



ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**EVOLUÇÃO DO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO
APLICADO À REGIÃO NORTE DE PORTUGAL: UM
CONTRIBUTO ESTRATÉGICO**

Carlos Luís Mendonça Pera

*Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do Grau
de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas*

Orientada por

Professora Doutora Paula Odete Fernandes

Bragança, abril de 2015.



ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**EVOLUÇÃO DO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO
APLICADO À REGIÃO NORTE DE PORTUGAL: UM
CONTRIBUTO ESTRATÉGICO**

Carlos Luís Mendonça Pera

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas

Orientada por

Professora Doutora Paula Odete Fernandes

Bragança, abril, 2014

***“Estafado de nomadismo,
o homem pré-histórico sedentarizou-se.
Saudoso desse tempo,
o homem moderno inventou o turismo.”***

Carlos Ferreira (escritor Mirandês, 2014)

Resumo

O presente trabalho tem como objeto de estudo a região Norte de Portugal - NUT II -, e o objetivo de estudo assentou em aplicar o índice de desenvolvimento turístico à região em estudo. Para tal, pretendeu-se realçar a importância do turismo, várias vezes apresentado como a solução para os diferentes problemas do desenvolvimento dos destinos.

Assim, procedeu-se à caracterização da região com um enquadramento histórico, patrimonial e cultural, tendo em conta a entidade responsável pela promoção turística e os produtos estratégicos da mesma. De seguida pretendeu-se apresentar alguns números para o turismo na região Norte, em termos de procura e oferta turística, das potencialidades turísticas que a região oferece e a sua evolução de empreendimentos turísticos, partindo do ano base de 2009 até aos dados mais recentes e atualizados. Por fim, aplicou-se o índice de desenvolvimento turístico na região Norte, tendo em atenção que os impactos do turismo se têm revelado de difícil medição, devido à grande variedade de variáveis que abrange e pela complexidade das relações existentes entre essas mesmas variáveis.

Pelos resultados obtidos pode concluir-se atendendo à caracterização da procura e oferta turística que a região Norte evoluiu no período em estudo (2009 – 2012), tendo o seu índice de desenvolvimento turístico evoluído da fase de exploração, para a fase de envolvimento e encontra-se atualmente em crescente. Pôde, ainda, verificar-se a existência de uma grande assimetria da região do Grande Porto para as restantes regiões da NUT II Norte. Assimetria esta que deve ser combatida no sentido de ter uma região Norte mais igual em termos de qualidade e de oferta turística.

Palavras-Chave: Índice de Desenvolvimento Turístico, Turismo, Região NUT II Norte, Condições Turísticas.

Abstract

This study has as object of study the north of Portugal - NUT II. The purpose of it was based on applying the tourist development index to the region studied. To this end, it was intended to highlight the importance of tourism, often presented as the solution to the several problems of destinations development.

So it was proceeded to the characterization of the region with a historical, heritage and cultural framework, taking into account the entity responsible for tourism promotion and strategic products of the same. Then it was intended to present some numbers for tourism in the north region, in terms of demand and tourism supply, the tourism potential offered by the region and its development of tourist facilities, from 2009 until most recent data and updated. Finally, it was applied the tourism development index in the north, bearing in mind the impacts of tourism have been shown hard to measure due to the large variety of variables covering and the complexity of the relationship between these variables.

The show that it can be concluded in view of the characterization of demand and tourism supply that the north has developed during the study period (2009 - 2012). Also, the tourism development index evolved from exploration phase to the commitment phase and is now in growing. Could also verify the existence of a large asymmetry of the Grande Porto region to other regions of the NUTS II North of Portugal. This asymmetry that must be tackled in order to have a more equal north region in terms of quality and tourism supply.

Keywords: Tourism Development Index, Tourism, Region NUTS II North, Tourist Conditions.

Resumen

Este trabajo tiene como objeto de estudio el Norte de Portugal - NUT II - y el propósito del estudio se basó en la aplicación del Índice de desarrollo turístico de la región estudiada.

Con este fin, hemos tratado de poner de relieve la importancia del turismo, a menudo presentado como la solución a los diversos problemas del desarrollo de los destinos.

Así se procedió a la caracterización de la región con un histórico, el patrimonio y marco cultural, teniendo en cuenta la entidad encargada de la promoción del turismo y los productos estratégicos de la misma.

Entonces se tenía la intención de presentar algunos números para el turismo en el Norte, en términos de demanda y el turismo, el potencial turístico que ofrece la región y su desarrollo de instalaciones turísticas, a partir del año base 2009 con los datos más recientes y actualizado.

Por último, se aplicó el índice de desarrollo de turismo en el Norte, teniendo en cuenta los impactos del turismo ha resultado difícil de medir debido a la gran diversidad de variables que cubren y la complejidad de la relación entre estas variables.

De los resultados obtenidos se puede concluir dada la caracterización de la demanda y la oferta turística que el Norte ha evolucionado durante el período de estudio (2009 - 2012), y su índice de desarrollo turístico evolucionado la fase de exploración a la fase de compromiso y actualmente está en crecimiento.

También se pudo comprobar la existencia de una gran asimetría en la región del Grande Porto a otras regiones de la NUTS II del Norte. Esta asimetría debe ser combatida con el fin de tener una región Norte más igualitaria en términos de calidad y oferta del turismo

Palabras clave: Índice de Desarrollo Turístico, Turismo, Región NUTS II Norte, Condiciones turísticas.

*Ao meu filho,
o meu farol, que me faz acreditar nos sonhos todos do mundo,
à minha companheira a Susana, por estar sempre presente,
à minha Mãe e aos meus Avós pela força e apoio incondicional,
ao meu Pai , que já não se encontra entre nós,
mas que sem tudo o que me ensinou,
eu não estaria agora aqui.*

Agradecimentos

A minha primeira palavra de reconhecimento vai para a minha orientadora, a professora doutora Paula Odete Fernandes, a quem devo a oportunidade para apresentar este trabalho e a disponibilidade para me prestar a necessária atenção e aconselhamento, ao longo do desenvolvimento desta dissertação.

Quero também agradecer ao meu pai, que apesar de já ter partido, tanto me ajuda, à minha Mãe, à Susana, aos meus Avós pela força e paciência e ao meu filho que é tão novo e tanto me ensina. Deixo também um agradecimento ao Dr. Carlos Ferreira pelos vários esclarecimentos.

A todas as instituições que contribuíram para finalizar este trabalho, os meus sinceros agradecimentos, dos quais destaco:

- ANA – Aeroportos de Portugal;
- Direção Geral de Administração e Emprego Público;
- Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal;
- Estradas de Portugal;
- Guarda Nacional Republicana;
- Instituto Politécnico de Bragança;
- Polícia de Segurança Pública.

Quero ainda agradecer aos colegas, professores, restante família e amigos, a minha gratidão pelo esforço, coragem, empenho, entusiasmo e pela convivência, que foram essenciais não só para o sucesso deste mestrado e para a realização desta dissertação, mas também por exteriorizar os sentimentos conquistados no ceio deste instituto.

A todos que de certa forma direta ou indireta não me deixaram tão sozinho nesta “caminhada do conhecimento”, o meu profundo e sentido, Obrigado.

Lista de abreviaturas e sigla

a. C - Antes de Cristo

CAE Rev - Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão

CCDRN - Comissão Coordenadora de Desenvolvimento Regional Norte

EUROSTAT - *Statistical Office of the European Union*

Hab - Habitantes

IDT - Índice de Desenvolvimento Turístico

IMTT - Instituto da Mobilidade dos Transportes Terrestres

INE - Instituto Nacional de Estatística

IP - Índice Preferência

IST - Índice de Saturação Turística

IVA - Imposto de Valor acrescentado

Km - Quilómetro

Km² - Quilómetro quadrado

N.º - Número

NUT I - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível I

NUT II - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível II

NUT III - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível III

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

PENT - Plano Estratégico Nacional de Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

p.p - Ponto Percentual

TALC - *Tourism Area Life Cycle*

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

UNWTO - *World Tourism Organization*

VAB - Valor Acrescentado Bruto

WTTC - *World Travel and Tourism Council*

Índice

Lista de figuras	xii
Lista de tabelas	xiv
INTRODUÇÃO	1
1. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO	2
1.2. A importância económica do turismo	3
2. A REGIAO NUT II NORTE	7
2.1. Enquadramento histórico da região	7
2.2. Enquadramento económico	8
2.3. Património histórico e cultural e caracterização do património classificado pela UNESCO	12
2.4. Caracterização dos produtos turísticos estratégicos da região NUT II Norte	15
2.5. A entidade regional de turismo responsável pela promoção da região	20
3. TURISMO NA REGIAO NUT II NORTE	23
3.1. Caracterização da procura turística	23
3.2. Caracterização da oferta turística	28
3.3. Potencialidades turísticas da região NUT II Norte	34
4. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	37
4.1. Objetivo do estudo	37
4.2. Recolha de informação e tratamento de dados	37
4.3. Descrição do índice de desenvolvimento turístico	37
5. EVOLUÇÃO DO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO APLICADO À NUT II NORTE	44
5.1. Os fatores determinantes do índice de desenvolvimento turístico	44
5.2. As condições turísticas	45
5.3. O perfil de turista que visita a NUT II Norte	47
5.4. Análise descritiva das variáveis do índice de desenvolvimento turístico	48
5.5. Aplicação do índice de desenvolvimento turístico à região Norte de Portugal	51
CONCLUSÕES E FUTUROS ESTUDOS	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
Anexos	65

Lista de Figuras

Figura 1 -	Peso das receitas do PIB e valor das receitas em €	4
Figura 2 -	Entrada de turistas em Portugal	4
Figura 3 -	Contribuição direta do turismo para a criação de emprego indireto em .. Portugal (2009-2024)	5
Figura 4 -	Contribuição total do turismo para a criação de emprego total em Portugal. (2009-2024)	6
Figura 5 -	Mapa região NUT II Norte, por NUT III	7
Figura 6 -	Mapa estradas NUT II Norte	8
Figura 7 -	Evolução real do PIB em %, trajetória de crescimento económico	9
Figura 8 -	Trajetórias regionais de convergência e divergência	10
Figura 9 -	Taxa de desistência no ensino básico regular	10
Figura 10 -	Taxa de escolarização no ensino superior	11
Figura 11 -	Taxa de variação dos postos de trabalho	11
Figura 12 -	Principais recursos por região – NUT II	13
Figura 13 -	Proposta de potenciais ações a aprofundar – Porto e Norte	16
Figura 14 -	Produtos estratégicos por região NUT II	16
Figura 15 -	Evolução do total de hóspedes e dormidas na região NUT II Norte	23
Figura 16 -	Estada média nos estabelecimentos hoteleiros	25
Figura 17 -	Média do índice de preferência das NUT III da região NUT II Norte (2009- . 2012)	26

Figura 18 - Índice de preferência de portugueses e estrangeiros na região NUT II Norte	26
Figura 19 - Número de estabelecimentos e número de camas/capacidade na região NUT II Norte e em Portugal	29
Figura 20 - Evolução dos estabelecimentos hoteleiros na região NUT II Norte	30
Figura 21 - Número e percentagem de estabelecimentos hoteleiros por NUT III na região NUT II Norte para o ano de 2012	31
Figura 22 - Capacidade alojamento/camas por NUT III na região NUT II Norte para o ano de 2012	31
Figura 23 - Evolução do número de empresas do sector de hotelaria - alojamento, restauração e similares (2014)	32
Figura 24 - Volume de negócios e atividade económica de empresas do sector de hotelaria	32
Figura 25 - Pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros	33
Figura 26 - Valor acrescentado bruto de atividades de alojamento e restauração	33
Figura 27 - Representação gráfica do IDT da região NUT II Norte no período em estudo	54

Lista de Tabelas

Tabela 1 -	Taxa de desemprego Total e 15-24 anos	12
Tabela 2 -	Promoção feita pela entidade responsável na NUT II Norte	21
Tabela 3 -	Variação de dormidas anuais	24
Tabela 4 -	Proveitos de aposento dos estabelecimentos hoteleiros por ano (2013) ...	25
Tabela 5 -	População, hóspedes e índice saturação nas NUT III da região NUT II Norte de Portugal	27
Tabela 6 -	Recursos turísticos primários mais relevantes na região do Norte	35
Tabela 7 -	Principais recursos turísticos por submarcas turístico-promocionais	35
Tabela 8 -	Produtos turísticos prioritários da região do Norte	36
Tabela 9 -	Fases do TALC em função dos valores do IDT e inclinação da reta tangente ao modelo	42
Tabela 10 -	Lista de variáveis e indicadores do IDT	43
Tabela 11 -	Lista de variáveis e indicadores utilizados para o cálculo do IDT (adaptado)	50
Tabela 12 -	Variáveis e Valor do IDT na região NUT II Norte no período do estudo	51
Tabela 13 -	Valores relativos de cada variável e valor do IDT para a região NUT II Norte no período do estudo	52

INTRODUÇÃO

A escolha da presente temática vai ao encontro à vontade de perceber em que medida se pode entender a ação do turismo, como fator responsável para dinamização e desenvolvimento das regiões, neste caso, da região NUT II Norte. Segundo Briedenhann e Wickens (2004) consideram que o turismo tornou-se no motor de desenvolvimento de todo o mundo, a diversos níveis, como o económico, social, ambiental, gerando desta forma emprego, criação e revitalização de infraestruturas.

Outro aspeto importante para a escolha deste tema encontra-se relacionado com o facto de um dos autores, do presente trabalho, exercer funções no setor do turismo, na entidade regional de turismo do Porto e Norte de Portugal.

O turismo identifica-se como sendo uma importante área, que contribui para o desenvolvimento dos territórios. Nas áreas mais desfavorecidas que contemplam e preservam património paisagístico e cultural com potencial a desenvolver, pode ser visto como uma nova oportunidade de rentabilidade sustentável através da promoção e no que respeita a procura e oferta de bens e serviços a nível local e rural (Gannon, 1994).

A região NUT II Norte é uma região diversificada em termos físicos e socioeconómicos, com um vasto leque de recursos e produtos turísticos que, constituem uma imagem forte e de elevado potencial turístico. Desde o ano de 2009 tem-se assistido a um desenvolvimento de esforços no sentido de uma maior divulgação e promoção da região, por parte das entidades oficiais locais e nacionais. Pretende-se com o presente trabalho perceber este fenómeno do turismo, numa região tão rica em termos sociais, culturais, históricos e económicos, como é a região NUT II Norte. Neste contexto, procedeu-se à caracterização da região com um enquadramento histórico, patrimonial e cultural, tendo em conta a entidade responsável pela promoção turística e os produtos estratégicos da mesma. De seguida pretendeu-se apresentar alguns números para o turismo na região Norte, em termos de procura e oferta turística, das potencialidades turísticas que a região oferece e a sua evolução de empreendimentos turísticos, partindo do ano base de 2009 até aos dados mais recentes e atualizados. Por fim, aplicou-se o índice de desenvolvimento turístico na região Norte. Foi necessário recorrer a fontes externas para a obtenção de dados estatísticos, de forma a analisar e estudar a região NUT II Norte no período de 2009 a 2014.

O presente trabalho encontra-se dividido em cinco pontos: nos primeiros é feita uma análise aos aspetos do 'termo turismo', é caracterizada a região NUT II Norte, é caracterizado o turismo na região NUT II Norte e descrita a metodologia da investigação. No quinto e último ponto e para dar resposta a principal objetivo deste estudo, vai ser analisada "A evolução do índice de desenvolvimento turístico na região NUT II Norte", de ano para ano no período em estudo (2009-2012).

1. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO

1.1. Aspetos conceptuais do termo ‘turismo’

Quando se pensa em turismo, pensa-se, em pessoas que se deslocam para viajar, passear, visitar amigos ou família, tirar férias e divertir-se. A atividade turística é um conjunto de complexos entendimentos, considerações, fatores, variáveis condicionantes e âmbitos, (Goeldner, Brent & McIntosh, 2002). Segundo os mesmos autores, pode-se incluir na definição de turismo pessoas que estão em congressos, reuniões de negócios ou outro tipo de atividade empresarial ou profissional, bem como pessoas que estão em viagens de estudo com um guia especializado ou a fazer algum tipo de pesquisa ou estudo científico. De salientar que estes visitantes durante a sua estada utilizam diferentes meios de transporte, desde o automóvel, transportes públicos o avião, o barco, o táxi.

Ao utilizar os transportes inclui-se o termo viagem, logo as pessoas viajam, envolvendo-se assim em turismo. Pode-se dizer que o turismo reúne diferentes tipos de acontecimentos e relações causadas da interação de turistas, empresas, governos e comunidades residentes, no sistema de chamar e receber turistas bem como outros visitantes. É um conjunto de atividades, serviços e setores que oferecem uma experiência de viagem, que vai desde os transportes, empreendimentos turísticos, alimentação, compras, entretenimento, ate aos locais para atividades/visitas e outros.

Segundo Cunha (2001), a primeira definição de turismo, surge no início do século XX pela mão de Schrattenhofen, o qual aconselha que o turismo é o conjunto de todos os fenómenos, mas primeiramente de ordem económica, que se produzem pela chegada, permanência e partida de viajantes a uma região e que estão diretamente ligados entre eles.

Mais tarde segundo Hunziker e Krapf (citado por Cunha e Abrantes, 2013, p. 16), definiram o turismo como o *“conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal”*.

Cunha e Abrantes (2013) o turismo, conseqüentemente, é o resultado da forma como é ocupado o tempo livre mas distingue-se do recreio na medida em que implica necessariamente uma deslocação enquanto o recreio pode ou não dar origem a uma viagem.

