

Centre for Tourism Research, Development and Innovation (CiTUR)
Universidade Feevale



XII INTERNATIONAL TOURISM CONGRESS
The Image and Sustainability of Tourism Destinations



Virtual Conference | 27-28 October 2020

Proceedings Book





Centre for Tourism Research, Development and Innovation (CiTUR)

Title ■ XII International Tourism Congress - *The Image and Sustainability of Tourism Destinations* (Proceedings Book).

Editorial Board

Alexandra Zottis | João Paulo Jorge | Paulo Almeida | Rita Peres | Susana Teles

Editing and Property ■ Centre for Tourism Research, Development and Innovation (CiTUR)

Printing ■ Online Edition ■ <http://itc.citur-tourismresearch.com/>

Year: 2021

The Book is open access and double-blind peer reviewed.

Authors are responsible for the linguistic and technical accuracy of their contributions



XII INTERNATIONAL TOURISM CONGRESS
The Image and Sustainability of Tourism Destinations



CHAIRPERSONS

Alexandra Zottis (University Feevale, Brazil)

Paulo Almeida (Polytechnic of Leiria, Portugal)

ORGANIZING COMMITTEE

Alexandra Zottis

University Feevale, Brazil

Daniel Vicente Bonho

University Feevale, Brazil

Rosi Souza Fritz

University Feevale, Brazil

João Paulo Jorge

Polytechnic of Leiria, Portugal

Rita Peres

(ESHT Estoril, Portugal)

Susana Teles

University of Madeira, Portugal

SCIENTIFIC COMMITTEE

External members

Agustín Santana Talavera, Universidad de la Laguna, Spain
Alexandra Marcella Zottis, Universidade Feevale, Brazil
Alfonso Vargas Sánchez, University of Huelva, Spain
Ana Claudia Machado Padilha, University of Passo Fundo, Brazil
Anna Trono, University of Salento, Italy
Andrew J. Frew, Queen Margaret University, United Kingdom
Chris Cooper, Oxford Brooks University, United Kingdom
Chris Stone, Manchester Metropolitan University, United Kingdom
Christian Bataillou, Université de Perpignan, France
David Airey, University of Surrey, United Kingdom
Débora Fittipaldi Gonçalves, State University of Mato Grosso do Sul, Brazil
Dimitrios Buhalis, Bournemouth University, United Kingdom
Dogan Gursoy, Washington State University, USA
Douglas Michele Turco, Drexel University, Philadelphia, USA
Elisa Backer, University of Ballarat, Australia
Elizete de Azevedo Kreutz, Univates University, Brazil
Fiorella Dallara, University of Bologna, Italy
Graham Busby, University of Plymouth, United Kingdom
Graham Miller, University of Surrey, United Kingdom
Gui Lohmann, Southern Cross University, Australia
John Fotis, Bournemouth University, United Kingdom
Katarzyna Lesniewska-Napierala, Lodz University, Poland
Kathleen Adams, Loyola University of Chicago, USA
Marcelino de Souza, Federal University of Rio Grande do Sul, Brazil
Maria Helena Weber, Universidade Feevale, Brazil
Maria José Andrade Suárez, University of A Coruña, Spain
Mary Sandra Guerra Ashton, Universidade Feevale, Brazil
Marianna Sigala, University of South Australia Business School, Australia
Mário Passos Ascenção, Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finland
Michael Hall, University of Canterbury, New Zealand
Noëlle O'Connor, Limerick Institute of Technology, Ireland
Pieter Piket, Breda University of Applied Sciences, The Netherlands
Regina Schluter, Centro de Investigaciones y Estudio Turísticos, Argentina
Richard Butler, Strathclyde Business School, United Kingdom
Rong Huang, University of Plymouth, United Kingdom
Simone Weschenfelder, Universidade Feevale, Brazil
Tomasz Napierała, Lodz University, Poland

CiTUR Madeira Hub

António Almeida, University of Madeira
António Martins, University of Madeira
Bruno Sousa, University of Madeira
Catarina Fernando, University of Madeira

Eduardo Leite, University of Madeira
Frederica Gonçalves, University of Madeira
Helder Lopes, University of Madeira
João Prudente, University of Madeira
Luís Oliveira, Escola Profissional de Hotelaria e Turismo da Madeira
Mara Franco, University of Madeira
Pedro Correia, University of Madeira
Ricardo Correia, University of Madeira
Rossana Santos, University of Madeira
Rui Castanho, University Dąbrowa Górnicza, Polónia
Sérgio de Jesus Teixeira, University of Madeira
Sérgio Lousada, University of Madeira
Susana Teles, University of Madeira

CiTUR Algarve Hub

Célia Ramos, University of Algarve
Cláudia Almeida, University of Algarve
Elisabete Rodrigues, Polytechnic Institute of Portalegre
Eva Milheiro, Polytechnic Institute of Portalegre
Fernando Perna, University of Algarve
Gorete Dinis, Polytechnic Institute of Portalegre
João Filipe Rodrigues, Polytechnic Institute of Beja
Maria João Ramos, Polytechnic Institute of Beja
Marisol Correia, University of Algarve
Marta Amaral, Polytechnic Institute of Beja
Paula Martins, University of Algarve
Paula Serdeira Azevedo, University of Algarve
Sandra Rebelo, University of Algarve
Sílvia Quinteiro, University of Algarve
Victor Figueira, Polytechnic Institute of Beja

CiTUR Estoril Hub

Ana Cláudia Gonçalves, ESHT Estoril
Ana Inácio, ESHT Estoril
Ana Rita de Deus Rocha Alves Peres da Costa, ESHT Estoril
António Manuel Henrique Fernandes, ESHT Estoril
Cândida Cadavez, ESHT Estoril
Carlos Fernando Santiago Neto Brandão, ESHT Estoril
Catarina Rosa Nunes, ESHT Estoril
Cláudia Alexandra C. Lourenço Viegas, ESHT Estoril
Elsa Correia Gavinho, ESHT Estoril
Francisco Silva, ESHT Estoril
Isilda Maria Lopes de Sousa Ramos Leitão, ESHT Estoril
João António dos Reis, ESHT Estoril
Jorge Ferraz, ESHT Estoril
Jorge Manuel de Oliveira Flor Abrantes, ESHT Estoril

Jorge Manuel Rodrigues Umbelino, ESHT Estoril
José Sancho e Silva, ESHT Estoril
Maria de Lurdes Santana Calisto, ESHT Estoril
Maria Manuela Mendes Guerra, ESHT Estoril
Maria Teresa Gomes Valente da Costa, ESHT Estoril
Mário Dinis Serrazina Mendes Silva, ESHT Estoril
Nuno Silva Gustavo, ESHT Estoril
Raúl Filipe, ESHT Estoril
Vitor Manuel Cadete Ambrósio, ESHT Estoril

