, 18.

Anexos

Anexo: Guião de entrevista ao alojamento turístico do Douro - Projeto DOUROTUR

O DOUROTUR é um projeto de investigação estratégica da Reitoria da UTAD e do CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento: <https://www.cetrad.utad.pt/>), coordenado pelo antropólogo e turismólogo Xerardo Pereiro (diretor da Licenciatura em Turismo da UTAD) e financiado pelo programa NORTE Horizonte 2020.

O presente projeto pretende colmatar o fosso existente entre as potencialidades do Douro e o seu desenvolvimento turístico, ampliando a importância do conhecimento do turismo e o seu papel na economia regional. As questões às quais vai dar resposta são: *Qual a oferta turística do Douro (NUT III)? Qual é a comunicação turística do destino “Douro”? Qual a mediação entre visitantes e visitados? Qual o uso das novas tecnologias pelos agentes turísticos do Douro? Qual é a procura atual e potencial para a região do Douro?*

Além mais, este projeto pretende através de um turismo criativo, ajudar a renovar e diversificar a oferta turística e contribuir para resolver os problemas de desenvolvimento do turismo no Douro, tendo como base propostas de coordenação da oferta, de melhor comunicação da oferta e diversificação desta, através de marketing digital e outras estratégias de comunicação com os mercados turísticos. Portanto, a inovação de base tecnológica adequada ao contexto e aos visitantes serão estudados de forma a contribuir para resolver os problemas do desenvolvimento do turismo no Douro.

Assim, temos como objetivo fazer um retrato exaustivo da oferta de hospedagem e alojamento turístico no Douro (cerca de 255 estabelecimentos em 2016, cerca de 1000 em 2020), solicitando assim colaboração destes estabelecimentos através da realização de uma entrevista em profundidade, de forma a conhecer os diversos pontos de vista sobre o turismo no Douro e observar em contexto as propostas de hospitalidade para os visitantes.

Os resultados da análise destas entrevistas e outros serão partilhados com os agentes sociais do turismo do Douro na página de internet do projeto DOUROTUR: <http://DOUROTUR.utad.pt/>, de forma a poder contribuir com conhecimento científico na melhoria do desenvolvimento e a planificação do turismo na região do Douro. Todos os dados pessoais fornecidos pelos entrevistados serão protegidos.

Ficha técnica

Contexto de aplicação	Douro – NUT III: Murça, Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Lamego, Mesão Frio, Moimenta da Beira, Penedono, Peso da Régua Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Coa, Vila Real.
Universo	Todos os estabelecimentos de alojamento turístico da NUT III Douro. Fonte: RNT Registo Nacional de Turismo https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaRegisto.aspx
Tamanho da amostra de entrevistados	Total 255 estabelecimentos (ano 2016): 94 alojamentos locais e 164 empreendimentos turísticos. Fonte: RNT Registo Nacional de Turismo https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx)
Tipo de entrevista	Quali-quantitativo (misto), entrevista em profundidade para conhecimento da oferta de alojamento da região do Douro, complementada com observação em contexto e registo visual;
Modelo de guião	Adaptado de diversas fontes bibliográficas: -Beni, Mário Carlos (2007): Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC. -Claver Cortés, Enrique; Molina Azorín, José Francisco e Pereira Moliner, Jorge (2006): Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hoteleiro. Madrid: Ramón Areces. -García Almeida, Desiderio J. (2004): La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras. Madrid: Ramón Areces. -IDAE (ed.) (2001): Ahorro de Energía en el Sector Hotelero. Recomendaciones y soluciones de riesgo. Madrid: Ministerio de Economía – Secretaría General de Turismo. -Rincón Córcoles, Antonio e Plágaro Repollés, Julio Maria (2007): Turismo Virtual. Madrid: Creaciones Copyright. -AHRESP: http://www.ahresp.com/ -Hotel Energy Solutions: http://ih-ra.com/hotel-energy-solutions/ -International Hotel and Restaurant Association: http://ih-ra.com/
Modo de aplicação	Entrevista – guião estruturado com perguntas abertas e fechadas e aplicado por um investigador treinado, no próprio estabelecimento. Formato de entrevista em profundidade com observação <i>in situ</i> do estabelecimento. O inquirido: diretor, gerente, responsável ou proprietário do alojamento.
Data de realização do trabalho de campo	Ano 2017-2019, após pré-teste
Duração aproximada	60 minutos

Secção 0 – Perfil do Entrevistado

Nome:
Responsabilidade na empresa:
Sexo:
Idade:
Naturalidade:
Residência:
Formação:
Data de integração no estabelecimento:

Secção 1 – Identificação do Estabelecimento de Alojamento

1.1. Código da unidade – Registo Nacional de Turismo (RNT)

1.2. Nome do estabelecimento:

1.2.1. Marca associada

1.2.2. Nome da pessoa responsável

1.2.3. Nº de empresários envolvidos

1.3. Município e Freguesia

1.4. Endereço

1.5. Coordenadas GPS

1.6. Contactos:

1.6.1. Telefone / Fax

1.6.2. Telemóvel

1.6.3. E-mail

1.6.4. Website

1.7. Fotografias do estabelecimento (prévia autorização)

Secção 2 – Percurso Histórico do Estabelecimento

2.1. Ano de Construção e início da atividade turística:

2.2. Como surgiu a ideia de abertura do negócio?

2.3. Que apoios teve e quais foram os principais obstáculos?

2.4. Visão do negócio: Quais os objetivos e potencialidades previstas?

2.5. Relate as etapas mais marcantes do percurso do negócio, incluindo as dificuldades e obstáculos:

Secção 3 – Caracterização do Estabelecimento

3.1 – Infraestruturas e Gestão das mesmas

3.1.1. Tipologia / Categoria do empreendimento

Estabelecimentos Hoteleiros

	1 estrela	2 estrelas	3 estrelas	4 estrelas	5 estrelas
Hotéis					
Hotéis-apartamento					
Pousadas					