Ainda segundo os mesmos autores, pode-se encarar o turismo sob o ponto de vista conceptual, em que consideram a definição apresentada por Mathienson e Wall (1982), que considera o turismo como a saída temporária de pessoas dos seus locais normais de trabalho e de residência, bem como as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades produzidas para ir ao encontro das suas necessidades, do ponto de vista técnico, em que consideram a definição da OMT, que considera o turismo como as atividades desenvolvidas por pessoas nas suas viagens e estadas em locais localizados fora do seu ambiente habitual por um período seguido que não ultrapassasse um ano, seja por motivos de lazer, de negócios e outros.

Do ponto de vista da procura, o turismo consiste na deslocação temporária de indivíduos, independentemente das suas motivações, para locais diferentes do seu ambiente habitual, com objetivos diferentes da obtenção de remuneração.

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

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

O turismo é também visto, como uma estratégia de desenvolvimento económico e social, na medida em que contribui para o aumento de rendimentos, para a construção de novas infraestruturas, para a formação de recursos humanos, para a criação de emprego e aumento de produção, para entrada de divisas, e em geral, a criação de mais riqueza (Simões, 1993).

A Organização Mundial do Turismo (OMT), uma agência especializada das Nações Unidas (ONU) (1987) definiu o turismo como sendo a saída para fora do local de residência, por motivos não económicos, por um período de tempo maior a 24 horas e menor a 60 dias.

Para Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) o turismo pode ser visto como o conjunto dos fenómenos e relações que são causados através da relação de turistas, empresas, governos locais e comunidades acolhedoras, no sistema de captar e receber turistas e outros visitantes.

1.2. A Importância Económica do Turismo

Em Portugal pode destacar-se o turismo como sendo uma das atividades económicas mais importantes no país, ele tem bastante impacto na balança de pagamentos, no produto interno bruto (PIB), na criação de postos de trabalho, de investimento e rendimento, tornando-se assim gerador de desenvolvimento de outras atividades económicas. O peso do turismo na economia portuguesa tem vindo a crescer nos últimos anos, tendo-se tornado um dos principais sectores da economia portuguesa.

De acordo com a Figura 1, em Portugal observou-se um crescimento anual nas receitas de 2,5%, entre 2000 e 2004, atingindo os 6.307 milhões de euros, o que equivale a 11% do PIB.

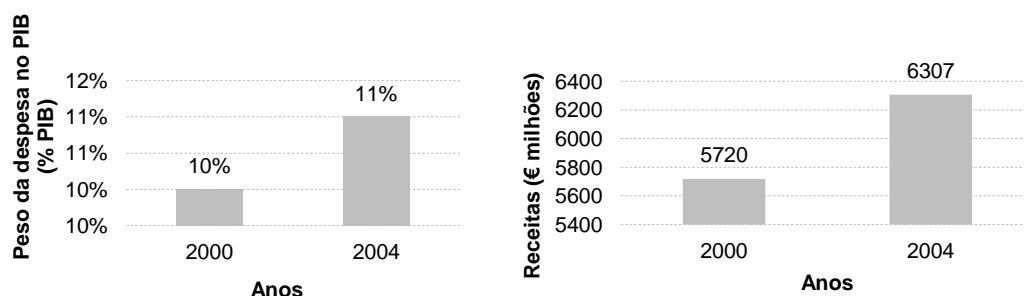


Figura 1. Peso das receitas no PIB e valor das receitas em €.

Fonte: Instituto nacional de estatística (INE, 2014).

O crescimento substancial da atividade turística torna claramente o turismo como um dos fenómenos económicos e sociais mais marcantes do século passado. O número de chegadas internacionais mostra uma evolução de apenas 25 milhões de chegadas internacionais em 1950 para um valor estimado de 806 milhões em 2005, correspondendo a uma taxa média de crescimento anual de 6,5%

O turismo tem uma importância verdadeiramente estratégica para a economia portuguesa em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego. Trata-se de um sector em que temos vantagens competitivas claras como sucede com poucos outros. *“Está a ter lugar uma grande aposta no turismo por parte do governo e dos empresários do sector”*, tal como referiu Manuel Pinho, ex. ministro da economia, (PENT, 2006, p.1).

A análise aos valores apresentados na Figura 2 (Tabela A.I, do anexo) mostra que segundo o WTTC (*World Travel & Tourism Council*), Portugal tem desde o ano de 2009 assistido a um crescimento de turistas que entram no país.

Apesar de a partir do ano de 2009 se verificar que o número de turistas que visitam o país cresceu, o valor por eles gasto não acompanhou de forma tão significativa esse crescimento, esse facto pode estar relacionado com a inflação, provocando um decréscimo do consumo.

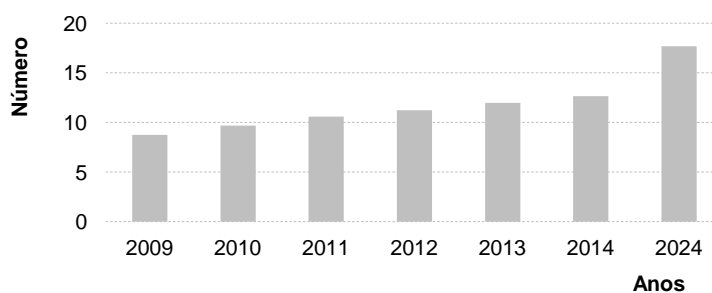


Figura 2. Entrada de turistas em Portugal.

Fonte: WTTC (2014).

Segundo a WTTC (2014), o sector do turismo gerava em Portugal no ano de 2009, 310 mil empregos, no ano de 2010, 318 mil empregos, no ano de 2011, 319 mil empregos e no ano de 2012, 317 mil empregos, Figura 3 (Tabela A.II, do anexo), de referir que neste ano houve um pequeno decréscimo, que em parte estará associado ao aumento do IVA (Imposto de Valos Acrescentado) na restauração.

O WTTC engloba para estes número de criação de emprego direto e indireto, os estabelecimentos hoteleiros, agentes de viagem, companhias aéreas e outros serviços de transporte de passageiros (excluindo serviços de transporte regional). As atividades de restauração e indústrias de lazer suportadas diretamente pelos turistas também estão aqui Incluídas (WTTC, 2014).

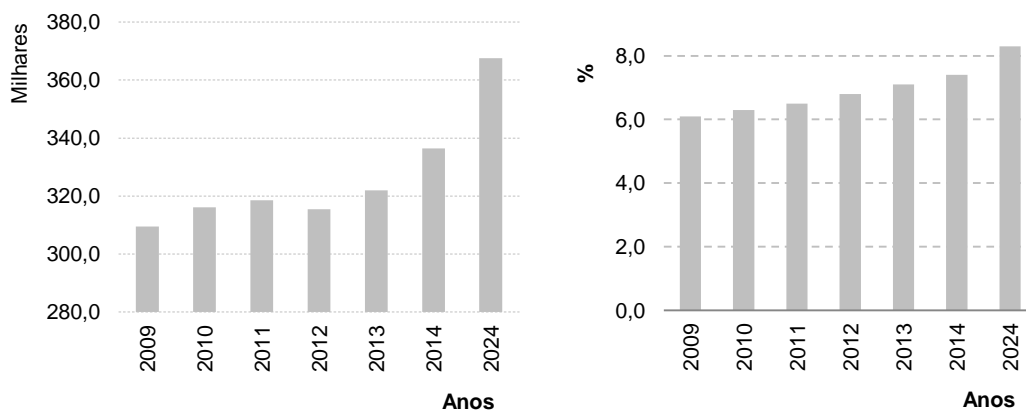


Figura 3. Contribuição direta do turismo para a criação de emprego indireto em Portugal (2009-2024).

Fonte: WTTC (2014).

A Figura 3, o gráfico do lado esquerdo (Tabela A.I, do anexo), representa a evolução do emprego, a nível absoluto e em termos percentuais relativamente a toda a economia.

Analisando o gráfico, do lado direito, no ano de 2009 a empregabilidade gerada pelo turismo passava dos 6%, em 2010 esta nos 6,3%, em 2011 estava nos 6,5% e em 2012 estava nos 6,9% do total de empregos existentes no país. Já no ano de 2013 o turismo em Portugal conseguiu ultrapassar os 7% e nos anos próximos espera-se que continue a crescer ate passar os 8%.

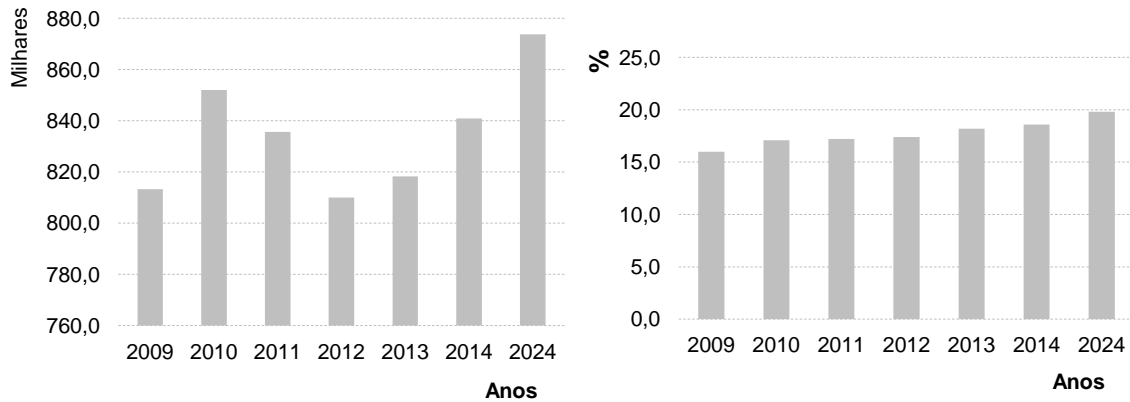


Figura 4. Contribuição total do turismo para a criação de emprego total em Portugal (2009-2024).

Fonte: WTTC (2014).

Segundo o WTTC a contribuição total do turismo para a criação total de emprego Figura 4 (Tabela A.II, do anexo), inclui impactos mais amplos deste sobre a economia. Inclui o PIB e o emprego apoiado em: investimento em gastos e viagens de turismo; os gastos do governo em viagens e turismo, uma vez que é feito em nome da população em geral; as compras internas de bens e serviços por parte dos setores que lidam diretamente com os turistas; e mede a contribuição do emprego apoiado pelos gastos daqueles que estão direta ou indiretamente empregadas pela indústria de viagens e turismo no PIB.

2. A REGIAO NUT II NORTE

2.1. Enquadramento Histórico da Região

A região Norte, Figura 5, é uma região ou unidade territorial para fins estatísticos de nível II (NUT II – nomenclatura de unidade territorial, nível II), de Portugal, que integra 8 NUT de nível 3. A mesma encontra-se dividida pelos distritos de Viana do Castelo, Braga, Porto, Vila Real e Bragança, e parte dos distritos de Aveiro, Viseu e Guarda. No Norte e Leste limita com Espanha (Galiza e Castela e Leão, nomeadamente), a Sul com a região centro do país e a oeste com o oceano atlântico.

Esta NUT II é uma das maiores áreas territoriais de Portugal, pois tem uma fronteira terrestre internacional de 568 km e um perímetro da linha de costa de 142 km. A sua área (km²) é de: 21.286, conta com 175,8 habitantes/km² e uma população de (Nº): 3.741.092 (2010).

Esta região, atualmente, encontra-se dotada de: dois portos marítimos (Viana do Castelo e Leixões); 516,2 km de rede ferroviária: eletrificada: 397 km; dupla: 119,2 km; vasta rede rodoviária de autoestradas e itinerários complementares Figura 6, um aeroporto - Porto; nove aeródromos - Braga, Bragança, Maia, Mirandela, Mogadouro, Vila Real, Chaves, Espinho, Macedo de Cavaleiros (heliporto).

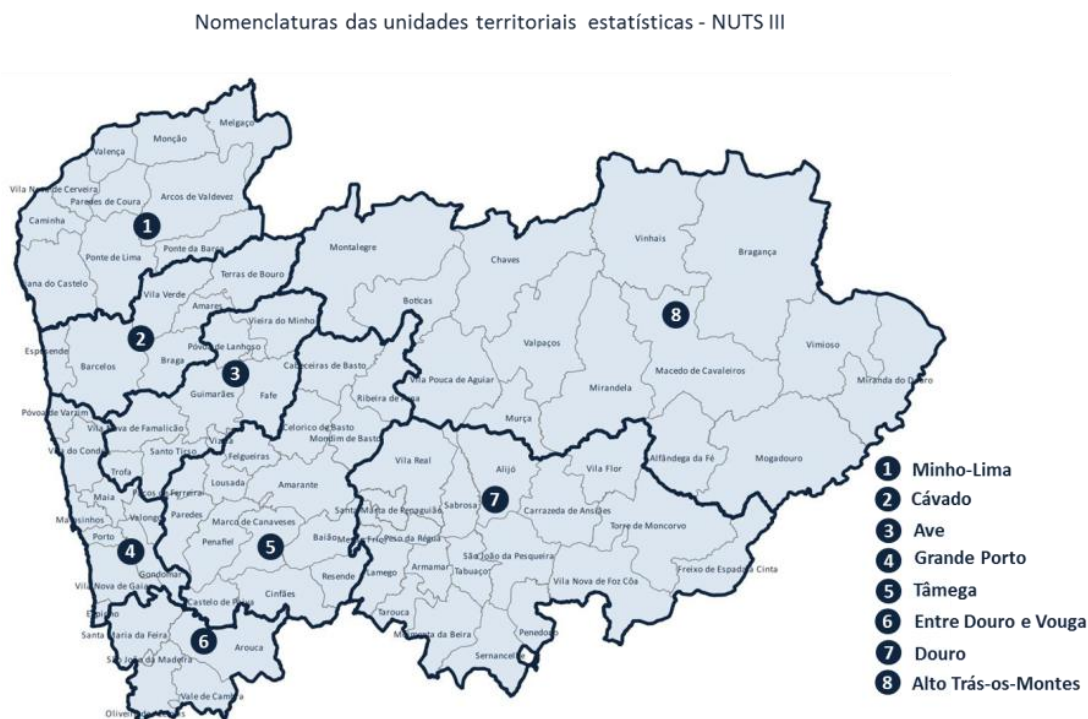


Figura 5. Mapa região NUT II Norte, por NUT III.

Fonte: CCDRN (2014).



Figura 6. Mapa estradas NUT II Norte.

Fonte: IMTT (2014).

Em 1969 foi criada a região do Norte que é uma unidade administrativa de planeamento, e dividida nas sub-regiões do Litoral Norte (agrupando os distritos de Viana do Castelo, Braga e Porto) e do Interior Norte (agrupando os distritos de Vila Real e Bragança). Mas só em 1986 e de acordo com classificação europeia criada pela EUROSTAT, Serviço de Estatística da Comissão Europeia, cada estado membro foi subdividido em NUT I. Em Portugal o Decreto-lei n.º 46/89 de 15 de Fevereiro, ditou a divisão do país em regiões NUT II, como é o caso da região NUT II Norte.

2.2. Enquadramento Económico

O ano de 2009 foi, um ano em que começou uma crise financeira que teve efeitos em vários países, entre os quais Portugal, e que se viria a prolongar por mais anos. Com a crise instalada, a procura externa ficou condicionada, sendo os países e as regiões com maior tendência exportadora prejudicados, foi o caso da região

NUT II Norte, que viu o seu PIB Real cair mais do que o do país (-3,6% na região do Norte e -2,9% em Portugal), Figura 7, (CCDRN, 2013). Mas logo, no ano de 2010 e como resposta dos vários países a crise instalada, verificasse o PIB real a crescer 1,5% na UE27, 1,9% em Portugal e 2,7% na região Norte. Como em Portugal continuou a crise da dívida e a aplicação do programa de ajustamento financeiro o PIB voltou a decrescer nos anos de 2011 e 2012, Figura 7, (CCDRN, 2013),

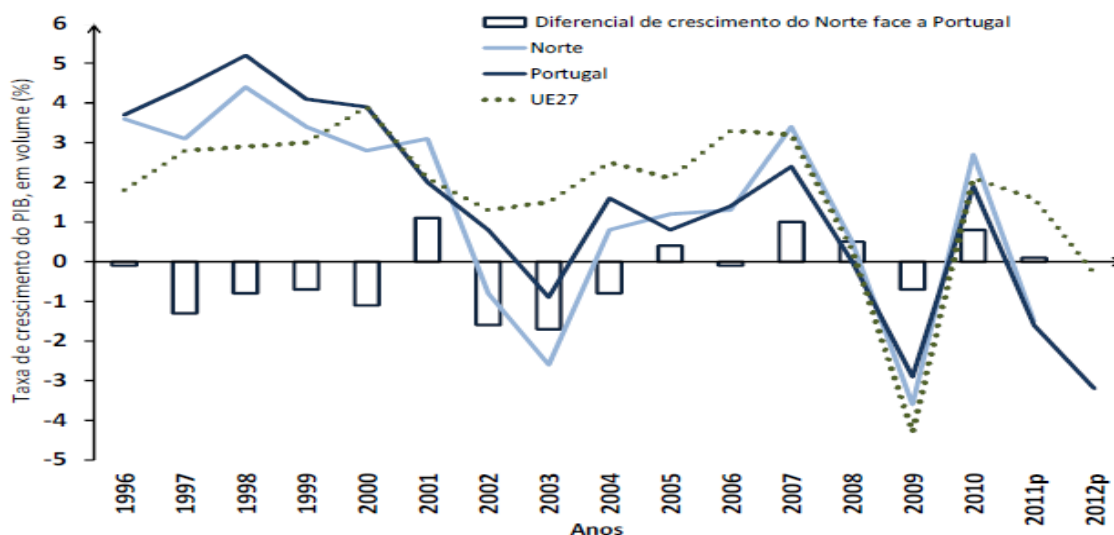


Figura 7. Evolução real do PIB em %, trajetória de crescimento económico.

Fonte: CCDRN (2013, p.11).