CiTUR Coimbra Hub

Andreia Moura, Polytechnic Institute of Coimbra
Bruno Sousa, Polytechnic Institute of Cávado e Ave
Cândida Silva, Polytechnic Institute of Porto
Carlos Fernandes, Polytechnic Institute of Viana do Castelo
Dália Filipa Liberato, Polytechnic Institute of Porto
Eduardo Albuquerque, Polytechnic Institute of Porto
Fernanda Ferreira, Polytechnic Institute of Porto
Flávio Ferreira, Polytechnic Institute of Porto
Eugénia Lima Deville, Polytechnic Institute of Coimbra
Goretti Silva, Polytechnic Institute of Viana do Castelo
Hugo Sampaio, Polytechnic Institute of Cávado e Ave
João Luís Silva, Polytechnic Institute of Cávado e Ave
Luís Correia, Polytechnic Institute of Porto
Luís Mendes Correia, Polytechnic Institute of Coimbra
Maria do Rosário Campos Mira, Polytechnic Institute of Coimbra
Maria Leonor Gambini, Polytechnic Institute of Coimbra
Mónica Oliveira, Polytechnic Institute of Porto
Pedro Carvalho, Polytechnic Institute of Viana do Castelo
Pedro Liberato, Polytechnic Institute of Porto
Ricardo Melo, Polytechnic Institute of Coimbra
Sílvia Raquel Pereira, Polytechnic Institute of Cávado e do Ave
Susana Lima, Polytechnic Institute of Coimbra
Susana Relvas, Polytechnic Institute of Coimbra
Susana Silva, Polytechnic Institute of Porto
Vânia Costa, Polytechnic Institute of Cávado e do Ave

CiTUR Guarda Hub

Adriano Costa, Polytechnic Institute of Guarda
Aida Carvalho, Polytechnic Institute of Bragança
Ana Daniel, Polytechnic Institute of Guarda
Cláudia Costa, Polytechnic Institute of Bragança, Portugal
Cláudia Seabra, Polytechnic Institute of Viseu
Cristina Barroco, Polytechnic Institute of Viseu
Elsa Esteves, Polytechnic Institute of Bragança;
George Ramos, Polytechnic Institute of Castelo Branco

Gonçalo Fernandes, Polytechnic Institute of Guarda
Joana Fernandes, Polytechnic Institute of Bragança
Joaquim Antunes, Polytechnic Institute of Viseu
José Alexandre Martins, Polytechnic Institute of Guarda
Manuel Salgado, Polytechnic Institute of Guarda
Luísa Lopes, Polytechnic Institute of Bragança
Pedro Gouveia da Fonseca, Polytechnic Institute of Guarda
Ricardo Guerra, Polytechnic Institute of Guarda
Romeu Lopes, Polytechnic Institute of Guarda
Sara Nunes, Polytechnic Institute of Castelo Branco
Suzanne Fonseca Amaro, Polytechnic Institute of Viseu
Vitor Roque, Polytechnic Institute of Guarda

CiTUR Leiria Hub

Anabela Almeida, Polytechnic of Leiria
Ana Claudia Padilha, University of Passo Fundo, Brazil
Ana Elisa de Sousa, Polytechnic of Leiria
Ana Luísa Pires, Polytechnic of Leiria
Ana Sofia Viana, Polytechnic of Leiria
Antnio Sérgio Araújo, Polytechnic of Leiria
Carlos Filipe Pinto Rebelo, Polytechnic of Leiria
Cátia Malheiros Ferreira, Polytechnic of Leiria
Célia Salmim Rafael, Polytechnic of Leiria
Conceição Ilda Gomes, Polytechnic of Leiria
Dulcineia Ramos, Polytechnic of Leiria
Fernanda Oliveira, Polytechnic of Leiria
Francisco Dias, Polytechnic of Leiria
Gilberto Moiteiro, Polytechnic of Leiria
João Paulo Jorge, Polytechnic of Leiria
Júlia Fonseca, Polytechnic of Leiria
Júlio Coelho, Polytechnic of Leiria
Luclia Maria F. A. Cardoso, University of Vigo, Spain
Luís Lima Santos, Polytechnic of Leiria
Maria Natália Perez Santos, Polytechnic of Leiria
Marlusa Gosling, Federal University of Minas Gerais, Brazil
Nuno Almeida, Polytechnic of Leiria
Nuno Abranja, ISCE
Paula Cardoso, Polytechnic of Leiria
Paulo Almeida, Polytechnic of Leiria
Paulo Lourenço, Polytechnic of Leiria
Sofia Eurico, Polytechnic of Leiria
Snia Pais, Polytechnic of Leiria
Vernica Oliveira, Polytechnic of Leiria