Aldeamentos Turísticos

	3 estrelas	4 estrelas	5 estrelas

Apartamentos Turísticos

	3 estrelas	4 estrelas	5 estrelas

Alojamento Local

Moradias	
Apartamento	
Estabelecimento de hospedagem	

Outros

Conjuntos turísticos (resorts)	
Turismo de habitação	
Turismo em espaço rural (Casa de campo, agroturismo, hotel rural de 5, 4 ou 3 estrelas)	
Parque de campismo e caravanismo	

3.1.2. Forma de Gestão do estabelecimento

Propriedade	
Propriedade partilhada	
Contrato de gestão	
Arrendamento	
Franquia	
Negócio familiar	

3.1.3. Dimensão do alojamento (apartamentos / quartos)

Unidades de alojamento (Nº de quartos ou apartamentos)	
Capacidade de alojamento: Nº de camas	
Capacidade de alojamento: Nº de pessoas que pode acolher	
Nº Casas de banho partilhadas	
Nº Casas de banho privativas	
Área de um quarto tipo (m²)	
Área total do empreendimento	

3.2 - Oferta turística (Produtos e Serviços)

3.2.1. Serviços complementares ao alojamento

Serviço de berços para crianças	
Telefone no quarto	
TV no quarto	
Minibar – frigorífico no quarto	
<i>Amenities</i>	
Tipo de aquecimento	
Ar condicionado	
Diferentes tipos de almofadas	
Bar	
Restaurante	
Máquina de bebidas 24 horas	
Lavandaria	
Garagem	
Estacionamento	
Elevadores	
Piscina interior ou exterior	
Ginásio	
Sauna	
Sala de jogos	
Cofres nos aposentos	
Lareira	
Pagamento com cartões de crédito	
Terminal de Multibanco em funcionamento	
Auditório	
Biblioteca	
Acesso à Internet (computador da unidade)	
Wi-Fi	
Percursos pedestres sinalizados	
Percursos de bicicleta sinalizados	
Aluguer de bicicletas	
Guias	
Receção 24 horas	
Animação para crianças	
Aceitam animais de estimação	
Informações sobre o funcionamento e regras do alojamento, no Lobby e/ou quartos	
Programas turísticos	

Quartos / Casa de banho / Acessos para pessoas com mobilidade reduzida	
Outros serviços:	

3.2.2. Que outros serviços pagos possuem na oferta turística?

3.2.3. Quais são os elementos diferenciadores do estabelecimento?

3.2.4. Quais são os elementos inovadores do estabelecimento?

3.2.5. Em que medida as atividades agrícolas complementam a vocação turística do empreendimento e são importantes para a atração dos turistas?

3.2.6. Que produtos turísticos são oferecidos complementarmente ao alojamento? (Ainda que, recorrendo a empresas parceiras, acordos ou rede)

3.2.7. Quais são os produtos turísticos oferecidos, mais consumidos pelos turistas?

3.2.7.1. Preferência da procura por determinados produtos:

3.2.8. São oferecidos *souvenirs* (lembranças) aos hóspedes? Se sim, responda as questões abaixo:

Que tipo de recordações oferecem?	
Qual o lugar de origem dos souvenirs?	
Quem são os fornecedores?	
Quais os produtos artesanais mais relevantes?	
Quais destes são mais comprados pelos hóspedes?	
Detêm algum espaço físico onde vendem? (loja, receção, etc.)	

3.2.9. Os produtos alimentares são maioritariamente locais ou adquiridos em mercados regionais? Se não são locais, pensa comprá-los? Não, porquê?

3.2.9.1. Caso já sejam oferecidos produtos alimentares locais, indique quais:

3.3 – Tipologia de Preço aplicada

	Época alta	Época baixa
Quarto triplo		
Quarto duplo		
Quarto individual		
Casa total		
Pequeno – almoço		
Almoço		
Jantar		
Outros serviços:		

3.3.1. Detêm algum pacote de estadia que agregue a dormida e uma refeição incluída? Se sim, qual o preço?

3.3.2. Preço de outros serviços complementares à estadia

	Época alta	Época baixa
Ex.: Aluguer bicicleta		

3.4 – Recursos Humanos

	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
	Gerência – Direção Geral		Administração		Comercial - Marketing		Finanças		Recursos humanos		Receção e portaria		Limpeza – Pisos e Andares		Chefe de cozinha		Cozinheiros		Barman		Garçon – funcionários		Animação	
Nº de pessoas																								
C/ contrato p/ tempo indeterminado																								
C/ contrato a termo certo																								
Salário médio mensal																								
Trabalhadores temporários																								

Períodos de contratação																								
Salário médio mensal																								
Formação e nível de educação formal																								
Salário médio Mensal																								
Horário Laboral																								
Línguas que domina																								

3.4.1. Se alguns trabalhadores apresentam uma formação em turismo/hotelaria/restauração, por favor indique quantos possuem:

Licenciatura	
Bacharelato	
Pós-Graduação	
Mestrado	
Doutoramento	
Curso Profissional	
Workshops	
Formação em contexto de trabalho	

3.4.2. Qual o nível de importância que atribui à formação contínua dos recursos humanos?

0) Nada importante	
1) Pouco importante	
2) De importância relativa	
3) Importante	
4) De importância vital	

3.4.3. Possuem programas de formação para os colaboradores do estabelecimento?

Sim	
Não	

3.4.4. Se sim, com que regularidade são realizados e em que áreas? (Turismo, Organização e Gestão, Promoção, Comunicação e Marketing, Inovação, Comercial, entre outros)