Através da Figura 8 verifica-se que ao longo dos anos houve uma redução das assimetrias entre as regiões. Porém, as sub-regiões NUT III grande Porto, entre Douro e Vouga e Ave que inicialmente apresentavam um grau de desenvolvimento mais elevado, apresentam agora uma tendência de comportamento negativo, e as sub-regiões NUT III Tâmega, Minho-Lima, Trás-os-Montes e Douro que inicialmente tinham um desenvolvimento mais reduzido, estão nos últimos anos a reduzir essa diferença. Apesar da diferença ser menor hoje em dia do que era há 10 anos, o dualismo estrutural existente na região NUT II Norte aprofundou-se.

De um lado, a “*região urbana metropolitana, que tem o seu centro na área metropolitana do Porto e que acaba por confluir, sem grandes descontinuidades, na conurbação do Noroeste (“Arco Metropolitano do Noroeste”, de acordo com a designação atribuída pelo Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território).* Do outro, as áreas rurais, marcadas pelo envelhecimento, e pelo êxodo populacional e, por uma atividade agrícola em declínio e polarizadas pelas sedes de concelho e outros pequenos centros urbanos, que, apesar de tudo, têm permitido estancar, pelo menos em parte, o esvaziamento do interior da região do Norte” (CCDRN, 2013, p. 14).

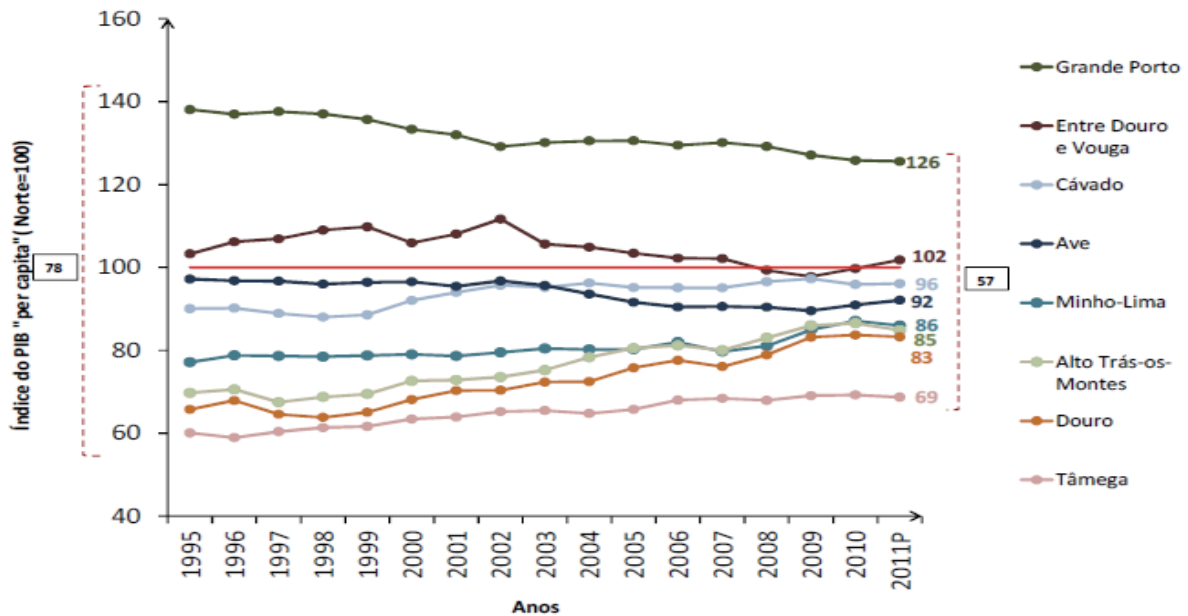


Figura 8. Trajetórias regionais de convergência e divergência.

Fonte: CCDRN (2013, p.11).

A região NUT II Norte conseguiu desde o ano 2000/05 até ao ano 2010/11 uma melhoria de 5% no combate a desistência do ensino básico, Figura 9 (Tabela A.III, do anexo). Mas no ano de 2011/2012, essa melhoria decresceu para 2,7%, provavelmente um maior número de pessoas desistiu de estudar devido a crise que o país vive nesse período, Figura 9.

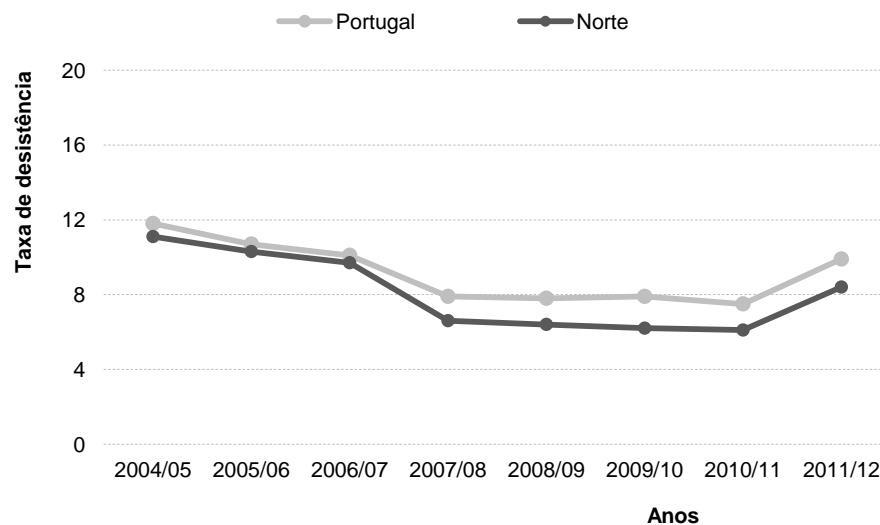


Figura 9. Taxa de desistência no ensino básico regular.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

No que respeita a conclusão do ensino superior a região NUT II Norte conseguiu desde o ano 2000 até ao ano 2012 uma melhoria de 5,3%, no aumento da taxa de escolarização do ensino superior. No ano de 2012 a região NUT II Norte tem uma taxa de 28,8 %, Figura 10 (Tabela A.IV, do anexo).

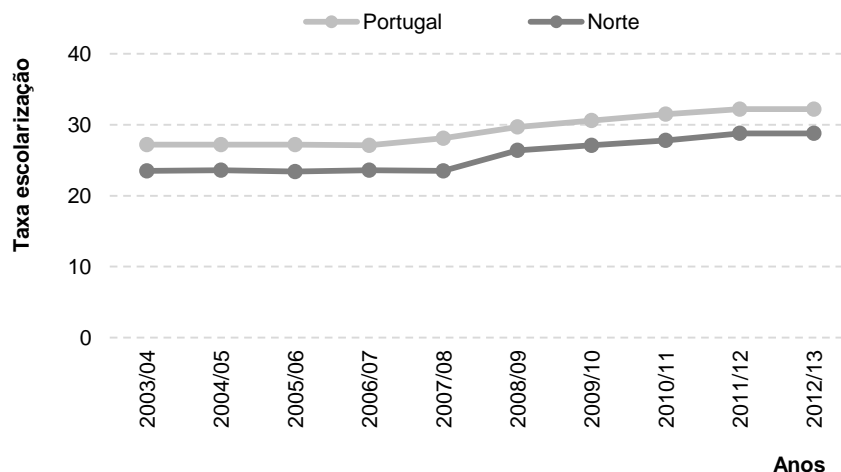


Figura 10. Taxa de escolarização no ensino superior.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Devido às crises (crise financeira internacional, crise da dívida soberana) que entre outros países, Portugal também atravessou (e ainda atravessa) e que levaram o país ao programa de assistência financeira, a região NUT II Norte, reflete também os efeitos dessas crises.

Entre 2008 e 2012 (valores médios anuais), a região do Norte sofreu a perda de 157 mil empregos, Figura 11 (Tabela A.V, do anexo), em termos líquidos (CCDR-N, 2014). Desde o ano de 2008. O país entrou numa recessão preocupante, e no ano de 2012 a taxa de emprego na região NUT II Norte foi de 65,5%.

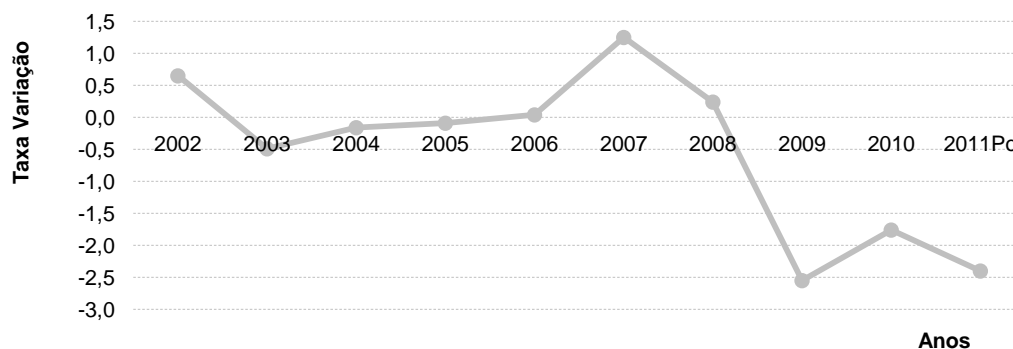


Figura 11. Taxa de variação dos postos de trabalho.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Verifica-se que a taxa de desemprego aumentou no ano de 2013 para 16,2% em Portugal e na região NUT II Norte foi de 17,1%. Entre os jovens da faixa etária dos 15 - 24 anos, o desemprego atingiu no ano de 2012 o 33% na região NUT II Norte (Tabela 1) e (Tabela A.VI, do anexo). O Desemprego tem aumentado de ano para ano na região NUT II Norte.

Tabela 1. Taxa de desemprego total e 15-24 anos.

Local de residência	2011		2012		2013	
	Grupo etário					
	Total	15 - 24 Anos	Total	15 - 24 Anos	Total	15 - 24 Anos
	%	%	%	%	%	%
Portugal	30,3	38,1	15,5	37,9	12,7	16,2
Continente	30,0	37,6	15,5	37,5	12,7	16,1
Norte	29,0	35,4	16	33,0	13	17,1

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Por outro lado, a remuneração do trabalho na região do Norte continua abaixo da média nacional (CCDRN, 2014).

2.3. Património Histórico e Cultural e Caracterização do património classificado pela UNESCO

A região NUT II Norte de Portugal é uma região de antiga ocupação pelo homem, local de cruzamento das culturas atlânticas e mediterrânicas, esta região é particularmente rica em termos de recursos naturais, de património histórico/cultural.

Esta região é rica em montanhas, a ruralidade é marcante no interior, Trás-os-Montes Alto Douro e os amplos territórios da Meseta Ibérica. O seu valioso património histórico e cultural que vai desde o vinho, o vinho do Porto, este grande embaixador português, a língua Mirandesa, segunda língua oficial de Portugal, as festas e romarias existentes por toda a região e na sua maioria, associadas a acontecimentos religiosos, o artesanato (bordados, linho, têxteis e tapeçaria, joalheria e filigrana), cerâmica e olaria popular trabalhos em madeira, couro, cobre, estanho, ferro forjado e vime entre outros que aliados aos demais recursos do território faz da região um destino turístico de eleição em Portugal.

Porto e Norte

- Cidade do Porto
- Caves de Gaia – Vinho do Porto
- Cidades históricas (Guimarães, Braga e Viana)
- Rio Douro
- Alto Douro Vinhateiro
- Parques Naturais (ex: Parque Nacional Peneda Gerês)
- Património arqueológico (Foz Côa)
- Gastronomia e vinhos (ex. Vinho do Porto).



Figura 12. Principais recursos por região – NUT II.

Fonte: PENT (2006, p.71).

Do património da região pode-se destacar o património mundial da humanidade, classificado pela UNESCO, que faz deste destino turístico, um dos que mais património classificado pela UNESCO possui: dois centros históricos – Porto e Guimarães, inscritos, respetivamente, em 1996 e 2001 –, os sítios arqueológicos do Vale do Côa, inscritos em 1998, e a paisagem cultural do Alto Douro Vinhateiro, inscrita em 2001.

A existência destes valores de caráter universal e únicos na região asseguram a identidade do que foi a sua história, e a integridade destes bens culturais levou a atribuição destas classificações e significa o reconhecimento.

O Norte de Portugal contempla muitos outros bens culturais, mas estes quatro podem ser identificados como exemplos representativos de toda uma região, onde se mantém testemunhos claros da história já passada do homem em momentos diversos, dispersos por todo o território, que é rico em exteriorizações, ao nível da arquitetura, da arte e da paisagem.

As seguintes caracterizações do património mundial classificado pela UNESCO tiveram como suporte bibliográfico a informação disponibilizada na Comissão Nacional da Unesco (CNU, 2014), a saber:

Centro histórico de Guimarães:

Em Guimarães pode falar-se de uma "atmosfera" criada pela rudeza sombria do granito, contrastando com as cores vivas dos rebocos. Essa atmosfera é marcada por monumentos emblemáticos para a

história de Portugal – ao ponto de Guimarães se ter tornado num dos maiores ‘lugares de memória’ nacionais – como sejam o Castelo (século XII-XIII) e o Paço dos Duques de Bragança (século XV). No século XXI, Guimarães ganhou dimensão e acrescentou novos espaços e equipamentos culturais, apresenta uma agenda cultural forte e contemporânea e propõe aos habitantes e visitantes experiências únicas e surpreendentes.

Centro histórico do Porto:

Desenvolveu-se a partir de um pequeno núcleo situado no morro da Sé, no qual se documenta uma ocupação humana que remonta ao 1.º milénio a.C. As sucessivas ocupações fizeram convergir os mais variados interesses sociais e económicos que foram ampliando e modificando a cidade. Lugar de grande valor estético apresenta um tecido urbano e inúmeros edifícios históricos que testemunham o seu desenvolvimento ao longo de mais de mil anos. Obra-prima da criatividade humana, na articulação harmoniosa das ruas com o espaço envolvente e em especial com o rio Douro e Vila Nova de Gaia, apresenta uma unidade visual que lhe atribui um dos seus aspetos mais importantes, o cariz panorâmico. Organismo vivo, integrado numa área ativa da cidade, tornou-se “um valor universal excecional” reconhecido e que merece especial proteção e valorização.

Paisagem cultural do Alto Douro Vinhateiro:

A mais antiga região vitícola regulamentada do mundo. A paisagem cultural do Alto Douro combina a natureza monumental do vale do rio Douro, feito de encostas íngremes e solos pobres e acidentados, com a ação ancestral e contínua do homem, adaptando o espaço às necessidades agrícolas de tipo mediterrâneo que a região suporta. Esta relação íntima entre a atividade humana e a natureza permitiu criar um ecossistema de valor único, onde as características do terreno são aproveitadas de forma exemplar, com a modelação da paisagem em socalcos, preservando-a da erosão e permitindo o cultivo da vinha.

A região produz o famoso vinho do Porto, representando o principal vetor de dinamização da tecnologia, da cultura, das tradições e da economia local. O grande investimento humano nesta paisagem de singular beleza tornou possível a fixação das populações desde a longínqua ocupação romana, e dele resultou uma realidade viva e em evolução, ao mesmo tempo testemunho do passado e motor do futuro, solidamente ancorado na otimização dos recursos naturais e na preservação do ambiente.

Parque Arqueológico do Vale do Coa:

A arte do Coa foi uma das mais importantes descobertas arqueológicas do Paleolítico superior em finais do século XX em toda a Europa. Permitiu identificar um conjunto muito extenso de testemunhos de arte rupestre ao ar livre, datados entre ±25.000 a.C. a 10.000 a.C.

Nas rochas de xisto das margens do rio Coa, encontram-se gravados inúmeros animais, quase todos destas quatro espécies: auroques (tours selvagens), cavalos, veados e cabras monteses.

2.4. Caracterização dos Produtos Turísticos Estratégicos da Região NUT II Norte

Com a criação das novas entidades regionais de turismo, através do Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de Abril, houve várias alterações no quadro institucional do sector do turismo, das quais a criação dos produtos turísticos. Com esta criação está-se perante uma nova realidade.

Segundo Cunha e Abrantes (2013), existe a necessidade de perspetivar uma nova era do turismo caracterizado por um novo paradigma surgido por efeito da complexidade crescente da segmentação da procura, da globalização dos mercados e da flexibilidade decorrente das novas tecnologias, em particular nos domínios das telecomunicações e da informação.

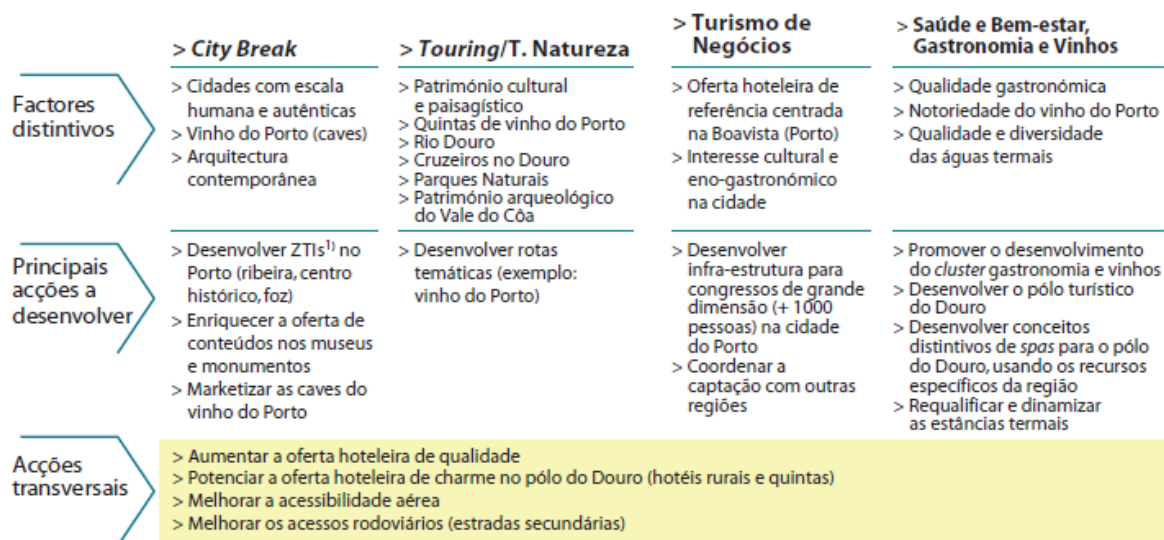
Enquanto o “velho turismo” se caracterizava pela massificação estandardizada, pela monocultura turística e pela pouca atenção dada às necessidades pessoais dos turistas, o “novo turismo” transforma os 4 S tradicionais (*Sun, Sea, Sand, Sex*) em “*Sophistication, Specialization, Segmentation, Satisfaction*” (Buhalis, 1998), ou seja, sofisticação da oferta, especialização dos produtos, segmentação da procura e satisfação dos consumidores turísticos.