TABLE OF CONTENTS

FULL PAPERS		
A Importância do Turismo para o Desenvolvimento dos Territórios de Baixa Densidade: o caso do Município de Mirandela	Aida Carvalho, Ana Garcez and Manuela Cunha	1
O Neuromarketing aplicado ao turismo: O estado da arte da técnica Eye Tracking ao serviço da Promoção Turística	Alexandre Ribeiro, Rui Martins and Paulo Lourenço	19
A função estratégica das indicações geográficas como propulsora do turismo	Amanda Regina Leite, Luiz F. Fritz Filho and Adriana C. Pinto Vieira	37
The role of social networks in the choice and reservation of the hotel establishment	Ana Elisa Sousa, Sónia Pais and Ana Sofia Viana	52
The perception of tourists regarding the use of social networks to choose and book a hotel	Ana Elisa Sousa, Sónia Pais and Ana Sofia Viana	63
Performance Appraisal of Human Resources in The Hotel Business	Ana Paula Costa and Alexandra S. Mendes	74
Sustainable MICE Cities: A Multi - Case Studies of Best Practices in Asia	Anavin Suwanna and Donruetai Kovathanakul	83
Consequences of the pandemic within the restaurant business	Arlindo Madeira, Teresa Palrão and Alexandra S. Mendes	101
Sustainable Mobility Planning as a Means of Resetting Tourism Industry in the Post-Covid Era	Bakogiannis Efthimios, Kyriakidis Charalampos, Bozou Evanthia, Zafeiris Vasilios	117
Linguistic choices in the valorization of the Gastronomic Tourism in the Autonomous Region of Madeira	Bruno Sousa and Bruna Pereira	139
O impacto das despesas de marketing no desempenho económico e financeiro - o caso da indústria hoteleira em Portugal	Conceição Gomes, Célia Rafael and Luís Lima Santos	146
Os festivais Andanças e La Sierra - Análise dos seus participantes	Daniela Amorim, José Luis Jimenez-Caballero and Paulo Almeida	165
Possibilidades para implementação do Turismo de Experiência em Porto Murtinho-MS - cidade eixo do Corredor Bioceânico	Debora Fittipaldi, Erick Wilke, Julia Montes, Kalyane Franco and Luiz Silva	178
Application of the "4C's Tourism Destination Competitiveness Matrix" to the destination 'Porto' - Quantitative results	Diamantino Ribeiro, Luíz Pinto Machado and Pedro Henriques	195
O turismo de eventos e o seu impacte local: o caso da Feira Nacional de Hortifruticultura	Dulcineia Ramos, Ana Sofia Viana, Liliana Vitorino and João Paulo Jorge	212
A dinâmica da capacidade absorviva no contexto do turismo rural em tempos de COVID-19: O caso da Rota das Trutas, RS, Brasil	Edson J. Paiva e Silva Filho, Marcos E. Bertol, Ana Claudia M. Padilha, Cassiana M. Lima Cruz and Luiz F. Fritz Filho	228
Análise dos aspectos motivadores para a mobilidade receptiva internacional no Brasil	Eliana Franciele Buhs and Mary Sandra Guerra Ashton	244
A animação e a permanência média nos estabelecimentos hoteleiros	Elsa Esteves and Daniela Cabeceiro	256
A experiência turística dos praticantes de percursos pedestres	Elsa Esteves, Rute Teixeira and Paula O. Fernandes	267
Praias fluviais e Desenvolvimento Turístico: significado e contribuições para a apreciação do destino Estrela Geopark	Gonçalo Fernandes	279
As águas superficiais interiores e as atividades lúdicas e desportivas. Contributos da pesca desportiva para a atração recreativa e turística da Serra da Estrela	Gonçalo Fernandes and Elsa Ramos	293
O turismo abre portas às mulheres? Género e cargos de topo no turismo	Inês Carvalho, Carlos Costa and Anália Torres	309
Comportamento do consumidor online de produtos turísticos do estado do Rio Grande do Sul, Brasil em tempos de pandemia	Jean Carlos Benetti, Ana Paula T. Pasin, Luana Fiorentin, Leonardo Conceição, Ana Claudia M. Padilha and Luiz Fritz	327
Perspectivas pós-pandemia COVID-19 e as estratégias de comunicação da hotelaria de Bento Gonçalves, Brasil para concorrer com o Airbnb	Jean Carlos Benetti, Luana Fiorentin, Ana Claudia M. Padilha, Cassiana M. Lima Cruz and Janine Fleith de Medeiros	345
The political and legislative impact on the sustainability of tourism in Portugal due to the COVID-19 pandemic	João Caldeira Heitor, Eunice Almeida Duarte and Tiago Marques Lopes	356

As Aplicações Móveis e o Planeamento de Viagens mais Sustentáveis	Júlia Fonseca, Fernanda Oliveira, Inês Cachatra and Sara Correia	371
A Economia Compartilhada no banco dos réus: levantamento e análise de processos legais existentes no estado de São Paulo envolvendo a empresa Airbnb (2012 a 2019)	Júlio César Butuhy, Marcelo T. Fonseca and Alessandra A.de Souza Mieldazis	381
Tecnologias de Informação e Comunicação em cidades inteligentes - o caso de Portugal	Leonor Nabais, Joana Maria, Tomás Pedrosa, and Ana Sousa	391
A comunicação de restaurantes e a demanda de consumidores veganos no turismo gastronômico em Gramado, Brasil	Luana Fiorentin, Jean Carlos Benetti, Ana Claudia M. Padilha, Janine Fleith de Medeiros and Cassiana M. Lima Cruz	402
Perfil e segmentação de potenciais visitantes do Parque Natural Regional do Vale do Tua	Luísa Lopes, João Nobre and Paulo Castro	421
Passaporte Cultural e Catálogo Bilingue dos Espaços Culturais: a busca pela democratização do turismo e da cultura em Natal-RN	Mára B. Pucci de Mattos, Anne J. Julião da Penha, Paloma de Mattos Fagundes and Daisy Beatriz de Mattos	440
Espaços culturais e turísticos pós COVID-19 em Natal-RN	Mára B. Pucci de Mattos, Paloma de Mattos Fagundes and Daisy Beatriz de Mattos	453
Práticas ambientalmente sustentáveis em empreendimentos turísticos: uma revisão da literatura	Marcelo Pellegrini, Ana Claudia M. Padilha, Marcelino de Souza, Janine Fleith de Medeiros, Ivan Dourado and Claudia Petri	467
O impacto das infra-estruturas culturais e desportivas no desenvolvimento local: o caso do Altice Forum Braga	Maria Durães, Laurentina Vareiro and Alexandra Malheiro	483
Covid-19 and its impact on hotel business	Marina Metreveli, Luís Lima Santos, Conceição Gomes and Alexandra S. Mendes	503
Tecnologias de Informação e Comunicação aplicadas em museus	Marta Mateus and Ana Sousa	519
The Use of Local Food in All-Inclusive Hotels' Menus	Ramazan Eren	535
Exploring the issues and actors in rural tourism development conflict: the case of Goa Pindul	Rina Widiastuti and Frida Anis Handayani	547
Tour Guides' Contributions to Sustainable Tourism in Myanmar	Sompong Amnuay-ngertra and Tay Zar Oke Kyaw	557
The role of Events in City Tourism	Susana Costa Paulo	576
Cooperation and Intercooperation in Tourism Routes in Rio Grande do Sul, Brazil	Thais M. Simionato, Jéssica M. Habovski, Alana E. Ribeiro, Ana Claudia M. Padilha and Marcelino de Souza	588
Ecoturismo, trilhas sensoriais, inclusão social e relação sociedade-natureza	Thiago Ferreira Pinheiro Dias Pereira	602
SHORT PAPERS		
Digital communication and the enhancement of literary tourism: a Portuguese case study	Ana Margarida Anjo, Bruno Barbosa Sousa	618
Rethinking touristification as a long-term process. The impact of tourism on the Madeiran cuisine (19th-21st century)	António José Marques da Silva and Rossana dos Santos	622
O impacto da pandemia COVID-19 na animação turística nos Açores: o caso do canyoning	Francisco Silva, Mário Silva, Tiago Marques Lopes, Maria do Céu Almeida	631
The Impact of Brand Attachment in consumer behavior: marketing study applied to the Pet-Friendly segment in Portugal	Helena Margarida Alves and Bruno Barbosa Sousa	637
Accessible tourism as a promoter of equity and quality of tourist service: the case of Barcelos	Isabel Sofia Loureiro and Bruno Barbosa Sousa	641
Idiomatic tourism as a contribution to the city marketing: an exploratory study	Mary Silva Sanchez and Bruno Barbosa Sousa	645
Agritourism and the challenges in the post-pandemic scenario: a Portuguese case study	Nelson Martins Rodrigues, Bruno Barbosa Sousa and Patrícia Quesado	649
Public Policies and its Impact on Tourism in Azores Region. A study based on the assessment of public perceptions	Rui Alexandre Castanho, Gualter Couto, Pedro Pimentel, Célia Carvalho and Áurea Sousa	654