3.4.5. Possui um programas de Responsabilidade Social e Corporativa (RSC) para o seu empreendimento?

3.5 – Comunicação e Distribuição

3.5.1. Relativamente aos canais de distribuição *metasearch* e promoção de serviços de alojamento online OTA's (Online Travel Agencies), indique em quais o estabelecimento está presente:

Booking	
TripAdvisor	
Trivago	
Hotels Combined	
Airbnb	
Bed and Breakfast	
Agoda	
Outros	

3.5.2. Indique qual a classificação média atual do estabelecimento no Booking e no TripAdvisor:

Booking	
TripAdvisor	

3.5.3. De 1 a 10 (termos de classificação do Booking), indique-nos que pontuação atualmente o estabelecimento detém em relação aos seguintes indicadores:

Limpeza	
Localização	
Funcionários	
Internet	
Pequeno-Almoço	
Conforto	
Comodidades	
Qualidade-Preço	

3.5.4. Seguem-se alguns indicadores de avaliação de posicionamento atual do alojamento, aos quais se pedem uma avaliação subjetiva dos mesmos feita pelo pesquisador:

	Má	Regular	Boa	Muito boa	Excelente
Sinalética					
Conservação e manutenção					
Decoração e mobiliário					
Apresentação e vestuário do pessoal					
Serviços de mesa					
Equipamentos sanitários					
Oferta de lazer-animação					

3.5.5. Já foram indicados que serviços e produtos o alojamento detém na sua oferta. No entanto, quais dos serviços são prestados diretamente pelo alojamento?

3.5.6. Quais são prestados indiretamente?

Serviços Prestados	Empresa subcontratada

3.5.7. Que acordos, parcerias ou redes detêm com outras empresas? (Tur operadores, Agências de viagens, OTA's, entre outros)

3.5.8. Quais os meios de promoção / divulgação do alojamento? (Coloque um X e nos meios recorridos especifique o quê ou onde)

Cartão de visita		
Folhetos/Brochuras		
Postal		
Página de Internet - <i>Website</i>		
Rádio		
TV		
<i>Press Trips</i> : Jornais/Revistas		
<i>Fam Trips</i> : Bloggers e pessoas influentes		
Publicidade em canais de distribuição online como o <i>Booking</i>		
Campanhas de SEO (Marketing Digital)		
Publicidade em ambientes exteriores		
Publicidade em ambientes fechados		
Outros		

3.5.9. Através de que meios se reserva o seu estabelecimento?

Telefone/Fax	
Telemóvel	
WhatsApp/Skype/Messenger	
E-mail	
Formulário em presença, sem reserva direta, aguarda confirmação	
No próprio website, aguardando confirmação	
Plataformas distribuidoras online (Ex: Booking e outras OTA's)	
Outros sistemas:	

3.5.10. No caso de pedido de informações do cliente ou reserva, qual o tempo médio de resposta?

No espaço de 1 hora	
No espaço de meio dia	
1 dia	
Mais de 1 dia	

3.6 - Acessibilidade ao Estabelecimento de Alojamento

3.6.1. Quais as vias (terrestres, aéreas, fluviais) disponíveis para chegar ao seu alojamento? Ex: Autocarro, Comboio, Metro, Barco, Helicóptero

3.6.2. A distância e o tempo médio para alcançar o seu alojamento:

	Distância	Tempo
De Lisboa		
Do Aeroporto do Porto		
De Vila Real		
De Vigo		
De Santiago de Compostela		
De Salamanca		
Da estação de comboios mais próxima		
Da paragem de autocarros mais próxima		

3.6.3. Identifique quais os atrativos turísticos do Douro:

3.6.3.1. A que distância/tempo estão do alojamento?

3.6.4. Como influenciam as acessibilidades na escolha do seu alojamento pelos turistas?

0) Nada	
1) Pouco	
2) Bastante	
3) Muito	
4) Totalmente	

3.6.5. Como avalia a reativação das linhas de comboio da região para o seu negócio? Se é importante esta reativação, explique porquê.

3.6.6. O que sugere para estas linhas desativadas?

3.6.7. Como avalia a criação de uma rede público-privada de transportes elétricos que servisse a mobilidade intrarregional, facilitando percursos pedestres e evitando a circulação do automóvel privado?

3.6.8. Qual o estado das vias terrestres (IP's, IC's, Autoestradas...) na Região do Douro?

0) Muito Mau	
1) Mau	
2) Regular	
3) Bom	
4) Muito Bom	

3.7 - Recursos financeiros

3.7.1. Volume de negócios do empreendimento

Investimento total inicial	
Capital próprio inicial	
Apoio financeiro público	
Apoio financeiro bancário	
Entradas – volume de negócios anual	
Benefícios líquidos anuais	
Pagamento de salários anual (a tempo inteiro e sazonais)	
Despesas de manutenção anual	
Amortização de capital em empréstimo	
% De receitas do turismo com relação a outras atividades da empresa (ex. vinho, agricultura)	
Outros	

3.7.2. Alguma vez deteve apoio financeiro público?

Sim	
Não	

3.7.2.1. Se sim, foi no início da atividade ou depois? Para que aspetos do negócio?

3.7.3. No atual Quadro Comunitário de Apoio, já se candidatou a algum sistema de incentivo? Se sim, qual? Tipo de investimento efetuado? / Se não, pretende candidatar-se? A qual? Tipo de investimento a efetuar?