O turismo deixa, portanto, de ter como base destinos, e passa a ser influenciado por produtos diversificados destinados a mercados diversificados.

De acordo com as linhas orientadoras do PENT (2006), o crescimento a curto prazo no Porto e Norte de Portugal deverá ter como base, Figura 13, os produtos *Touring, City Breaks*, Turismo de Natureza, Gastronomia e Vinhos e Turismo de Negócios, para o período temporal 2006-2015.

Esses produtos, Figura 14, deverão ter uma oferta multissegmentada, pois possibilitam implementar objetivos que permitem uma grande redução da sazonalidade.

O Porto e Norte deverá ainda apostar, no turismo de Saúde e Bem-estar, uma vez que é já identificado como uma das áreas geográficas com grande potencial para o desenvolvimento sustentado deste produto, considerando que é a região com maior número de estâncias termais (PENT, 2006). O turismo religioso, apesar de não ser considerado um produto estratégico, deve ser, e é na região NUT II Norte, trabalhado também com atenção, dado o seu caráter de movimentação de pessoas que alcança e por todas as tradições de âmbito religioso existentes na região (PENT, 2006).



1) Zonas Turísticas de Interesse

Figura 13. Proposta de potenciais acções a aprofundar – Porto e Norte.

Fonte: PENT (2006).



Figura 14. Produtos estratégicos para a região NUT II.

Fonte: PENT (2006).

Seguidamente e com base na informação do Turismo de Portugal (2006) vai descrever-se os produtos apresentados na figura anterior como prioritários.

Turismo natureza: “Viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da natureza”, (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

O PENT, coloca o Turismo Natureza como um produto de segundo nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: desenvolver rotas temáticas.

Este produto pode ser visto como:

- Turismo de natureza *soft*: “As experiências baseiam-se na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.)”, (Turismo de Portugal, 2006).

- Turismo de natureza *hard*: “As experiências relacionam-se com a prática de desportos na natureza (*rafting, kayaking, hiking climbing, etc.*) e/ou de atividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (*birdwatching, etc.*)”, (Turismo de Portugal, 2006).

Na região NUT II Norte, somando todos os territórios classificados - parque natural - reserva da biosfera da UNESCO, parques naturais, geoparques, áreas de paisagem protegida e a Rede Natura 2000, obtém-se uma região que se destaca pela quantidade, pela excelência e diversidade destas áreas, bem como a riqueza do respetivo património de fauna, flora e biológico.

Turismo de saúde e bem-estar: “forma de tratamento em centros especializados que permite recuperar o bem-estar físico e psíquico”, (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

Pode ser específico:

- Turismo de saúde: “a experiência consiste na realização de um tratamento específico para a cura de uma doença,” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

- Bem-estar geral: “a experiência baseia-se na procura do equilíbrio e da harmonia mental, emocional, física e espiritual,” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

- Bem-estar específico: “a experiência baseia-se na procura do bem-estar físico e psíquico através de um tratamento específico” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

O PENT coloca o Turismo Saúde e Bem - estar como um produto de quarto nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: desenvolver conceitos novos de spa na região do Douro e requalificar e dinamizar algumas estâncias termais.

A região NUT II Norte é a região de Portugal com maior número de águas minerais naturais aptas para utilização em estabelecimentos termais e distingue-se pela qualidade e diversidade destas águas bem como pela qualidade e preservação das envolventes naturais das estâncias termais e da riqueza do património arquitetónico e cultural que lhe está associado.

Turismo religioso: considerado um produto estratégico na região NUT II norte, (Turismo de Portugal, 2006).

Resume-se a atração exercida por santuários e lugares sagrados, autênticos museus de arte, pelo elevado número de construções religiosas, que ostentando luxuosos interiores de talha dourada, surgem como ícones vivos da tradição religiosa.

Pode-se dizer que se apresenta como a força matriz do repositório cultural e artístico de caráter religioso no quadro da sua intervenção e musealização na lógica da dinamização turística. O Turismo

Religioso, Impulsionador de uma nova dinâmica coletiva, pode em parte ser entendido como revitalizante do Turismo Cultural a partir da interpretação do infindável acervo religioso.

Turismo gastronomia e Vinhos: “Usufruir de produtos típicos e aprofundar o conhecimento sobre o património enológico e gastronómico de um território, através da degustação de diversos produtos, aprendizagem dos processos de produção e visitas a trações turísticas locais,” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

Pode ser visto de três formas:

- Viagens de descobrimentos: “visitas para conhecer melhor os recursos de vinho e gastronomia de uma área geográfica.”
- Viagens de aprofundamento: “visitas monas temáticas cujo objetivo principal consiste em aprofundar o conhecimento sobre um tipo de produto específico (e.g. queijos, trufas, champanhe, etc.).”
- Viagens de aprendizagem: “viagens para realizar cursos de degustação ou de processos de preparação de produtos típicos”, (Turismo de Portugal, 2006).

O PENT, coloca o Turismo gastronomia e vinhos como um produto de terceiro nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: promover o desenvolvimento do *cluster* do produto. De realçar a qualidade da gastronomia da região NUT II norte, bem como a referência que é o vinho do Porto a nível mundial.

Turismo *touring* cultural e paisagístico: Consiste em descobrir, conhecer e explorar os atrativos de uma região através de percursos, rotas ou circuitos de diferente duração e extensão, em viagens independentes se for com veiculo próprio e/ou organizadas se for transporte coletivo, (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

É classificado como:

- *Touring* genérico: “*Tours*, rotas ou circuitos de conteúdo abrangente e diverso. O tour, rota ou circuito são, em si mesmos, a essência do produto.”
- *Touring* temático: “*Tours*, rotas ou circuitos focalizados num determinado tema, o qual constitui o núcleo da experiência. Exemplo: rota de castelos medievais”, (Turismo de Portugal, 2006).

O PENT, coloca o Turismo *Touring* Cultural e Paisagístico como um produto de primeiro nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: desenvolver rotas temáticas. De realçar o património

cultural, paisagístico e arqueológico da região NUT II norte, bem como as quatro classificações de património mundial atribuídas pela UNESCO que a região inclui, referência a nível mundial.

Turismo negócio: está associado a viagens, em que o seu motivo principal são reuniões. É sinónimo de impacto económico através da captação sustentada de novos congressos, conferências, seminários, reuniões, viagens de incentivo e outros eventos, (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

As reuniões podem ser:

- Reuniões associativas: “São convocadas por organizações nacionais/internacionais, associações e organismos públicos; congressos, assembleias, conferências, encontros, fóruns, simpósios, etc.”
- Reuniões corporativas: “São convocadas por corporações/grupos empresariais, companhias multinacionais e empresas: convenções, jornadas, seminários, apresentações, cursos, *workshops*, conselhos de administração, etc.” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

O PENT, coloca o Turismo Negócio como um produto de terceiro nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: desenvolver infraestruturas para eventos que acolham mais de 1000 pessoas na cidade do Porto e captação com outras regiões. De realçar a qualidade da oferta hoteleira, bem como o interesse cultural e enogastronómico da cidade do Porto.

Turismo *city breaks*: Conhecer uma cidade e as suas atrações monumentais, arquitetónicas, culturais, comerciais, gastronómicas, (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).

Pode ser visto como:

- *City breaks standard*: “os turistas viajam para uma cidade com o objetivo de visitar atrações relacionados com uma variedade de temas (histórico, cultural, social, etc.). Durante a sua estada, ficam alojados em hotéis confortáveis de 2-3 estrelas e procuram produtos e serviços com preços acessíveis” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).
- *City breaks upscale*: “os turistas viajam para uma cidade com o objetivo de visitar atrações relacionados com uma variedade de temas (histórico, cultural, social, etc.). Durante a sua estada procuram serviços personalizados de alta qualidade, *boutique*, hotéis, hotéis de 4-5 estrelas e com charme, menus de degustação e provas de vinho,” (Turismo de Portugal, 2006, pág. 9).
- *City breaks temáticos*: “os turistas viajam para uma cidade com o objetivo de visitar atrações e de viver experiências relativas a um tema específico, o, por exemplo, assistir a um evento musical, teatral, cinematográfico, desportivo, de moda, etc.” (Turismo de Portugal, 2006 pág. 9).

O PENT, coloca o Turismo *City Breaks* como um produto de primeiro nível no contexto da região NUT II Norte, o qual se deve: desenvolver zonas turísticas de interesse na cidade do Porto, mais ações de

marketing sobre as caves de vinho do Porto. De realçar as cidades com escala, o vinho do Porto e a arquitetura contemporânea da região NUT II norte, mais precisamente do litoral da região NUT II Norte.

2.5. A Entidade Regional de Turismo responsável pela promoção da região

De acordo com o despacho n.º 8792/2013, Diário da República, 2.ª série - N.º 128, de 5 de julho de 2013, a Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R., está sediada na cidade de Viana do Castelo, e tem mais quatro delegações na região, as quais compete, a implementação, dinamização e consolidação dos produtos estratégicos a elas associado, que estão situadas em Braga, Bragança, Chaves e Guimarães. Atualmente, esta entidade regional, é também possuidora das lojas de Turismo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, da Loja de Turismo de Santiago de Compostela e do *Welcome Center* Porto, bem como dos postos de turismo de Vila Praia de Âncora e Vidago.

Missão da Entidade Regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal segundo o despacho n.º 8792/2013:

“A Entidade Regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal tem por missão a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, a promoção interna e o mercado alargado dos destinos turísticos regionais, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que a integram.

São atribuições da Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R.:

- a) Colaborar com os órgãos da administração central e local com vista à prossecução dos objetivos da política nacional que for definida para o turismo, designadamente no contexto do desenvolvimento de marcas e produtos turísticos de âmbito regional e sub-regional e da sua promoção no mercado interno alargado, compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha;
- b) Definir o plano regional de turismo, em sintonia com a estratégia nacional de desenvolvimento turístico, e promover a sua implementação;
- c) Assegurar o levantamento da oferta turística regional e sub-regional e a sua permanente atualização, no quadro do registo nacional de turismo, e realizar estudos de avaliação do potencial turístico da respetiva área territorial;
- d) Organizar e difundir informação turística, mantendo e/ou gerindo uma rede de lojas e/ou postos de turismo e de portais de informação turística;

- e) Dinamizar e potenciar os valores e recursos turísticos regionais e sub-regionais;
- f) Monitorizar a atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor; e
- g) Assegurar a realização da promoção da região, enquanto destino turístico e dos seus produtos estratégicos, no mercado interno alargado, compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha.”

No que respeita à promoção da região, é feita através de:

- Gabinete de apoio ao investidor, que pretende contribuir para a melhoria do território turístico exercendo atividade efetiva junto dos vários públicos, com especial relevância para os empresários oferecendo um serviço de apoio de qualidade, orientando e estruturando o investimento e legislação.
- Lojas de turismo: a inovação aliada a modernidade no atendimento ao turista.
- Participação em feiras nacionais e internacionais, e através de brochuras:

Através da (Tabela 2), podem destacar-se os seguintes materiais promocionais e as seguintes participações em feiras (de carácter nacional/internacional) por ano.

Tabela 2. Promoção feita pela entidade responsável na NUT II Norte.

Atividade\Ano	2009	2010	2011	2012
Materiais Promocionais Produzidos	Brochura Institucional do Porto e Norte de Portugal; Mapa do Porto e Norte de Portugal; Brochura Institucional da Festa da Gastronomia e Vinhos; Brochura das Comemorações do Dia Mundial do Turismo; Desdobrável das Termas; Mapa de Saúde e Bem-Estar; Desdobrável Hotéis SPA; Guia de Saúde e Bem-Estar; Desdobrável dos Museus; Guia de Alojamento Turístico; Desdobrável dos Fins-de-semana Gastronómicos; Brochura Fins-de-semana Gastronómicos.	Brochura dos Fins-de-semana Gastronómicos; Abertura da Loja Interativa de Turismo em Santiago de Compostela, Espanha.	Brochura Genérica – Porto e Norte; <i>Best Guide</i> – Porto e Norte; Porto de Sempre; Mapa Porto e Norte; Brochura Fins-de-semana Gastronómicos.	Abertura da Loja Interativa de Turismo no Aeroporto Francisco Sá Carneiro; Brochura dos Fins-de-semana Gastronómicos; Brochura Monumentos a Norte; Brochura promocional sobre os 4 Sítios Património Mundial no nosso Destino Turístico; Agendas de Eventos; Agenda Cultural; Agenda Feiras Medievais; Agenda Recriações Históricas; Festivais de Verão.

Tabela 2. Promoção feita pela entidade responsável na NUT II Norte (cont.).

Atividade\Ano		2009	2010	2011	2012
Participação Nacionais	Feiras	Bolsa de Turismo de Lisboa; Festival de Gastronomia do Atlântico – Ilha Terceira; Festival de Gastronomia de Santarém.	Bolsa de Turismo de Lisboa; <i>Aquameeting</i> 2010 - Porto; Feira Mundo Abreu - Lisboa; Festival de Gastronomia de Santarém.	Bolsa de Turismo de Lisboa; Feira Mundo Abreu - Lisboa; Festival Nacional de Gastronomia de Santarém; <i>Aquameeting</i> – Feira de Saúde e Bem-Estar – Porto.	Feira Mundo Abreu - Lisboa; Feira Nacional da Agricultura – Santarém; Bolsa de Turismo de Lisboa; Festival Nacional de Gastronomia – Santarém.
Participação Internacionais	Feiras	Foro Copera – Zamora, Espanha; Semana Verde da Galiza – Silleda, Espanha; Feira Internacional Agropecuária de Castilha e Leon - Salamanca; Termatália - Feira Internacional de Turismo Termal – Ourense, Espanha; Salão Internacional de Turismo e Gastronomia e Artesanato – EXPOGALAECIA – Vigo, Espanha; INTUR – Feira de Turismo – Valladolid, Espanha; Salon Turístico de Galicia – Silleda, Espanha; XVI Feira de Mostras da Coruña (FEMAGA) – Expocoruña, Espanha; Salão Internacional de Turismo de Vinho- International French Travel Market - IFTM Top Resa – Paris, França; Festival de Loire - Orleans – França.	AR&PA – Feira da restauração e do património - Valladolid, Espanha.	INTUR – Feira de Turismo – Valladolid, Espanha.	INTUR – Feira de Turismo – Valladolid, Espanha.

Fonte: Turismo do Porto e Norte de Portugal (2009 a 2012).

3. TURISMO NA REGIAO NUT II NORTE

3.1. Caracterização da Procura Turística

Segundo Cunha e Abrantes (2013) do ponto de vista económico procura turística indica as várias quantidades de bens e serviços que os visitantes, residentes e não residentes, obtêm num dado momento. Deste modo, a procura turística é o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam na qualidade de visitantes adquirem para realizar as suas viagens, expressos em termos de quantidades.

Seguidamente apresenta-se uma caracterização da procura turística na região NUT II Norte. Toda a informação que deu origem aos gráficos/tabelas teve como base os anuários estatísticos disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística e pelo Turismo de Portugal, referentes ao período entre 2009 e 2012.

Do total de dormidas efetuadas na região NUT II Norte, Figura 15 (Tabela A.VII e VIII, do anexo), no período em análise, 56% foi gerado por residentes em Portugal (2.486.992 milhões de dormidas), que correspondem a 63% de hóspedes portugueses (1.614.029 milhões de hóspedes). Os hóspedes residentes no estrangeiro que estiveram na região NUT II Norte representam 37% (970.006 milhões de hóspedes) dos hóspedes da região, e corresponde a 44% das dormidas (2.005.392 milhões de dormidas). Quer o número de hóspedes, quer de dormidas de não residentes em Portugal tem vindo a crescer desde o ano de 2009 ate ao ano de 2012, o mesmo não acontece com residentes em Portugal, que tem vindo a decrescer. De referir que no período em estudo a média anual de hóspedes na região NUT II Norte foi de 2.586.192 mil, que corresponde a uma média anual de 4.489.838 mil dormidas.

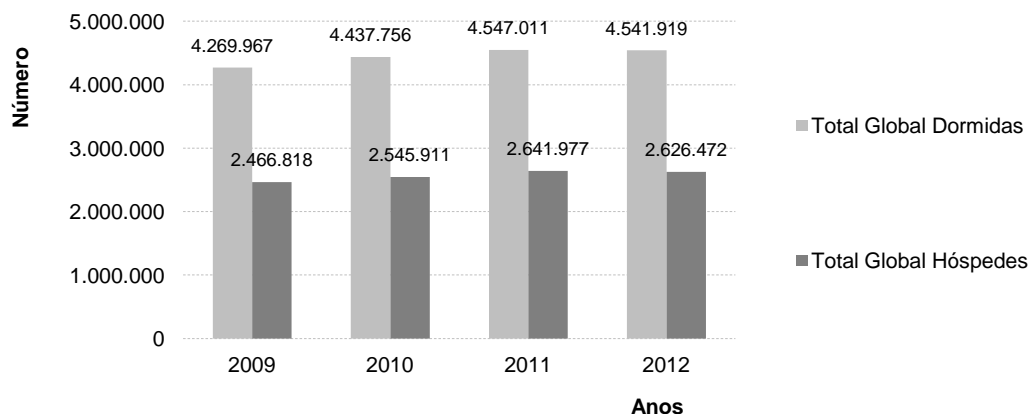


Figura 15. Evolução do total de hóspedes e dormidas na região NUT II Norte.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Analisando a variação de dormidas na região NUT II Norte, (Tabela 3), e compará-la com a variação do país Portugal:

Tabela 3. Variação de dormidas anuais.