A Importância do Turismo para o Desenvolvimento dos Territórios de Baixa Densidade: o caso do Município de Mirandela

Aida Carvalho^a, Ana Garcez^b & Manuela Cunha^c

^aInstituto Politécnico de Bragança, Portugal; CITUR

acarvalho@ipb.pt

^bInstituto Politécnico de Bragança, Portugal

anagarcez19@live.com.pt

^cInstituto Politécnico de Bragança, Portugal

manuelacunha@hotmail.com

ABSTRACT

Tourism is a vital activity for the economy, having been, in 2019, the largest export economic activity in the country, responsible for 52.3% of services exports and for 19.7% of total exports, with tourist revenues contribution of 8.7% to Portuguese *Gross Domestic Product* (GDP). It is rapidly growing globally and is considered an important means for the development of the regions. In this context, tourism has the capacity to bring about economic opportunities in structures that are not very diversified and with development delay, as is the case with the low-density territories.

This study aims to analyze the importance of the tourism sector for the municipality of Mirandela, identifying the main resources and opportunities generated by the creation of the Parque Natural Regional Vale do Tua as well as knowing the perspectives of the various stakeholders.

Thus, two methodologies will be combined (qualitative and quantitative); the qualitative methodology, through interviews with stakeholders responsible for public and private entities as well as analysis of the contents of the online reviews of the official hotels and restaurants websites (TripAdvisor and Booking) in Mirandela; quantitative methodology, through the application of a survey to residents.

Keywords: Low Density Territories, Stakeholders, Tourism, Mirandela

1. Introdução

O Turismo é um setor estratégico para o desenvolvimento económico do país, que se

pretende potenciar através do aumento da procura turística nacional e nas diversas regiões, estimulando o seu efeito multiplicador enquanto motor de desenvolvimento económico-social nacional e local (Turismo de Portugal, 2017). O Parlamento Europeu, atento ao artigo 132.º, n.º 2, do seu Regimento, na sua resolução sobre transportes e turismo em 2020 e, nos anos seguintes (2020/2649 (RSP)), reafirma o turismo enquanto “atividade económica transversal com um amplo impacto no crescimento económico, emprego e desenvolvimento social sustentável” (Parlamento Europeu, 2020, p.1). Segundo a Organização Mundial do Turismo o desenvolvimento turístico dos territórios reside na sua capacidade para utilizarem eficazmente os seus recursos naturais, culturais e patrimoniais promovendo produtos e serviços turísticos de qualidade, inovadores, éticos e atraentes, aumentando o seu valor agregado, numa perspetiva de sustentabilidade (UNWTO, 2019). É ao nível do turismo de experiência que os destinos devem oferecer produtos e serviços genuínos e diferenciadores capazes de exceder as expectativas dos turistas, enriquecendo a valorização das viagens e dos lugares. Neste sentido, a experiência turística deve possuir um enquadramento histórico, da tradição e da natureza, constituindo-se deste modo como uma aprendizagem experiencial (Marujo, 2016). O turismo tem a capacidade de proporcionar um desenvolvimento local e endógeno, influenciando assim de diversas formas a economia e o ambiente social de inúmeras regiões, particularmente as zonas de baixa densidade. Estes territórios deparam-se com inúmeras adversidades, exigindo assim não só uma utilização mais eficiente e eficaz dos recursos disponíveis, como também de políticas e práticas de desenvolvimento adequadas. O turismo neste tipo de territórios surge, muitas vezes, como uma possível solução para problemas associados à falta de oportunidades. A nível nacional, muito particularmente, a partir do ano de 2007, o turismo, assumiu-se como setor estratégico prioritário para o País, contribuindo significativamente, para a cobertura do défice da nossa balança comercial e para o combate ao desemprego. Este setor dos

serviços passou a projetar de forma positiva a imagem institucional de Portugal e a promover a valorização do seu património cultural e natural, alavancando a coesão territorial e a identidade nacional enquanto recurso indutor de diversas atividades conexas (Turismo de Portugal, 2007). Contudo, o seu desenvolvimento desregulado e descoordenado pode causar um impacto negativo na sociedade e nos recursos, sendo identificado tanto a nível local, regional e nacional como uma medida política de desenvolvimento (Martins, 2017). Segundo Magalhães (2002), um desenvolvimento consistente e adequado do turismo assenta essencialmente no envolvimento da comunidade, pois à medida que esta se envolve torna-se mais motivada e com o senso de responsabilidade de salvaguardar o património existente no município. Neste domínio defende-se que o sucesso de um destino depende grandemente das atrações de que dispõe ou que pode estruturar (Cunha & Abrantes, 2019). Ao nível da NUT II – Porto e Norte, vários produtos surgem destacados como fatores distintivos ancorados na qualidade e diversidade do território. (CCDR-N et al., 2009; Turismo de Portugal, 2007).

Neste trabalho analisar-se-á as potencialidades do concelho de Mirandela, um território de baixa densidade, com um vasto património arqueológico, arquitetónico, histórico, religioso e natural, destacando-se a mais recente criação da área do Parque Natural Regional do Vale do Tua, conforme regulamento n.º 364-A/2013. D.R. e declaração de retificação n.º 28/2014. D.R. n.º 8, Série II de 2014-01-13, com uma área de 24.767,46 há, inserção na Reserva da Biosfera Transfronteiriça da Meseta Ibérica, o Sítio de Interesse Comunitário de Romeu, os locais com interesse geológico e a beleza paisagística (CMM, 2020). Trata-se de um dos 12 municípios que constituem o distrito de Bragança e em termos territoriais apresenta-se como um concelho de média dimensão com uma área de cerca de 674 km², abrangendo 30 freguesias (CMM, 2020). Em termos demográficos, o concelho contém 21,781 habitantes e uma densidade populacional de 39,1 40 habitantes/ km² (Pordata, 2020).