3.7.4. Alguma vez deteve apoio bancário?

Sim	
Não	

3.7.4.1. Se sim, tem atualmente ou já teve? Para que aspetos do negócio?

3.7.5. Relativamente aos custos variáveis do estabelecimento, qual é a despesa média mensal e anual no estabelecimento?

	Mensal	Anual
Água		
Eletricidade		
Comunicações		
Gás		
Outras		

3.7.5.1. Como se distribui a despesa elétrica no seu estabelecimento?

Tipo de despesa	Distribuição (em %)
Iluminação	
Climatização geral	
Aquecimento	
Água quente	
Cozinhas	
Lavandaria	
Motores elétricos	
Outros	

Secção 4 – Utilização de Ferramentas e Processos Tecnológicos

4.1. Que ferramentas tecnológicas possui o seu estabelecimento?

Telefone	
Telemóvel	
Ligação à Internet (ADSL, RDIS, Cabo, Satélite...)	
Wi-Fi	
Programas informáticos de Gestão do estabelecimento	
Intranet	
Página de Internet (<i>Website</i>)	
Conexão a algum GDS (<i>Global Distribution System</i>) como Amadeus, Sabre, Galileu...	
Algum tipo de funcionalidade que permite conhecer melhor o hóspede através da sua utilização da internet? (Ex: Social Hotspot)	

4.2. Que áreas de gestão estão informatizadas no seu alojamento?

Gestão de clientes (controlo de reservas, entradas, saídas, planificação, orçamentos e estatísticas de ocupação)	
Contabilidade	
Gestão de alimentos e bebidas	
Gestão de pessoal	
Manutenção	

4.3. Em que redes sociais o estabelecimento se encontra?

Facebook	
Instagram	
Twitter	
LinkedIn	
WhatsApp / Skype / Messenger (redes de conversação)	
Pinterest	
Google+ (Inclui Youtube)	
Outras:	

4.4. Que importância atribui às TIC Tecnologias de Informação e Comunicação?

4.4.1. Qual o investimento realizado nas TIC aproximadamente?

Secção 5 - Participação e Procura Turística do Alojamento

5.1. Qual o número total de hóspedes por ano, desde que há registo?

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

5.1.1. E a sua evolução anual? (dar opção: percentagem ou número)

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

5.2. Qual o segmento principal de clientes do estabelecimento de alojamento?

Nacionalidade	
Procedência geográfica	
Faixa Etária	
Sexo	
Classe social	
Profissão	

5.3. Quais os segmentos secundários?

5.4. Qual a distribuição de hóspedes semanal? E a Taxa de Ocupação média semanal (%)? (Tendo como base os dados mais recentes preferencialmente)

	2ª Feira	3ª Feira	4ª Feira	5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
Nº Hóspedes							
T.O. (%)							

5.5. Qual a distribuição anual mensal de ocupação, tendo como referência os dados mais recentes preferencialmente?

Nº de Hóspedes

JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUNHO	JULHO	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL

Nº de Dormidas

JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUNHO	JULHO	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL

5.6. Quais os meses de Época Baixa e Época Alta? Qual é o período de encerramento do alojamento?

Época Baixa	Época Alta	Período de Encerramento

5.7. No que concerne o tempo médio de estadia: Qual é o número de noites que os hóspedes passam no alojamento?

5.8. Durante a estadia, qual o número médio de turistas que:

Realizam percursos pedestres?	
E de bicicleta?	
Fazem <i>birdwatching</i> ?	
Realizam atividades rurais em geral (práticas sazonais da agricultura, vindimas)	
Realiza atividades de aventura? (4×4, etc)	

5.8.1. Além das atividades mencionadas anteriormente, que outras são realizadas no Douro?

5.9. Do que gostam mais e do que gostam menos no Douro? (Opinião)

5.10. Quais os motivos de escolha do estabelecimento?

5.11. Qual a Taxa de Ocupação anual por quarto? E por cama? (T.O.: Relação entre as dormidas e a capacidade do alojamento)

T.O. por quarto	T.O. por cama

5.12. Faz ou faria propostas para lidar com a sazonalidade? Se sim, quais?

Secção 6 - Responsabilidade Ambiental e o Uso de Energias no Estabelecimento

6.1. Que energias são utilizadas no empreendimento turístico? (Ex.: Eletricidade, Gasóleo, Biomassa, Butano, Propano, Carvão, Gás Natural ou de Cidade, Solar, Fotovoltaica, *Pellets*...)

	Tipo de energia predominante
Iluminação	
Climatização – aquecimento	
Água quente	
Cozinhas (fornos, fogões...)	
Frigoríficos	
Outros	

6.2. Qual a potência elétrica contratada?

6.3. Que tipo de aquecimento têm os quartos? (Ex.: Ar condicionado, Aquecimento elétrico...)

6.4. E no resto estabelecimento? Qual o aquecimento predominante?

6.5. Que tipo de soluções de poupança energética utiliza?

Energia Solar	
Energia Geotérmica	
Janelas Duplas	
Energia Eólica	
Biomassa	
Isolamento bioclimático	
Outros	
Nenhum	

6.5.1. Se ainda não utiliza, pensa utilizar quais?

Energia Solar	
Energia Geotérmica	
Janelas Duplas	
Energia Eólica	
Biomassa	
Isolamento bioclimático	
Outros	
Nenhum	

6.6. Há recolha seletiva de resíduos? Se não, pensa fazê-lo?

6.7. É realizada a reciclagem de produtos? Se não, pensa fazê-lo?

6.8. Faz composto com os resíduos? Se não, pensa fazê-lo?

6.9. O estabelecimento detém alguma certificação em termos ambientais ou energéticos? Se sim, indique quais:

6.9.1. Se respondeu sim à pergunta anterior, quais as principais medidas ou implicações decorrentes?

6.10. Está inscrito ou filiado em alguma rede ou organização de reconhecimento de responsabilidade ou qualidade ambiental? Qual ou quais?

6.11. Realiza regularmente formações em temas ou práticas de responsabilidade ambiental (e.g. uso de energias limpas)?

6.12. Os trabalhadores têm formação em temas ou práticas de responsabilidade ambiental? (Ex.: uso de energias limpas)

6.13. É para si relevante o impacto ambiental do seu negócio? E o impacto paisagístico? Porquê?