	2009	2010	2011	2012
NUT II Norte				
Total Estrangeiros	-5,10%	10,70%	8,20%	4,10%
Total Portugueses	4,70%	-0,80%	-1,90%	-3,60%
Total Global	0,50%	3,90%	2,50%	-0,10%
Portugal				
Total Estrangeiros	-11,40%	1,70%	10,10%	4,80%
Total Portugueses	1,70%	4,10%	-2,50%	-7,50%
Total Global	-7,10%	2,60%	5,50%	0,60%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

No ano de 2009 ocorreu o único decréscimo de dormidas de estrangeiros em ambas as regiões, região NUT II Norte (-5,10%), Portugal (-11,40%), ficando o total global da região NUT II Norte em 0,5% e o de Portugal em -7,1%, (Tabela 3). Em 2010 cresceu o número de dormidas de estrangeiros em ambas as regiões, sendo este o ano que a região NUT II Norte mais cresceu (10,7%). Já o número de dormidas de portugueses na região NUT II Norte, decresceu neste ano (-0,80%), tendo crescido em Portugal 4,10%, (Tabela 3). O número de dormidas de portugueses decresce em 2011 quer na região NUT II Norte -1,90% e em Portugal -2,50%, ao contrário do número de dormidas de estrangeiros tem um crescimento de 10,10% em Portugal e decresce para 8,20% na região NUT II Norte, (Tabela 3).

Em 2012 o número de dormidas de portugueses volta a decrescer, mas agora de forma um pouco mais acentuada, na região NUT II Norte (-3,60%) e em Portugal (-7,50%), as dormidas de estrangeiros seguem neste ano a tendência de decréscimo, na região NUT II Norte passa para 4,20% e em Portugal para 4,80%. Neste ano de 2012 pode-se dizer que as dormidas de estrangeiros e de portugueses decresceram para metade, tornando o valor global da região NUT II Norte o pior destes quatro anos (-0,10%), (tabela 3).

Pode-se dizer que na região NUT II norte, o que acontecia no ano de 2009 acontece agora no ano de 2012, e vice-versa. Em 2009, as dormidas de portugueses colmatavam a taxa negativa de dormidas de estrangeiros, e em 2012 são as dormidas de estrangeiros com colmatam a taxa negativa de dormidas de portugueses, contribuindo desta forma para que o resultado do total global não seja ainda mais baixo em ambos os anos.

Comparando a evolução do total de hóspedes e dormidas na região NUT II Norte com a estada média dos estabelecimentos hoteleiros, Figura 16 (Tabela A.IX, do anexo), verifica-se que o número total global de hóspedes aumentou ao longo do período em estudo e o número total global de dormidas

decreceu no ano 2012, contudo a estada média total da região NUT II Norte mantém-se igual a 1,7 noites ao longo do período. A estada média de Portugal cresceu no ano de 2012, 0,1 p.p. passando para 2,9 noites.

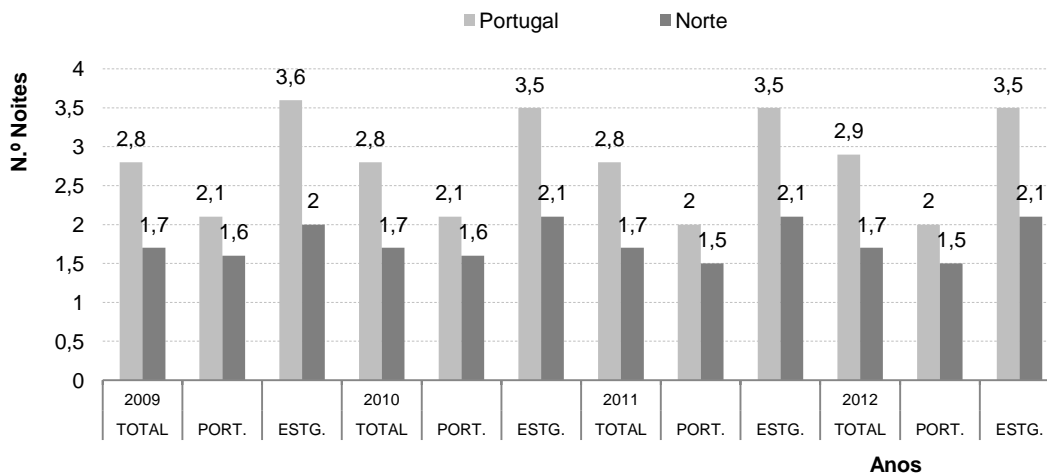


Figura 16. Estada média nos estabelecimentos hoteleiros.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

O valor dos proveitos de aposento, (Tabela 4), teve no período em análise um aumento dos mesmo na região NUT II Norte. Apenas no ano de 2012 se verificou um decréscimo da tendência crescente dos proveitos, tal como se verificou com o número de hóspedes e com o número de dormidas. Comparado com os proveitos de Portugal, verificou-se a mesma situação, apenas em 2012 se verificou um decréscimo.

Tabela 4. Proveitos de aposento dos estabelecimentos hoteleiros, por ano, em milhares de €.

	Anos			
	2009	2010	2011	2012
Portugal	1190057	1225511	1307674	1290103
Norte	140434	150029	153245	149284

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

O Índice de Preferência, Figura 17, é calculado, com base na relação entre o número de turistas/hóspedes chegados a uma determinada região e o número total de turistas/hóspedes chegados ao país, registados nos meios de alojamento e permite analisar a preferência por um determinado local/destino turístico (Fernandes, 2005; Padilla & McElroy, 2005; Cuccia & Rizzo, 2011; Cunha & Abrantes, 2013), vem de acordo com a seguinte expressão:

$$IP = \frac{Ta}{Tt} \quad [1]$$

Ao analisar a média dos índices de preferência das NUT III, da região NUT II Norte de Portugal, Figura 17 (Tabela A.X, do anexo), verifica-se que a média da região NUT II Norte é (0,19), sendo em muito superado pela região do Grande Porto (0,57), que reúne a preferência dos turistas, que supera também com larga margem as outras regiões. As restantes regiões encontram-se todas abaixo da media da NUT II Norte (0,19). O Cavado (0,11), Minho-Lima, Ave e Alto Trás-os-Montes (0,07), Douro (0,05), Tâmega (0,03) e por último Entre Douro e Vouga (0,02).

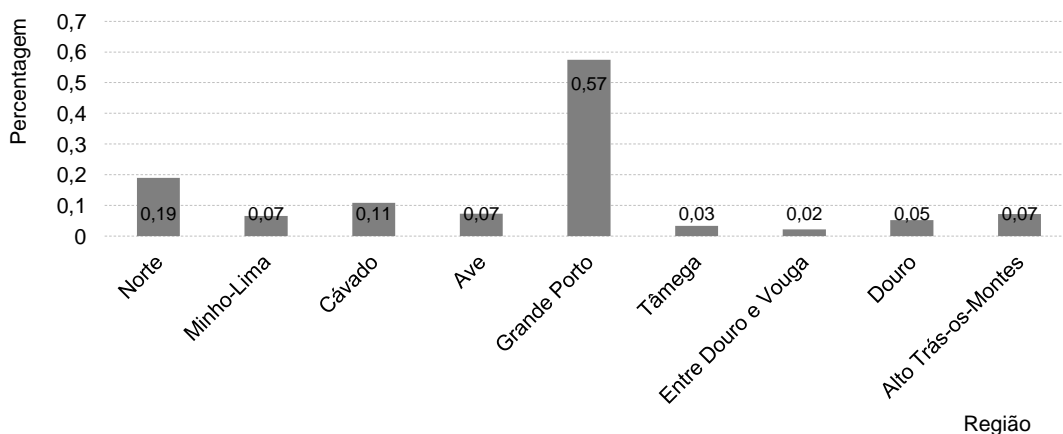


Figura 17. Média do Índice de Preferência para as NUT III e NUT II, da região Norte para o período de 2009 a 2012.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

A evolução do Índice de Preferência de Portugueses e Estrangeiros, Figura 18 (Tabela A.XI, do anexo), constata que desde o ano de 2009 até ao ano 2012, o Índice de Preferência de portugueses decresceu de ano para ano, ao contrário do Índice de Preferência de estrangeiros, que aumentou de ano para ano. Pode dizer-se que os estrangeiros estão a preferir mais a região NUT II Norte do que os portugueses.

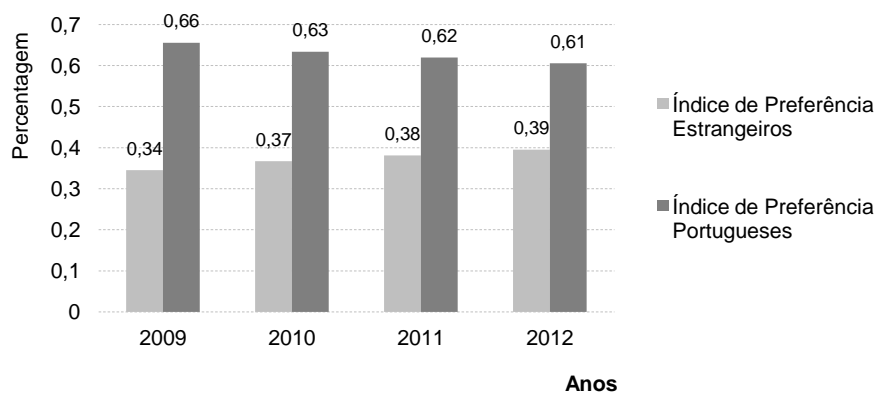


Figura 18. Índice de Preferência de portugueses e estrangeiros na região NUT II Norte.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

O Índice de Saturação Turística (IST), (Tabela 5), relaciona o número de hóspedes que visita uma determinada região com a população total nela residente (Fernandes, 2005; Padilla & McElroy, 2005; Santana-Jimenéz & Hernandez, 2011; Cunha & Abrantes, 2013), e é dado pela seguinte expressão:

$$IST = \frac{N^{\circ} \text{ de turistas/h\u00f3spedes}}{N^{\circ} \text{ de residentes}} \quad [2]$$

Tabela 5. População, hóspedes e Índice Saturação nas NUT III da região NUT II Norte de Portugal.

Ano	Destino	População	H\u00f3spedes	IST
2012	Portugal	10487289	13845419	1,32
	Norte	3666234	2626472	0,72
	Minho-Lima	242159	154922	0,64
	C\u00e1vado	410090	273616	0,67
	Ave	509735	200396	0,39
	Grande Porto	1278941	1554397	1,22
	T\u00eamega	547980	93025	0,17
	Entre Douro e Vouga	274497	55786	0,20
	Douro	202411	125414	0,62
	Alto Tr\u00e1s-os-Montes	200421	168916	0,84
2011	Portugal	10542398	13992782	1,33
	Norte	3687224	2641977	0,72
	Minho-Lima	244149	162466	0,67
	C\u00e1vado	411028	276779	0,67
	Ave	511998	174927	0,34
	Grande Porto	1286044	1548085	1,20
	T\u00eamega	550746	90679	0,16
	Entre Douro e Vouga	275327	56596	0,21
	Douro	204819	142488	0,70
	Alto Tr\u00e1s-os-Montes	203113	189957	0,94
2010	Portugal	10572721	13537040	1,28
	Norte	3693585	2545911	0,69
	Minho-Lima	245306	165773	0,68
	C\u00e1vado	410383	267422	0,65
	Ave	512104	183925	0,36
	Grande Porto	1288468	1459931	1,13
	T\u00eamega	551014	82888	0,15
	Entre Douro e Vouga	275113	57449	0,21
	Douro	206325	136567	0,66
	Alto Tr\u00e1s-os-Montes	204872	191956	0,94
2009	Portugal	10573479	12927907	1,22
	Norte	3705980	2466818	0,67
	Minho-Lima	246690	186903	0,76
	C\u00e1vado	410296	296777	0,72
	Ave	513916	188600	0,37
	Grande Porto	1289561	1346915	1,04
	T\u00eamega	553268	73240	0,13
	Entre Douro e Vouga	276263	55807	0,20
	Douro	208492	129787	0,62
	Alto Tr\u00e1s-os-Montes	207494	188789	0,91

Fonte: Elaboração pr\u00f3pria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

O Índice de Saturação Turística das regiões NUT III da região NUT II Norte, (Tabela 5), mostra que, o índice nessas regiões não atinge valores muito elevados, o que significa que as regiões NUT III, da região NUT II Norte, ainda não atingiram valores que possam causar um impacto negativo, quer social, e/ou ambiental, pelo que ainda possui capacidade de crescimento potencial. Exceto na NUT III Grande Porto, em que o índice, ao longo dos quatro anos foi superior a unidade, o que pode significar, que se estará a colocar em perigo o equilíbrio e o bem-estar dessa região. Neste índice e quando o valor é superior a unidade deve ter-se em conta a estada média, e atendendo aos valores da mesma para a região do grande Porto ao longo dos quatro anos, manteve-se sempre em 1,7 dias, como tal podemos dizer que ainda será antecipado concluir que haja um impacto social negativo, em que as infraestruturas possam claudicar, numa situação de excesso de carga, mesmo que sazonal.

3.2. Caracterização da Oferta Turística

Para Cunha e Abrantes (2013) a oferta turística como sendo o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação. Num dado destino a oferta, posta à disposição da procura, representa o conjunto integrado de todos os bens e serviços produzidos exclusivamente para consumo dos visitantes e ainda todos aqueles que são destinados aos residentes mas que também são consumidos pelos visitantes, bem como a imagem geral do destino e os atrativos que oferece. A caracterização da oferta turística existente na região NUT II Norte, vai ser feita no que respeita ao alojamento, ao tipo de alojamento existente, a capacidade que a região em estudo tem para oferecer, e a evolução da oferta no período em estudo, comparando com Portugal.

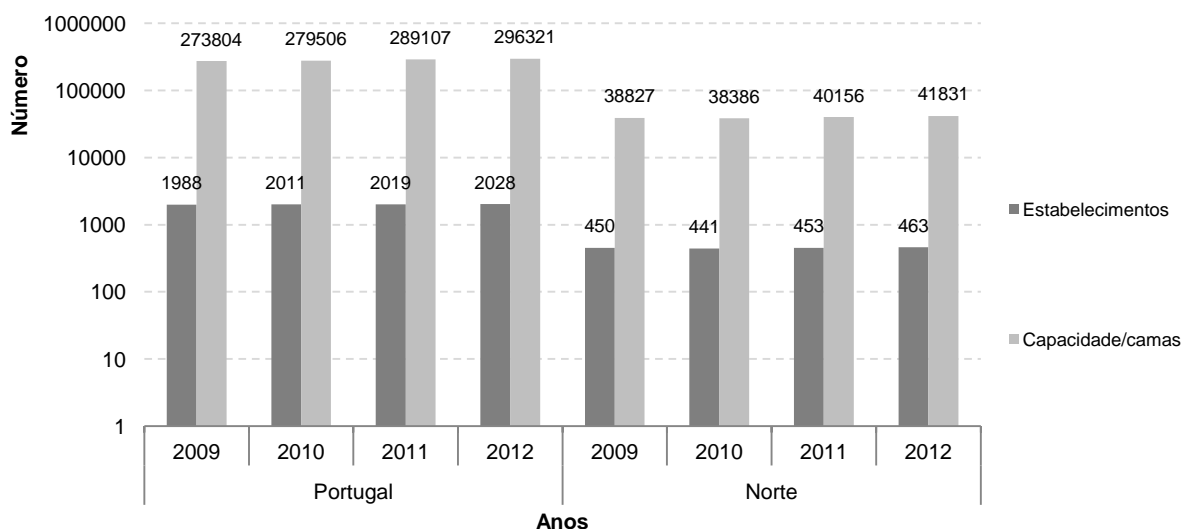


Figura 19. Número de estabelecimentos e número de camas/capacidade na região NUT II Norte e em Portugal.

Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Analisando a Figura 19 (Tabela A.XII, do anexo), pode constatar-se que apenas no ano de 2010 houve um decréscimo do número de estabelecimentos hoteleiros e da capacidade de alojamento na região NUT II Norte. Do ano 2009 até 2012 registou-se um aumento de 13 estabelecimentos hoteleiros, e um aumento de 3004 camas na capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros na região NUT II Norte. A região NUT II Norte representa 14% (ano de 2012) da capacidade de alojamento de Portugal, e 23% (ano de 2012) dos estabelecimentos hoteleiros estão localizados na região NUT II Norte.

Os estabelecimentos existentes na região NUT II Norte, Figura 20 (Tabela A.XIII, do anexo), eram nos anos de 2009 e 2010 na sua maioria pensões, apesar de em 2010 se ter verificado um decréscimo de pensões e um aumento de hotéis. Esta realidade ocorreu devido ao facto de com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 39/2008 tipologia pensões ter deixado de ser considerada empreendimento turístico e todas as modalidades que deixaram de ser empreendimento turístico tinham o prazo de dois anos desde a entrada em vigor do diploma para se reconverterem, cumprindo as normas necessárias. Facto este, que como se pode verificar no gráfico, nos anos de 2011 e 2012 a maioria dos empreendimentos turísticos da região NUT II Norte já são hotéis. Desde o ano de 2009 até 2012 pode verificar-se um aumento de hotéis, que foi de 109 hotéis, o que pode significar que os empreendimentos turísticos estão com mais qualidade.