O presente artigo tem como finalidade perceber as potencialidades/recursos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Mirandela. Como metodologia legitimou-se uma abordagem mista: qualitativa e quantitativa. A abordagem qualitativa foi iniciada com a revisão de literatura e complementada com análise documental, que veio a ser desenvolvida com a exploração do caso de estudo. Tendo como ponto de partida este fundamento, foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas aos *stakeholders* que materializam os resultados evidenciados, bem como análise dos conteúdos dos *reviews* online (*TripAdvisor, Booking*) nos websites. Por outro lado, na abordagem quantitativa optou-se pelo desenvolvimento de um inquérito por questionário destinado aos residentes de Mirandela.

2. Revisão de literatura

O conceito de território de baixa densidade pode traduzir-se em diferentes realidades (demográfica, institucional e relacional); estes territórios, encontram-se normalmente associados a um conjunto de características que dificultam o desenvolvimento de atividades económicas como o turismo, uma vez que apresentam grandes tendências para a deslocalização e envelhecimento da população, baixos níveis de formação, falta de infraestruturas e de serviços de apoio ao cidadão e às empresas, entre outras (Neves, Magalhães e Relvas, 2001).

O turismo pode assumir uma dupla vertente nestes territórios, por um lado, constituir-se como um método de dinamização e alteração do espaço, implementando novos padrões sociais e de consumo, gerando novas práticas e múltiplos impactos, por outro, dinamizar os recursos turísticos locais (naturais, patrimoniais e culturais), contribuindo beneficentemente para a economia local (Abella, 2007). Segundo Cunha (2013), esta atividade tem a capacidade de transferir rendimentos das regiões mais desenvolvidas para as menos desenvolvidas, possibilitando a exportação de bens e serviços no interior

da região. Exige a edificação de estruturas e equipamento social (vias de comunicação, redes de saneamento básico, abastecimento de águas de eletricidade, instalação de estabelecimentos bancários e serviços públicos, etc), tornando a população local beneficiária. A atividade turística contribui ainda para a dinamização e modernização da produção local, assim como, o aparecimento de novas atividades; permite a reabilitação e o aproveitamento de instalações abandonadas ou degradadas proporcionando-lhes uma nova função (casas ou aldeias abandonadas, minas esgotadas, construções fabris, etc). No domínio agropecuário proporciona melhores condições e novas formas de cultivo, além de permitir uma melhoria dos produtos locais e a revigoração das produções artesanais que, ao longo do tempo, tendem a extinguir-se. Contudo, pode levar à descaracterização da cultura local a partir da perda dos valores tradicionais, contribuir para a marginalização das populações locais e provocar constrangimentos e tensões sociais (Cunha,2013).

É um forte instrumento de desenvolvimento regional, no entanto, e como afirmam Mathieson e Wall (2005) é necessário que as pessoas responsáveis pelo seu planeamento considerem os custos e benefícios que o turismo traz para a região, respeitando sempre os princípios do desenvolvimento sustentável, assim como todos os stakeholders, pessoa ou um grupo, que legitima as ações de uma organização e que tem um papel direto ou indireto na gestão e resultados dessa mesma organização (Freeman,1984). Os stakeholders desempenham um papel fundamental na recolha de informação necessária para a tomada de decisão, no desenvolvimento do planeamento e na gestão associada ao turismo (Garrod, 2003).

3. Metodologia

Neste estudo, foram combinadas duas abordagens: qualitativa (através de entrevistas e análise dos *reviews* das plataformas online) e a quantitativa (inquérito por

questionário aos residentes), de forma a obter uma complementaridade e não uma dicotomia.

A abordagem qualitativa seguiu uma estratégia metodológica de revisão de literatura, aplicação de entrevistas semiestruturadas aplicadas presencialmente aos dirigentes das empresas turísticas e às diversas entidades responsáveis pelo turismo no município de Mirandela. Pretendeu-se uma observação direta *in situ* e uma assimilação de conhecimento e de informação através de *opinion-makers* de forma a adquirir conhecimentos relevantes que permitissem avaliar a pertinência do tema da investigação e a sua adequação prática. Assim os objetivos específicos do estudo passam pela recolha e análise dos testemunhos de cada um dos *stakeholders* e o seu grau de envolvimento na estratégia de desenvolvimento turístico, tanto a nível local como regional. Nos últimos anos, tem sido possível registar um aumento considerável no número de plataformas que permitem às empresas publicitar os seus produtos e/ou serviços. Num estudo sobre o uso das redes sociais por parte dos portugueses da Marktest (2016), concluiu-se que 94% dos indivíduos com idade compreendida entre os 15 e os 64 anos, residentes em Portugal Continental tinham uma conta na rede social Facebook, seguida pelo Youtube (43%) e pelo *Instagram* e *Linkedin*. Concluiu-se também que 62% dos inquiridos seguiam marcas nas redes sociais, reforçando a importância da presença nas mesmas por parte das empresas. Estas plataformas podem ser utilizadas para partilhar todos os tipos de informações relativas a serviços, marcas, fornecedores e destinos. Assim, recorreu-se às plataformas da *Tripadvisor* e da *Booking* e avaliaram-se os comentários dos utilizadores que tiveram uma experiência na restauração e/ou no alojamento turístico de Mirandela. A informação recolhida dos *reviews* e das entrevistas, foi processada através do método de análise de conteúdo, através do software MAXQDA.

Foi utilizada também uma metodologia quantitativa, através da aplicação de um questionário, distribuído através do *Google Forms*. O questionário dirigido aos residentes do município de Mirandela está dividido em duas partes (a primeira parte, destinada à

caracterização da amostra; a segunda parte, direcionada aos objetivos da investigação), é constituído por questões abertas e fechadas. Com os dados recolhidos, fizeram-se análises descritivas.

4. Apresentação e Discussão dos Resultados

Chegados a esta etapa da investigação importa sistematizar os resultados obtidos dando resposta aos objetivos estabelecidos em fase de metodologia. Apresentam-se os resultados obtidos a partir da análise estatística derivada da aplicação de um inquérito por questionário (estudo quantitativo) efetuado aos residentes do município de Mirandela e da realização de entrevistas dirigidas a diversas entidades e empresas turísticas do subdestino e ainda uma análise das opiniões dos turistas (estudo qualitativo).