6.14. É para si relevante fazer parte de uma paisagem classificada em termos paisagísticos e ou ambientais?

6.15. Aplica ou está sujeito às medidas decorrentes da integração em zona de área classificada em termos naturais, paisagísticos ou ambientais (aplicável aos empreendimentos em zonas de rede natural ou rede nacional de áreas classificadas)?

6.16. Estaria disposto ao pagamento de uma taxa relativa aos serviços de ecossistema implicados na existência do seu empreendimento (Ex.: paisagem mantida, floresta limpa, leitos dos rios cuidados, etc.? Se sim, até quanto?

6.17. Já se candidatou ou beneficiou de apoios no âmbito de medidas agro-ambientais ou silvo-ambientais?

Perguntas finais

1. Na perspetiva de criação de um spot publicitário à Região, a nível nacional e internacional, proponha uma frase curta que descreva e potencie o Douro como destino turístico:
2. Qual pensa ser a maior vantagem competitiva do Douro, tendo em conta as perceções transmitidas durante o seu tempo de serviço?

- 2.1. E os principais problemas da região?
3. Que soluções sugeria, em ordem de permitir o melhoramento do negócio na esfera da intervenção regional?

Posfácios

Posfácio do Prof. Rubén Lois González

**Catedrático de Geografia, Universidade de Santiago de Compostela,
Galiza, Espanha**

DOUROTUR

Como geógrafo que sou, a minha primeira imagem a respeito do Douro e da Região de Trás-os-Montes sempre é a de periferia, a de além. Podem dizer que mais do que geógrafo, sou galego e que o território português sempre fica ao Sul, além da raia. Mas não é só isto. O Douro não era apenas conhecido na Galiza nos inícios do século XXI, mas só a declaração de Património Mundial o tornou visível, mesmo sendo objeto de práticas turísticas muito satisfatórias. Mais, o Douro e Trás-os-Montes ficam após a raia seca, a *ourensá* escassamente povoada no meu território, secundária face ao dinamismo da raia molhada ou minhota, que separa municípios ricos e urbanizados. Aprofundando no conhecimento da cultura e da história portuguesa, também verifiquei que o Douro e Trás-os-Montes eram periféricos para a maioria dos habitantes do país vizinho. O próprio nome de Trás-os-Montes resume esta ideia, mais o facto de que o Douro fosse uma das áreas de vinhedo mais importantes do mundo que permitiu produzir um vinho que quase todos nós associamos às caves de Vila Nova de Gaia ou à região metropolitana do Porto, reafirmando esta sensação.

E agora trata-se de superar ou dignificar a periferia, de capacitá-la e a partir daí gerar processos de desenvolvimento endógenos. Um primeiro sucesso nesta direção foi a fundação há já várias décadas da Universidade de Trás-Os-Montes-Alto Douro (UTAD). A universidade não só se converteu na principal empresa e criadora de emprego em Vila Real, mas sobretudo tem impulsionado o conhecimento em setores básicos para a economia regional: a floresta, a agronomia, o nascimento de empresas, o turismo, etc. Sem dúvida, a UTAD constitui um magnífico exemplo de instituição educativa e investigadora que se converte num agente de primeira magnitude para a dinamização do território onde está inserido. Surge assim um Douro afirmado como o lugar fundamental da vinha e da produção ao mesmo tempo de vinho, paisagens patrimoniais e experiências turísticas. Este impulso de afirmação e manutenção atual de uma marca regional de prestígio explica-se em combinação do trabalho da UTAD e em último período do CETRAD, a partir da direção de importantes projetos europeus.

Particularmente, sou da opinião de que o rural ou é agrário ou perde a sua base, a sua substância. Porém, um turismo que não colide com a base agrícola e pecuária produtiva tem grandes possibilidades de converter-se num agente de primeira magnitude no objetivo de alcançar a diversificação económica. O turismo rural que se planificou contra o agro, contra os camponeses, só cria implantações desligadas do território. De facto, muitas vezes o alojamento turístico no meio rural aumentou, devido aos fundos atribuídos aos proprietários para que reabilitassem os seus prédios, o que eles fizeram, mas sem estabelecer um mínimo de sinergias com os habitantes das aldeias ou das freguesias onde eram implantados. Este modelo turístico não tem funcionado como ator de um desenvolvimento local e endógeno egocêntrico, criando um

reduzido número de empregos para o volume de investimentos que foram necessários quando se facilitou o seu nascimento. Porém, quando o turismo se vincula ao lugar, à paisagem e ao fazer das suas gentes, não vem substituir a base agrícola, ou pecuária, do campo, mas sim para adicionar mais valor que implica comercializar as imagens, as vistas de terrenos sempre trabalhados, as tonalidades estacionais que a viticultura carrega com ela ou as tarefas, e elementos etnográficos, que o trabalho nas vides gerou durante séculos. No Alto Douro há a possibilidade de favorecer este segundo turismo necessário para o desenvolvimento local, para conter o declive demográfico e a atonia económica, mas o turismo, os alojamentos turísticos devem colocar à frente a sua vinculação a uma cultura camponesa histórica, que construiu uma paisagem monumental, património mundial. Aqui é onde a UTAD e os fundos para o investimento dos projetos europeus ajudam decisivamente, como cremos que ocorreu neste caso que nos ocupa.