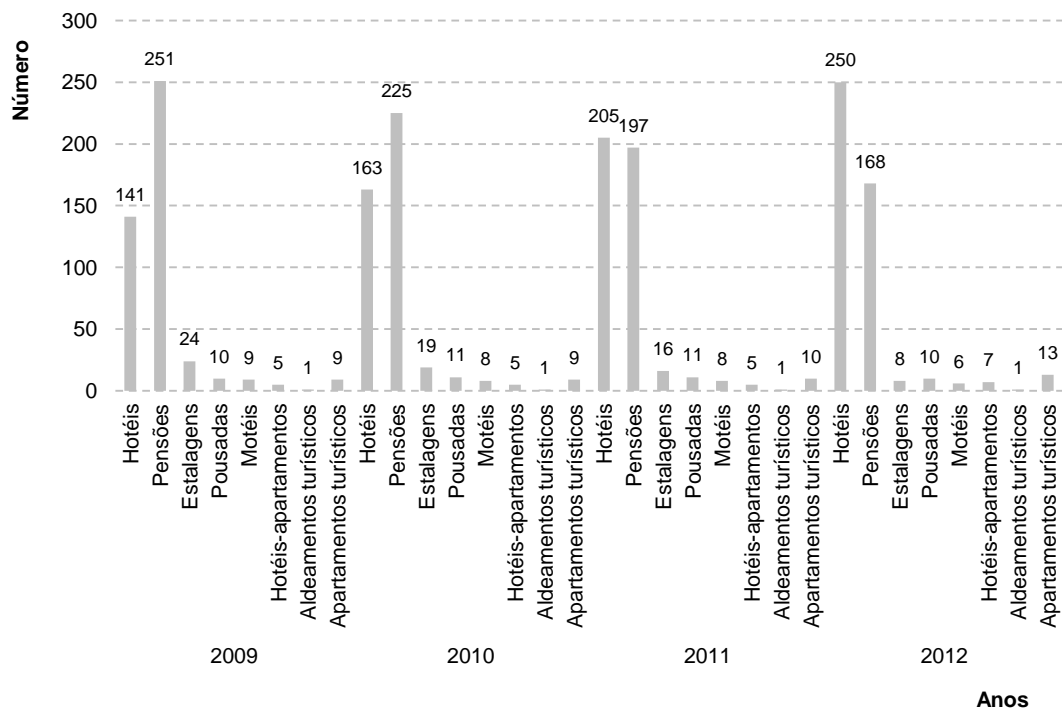


Figura 20. Evolução dos estabelecimentos hoteleiros na região NUT II Norte.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Analisando a distribuição dos estabelecimentos e a capacidade de alojamento/cama na região NUT II Norte na Figura 22 (Tabela A.XIV e XV, do anexo), verifica-se que na região do Grande Porto existe maior concentração de estabelecimentos hoteleiros, que corresponde a 37% dos estabelecimentos hoteleiros da região o que perfaz 170 estabelecimentos, e a 49% da capacidade do alojamento da região, o que equivale a uma capacidade de acolher 20400 hóspedes.

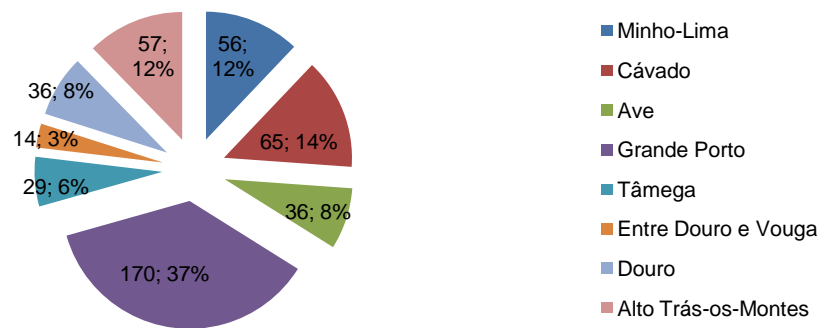


Figura 21. Número e percentagem de estabelecimentos hoteleiros por NUT III na região NUT II Norte, para o ano de 2012.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

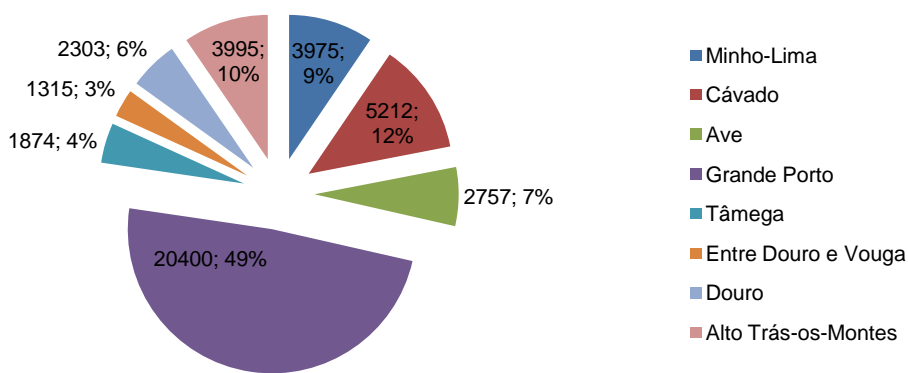


Figura 22. Capacidade alojamento/camas por NUT III na região NUT II Norte, para o ano 2012.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Analisando o número de constituição de empresas do sector da hotelaria - alojamento, restauração e similares na região NUT II Norte e em Portugal, Figura 23 (Tabela A.XVI, do anexo), pode verificar-se que o número destas empresas tem vindo a diminuir quer a nível nacional, quer a nível regional, exceto no ano de 2011 na região NUT II Norte em que o número destas empresas aumentou.

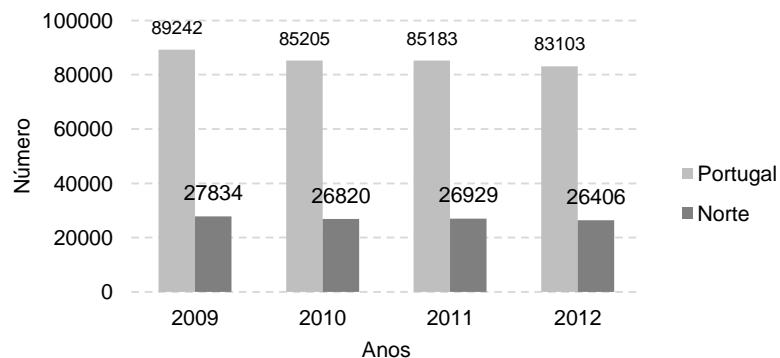


Figura 23. Evolução do número de empresas do sector de hotelaria - alojamento, restauração e similares.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Analisando o volume de negócios e a atividade económica das empresas com CAE Rev. 2.1 e Rev. 3 - hotelaria - alojamento, restauração e similares na região NUT II Norte e em Portugal, Figura 24 (Tabela A.XVII), do anexo verifica-se que no período em análise a tendência foi a mesma, ambos cresceram do ano 2009 para o ano 2010 e ambos decresceram nos anos 2011 e 2012, tendo este último tido um decréscimo mais acentuado.

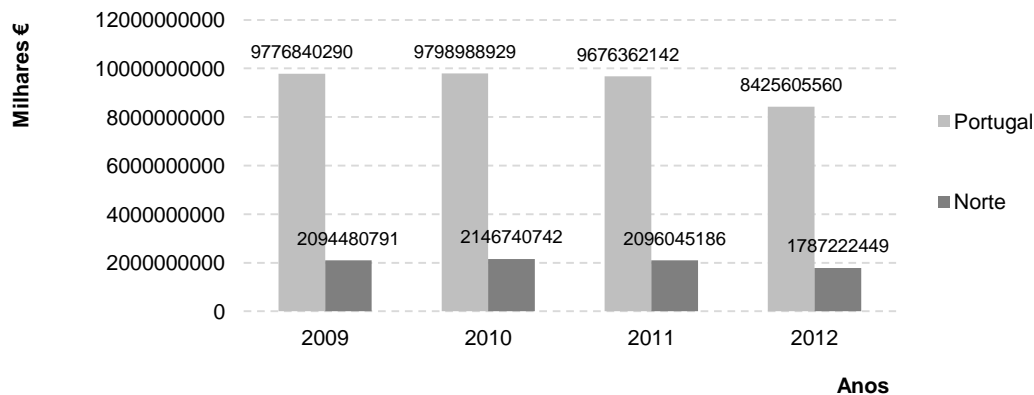


Figura 24. Volume de negócios e atividade económica de empresas do sector de hotelaria.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

O setor do turismo tem desempenhado uma importante missão na economia, a missão de criação de emprego, se bem que em algumas situações a contratação de pessoas pode ter caráter sazonal. Tendo em conta o período de crise que se vive desde o ano de 2009, o número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros da região NUT II Norte de Portugal aumentou de 5890, para 6069, e analisando o país Portugal houve um decréscimo de 46154, para 44490, ver Figura 25 (Tabela A.XVIII, do anexo).

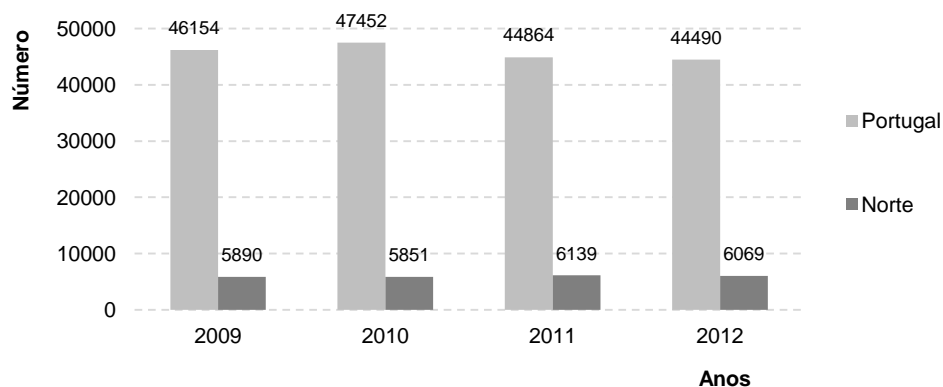


Figura 25. Pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Pode analisar-se o Valor Acrescentado Bruto (VAB), que segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2014), corresponde ao saldo da conta de produção, a qual inclui em recursos, a produção, e em empregos, o consumo intermédio, antes da dedução do consumo de capital fixo. Tem significado económico tanto para os sectores institucionais como para os ramos de atividade. Este valor nada mais é que a diferença entre o valor da produção e o valor do consumo intermédio. É utilizado para medir a produção acrescentada por uma empresa, bem como para medir a produção de bens finais de uma determinada economia. Ao excluir os custos com os bens intermédios, o somatório de todos os valores acrescentados das empresas resulta no valor global da produção - é o chamado cálculo do produto na ótica da produção.

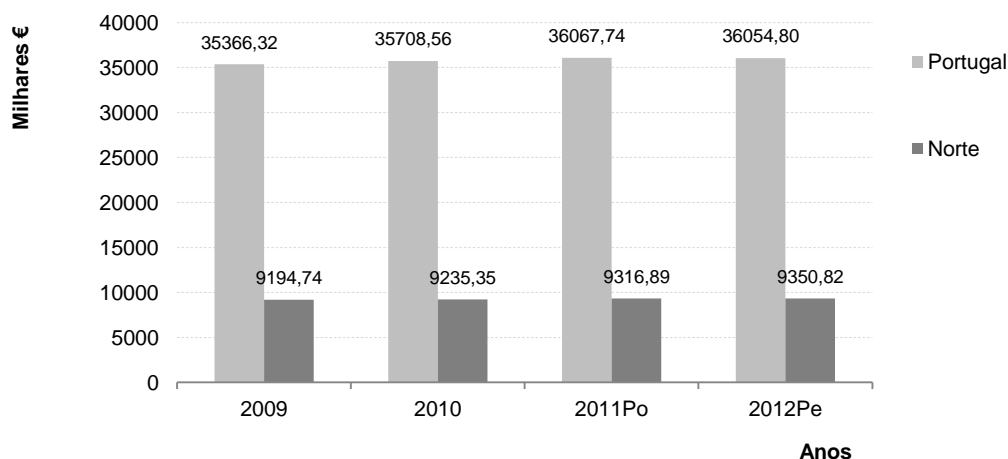


Figura 26. Valor acrescentado bruto de atividades de alojamento e restauração.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pelo INE (INE, 2014).

Em Portugal o VAB, Figura 26 (Tabela A.XIX, do anexo), cresceu desde o ano 2009 até ao ano 2011, tendo decrescido no ano 2012, o que significa que no ano de 2012 a produção de turismo decresceu em Portugal. Na região NUT II Norte, o VAB foi sempre crescente no referido período, o que quer dizer que de ano para ano se foi acrescentando produção em turismo na região.

Na caracterização da procura e da oferta foram utilizados vários indicadores de modo a verificar e analisar a evolução da procura e oferta turística e o impacto do turismo na região NUT II Norte, recorreu-se a indicadores tais como: número de hóspedes; número de dormidas; estada média, receitas para aposento, número de estabelecimentos hoteleiros por tipo de alojamento; capacidade de alojamento (camas); índice de preferência turística e índice de saturação turística.

Estes indicadores têm sido os mais utilizados para analisar e caracterizar a atividade turística, de acordo com estudos realizados por vários autores e entidades oficiais de turismo (e.g., Fernandes, Monte & Cepeda, 2001; Fernandes, Monte & Castro, 2003; Fernandes, 2005; Vaz & Dinis, 2007; Rodrigues, 2010; INE, 2010; Cuccia & Rizzo, 2011; Santana-Jiménez & Hernandez, 2011; Santos & Fernandes, 2011).

Foram também utilizados indicadores de impacto económico como: a constituição de empresas; o pessoal ao serviço; volume de negócios; o valor acrescentado bruto. Os dados dos mesmos foram recolhidos junto do Instituto Nacional de Estatística. Foram utilizados os indicadores anteriormente referidos por serem os mais utilizados para a medição do impacto económico, bem como para a modelação de indicadores da atividade turística que se encontrem relacionados com variáveis macroeconómicas, de acordo com os autores Frechtling (2010), Sequeira e Nunes (2011), Setaanah (2011), Andersson e Lundberg (2013).

3.3. Potencialidades Turísticas da Região NUT II Norte

Para melhor caracterizar as potencialidades turísticas da região NUT II Norte, analisou-se o plano de ação para o desenvolvimento turístico do Norte de Portugal, elaborado pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) em 2008 (CCDR-N, 2008). Desta análise constatou-se que podemos classificar os recursos, potencialidades, produtos turísticos da região em recursos primários, (Tabela 6), principais, (Tabela 7), e produtos, (Tabela 8).

Tabela 6. Recursos turísticos primários mais relevantes na região do Norte.

PORTO	VINHOS	PATRIMÓNIO MUNDIAL E CIDADES E VILAS HISTÓRICAS
Denso e rico Património Histórico, Artístico e Arquitetónico; Cultura e Conhecimento; Centro Económico e Empresarial; Pólo de Congressos; Convenções e Seminários; Eventos de Animação.	Douro – Região Demarcada mais antiga do Mundo; Vinho do Porto – Caves do Vinho do Porto e Barcos Rabelos; Vindimas e tradições associadas – Aldeias Vinhateiras e Quintas; Vinhos Verdes.	Centro Histórico do Porto; Alto Douro Vinhateiro; Centro Histórico de Guimarães; Parque Arqueológico do Côa; Braga (Património Religioso); Diversidade de Cidades e Vilas Históricas.
CULTURA POPULAR, TRADIÇÕES E ARTESANATO	PARQUES NATURAIS, RIOS E ALBUFEIRAS	RURALIDADE E PAISAGEM
Gastronomia típica; Produtos locais; Festas e romarias; Diversidade de artesanato.	Parque Nacional Peneda Gerês; Parque Natural de Montesinho; Parque Natural do Douro Internacional; Parque Natural do Alvão; Parque Natural do Litoral de Esposende; Rio Douro e Albufeiras.	Vale do Douro; Vale do Lima; Costa Atlântica; Planaltos montanhosos de Trás-os-Montes; Aldeias Rurais e Solares (Turismo Rural).
TERMAS		
Região com maior número de estâncias termais do país.		

Fonte: CCDRN (2008, p.19).

Tabela 7. Principais recursos turísticos por submarcas turístico-promocionais (2008).

PORTO	MINHO
Centro Histórico do Porto; Património histórico-cultural classificado; Caves do Vinho do Porto e Barcos rabelos; Cultura e conhecimento; Centro económico e empresarial; Pólo de Congressos, Convenções e Seminários; Animação; Foz do Douro e orla costeira.	Património histórico/religioso; Diversidade de Cidades e Vilas Históricas; Vale do Lima; Orla costeira; Parques naturais; Festas e romarias; Gastronomia e vinhos verdes; Aldeias rurais; Solares.
DOURO	TRÁS-OS-MONTES
Alto Douro Vinhateiro – Património Mundial; Rio Douro – Canal navegável; Vindimas e tradições associadas; Aldeias Vinhateiras e Quintas; Parques naturais e Albufeiras; Gastronomia e Vinhos do Douro e Porto; Património histórico-cultural; Parque Arqueológico do Côa – Património Mundial.	Planaltos montanhosos – Natureza e Paisagem (ex.: Montesinho); Património histórico-cultural; Termas; Caça e pesca; Aldeias rurais; Gastronomia; Produtos locais; Artesanato.

Fonte: CCDRN (2008, p. 20).

Identificados todos os principais recursos da região, são identificados os produtos turísticos abrangentes para a região, os quais devem ser trabalhados na região, e ao serem trabalhados estes produtos estão simultaneamente a ser trabalhados e potenciados todos os recursos da região.