4.1. Análise Quantitativa

Da primeira parte dos inquéritos resulta uma síntese do perfil dos entrevistados, com registo das variáveis sociodemográficas consideradas (Tabela 1).

A amostra é constituída por 82 respostas, sendo a maioria do sexo Feminino (62,2%) com idades compreendidas entre os 25 e os 39 anos (39%), logo seguido dos 40 aos 54 anos (23,2%). Relativamente ao capital escolar, é de referir que o nível de instrução dos inquiridos é muito heterogéneo. Os grupos mais representados possuem níveis de escolaridade muito diferenciada o que comprova que estes territórios possuem uma capacidade de atração muito eclética, recrutando quer o público mais letrado, quer o menos instruído. Assim há, por um lado, 18,3% de indivíduos com uma formação escolar muito elevada, ao nível do doutoramento, e, por outro 8,5% dos respondentes estão habilitados apenas com o ensino básico.

Em termos profissionais trata-se de uma população maioritariamente ativa que, em

princípio, integra o sistema de emprego com 59,8%, exercendo uma profissão remunerada; os restantes são mulheres domésticas (4,9%), reformados (3,7%) e os estudantes, com uma taxa de 22%; os desempregados representam apenas 9,8%; as percentagens de indivíduos que exercem profissão ligadas ao turismo são inferiores aos que exercem uma profissão ligada ao setor (31,7% e 68,3% respetivamente) o que denota o pouco peso destas atividades no concelho de Mirandela. De notar que a maioria dos respondentes é natural de Mirandela (68,3%) e residente há mais de 15 anos (74,6%) no município, como se pode visualizar a partir da tabela 1.

Tabela 1- Perfil Sociodemográfico e profissional dos residentes inquiridos

Variáveis	Frequência	%
Género		
Feminino	51	62,2
Masculino	31	37,8
Idade		
0-14 anos	0	0
15-24	18	22
25-39	32	39
40-54	19	23,2
55-64	12	14,6
+ 65	1	1,2
Nível de escolaridade		
Ensino básico	7	8,5
Ensino secundário	34	41,5
Licenciatura	26	31,7
Mestrado e/ou Doutoramento	15	18,3
Situação profissional		
Doméstico(a)	4	4,9
Desempregado(a)	8	9,8
Empregado(a)	49	59,8
Reformado(a)	3	3,7
Estudante	18	22
Empregador ligado ao setor turístico		
Sim	26	31,7

Não	56	68,3
Natural de Mirandela		
Sim	56	68,3
Não	26	31,7
Período de residência		
1-5 anos	8	14,7
6-10 anos	10	12,2
11-15 anos	7	8,5
>15 anos	53	74,6

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos inquiridos referem que o Município de Mirandela é um local atrativo não só para residir (69,5%) como também para o desenvolvimento de atividades de lazer/atividades desportivas (56,1%), referindo que as principais atrações são a gastronomia (80,5%), a natureza (68,3%) e os eventos (51,2%). Relativamente aos eventos, os respondentes destacaram a Feira de Alheira de Mirandela (81,1%) e a Festa da Nossa Senhora do Amparo (84,1%). Esta perceção dos residentes é importante para alinhar a estratégia do município, pois quando um evento turístico ocorre, existe o potencial para atrair novas pessoas para a região e, como tal, atrair dinheiro, reforçando não só a atividade económica da região, mas também a sua visibilidade, a sua imagem e a difusão da cultura local (Almeida & Araújo, 2017). Um evento move pessoas, criando empregos e aumentando as receitas para um país ou uma região, e pode também desenvolver a notoriedade dos destinos e aumentar a procura em época baixa (Getz & Page, 2016).

A análise dos dados permite concluir que a grande maioria (95%) dos respondentes consideram que Mirandela tem um enorme potencial, que a atividade turística contribui para o desenvolvimento do município, destacando o Turismo de Natureza e o Turismo Gastronómico como os produtos com maior relevância para o município (65,9%).

Quanto à imagem, consideram que o município tem uma imagem favorável (F) sendo a

gastronomia e a paisagem os atributos mais favoráveis, classificando-os como muito favorável (MF), conforme Tabela 2.

Tabela 2- Imagem geral do município de Mirandela na perspectiva do residente

	NF	PF	F	MF	SO
Serviços Públicos	3,6%	17%	58,5%	19,5%	1,2%
Sinalética e Informação Turística	3,6%	23,3%	53,6%	17%	2,4%
Programa Cultural	1,2%	8,5%	65,8	24,4%	0
Locais Históricos	4,8%	8,5%	63,4	20,7%	2,4%
Edifícios Arquitetônicos relevantes	4,8%	20,7%	56%	17%	1,2%
Transportes Públicos	14,6	28%	42,7%	13,4%	1,2%
Serviços de Restauração de qualidade	0	9,7%	42,7%	40,2	7,3%
Paisagem Atrativa	0	2,4	36,6%	45,1%	15,8%
Serviços turísticos de qualidade	2,4%	19,5%	41,5%	32,9%	3,6
Oferta hoteleira de qualidade	8,5%	36,6%	34,1%	20,7%	0
Gastronomia	1,2%	4,8	29,3%	45,1%	19,5%
Segurança	2,4%	6%	46,3%	32,9%	12,1

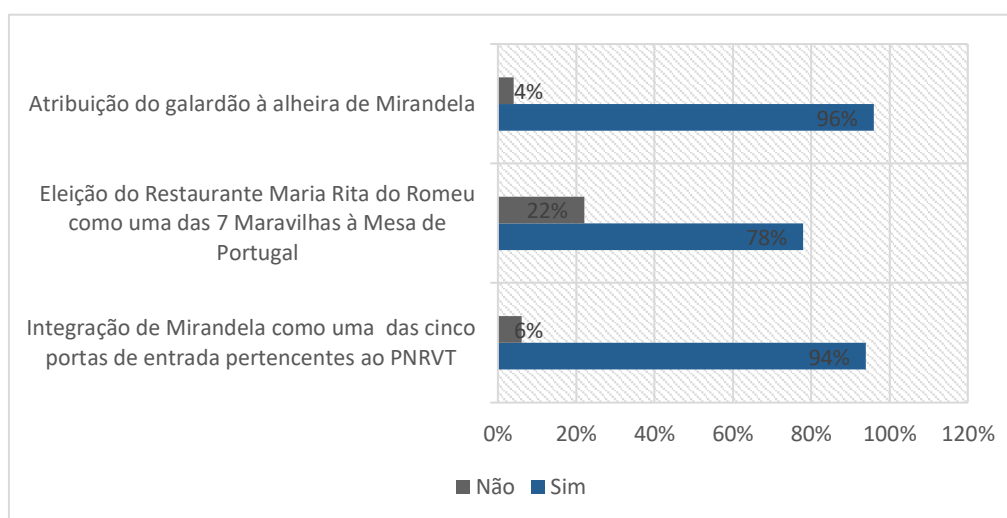
Fonte: Elaboração própria

Em contrapartida, a maioria dos inquiridos (36,6%) classificam a oferta hoteleira de qualidade como pouco favorável (PF). Uma percentagem significativa (14,6%) reconhece

que os transportes públicos não são nada favoráveis (NF). Importa ainda referir que os inquiridos sem opinião (SO) se apresentam com uma percentagem muito reduzida. Apesar de grande parte dos inquiridos afirmarem que a atividade turística inflacionou os preços das habitações (74,4%) e dos produtos não obstante deram um grande contributo na criação de emprego (81,7%).