Além de avançar por um turismo coerente com a base agrária histórica, a aposta da UTAD e dos projetos europeus deve ser estratégica. Esta estratégia sempre será a reivindicação de um novo rural, vivo e dinâmico na medida das possibilidades. À semelhança do tempo em que morar nas cidades se considerava superior já passou. O rural emerge com força no imaginário coletivo como um conjunto de áreas com uma elevada qualidade de vida, onde o tempo e o espaço envolvente são fatores valorizados e onde mesmo os efeitos das doenças ou pandemias são muito mais atenuados. No rural já é possível beneficiar-se de uma boa acessibilidade geral, da facilidade de viajar e aproveitar-se dos serviços de cidades que quase sempre ficam próximas e de possuir um emprego, talvez menos remunerado, mas com uma maior resistência aos períodos de crise aguda. Agora do que se trata é de que estas vantagens sejam percebidas e que muita população nova opte por residir no rural, contribuindo assim para reduzir o despovoamento, a atonia económica e o declive demográfico que sempre constituíram uma tríade ameaçante do porvir rural.

Neste posfácio insistimos em muitas ideias partilhadas com os colegas e amigos do CETRAD, que estão sempre presentes nos projetos que se desenvolvem no Douro e noutras regiões do interior. Em especial com as reflexões e trabalhos conduzidos pelo Prof. Xerardo Pereira, um autêntico especialista no desenvolvimento do turismo a partir da força que outorga a identidade territorial e as iniciativas construídas desde o local. O CETRAD é sobretudo um prestigioso centro de investigação constituído por economistas e por antropólogos, onde a perspetiva alargada das suas análises faz com que os sociólogos, ou os geógrafos como eu, nos sintamos perfeitamente implicados no trabalho realizado desde Vila Real. Um trabalho fundamental para colocar as bases de um desenvolvimento regional endógeno construído sobre critérios de sustentabilidade e respeito ambiental.

Para finalizar, brevemente queremos assinalar que todo o conhecimento aplicado ao território se faz desde uma interdisciplinaridade necessária. No CETRAD, compartilho com os meus colegas economistas e antropólogos os cursos de doutoramento e os nossos estudantes não sabem distinguir a nossa procedência de Ciências Sociais distintas. Todos falamos sobre desenvolvimento local e endógeno, marketing territorial, turismo em contornos rurais ou valorização das paisagens, e para os estudantes somos o mesmo. Isto ainda que percebam que um utiliza mais os mapas, que outro sobretudo quantifica e que um terceiro emprega inquéritos. Em

conjunto somos académicos envolvidos com o território, em especial com o rural, e que o diálogo entre nós e entre as nossas disciplinas constitui o fundamento de um discurso para agir.

Posfácio do Prof. Américo Baptista da Silva

Docente de Economia do Turismo na UTAD

O contributo da investigação para o desenvolvimento turístico do Douro

O convite do Professor Doutor Xerardo Pereiro e do Doutor Pedro Azevedo para elaborar o Posfácio da presente obra foi um momento marcante na minha vida académica em que, além da elevada responsabilidade, senti, uma enorme honra. Tenho o privilégio de acompanhar vários trabalhos académicos destes Professores pelo que estou em condições de aferir da sua enorme capacidade de trabalho e enorme sagacidade para levar a bom porto todo e qualquer projeto em que se encontrem envolvidos. A presente obra não foi exceção!

É difícil descrever o conteúdo de “Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro” sem aludir à vasta experiência e conhecimento dos autores na área do Turismo, em geral, e no Turismo na magnífica região do Douro, em particular. O que está no livro não pode ser dissociado do modo como ele surgiu, nem do momento que todos estamos a viver e a experienciar – a pandemia do Coronavírus COVID-19.

Ao ler a obra deparo-me com uma vasta e metódica exposição de dados relativos à área do turismo na região do Douro, desde a tipologia de oferta, até à correlação entre capacidade de oferta e densidade populacional de cada município estudado: não é de estranhar que o eixo Vila Real-Lamego-Régua, extremamente populoso, ocupe mais de 50% da capacidade total de alojamento no Douro. A tal facto não é alheia a proximidade que o supracitado eixo tem do Porto e do seu aeroporto e do resultado do forte investimento em autoestradas e, mais recentemente, no Túnel do Marão. Um dos desafios que a leitura deste trabalho me suscita, por exemplo, é o repensar o turismo e hospitalidade no alojamento turístico do Douro desde o seu ponto de partida. Ainda que, como referem os autores, o crescimento da oferta turística na região tenha sido lento na década de 90, é de salientar e realçar que esta mesma oferta aumentou exponencialmente nos últimos dois anos, o que só demonstra que o Douro e os seus municípios estão na moda!

Ao longo destes anos temos defendido que é importante a existência de trabalhos académicos que aproximem os demais leitores, desde investigadores académicos até ao comum leitor, da realidade vivida pelos agentes direta e/ou indiretamente envolvidos na(s) temática(s) em análise. Este trabalho vem responder a todos estes anseios e pensamentos a partir do momento em que os autores foram ao encontro da verdadeira “fonte de informação” - os responsáveis pelos alojamentos turísticos no Douro - para melhor compreender as suas motivações, objetivos e preocupações aquando da entrada neste mercado tão forte e dinâmico. E é este género de sinergias que aproximam o leitor da obra e que, no meu caso, me permitiram melhor compreender as temáticas envolvidas na sua execução.

Neste sentido, importa perceber que, não sendo o Turismo no Douro um tipo de turismo massificado e que, por isso, aporta um custo mais elevado para quem o procura, os agentes que

atuam do lado da oferta apostam em estratégias de diferenciação que potenciem, no geral, práticas de turismo cultural, de natureza, acessível e sustentável, privilegiando a privacidade e conforto dos hóspedes.

Outro aspeto relevante na pesquisa foi o de entender a relação complexa entre agricultura e o turismo na região. Estas duas áreas não podem ser dissociadas, pois são dependentes entre si. Senão vejamos: no geral, todos os alojamentos oferecem produtos da região, o que por si só valoriza a agricultura e, por conseguinte, a economia local, pois quem vem para o Douro procura experienciar e vivenciar os costumes e as tradições das suas gentes, desde a participação nas vindimas e apanha da azeitona, até à visita a quintas, vinhas e adegas, não esquecendo as belas paisagens. Todos estes aspetos visam realçar a tipologia de oferta associada à região em estudo: a aposta crescente na qualidade e potenciação dos recursos naturais como fatores de diferenciação.