Cada um destes produtos abrange os recursos da região NUT II Norte.

Tabela 8. Produtos turísticos prioritários da região do Norte.

Principais Produtos Turísticos	Atributos diferenciadores
TURISMO DE NEGÓCIOS Porto de Negócios	Centro económico e empresarial; Pólo de Congressos, Convenções e Seminários; Cultura e Conhecimento.
TURISMO URBANO <i>City Break</i> Porto	Espaços de arquitetura contemporânea; Cidade histórica; Museus e monumentos; Animação e eventos; <i>Shopping</i> .
TURISMO DE NATUREZA	Parque Nacional Peneda Gerês; Parque Natural do Douro Internacional; Parque Natural do Litoral Esposende; Parque Natural de Montesinho; Parque Natural do Alvão; Vale do Lima; Aldeias Rurais; Solares; TER.
TURISMO NÁUTICO	Costa atlântica; Rio Douro – canal navegável – cruzeiros; Porto de Leixões – terminal de cruzeiros (estimado em + de 40 milhões e de investimento global).
GASTRONOMIA e VINHOS – ENOTURISMO Norte Vinhateiro	Douro – Região Demarcada mais antiga do Mundo; Vindimas e tradições associadas; Vinho do Porto – notoriedade internacional; Caves do Vinho do Porto e Barcos Rabelos; Vinho Verde; Aldeias Vinhateiras e Quintas do Douro.
TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR	Região com maior número de estâncias termais de Portugal; Emergência de SPA's e talassoterapia.
TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL (TOURING) Norte com História e Tradições	Diversidade de Cidades e Vilas históricas; Gastronomia típica/Produtos locais; Festas e romarias; Diversidade de artesanato.
GOLFE	Elemento valorizador e complementar da oferta turística regional e qualificador do perfil da procura; Emergência de investimentos; Mercado em expansão (7% ano).

Fonte: CCDRN (2008, p. 21).

A região NUT II Norte reúne um vasto conjunto de elementos naturais (praias; serras; lagos; montanhas), elementos culturais (tradições; artesanato; museus) e elementos histórico-patrimoniais (edifícios históricos; monumentos, mosteiros e Igrejas; património classificado; arqueologia), que trabalhados da melhor forma potenciam o turismo e conduzem ao aumento da procura e da oferta da região NUT II Norte.

4. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

4.1. Objetivo do Estudo

Através deste estudo pretende-se além de realizar uma caracterização da procura e oferta turística, apresentada no ponto anterior, à região NUT II Norte, para o período 2009 a 2012, aplicar o Índice de Desenvolvimento Turístico (IDT) à região em estudo. Este índice foi desenvolvido por Coelho (2010) e tem por base a Curva do Ciclo de Vida de um Destino Turístico (TALC), de acordo com Butler (1980). Os resultados obtidos vão permitir determinar a evolução do posicionamento da região NUT II Norte.

Para a análise e aplicação do Índice de Desenvolvimento Turístico na região NUT II Norte vai ter-se como partida o ano de 2009, dois anos antes em que de acordo com o Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de Março, todos os empreendimentos turísticos deviam estar já reconvertidos para um novo sistema de classificação, que assenta não apenas nos requisitos físicos das instalações, mas também na qualidade dos serviços prestados.

É também objetivo deste trabalho dar a conhecer melhor a região NUT II Norte enquanto destino turístico, de acordo com as variáveis que vão contribuir para o estudo e dar a conhecê-la em termos de oferta turística e procura turística. Esta análise apresentou-se no ponto anterior.

4.2. Recolha de Informação e tratamento de dados

Este estudo de investigação iniciou-se com uma análise global do estado da arte, no que confere ao referencial teórico, numa perspetiva de aprofundar conceitos inerentes a todo o estudo, bem como selecionar o indicador a utilizar, o Índice de Desenvolvimento Turístico (Coelho, 2010).

A informação, foi recolhida de acordo com o método analítico-descritivo, que contemplou o levantamento bibliográfico e a recolha de dados tendo por base fontes secundárias. Sequencialmente e através de uma pesquisa exploratória os dados foram recolhidos, analisados, selecionados e preparados a informação que suportou toda a análise efetuada.

Para este estudo foram selecionados dados referentes ao destino turístico da região NUT II Norte de Portugal, delimitados pelas áreas de NUT III da mesma região. Foram solicitados às instituições vários dados, outros foram recolhidos diretamente do Instituto Nacional de Estatística. Estes dados foram analisados e tratados de acordo com o pretendido para a aplicação do índice proposto, o Índice de Desenvolvimento Turístico (Coelho, 2010).

4.3. Descrição do Índice de Desenvolvimento Turístico

O modelo de desenvolvimento que tem sido mais utilizado, para explicar a evolução dos destinos, é o modelo proposto por Butler (1980), designado de *Tourism Area Life Cycle* (TALC).

Para Butler (2008), existe um 'paradoxo do turismo' que assenta no facto do turismo conseguir suportar o património natural e cultural, através do restauro e preservação dos destinos, mas a popularidade desse mesmo destino poder levar à sua degradação para níveis inaceitáveis, das questões ecológicas e culturais.

Para Saveriades (2000) e como é sugerido por Butler (1980), se o desenvolvimento for efetuado de forma não planeada, pode transformar ou destruir permanentemente os recursos culturais e naturais e provocar uma perda na procura turística.

Ainda segundo o mesmo autor cada destino pressupõe um nível específico de aceitação de desenvolvimento turístico, determinado pela sua capacidade de absorver o desenvolvimento turístico antes dos impactos negativos serem sentidos pela população residente e de deixar de causar atração e satisfação aos visitantes.

O modelo TALC proposto por Butler descreve a evolução do desenvolvimento de um destino. O mesmo modelo, Segundo Coelho (2010), procura também analisar as relações comerciais que se estabelecem dentro dum destino, onde convivem turistas, população residente e variáveis que proporcionam o bem-estar a ambos, descrevendo a evolução que também resulta dessas mesmas relações. Assumindo-se que o turismo internacional também proporciona o desenvolvimento das regiões (Hunter, 2002), esta-se, portanto, em presença dos princípios do comércio internacional.

Para Coelho (2010) deve-se determinar um indicador complexo (Índice de Desenvolvimento Turístico), que identifique a fase do ciclo de vida em que se encontra um destino turístico, onde os fatores 'condições turísticas', 'população residente' e 'turistas estrangeiros', assumem um papel essencial neste contexto.

Esse Indicador é traduzido pela seguinte expressão:

$$IDT = f(P, T, D) \quad [3]$$

Onde:

IDT – Índice de Desenvolvimento Turístico;

P – População residente;

T – Turistas;

D – Destino que é identificado pelas condições turísticas e consequentemente pelo conjunto de variáveis a seguir descritas.

Para Formica e Uysal (2006; citado por Coelho, 2010), a atratividade turística geral de um destino depende das relações entre a disponibilidade de atrações e a percepção da sua importância.

Coelho (2010) entende que os indicadores escolhidos garantem a fiabilidade das variáveis e estas validam a qualidade de vida e o bem-estar, e considerou as seguintes definições:

- Recursos básicos ambientais: “O indicador desta variável que se nos apresenta como o mais apropriado para o efeito desejado, é a percentagem de área protegida ocupada, do total de área do destino considerado” (Coelho, 2010, p. 226);
- Recursos básicos culturais: “consideraremos o património histórico classificado pela UNESCO como indicador da riqueza patrimonial existente,” (Coelho, 2010, p. 227);
- Serviços, acomodações: toda a tipologia existente de alojamento existente no período em estudo - número de camas;
- Serviços, diversões: consideraremos como “indicador desta variável a quantidade de eventos que surgem promovidos ou em condições de serem promovidos, pelas instâncias nacionais de promoção turística”. Vão ser consideradas as empresas de animação turística no período em estudo (Coelho, 2010, p. 231);
- Serviços, saúde: “considera-se como indicador o número de médicos existentes no destino” (Coelho, 2010, p. 232);
- Serviços, habitação: “condições mínimas necessárias ao conforto humano, contendo água canalizada, saneamento básico e energia elétrica” (Coelho, 2010, p. 232);
- Governação, serviços públicos: “forças de segurança de ordem e origem pública” (Coelho, 2010, p. 233)
- Governação, infraestruturas: “acessibilidades internas, a formação dos recursos humanos e as condições de informação e comunicação”, vai considerar-se o número de Km de autoestrada, a quantidade de recursos humanos a trabalhar em turismo e a promoção feita ao setor, (Coelho, 2010, p. 234);
- Governação, documentos estruturais: “é a área geográfica coberta com os planos de urbanização” (Coelho, 2010, p. 237).

Sistematizando o Índice de Desenvolvimento Turístico (IDT) de um destino, segundo Coelho (2010), vem:

$$IDT_{jt} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{n} \left(\frac{D_{ijt}}{P_{jt}} \right) \times \left(\frac{T_{jt}}{T_{Tt}} \right) \quad [4]$$

Onde:

IDT_{jt} = Índice de Desenvolvimento Turístico do destino j , no momento t ;

D_{ijt} = Variáveis consideradas (i) como característica do destino j , no momento t ;

P_{jt} = População do destino j , no momento t ;

T_{jt} = Turistas do destino j , no momento t ;

n = Quantidade de variáveis consideradas das condições turísticas do destino (13 variáveis);

t = Momento de tempo considerado (1 ano ou períodos maiores);

$D_{iTt} = \sum_{j=1}^W D_{ijt}$ = Total da variável i de todos os destinos j , no momento t ;

$P_{Tt} = \sum_{j=1}^W P_{jt}$ = Total de população dos destinos considerados, no momento t ;

$T_{Tt} = \sum_{j=1}^W T_{jt}$ = Total de turistas dos destinos considerados, no momento t .

W = Quantidade dos destinos considerados em cada análise.

$\frac{D_{ijt}}{P_{jt}}$ = Efeito médio das condições turísticas (i) na população residente no destino j , no momento t ;

$\frac{D_{iTt}}{P_{Tt}}$ = Efeito médio das condições turísticas (i) na população total dos destinos considerados, no momento t ;

$\frac{T_{jt}}{T_{Tt}}$ = Importância do mercado turístico (j) no total dos destinos considerados, no momento t .

Através da equação anterior (equação 4), pode adaptar-se as condições do destino no total dos destinos considerados, que por sua vez será ponderado pela relação entre população total e a população do destino, e cuja soma do seu produto será, por sua vez, ponderado pela quota de mercado do destino considerado, ficando (Coelho, 2010):

$$IDT_{jt} = \sum_{i=1}^n \left(\frac{D_{ijt}}{D_{iTt}} \times \frac{P_{Tt}}{P_{jt}} \right) \times \left(\frac{T_{jt}}{T_{Tt}} \right) \quad [5]$$

De acordo com Coelho (2010), ao relativizar um destino através da utilização da relação entre a sua população e a população total dos destinos considerados, vai diluir-se os efeitos enviesantes da dimensão aquando das comparações, pois globalmente haverá uma proporcionalidade entre todos os destinos, no que às pessoas diz respeito.

Segundo Coelho (2010), pode enriquecer-se o indicador com recurso a componentes qualitativas das suas variáveis, traduzido na expressão: $D_{ijt} = \frac{\alpha_{ijt}}{\omega_{ijt}}$, em componentes mais qualitativas e outras mais quantitativas, ficando: $D_{ijt} = \left(\frac{\alpha_{ijt}}{\omega_{ijt}} \times \frac{\omega_{ijt}}{\beta_{ijt}} \right)$, onde uma ou mais componentes puramente quantitativas $\left(\frac{\alpha_{ijt}}{\omega_{ijt}} \right)$, podem ser ponderadas por uma ou mais componentes qualitativas $\left(\frac{\omega_{ijt}}{\beta_{ijt}} \right)$, de modo a verificar se a quantidade existente é ou não de qualidade, traduzindo-se na seguinte equação:

$$IDT_{jt} = \sum_{i=1}^n \left(\frac{\left(\frac{\alpha_{ijt} \times \omega_{ijt}}{\omega_{ijt} \times \beta_{ijt}} \right) \times \frac{P_{Tt}}{P_{jt}}}{\left(\frac{\alpha_{iTt} \times \omega_{iTt}}{\omega_{iTt} \times \beta_{iTt}} \right)} \right) \times \left(\frac{T_{jt}}{T_{Tt}} \right) \quad [6]$$

O modelo proposto por Coelho (2007) pressupõe a utilização de dados oficiais, levando ao longo do tempo a um maior controlo por parte das autoridades de modo a melhorarem a sua posição num eventual *ranking* turístico.

Para Coelho (2010) antes da tomada de decisões estratégicas, os destinos devem saber em que fase do ciclo de vida se encontram.

O mesmo autor refere que um destino tem a ganhar mais se for investindo, gradualmente e de forma pouco expressiva em determinados momentos, alternados com outros momentos mais expressivos, do que se investir de forma constante e moderada ou ainda de forma interpolada entre investimento e desinvestimento, mas em caso algum se deve esquecer da sua população, a 'população residente' deve fazer parte das políticas de desenvolvimento local, quer em termos da sua qualidade como também em termos da sua quantidade.

Analisando a Tabela 9, para Coelho (2010) é também reconhecido que os resultados do IDT serão diferentes de acordo com as diferentes fases ou estádios de desenvolvimento, em que se encontra um destino turístico, quer seja no contexto concorrencial, ou avaliar a fase do ciclo de um destino, comparativamente à sua evolução relativa a dois períodos distintos, no caso da avaliação de um único destino, e terão segundo a fase de desenvolvimento e valor do IDT diferentes inclinações.

Tabela 9. Fases do TALC em função dos valores do IDT e inclinação da reta tangente ao modelo.

Fases do Ciclo de Vida	Valores do IDT	Inclinação da Reta Tangente
Exploração	$0 < \text{IDT} < 0,194$	$0^\circ < \text{IDT} < 11^\circ$
Envolvimento	$0,194 \leq \text{IDT} < 0,577$	$11^\circ \leq \text{IDT} < 30^\circ$
Desenvolvimento	$0,577 \leq \text{IDT} < 1,401$	$30^\circ \leq \text{IDT} < 90^\circ$
Consolidação	$1,401 \leq \text{IDT} \leq 3,019$	$11^\circ < \text{IDT} < 45^\circ$
Estagnação	$\text{IDT} > 3,019$	$0^\circ \leq \text{IDT} \leq 11^\circ$
Declínio	$\text{IDT}(t) > \text{IDT}(t+1)$	$-90^\circ < \text{IDT} < 0^\circ$

Fonte: Coelho (2010, p. 470).

De acordo com Coelho (2010) os resultados numéricos do IDT sugerem que, quando estes são baixos, está-se na fase de exploração (apresenta crescimento moderado), quando esses valores são altos, está-se nas fases de consolidação (consolidação apresenta um crescimento moderado ou muito moderado). Quando esses valores se apresentarem com números intermédios, posicionam-se nas fases de envolvimento (apresenta um crescimento moderado) e desenvolvimento (apresenta um crescimento forte). Por fim, existe também a fase de estagnação (apresenta um crescimento muito moderado ou nulo) e a fase de declínio (apresenta um decréscimo, ao longo do tempo considerado).

Segundo o mesmo autor os resultados numéricos do estudo permitem, ainda, referir o seguinte:

- Nem todas as configurações sinusoidais traduzem uma evolução ao longo de todo o ciclo de vida (seis fases);
- Um destino pode apresentar mais do que um ciclo de vida, de acordo com os diferentes contextos concorrenciais em que se encontre;
- Nem todos os ciclos de vida passam por todas as seis fases, do modelo TALC;
- Os destinos que apresentam uma curva sinusoidal mais pronunciada são os que partem de valores baixos do seu IDT, os quais acabam por atingir valores relativamente elevados, acabando por ficar em primeiro ou segundo lugar em termos competitivos.

Para calcular o Índice de Desenvolvimento Turístico, recorre-se a uma metodologia de natureza quantitativa através da aplicação do modelo matemático desenvolvido por Coelho (2010) e com recurso às variáveis selecionadas e apresentadas na Tabela 10.

Tabela 10. Lista de variáveis e indicadores do IDT.

N.º	FATOR	VARIÁVEL	INDICADOR	UNIDADE DE MEDIDA	REPRESENTAÇÃO
1	População (P)	População	População Residente	N.º inteiro	Quantidade da população residente
2	Turistas (T)	Turistas Estrangeiros	Número de Chegadas de Turistas Estrangeiros ao aeroporto Francisco Sá Carneiro	N.º inteiro	Quantidade de turistas estrangeiros
3	Condições Turísticas do Destino (D)	Áreas Protegidas	Área Ocupada	%	Quantidade de espaço envolvente
4		Património Histórico Classificado	Património Classificado pela Unesco	N.º inteiro	Qualidade do património existente
5		Alojamento turístico	Quantidade de camas de hotéis de 4 e mais estrelas	N.º inteiro	Qualidade do parque hoteleiro
6		Atividades de diversão	Quantidade de eventos de promoção internacional	N.º inteiro	Qualidade dos eventos internacionais promovidos
7		Assistência Médica	Quantidade de Médicos Existentes	N.º inteiro	Qualidade dos serviços de saúde
8		Parque Habitacional	Habitantes Existentes com água, saneamento e eletricidade	%	Qualidade das habitações da população residente
9		Policimento	Quantidade de polícias de natureza pública e não militar	N.º inteiro	Qualidade do sistema de segurança
10		Acessibilidades internas	Número de Quilómetros de estrada asfaltada	N.º inteiro	Qualidade das vias rodoviárias
11		Formação dos Recursos Humanos	Quantidade dos Recursos Humanos com formação em turismo	N.º inteiro	Qualidade do serviço turístico
12		Informação e comunicação	Qualidade de ligações de internet	N.º inteiro	Qualidade dos sistemas de informação e comunicação
13		Planos de Urbanização	Área Ocupada	%	Qualidade dos espaços urbanos

Fonte: Coelho (2010, p. 247).