De forma geral, a esmagadora maioria dos inquiridores concordaram que a atribuição do galardão à alheira de Mirandela, a eleição do Restaurante Maria Rita do Romeu como uma das 7 Maravilhas à Mesa de Portugal e o facto do município integrar uma das cinco portas de entrada pertencentes ao Parque Natural Regional do Vale do Tua (PNRVT) foram sem dúvida aspetos que contribuíram positivamente para o desenvolvimento do município e lhe conferiram maior visibilidade e notoriedade, como se pode ver no Gráfico 1.

Gráfico 1- Aspetos que contribuíram para o desenvolvimento do subdestino



Fonte:

Elaboração própria

O questionário continha ainda duas questões de resposta aberta, acerca do impacto da ativação da linha do tua e de sugestões de atividades a desenvolver futuramente, às quais se obtiveram respostas bastante diversificadas. Relativamente à primeira questão, as respostas resumiram-se maioritariamente no aumento de turistas, mobilidade, melhoria

da oferta turística a nível do canal HORECA (Hotelaria, Restauração e Cafetaria) e das empresas de animação turística, na contribuição para o aumento da notoriedade do município e essencialmente na melhoria da economia local. Por outro lado, na segunda questão, verificaram-se sugestões principalmente ao nível da criação de atividades náuticas, melhor aproveitamento do lago artificial, criação de rotas temáticas, eventos musicais e culturais e eventos desportivos ao ar livre.

4.2. Análise Qualitativa

O uso da web possibilita a interação e a partilha entre os utilizadores, partilhando as suas experiências. Os consumidores são incentivados a inserir comentários na internet relativos à sua estadia e experiência, partilhando assim esta informação com outros potenciais consumidores criando um efeito de marketing viral. Esta partilha de opiniões tem a forma de marketing *word-of-mouth* (WOM) e pode revelar-se benéfica para as instituições ou, por outro lado, bastante inconveniente se introduzirem comentários negativos. O website *Tripadvisor*, ajuda quase 460 milhões de viajantes por mês a planear a melhor viagem divulgando mais de 830 milhões de avaliações e opiniões de 8,6 milhões de acomodações, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros (*Tripadvisor*, 2020). Uma das principais mudanças consiste no facto dos utilizadores deixarem de ser apenas consumidores de conteúdos e de informação para se tornarem também produtores. Os comentários online e outros conteúdos fazem com que a maioria dos consumidores encontrem muito mais informação sobre determinado local pelo acesso à informação ou comentários deixados por outros consumidores que já utilizaram o mesmo local (Kotler, 2012). Os potenciais consumidores visitam em média cerca de três a quatro websites de viagens e leem revisões antes de marcarem as suas férias (Kovacs, 2008). Assim, foram recolhidos e analisados os *reviews* da plataforma da *Booking* e da *TripAdvisor* para compreender o nível de satisfação dos visitantes. Esta investigação foi ainda

complementada com a análise do conteúdo de nove entrevistas dirigidas a diversas entidades e empresas relacionadas com a atividade turística.

4.2.1. Análise dos reviews

O utilizador considera Mirandela um local “acolhedor e atrativo”, onde a “ponte velha”, o “espelho de água”, o “museu da Oliveira e do Azeite” e o “Museu das Curiosidades” se afirmam como algumas das principais atrações. O utilizador reforça ainda a “autenticidade e o tradicionalismo” de Mirandela. A gastronomia é o produto mais mencionado, e aquele que mais se destaca, assim como as paisagens envolventes. Os *reviews* a nível da restauração são maioritariamente positivos, não obstante o mesmo não acontece ao nível dos alojamentos; os utilizadores destacam a falta de qualidade das instalações, obsoletas e uma relação qualidade preço bastante desajustada.

4.2.2. Entrevistas

O tratamento e análise do conteúdo pretendeu descrever as situações e fenómenos registados, mas também interpretar o sentido do que foi transmitido, descobrindo as associações possíveis, bem como encontrar relações de causalidade na interpretação das dinâmicas (Guerra, 2014). As tarefas de gestão de dados constaram da construção de ficheiro de projeto MAXQDA, versão 2020 (“.mx20”). Todos os ficheiros foram incorporados em MAXQDA e organizados em pastas devidamente designadas na Lista de Documentos da aplicação. A identificação dos diferentes documentos foi atualizada para distinção da tipologia dos participantes para facilitar a gestão interna em MAXQDA, assim como auxiliar os processos de análise subsequentes, análise essa que implicou a desagregação por tipologia para obtenção de grupos de comparação sempre que aplicável, não sendo colocado o enfoque na quantificação. Os contributos destacados pelos

respondentes servem de ponto de partida para os aspetos que diferenciam e qualificam Mirandela. Assim sendo, na perspetiva dos nove entrevistados é evidenciada a relevância do Turismo de Natureza, Turismo Gastronómico para aumentar a competitividade da oferta turística. Foram identificados inúmeros recursos turísticos que determinam a estruturação, afirmação e crescimento do subdestino Mirandela enquanto pilar basilar de uma oferta turística alargada territorial, capaz de promover experiências memoráveis e indissociáveis nos territórios da CIM Terras de Trás-os-Montes. Entre eles, destacam-se a Alheira de Mirandela como produto Indicação Geográfica Protegida (IGP), o Azeite, o Rio e os Museus: Museu da Oliveira e do Azeite, Museu de Arte Sacra da Misericórdia de Mirandela e o Museu Municipal Armindo Teixeira Lopes com mais de 400 criações de 200 artistas de princípios do séc. XX até os nossos dias. Quanto aos eventos com maior relevância, destacaram-se a Feira da Alheira de Mirandela. Em relação à procura, os respondentes entendem que quem visita o concelho são sobretudo excursionistas e o turismo sénior; quanto à oferta, destacaram um reduzido número de camas, na época alta e festiva, e a existência de défices ao nível das infraestruturas e dos serviços prestados. Verificou-se ainda uma pretensão coletiva na reativação da linha do tua. Os respondentes entendem que a inexistência de turismo de massas é muito benéfica para o território.