Outra das vertentes que deve ser tida em conta é o da qualificação da mão-de-obra envolvida nos serviços de alojamento. Como é referido no presente trabalho, a mão-de-obra na região do Douro ainda não é, em traços gerais, suficientemente habilitada para responder a todas as necessidades de quem a visita. Tais dados podem ser explicados por ser esta uma região em franca expansão, no que ao turismo diz respeito, nos últimos dez anos. É, sem dúvida, importante ter atenção, não só ao crescente número de recém-licenciados na área do turismo que procuram uma primeira oportunidade, nomeadamente, no setor hoteleiro, como também devemos sensibilizar os mesmos da importância e premência que este setor, fora das grandes cidades, tem em contratá-los. Se é verdade que muita da mão-de-obra já existente conhece como ninguém a região, não menos verdade é que muitos dos jovens formados nas áreas do Turismo e similares se encontram ávidos de conhecimento, não apenas teórico, mas também, prático, que só um primeiro emprego lhes pode dar. Não nego que esta é a minha visão romântica quanto ao papel que os mais jovens podem e devem ocupar nesta área, mas que, ainda assim, não posso deixar de crer que muitos dos leitores, comunguem da mesma opinião. Devemos, assim, dar uma oportunidade aos mais jovens, não para substituir a mão-de-obra mais experiente, mas antes para contribuir, em conjunto com os primeiros, para um modelo de oferta e de serviços prestados que faça jus às magníficas paisagens e aos magníficos alojamentos da região do Douro.

Num mundo cada vez mais tecnológico e voltado para a inovação é importante atentar, nesse sentido, para a análise quantitativa realizada pelos professores Xerardo Pereiro e Pedro Azevedo. Os dados apresentados remetem-nos para a necessidade cada vez mais crescente e premente de se sensibilizar os empresários do setor da importância que a tecnologia tem para potenciar o seu alojamento e, por conseguinte, a região. Isto mesmo é demonstrado, de acordo com o que o estudo reflete, para o facto de as páginas web dos alojamentos, na sua maioria, não possuírem um sistema de reservas próprio, o que torna, em alguns casos, este processo mais moroso e dispendioso (a plataforma *Booking* é a mais utilizada, sendo que a mesma retém 15% do valor da reserva). Outro dado, que não deve ser relativizado, é o do tempo de resposta aos pedidos de reserva que, apesar de ser inferior a um dia, pode e deve ser mais rápido e eficaz se todos os envolvidos, do lado da oferta, forem mais ousados na implementação de tecnologia e na utilização das redes sociais como mecanismo de valorização do produto turístico que estão a oferecer. Outra preocupação, referida no estudo pelos próprios empresários destes alojamentos,

é a sazonalidade (volume maior de turistas nos meses de Verão). A meu ver, corroborando tudo aquilo que os autores do estudo mencionam, é necessário que as atividades oferecidas se multipliquem e diferenciem (papel fundamental das tecnologias para a promoção destes eventos) na região ao longo dos meses de Inverno, aproveitando, assim, os milhares de turistas oriundos de vários países, como por exemplo do Brasil, que escolhem o nosso País para as suas férias nessa época. Para este desiderato, nada melhor do que visitar a região do Douro onde se pode disfrutar, ao longo do ano, de soberbas paisagens através, por exemplo, da realização de inúmeros percursos pedestres, de bicicleta e inúmeras atividades rurais e de aventura, sem esquecer os vinhos deliciosos e a gastronomia tão saborosa e, atrevo-me a dizer, singular!

O livro “Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro”, até pelo momento que todos vivemos, é elaborado e apresentado na altura certa por ser um veículo de transmissão de conhecimento relativamente a uma região que pode e deve ser melhor considerada nos próximos anos por todos aqueles que desejem realizar uma atividade turística completa em todos os sentidos, isto é, onde se consegue aliar história, natureza e sossego, autenticidade, paisagens, gastronomia e vinhos, entre outros.

Finalmente só podemos tecer elogios a esta obra e aos seus brilhantes autores, por se tratar de um trabalho sério, bem construído, visionário e único, daqueles que conseguem aliar o trabalho de campo efetuado à competência científica e que nos remete e aproxima para uma realidade que, até então, desconhecíamos. Estamos em condições de afirmar que se trata de uma obra importante para o desenvolvimento turístico do Douro e, até transcendente à área do Turismo, que, certamente, estimulará a mente de todos aqueles que gostam de ler um bom livro.

Breve CV dos autores

Prof. Dr. Xerardo Pereiro



Xerardo Pereiro é “doutor europeu” em antropologia sociocultural pela Universidade de Santiago de Compostela (1997) e doutor “internacional” em turismo pela Universidade de La Laguna (2014). Agregado em antropologia pelo ISCTE – IUL (Lisboa) (2013). Foi investigador visitante na Universidade Complutense de Madrid, na de Milão, ISCTE (Lisboa), Edimburgo e Birmingham. Atualmente é professor auxiliar com agregação na UTAD. É investigador do CETRAD (Centro de Estudos

Transdisciplinares para o Desenvolvimento: www.cetrad.info) e membro do Departamento de Economia, Sociologia e Gestão da UTAD. Foi coordenador da licenciatura em Antropologia Aplicada da UTAD, prémio Vicente Risco de Antropologia e Ciências Sociais 1994, prémio FITUR 2007 de investigação turística em Iberoamérica, finalista do prémio Angel Carril 2010 de antropologia, e prémio Gabriel Escarrer - Sol-Meliá 2011 de estudos turísticos, entre outras distinções. Foi professor visitante nas universidades de Vigo, Santiago, Corunha, Salamanca, Nova de Lisboa, Pablo Olavide de Sevilha, Fernando Pessoa, Sevilha, Panamá e Costa Rica, entre outras. Pesquisa sobre turismo, património cultural e relações rural-urbanas. É editor temático da revista PASOS. Tem realizado trabalho de campo antropológico nas Astúrias, Galiza, Norte de Portugal e Panamá.

CV Ciência Vitae: <https://www.cienciavitae.pt/portal/Co1F-CF1B-F7DF>

Contato: xperez@utad.pt

Dr. Pedro Azevedo



Pedro Azevedo é licenciado em História pela Universidade do Minho e mestre em Património e Turismo Cultural pela mesma universidade. Doutorando em Desenvolvimento pela UTAD e bolseiro de doutoramento pela FCT na área da Antropologia. Foi prémio Almedina por mérito escolar, como aluno com melhor aproveitamento do Instituto das Ciências Sociais no ano letivo 2013/2014. Recebeu a distinção de Mérito pela Universidade do Minho como melhor aluno do 3º ano da licenciatura em História.

É investigador do CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento) e realiza a sua tese de doutoramento sobre os Caminhos transmontanos de peregrinação a Santiago de Compostela.

Contato: pedrodosrc@gmail.com

Prof. Dr. Rui Silva



Rui Silva é Doutorado em Gestão (Ramo da Contabilidade) pela Universidade da Beira Interior (Covilhã – Portugal). Mestrado em Finanças e Contabilidade e Licenciado em Economia pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. É docente das Unidades Curriculares de Contabilidade Financeira, Contabilidade de Gestão Avançada, Contabilidade e Finanças, Contabilidade Orçamental e Relato Financeiro. Publicou artigos em diversas revistas científicas indexadas internacionais sobre

Accounting, Gamification in Accounting, University Partnerships, Strategic Management; Quality Systems; Write and Oral Accounting Students Communication, entre outros. É membro integrado do centro de investigação: CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento: <https://www.cetrad.utad.pt/>) da UTAD. Já lecionou em outras Universidades (Almeria) e Institutos Politécnicos (IPP/PORTO). Foi vencedor de alguns prémios de investigação científica, nomeadamente, e 2017, no Doctoral Consortium – Universidade de Évora. Em 2018 venceu o prémio para o melhor artigo científico no XX Seminário Hispano Luso de Economia Empresarial em Huelva, Espanha. Em 2019 ganhou o prémio de melhor artigo científico de autor estrangeiro no III International Forum on Management - Value Creation and Local Heritage. No mesmo ano venceu o prémio para o melhor artigo científico nas XX Luso-Spanish Conference on Scientific Management. Bragança, Portugal. É revisor em diversas revistas científicas pertencentes às principais bases de dados, Scopus e JCR.

Contato: ruisilva@utad.pt

Prof. Dr. Edgar Bernardo



Edgar Bernardo é professor auxiliar convidado na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, e investigador colaborador do CETRAD-UTAD. Licenciado em Antropologia Aplicada pela UTAD, doutor em Sociologia do Turismo pelo ISCTE e doutor em Turismo pela Universidade de Aveiro. Contacto: edgaracb@utad.pt

Nuno Sousa



Nuno Sousa é licenciado em Economia pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) Portugal e mestre em Gestão pela mesma universidade. Possui certificado de competências pedagógicas (CCP), e várias formações certificadas na área da liderança, gestão e recursos humanos. Anteriormente, trabalhou no setor bancário português, em duas instituições nacionais, onde desenvolveu atividades financeiras e de investimento. Foi investigador bolseiro no projeto DOUROTUR (Turismo e desenvolvimento tecnológico na região do Douro), integrado no Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD) da UTAD, onde desenvolveu pesquisas e publicou estudos científicos na área do turismo. Atualmente, é gestor de ciência e tecnologia no CETRAD, com responsabilidades na gestão, financiamento, desenvolvimento de estudos e projetos científicos. As áreas científicas que contextualizam a o seu trabalho e investigação científica são a gestão e o turismo.

Contato: nsousa@utad.pt

Prof. Dr. Ricardo Bento



Ricardo Bento é licenciado em Engenharia Civil pela UTAD, pós-graduado em Engenharia Urbana pela FCTUC e Doutorado em Ciências da Engenharia (Planeamento e Ordenamento do Território) pela UTAD. É Professor Auxiliar do Departamento de Engenharias da UTAD e membro Especialista em Planeamento e Ordenamento do Território da Ordem dos Engenheiros. Publicou mais de 40 artigos em revistas científicas e em congressos científicos e 12 livros ou capítulos de livros. Participou em mais de 30 projetos de investigação e de extensão universitária, tendo coordenado 19 destes últimos. Atua nas áreas de Planeamento e Ordenamento do Território e Sistemas de Informação Geográfica, coordenando desde 2010 o Grupo de Estudos Territoriais da UTAD. É investigador e vice-diretor do Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD) e vice-diretor da Licenciatura em Turismo da UTAD.

Ciência Vitae: <http://www.cienciavitae.pt//pt/1319-07B6-EDCo>

Contato: rbento@utad.pt

Prof. Dr. Humberto Martins



Humberto Miguel dos Santos Martins é licenciado em Sociologia, doutor em Antropologia Social e Antropologia Visual - Universidade de Manchester (2005) e professor auxiliar na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Membro colaborado do Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD-UTAD) e investidor associado do CRIA (Centro em Rede de Investigação em Antropologia). Os seus interesses de investigação situam-se na antropologia visual e nos estudos das áreas protegidas. Desenvolve atualmente um estudo longitudinal no Parque Nacional da Peneda-Gerês sobre relações entre os humanos e os não-humanos.

Contato: hmartins@utad.pt