No entanto, verificou-se a existência de certas incoerências entre o domínio público e privado relativamente à gestão e planeamento do território, uma vez que os seus pontos de vista foram bastante divergentes. Ficou bastante claro a inexistência de sinergias entre as entidades que gerem o turismo e as empresas que se relacionam com o setor. Todos os *stakeholders* entrevistados reconhecem que o município tem potencial para continuar a crescer, manifestando vontade de cooperar, conforme Figura 1.

Figura 1- Nuvem de palavras



Fonte: Elaboração própria

5. Conclusão

Nos últimos anos, verificou-se um crescimento a nível de alojamento, dormidas, permanência média e proveitos totais no concelho de Mirandela. A localidade granjeou notabilidade com a obtenção de algumas distinções, tais como: galardão à Alheira de Mirandela, eleição do restaurante Maria Rita do Romeu como uma das 7 maravilhas à mesa de Portugal. O território integrou vários projetos de índole internacional, entre eles a conquista de uma das cinco portas de entrada PNRVT e o projeto de reativação da linha do Tua para fins turísticos e quotidianos, criando uma nova centralidade.

A cultura identitária do destino/território tem de assentar em valores reconhecidos na sua matriz histórica e social, constituindo-se como o mais importante fator diferenciador. O seu potencial incide essencialmente em dois produtos: Turismo Gastronómico e Turismo de Natureza.

Os respondentes apontaram algumas falhas nomeadamente na falta de sinalética e horários desajustados nos principais serviços sobretudo no posto de turismo, espaços museológicos, igrejas e na qualidade da oferta hoteleira a nível de serviço e instalações. O município é procurado maioritariamente por excursionistas verificando-se uma dificuldade de fixar turistas por várias noites, uma vez que não existem condições nem

atividades de animação capazes de reter os turistas mais do que duas noites. Os *stakeholders* respondentes apontaram a necessidade de criação de mais eventos de menor dimensão, mas repartidos durante o ano, aproveitamento do rio, e o património cultural; sugeriram ainda a necessidade de modernização das ruas e reabilitação das infraestruturas hoteleiras melhorando a qualidade e inclusive a classificação em estrelas. Face ao exposto, é fundamental que a criação de uma rede coesa de agentes, públicos e privados, enquanto *players* responsáveis pela dinâmica turística, seja determinante para o sucesso e exequibilidade de modelo de desenvolvimento, não descurando a competitividade do destino e as relações entre os atores envolvidos. Incorpora-se atividades de promoção e comunicação integradas, assentes nas novas tecnologias de informação, determinante para a afirmação necessária e desejável no modelo de desenvolvimento do subdestino Mirandela, tanto a nível interno como nos mercados internacionais.

Referências

- Almeida, P. & Araújo, S. (2017). *Introdução à Gestão de Animação Turística*. Lidel
- Abella, O. M. (2007). *Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*. Facultad de Geografía e Historia. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- CMM. (2020). Obtido de Câmara Municipal de Mirandela. Acedido a 8 de Julho de 2020, às 09h45, em: <https://www.cm-mirandela.pt/pages/1>
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo* (Vol. 3ª edição). Lisboa, Lidel.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2019). *Introdução ao turismo* (6ª edição). Lidel.
- CCDR-N, TPNP, & ATP. (2009). Programa de Acção de enfoque temático – Turismo de Saúde e Bem Estar para o Porto e Norte de Portugal - Agenda Regional de Turismo.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Garrod, B. (2003). Local Participation in the Planning and Management of Ecotourism: A Revised Model Approach. *Journal of Ecotourism*, 33-53.
- Getz, D. & Page, S. (2016), "Progress and prospects for event tourism research", *Tourism*

Management, 52, 593-631.

Guerra, I. C. (2014). Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo - Sentidos e formas de uso (P. Editora (ed.)).

Kovacs, J. (2008) "Travel websites usher in new era of guest reviews", in HotelMotel.com, p.29.

Marujo, N. (2016). "Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas" in Turydes Revista Turismo y Desarrollo.

Magalhães, C. F. (2002). *Diretrizes para o turismo sustentável em municípios*. São Paulo: Roca.

Martins, A. F. (2017). *Planeamento estratégico de destinos turísticos: contributos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Tomar*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.

Martins, C., & Morais, A. (2016). O contributo do turismo para o desenvolvimento das regiões. *Gaia Scientia*, pp. 84-91.

Mathieson, A., & Wall, G. (2005). *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. Pearson Education

Marktest (2016). Os Portugueses e as Redes Sociais 2016. Grupo Marktest. Acedido a 22/10/2020, em http://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_redes_sociais_2016.pdf.

Neves, A. O., Magalhães, A., & Relvas, S. (2001). A Competitividade das áreas rurais: uma abordagem na prespetiva do marketing, in *1º Congresso de Estudos Rurais*. Vila Real: UTAD.

PORDATA. (2020). Obtido de PORDATA. Acedido a 10 de Julho de 2020, às 15h10, em: <https://www.pordata.pt/Municipios>

Parlamento Europeu. (2020). Resolução do Parlamento Europeu sobre transportes e turismo em 2020 e nos anos seguintes (2020/2649(RSP). In European Parliament. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/RC-9-2020-0166_PT.html

Turismo de Portugal. (2007). Plano Estratégico Nacional de Turismo (pp. 1–134). Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal. (2017). Estratégia Turismo 2027. Liderar o Turismo do Futuro. http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf

Tripadvisor, (2020). Guia Michelin, TripAdvisor e TheFork. Acedido a 22/10/2020 em <https://grandeconsumo.com/guia-michelin-tripadvisor-e-thefork-anunciam-uma-parceria-de-estrategica-internacional/#.X5auPC2tFE4>

Vieira, S., Cintra, R., & Costa, B. (2016). Stakeholder Theory e Institucionalismo Sociológico: Complementações para Análise do Turismo de Londrina-PR. *Revista Iberoamericana do turismo*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. Organization (Vol. 22). <http://doi.org/10.1080/08911760903022556>

UNWTO, (2019). Définitions du tourisme de l'OMT. In UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>