5. EVOLUÇÃO DO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO APLICADO À NUT II NORTE

5.1. Os Fatores Determinantes do Índice de Desenvolvimento Turístico

Segundo Ko (2005), como medir o desenvolvimento sustentável do turismo, é a problemática que tem sido debatida nos últimos anos. Várias investigações demonstram que o rápido desenvolvimento turístico tem efeitos negativos.

Ainda, segundo Ko (2005), os problemas económicos, ambientais e socioculturais acabam por se caracterizar em ruturas nas infraestruturas; no desaparecimento das atividades económicas tradicionais; na fase em que o crescimento ultrapassa a oferta de trabalho local; no aparecimento de inflação, na acumulação e ruído; no surgimento cada vez maior das atrações artificiais para colmatar o défice e tentar repor as naturais já perdidas, de acordo com Butler (1980) e também no aumento do crime, prostituição.

Através do relatório da PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) (1990, p. 10) (Sagar & Najam, 1998; citado por Coelho, 2010) revela que *“em princípio, as escolhas podem ser infinitas e mudar ao longo do tempo, mas para todos os níveis de desenvolvimento, as três questões chave são: as pessoas aspirarem a uma vida longa e com saúde, adquirirem conhecimento e terem acesso aos recursos de modo a poderem ter uma vida num standard decente”*. Ora, estes três pilares devem também servir para o desenvolvimento do turismo, pois, caso contrário, o sector turístico não estará a contribuir para a melhoria da qualidade de vida das populações.

Urtasun e Gutiérrez (2006) defendem que o turismo possui um significativo efeito positivo no bem-estar global e com característica do desenvolvimento turístico surge a aglomeração. Segundo estes autores, existem três aspetos segundo os quais o turismo causa impactos significativos no bem-estar das comunidades: o nível de desenvolvimento económico das comunidades; a escala do turismo medida em termos *per capita*; a distribuição desigual da propensão para a aglomeração turística.

Dwyer e Kim (2003; citado por Coelho, 2010) defendem que não existe um único indicador ou um conjunto de indicadores de competitividade que possa a todo o momento ser aplicado a todos os destinos, pois, o que se pode verificar é que para qualquer destino só se verificam alguns indicadores.

Coelho (2010) destaca três grandes fatores que determinam os destinos turísticos. Com mais ou menos variantes, julga-se poder dizer que os diferentes autores tendem a considerar como fatores determinantes para a sustentabilidade do desenvolvimento do turismo:

- Um *mix* de condições de atracção e fixação;
- A população residente;
- Os turistas.

Segundo Butler (1980) estes fatores devem estar inter-relacionados, pois só dessa forma será possível alcançar os efeitos cruzados entre os mesmos e, conseqüentemente, retirar daí as devidas apreciações.

Sagar e Najam (1998; citado por Coelho, 2010) referem que na análise de um destino, as variáveis deverão ter todas a mesma importância, isto para se manter o equilíbrio entre as mesmas.

5.2. As Condições Turísticas

O termo “condições turísticas” é por norma utilizado para caracterizar determinado lugar.

“Um lugar deve ser vendido, em primeiro lugar, aos seus habitantes” (Alan et al., 2007, pp. 242-243; citado por Coelho, 2010).

Coelho (2010) entende um destino turístico como aquele onde convivem residentes e turistas, como tal, é necessário perceber que tipos de “condições turísticas” se devem considerar. Tanto se pode estar em presença de condições para a “população residente”, como de condições para a “população turística”, ou de condições que satisfaçam ambas as populações. Contudo, também se deve ter em conta a criação de condições físicas. Ou seja, mais investimento em capital fixo significa aumento de riqueza para o destino. As condições serão sempre condições de atração e/ou de fixação, as de atração são as que motivam a visita e as de fixação motivam visitante permanecerá mais ou menos tempo num determinado lugar. Estas duas vertentes de condições formam para o destino turístico um “*mix de condições*”, a quem compete atrair e fixar as diferentes populações, quer a residente, quer a turística.

Para Johnston (2001), as características de um *resort* (destino) são as seguintes:

- Recursos básicos (ambientais, culturais);
- Serviços (acomodações, diversões, saúde, habitação);
- Governação (serviços públicos, infraestruturas, documentos estruturais).

Bansal e Eiselt (2004) defendem que outro fator importante é a imagem do destino, a qual assenta na evolução de cinco características de benefício ou valores para o consumidor: funcional, social, emocional, epistemológico e condicional.

Coelho (2010), tendo por base alguns autores, refere que muitos dos fatores implícitos para que um destino seja competitivo são “bens públicos”, conseqüentemente, os governos devem ter um importante papel na melhoria e manutenção da competitividade de um destino. Salieta ainda que vários elementos dos produtos turísticos, devem ser geridos de forma sistemática, integrada e dinâmica e podem ser caracterizados por serem: primários (principal razão da visita), secundários (ou

complementares), terciários (imagem), e ainda, recursos humanos, eventos, transportes, centros de informação e estacionamentos.

Pode ainda acrescentar-se, que o crime e insegurança podem estragar a imagem de um destino, sendo fundamental investir em infraestruturas, pois a sua falta ou deficiência poderão por em causa a riqueza cultural e patrimonial, pois não basta criar uma imagem de destino, mas, depois, é necessário mantê-la. Também os fatores intangíveis assumem uma importância na atratividade urbana.

Kim (2002) considera a população local como elemento essencial para o sucesso de um destino turístico, na medida em que a sustentabilidade do turismo depende da forma como a comunidade local se relaciona com os turistas. Mas deve distinguir-se a população residente da população nativa, uma vez que podem ter comportamentos diferentes (Coelho, 2010). A população residente é toda aquela que mantém habitualmente a sua residência no local considerado e a população nativa pode ou não residir no local (Coelho, 2010). Segundo Coelho (2010) esta diferença pode, explicar parte das diferentes reações que os residentes possuem perante os visitantes.

Para Gunn (1985) e Leiper (1990) (citados por Coelho, 2010), um destino não deve ser visto como um atração em si, ele é um conjunto de atrações, pois acabam por ser as próprias atrações que fornecem símbolos e imagens para que o destino seja apresentado ao público.

Para Amelung e Viner (2006), também no futuro o clima continuará a ser um importante fator *push* e *pull*.

Para Butler (2000), diferentes ambientes (costa, montanha e natureza) como potenciais destinos turísticos (ou potencial turístico dos destinos) atraem, em períodos diferentes, diferentes populações. Mas sendo uma variável exógena, que não é possível intervir diretamente, (excluindo locais onde o clima possa ser controlado), entende-se que a competitividade turística dos destinos é primeiramente determinada por essas mesmas condições primárias. Só depois de efetuada a escolha do destino dentro do mesmo critério, se faz a apreciação das condições secundárias, as quais acabarão por determinar o período de fixação no lugar quer seja, por experiência, quer seja por percepção.

Andriotis (2006) considera que as fracas infraestruturas, acessibilidades e comunicações, contribuem para as curtas estadias e o atraso no desenvolvimento. Butler (1993), partilha da mesma ideia na medida em que argumenta que a falta de serviços públicos contribui para concentrar o desenvolvimento em determinados lugares.

Para Coelho (2010) verifica-se que na escolha de um destino (aqui estamos na presença do período do ano) as condições de 1.º grau, ou de atração primárias, associadas a espaços (praia, montanha, neve ou campo) têm maior influência sendo até as que determinam as escolhas, como é o caso do clima, e só depois se recorre às condições secundárias ou complementares para o período de mais ou menos tempo nos lugares escolhidos, ou seja, só depois se passa para a escolha do destino em termos de lugar (cidade, campo/montanha ou litoral, interior), em seguida escolhe-se o motivo da

visita (património construído ou património natural), não obrigatoriamente por esta ordem. As restantes considerações sobre o destino assumem a natureza de condição de fixação, em primeira instância ou como complemento de condição de atracção (condições de atracção secundárias ou de 2.º grau).

Isto porque não se entende que sejam aspetos relacionados com o alojamento hoteleiro, urbanismo, segurança, assistência médica, comunicação, diversão, acessibilidades, habitação e recursos humanos, que determinem as escolhas dos destinos. Mas ao contrário, funcionarão como complemento dessas mesmas escolhas e ao mesmo tempo como motivo de prolongamento ou não das estadias, em termos de turismo internacional (estrangeiros).

Naturalmente, que o comportamento turístico será determinado pelo resultado conjunto destas condições, quer em termos de experiência, quer em termos de perceção.

5.3. O Perfil de Turista que visita a NUT II Norte

Segundo Coelho (2010) para definir o desenvolvimento turístico de um destino os turistas são determinantes. Os turistas têm comportamentos próprios que ao mesmo tempo são influenciados e influenciam os destinos, em particular os agentes locais que os compõem e que ou reagem, ou não agem, ou agem de forma desordenada, ou agem de forma pró-ativa.

Segundo estudos, os próprios turistas reagem aos turistas, na medida em que quando se verifica um abandono ou uma não ida dos turistas, relativamente a alguns destinos, esta é uma reação deles, entendida como consequência de algum mal-estar dos turistas, pela presença de outros turistas e não apenas de reação perante os locais.

O perfil do turista que visita a região NUT II Norte de Portugal, vai ser feita tendo em conta apenas os dados disponíveis para o período do estudo pelo Turismo de Portugal e pelo Instituto Nacional de Estatística e dados cedidos pelo do aeroporto Francisco Sá Carneiro, são eles:

- Hóspedes e dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros (Tabela A.XX, do anexo);
- Taxas de ocupação cama e quarto (Tabela A.XXI, do anexo);
- Chegadas de passageiros por país de origem ao aeroporto do Porto (Tabela A.XXII, do anexo).

O Top10 por nacionalidade do número de hóspedes para o período em estudo vem pela seguinte ordem: Portugal, Espanha, França, Brasil, Alemanha, Itália, Reino Unido, Holanda, EUA, Bélgica, nos anos de 2009 e 2010, o décimo lugar era ocupado pela Suíça, mas nos anos 2011 e 2012 os hóspedes oriundos da Rússia aumentaram de forma considerada. O Top10 por nacionalidade do número de dormidas para o período em estudo vem pela seguinte ordem: Portugal, Espanha, França,

Brasil, Alemanha, Reino Unido, Itália, Holanda, Bélgica, EUA, os anos de 2009 e 2010, o décimo lugar era ocupado pela Suíça, mas em 2011 e 2012 foi superado pela Rússia.

A taxa de ocupação cama, nos anos 2009 e 2010 registou-se maior afluência nos Hotéis-Apartamentos, seguida das Pousadas e só depois vêm os Hotéis de 3, 5, 4 e 2 estrelas.

Nos anos 2011 as Pousadas registaram maior afluência, seguido dos Hotéis-apartamento e dos Hotéis de 4, 5, 3 e 2 estrelas e 2012 as Pousadas registaram também maior afluência, seguido dos Hotéis de 5, 4, 3 e 2 estrelas, e só depois vem os Hotéis-apartamentos. Quanto à taxa de ocupação quarto, é maioritária nos anos de 2009 e 2010 nos Hotéis-apartamentos, e só depois vêm os Hotéis, e nos anos 2011 e 2012 é maioritária nos Hotéis de 5, 4, 3 e 2 estrelas.

No que respeita às chegadas de passageiros por país de origem ao aeroporto do Porto apresenta-se pela seguinte ordem (há apenas troca de lugares entre a Suíça e o Reino Unido e a Holanda e o Brasil) nos anos do período em estudo: França, Espanha, Portugal, Alemanha, Suíça, Reino Unido, Itália, Bélgica, Holanda, Brasil e Luxemburgo. Feita esta análise pode dizer-se que o Turista que mais visita e que mais dorme a região NUT II Norte de Portugal é o turista Português, seguido do Espanhol, Francês, Brasileiro e Alemão.

O Turista que mais vezes chega à região NUT II Norte de Portugal, por país de origem é o turista Francês, Espanhol, Português, Alemão e Suíço.

Assim a região NUT II Norte é essencialmente visitada no seu top três por Turistas Portugueses, Espanhóis e Franceses, que nos anos 2009 e 2010 dormiam maioritariamente em Hotéis-apartamento e Pousadas, e nos anos 2011 e 2012 dormem maioritariamente em Hotéis e Pousadas.

5.4. Análise Descritiva das Variáveis do Índice de Desenvolvimento Turístico

Coelho (2010), sugere “(...) a possibilidade de aplicar o mesmo modelo IDT, utilizando outras variáveis, desde que salvaguardada a condição do seu efeito direto, pois isso evita erros interpretativos quanto à sua aplicabilidade.”, (p.489)

Dada a impossibilidade de reunir todas as variáveis necessárias propostas e utilizadas por Coelho (2010), adaptou-se a quantificação do valor do IDT, tendo-se delineado os seguintes elementos referentes ao destino:

- (i) Ano de análise: 2009, 2010, 2011, 2012;
- (ii) Destino turístico em análise: região NUT II Norte;
- (iii) Variáveis: de acordo com as apresentadas na Tabela 11.

Tendo em conta que em certos casos não foi possível encontrar dados referentes para a aplicação das variáveis inicialmente propostas pelo autor do IDT, seguiu-se a possibilidade também defendida pelo mesmo autor, de se utilizarem outras variáveis, tendo presente o seu efeito direto (Coelho, 2010). Foram selecionadas nuns casos variáveis alternativas e noutros indicadores alternativos, na afetação de terem a mesma versão dos pressupostos inicialmente definidos.

Por ausência de dados referentes ao número de turistas estrangeiros registados, optou-se por utilizar como indicador o número de chegadas de turistas estrangeiros ao aeroporto Francisco Sá Carneiro para rematar a variável turistas, tendo este indicador sido solicitado à ANA (Aeroportos de Portugal, S.A.).

No que respeita ao indicador quantidade de camas de hotéis de 4 e mais estrelas, optou-se por usar como indicador a quantidade de camas no total dos empreendimentos turísticos, visto apresentar-se como mais abrangente, para concluir a variável alojamento turístico, este indicador foi obtido através do Instituto Nacional de Estatística e é definido como *“camas nos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos, por NUTS II e por tipologias”*

Referente ao indicador quantidade de eventos de promoção internacional, e dado a falta de dados para o mesmo, optou-se também por substituí-lo pelo indicador total de empresas de animação turística, para concluir a variável atividades de diversão e que foi obtido através do turismo de Portugal.

A variável parque habitacional em vez do indicador habitantes existentes com água, saneamento e eletricidade, e dado também a falta de dados sobre o mesmo, optou-se por substituí-lo pelo indicador população com água segura, que foi obtido através do INE.

A variável policiamento foi substituída pela variável segurança, visto que quer uma quer outra acabam por traduzir a segurança do destino turístico, e o indicador desta variável, quantidade de polícias de natureza pública e não militar, foi substituído pelo indicador número de polícias (Polícia de Segurança Pública) e de GNR (Guarda Nacional Republicana) ao serviço. Os dados foram obtidos junto das instituições da Polícia de Segurança Pública e da Guarda Nacional Republicana.

O indicador quantidade de quilómetros de estrada asfaltada foi substituído pelo indicador número de quilómetros de autoestrada e/ou Itinerário complementar entre as cidades, uma vez que é mais representativo e real daquilo que o turista quer, pois não serve de muito ter muita estrada asfaltada se a mesma não tem qualidade. Lew e Mckercher, (2006) e Ark e Richards, (2006) ambos citados por Coelho (2010) referem que as acessibilidades, nomeadamente as redes de transporte (terrestre e aéreo), como importantes para o turismo internacional.

Tabela 11. Lista de variáveis e indicadores utilizados para o cálculo do IDT (adaptado).

N.º	FATOR	VARIÁVEL	INDICADOR	REPRESENTAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	FONTE
1	População (P)	População	População Residente, local residência	Quantidade da população residente	N.º inteiro	INE
2	Turistas (T)	Turistas Estrangeiros	Número de Chegadas de Turistas Estrangeiros ao aeroporto Francisco Sá Carneiro	Quantidade de turistas estrangeiros	N.º inteiro	ANA- Aeroportos de Portugal
3		Áreas Protegidas	Área Ocupada	Quantidade de espaço envolvente	%	Instituto de Conservação da natureza e das Florestas
4		Património Histórico Classificado	Património Classificado pela Unesco	Qualidade do património existente	N.º inteiro	UNESCO
5		Alojamento turístico	Quantidade de camas no total dos empreendimentos turísticos	Qualidade dos empreendimentos turísticos	N.º inteiro	INE
6		Atividades de Diversão	Total de Empresas de Animação Turística	Qualidade das empresas de animação turística	N.º inteiro	Turismo de Portugal
7	Condições Turísticas do Destino (D)	Assistência Médica	Quantidade de Médicos Existentes	Qualidade dos serviços de saúde	N.º inteiro	Direção Geral de Administração e do Emprego Público
8		Parque Habitacional	Qualidade das habitações da população residente	População com Água segura	%	INE
9		Segurança	Número de Policia e GNR ao serviço	Qualidade do sistema de segurança	N.º inteiro	PSP; GNR
10		Acessibilidades internas	Número de Quilómetros de autoestrada e/ou IC entre as cidades	Qualidade das vias rodoviárias	Km	IMTT
11		Formação dos Recursos Humanos	Quantidade dos Recursos Humanos a trabalhar no setor do Turismo	Qualidade do serviço turístico	N.º inteiro	INE
12		Entidade Responsável pelo sector turismo na NUT II Norte	Promoção feita ao sector e apoio ao Turista	Qualidade da promoção	N.º inteiro	TPNP,ER
13		Planos de Urbanização	Área de reabilitação urbanística	Qualidade dos espaços urbanos	N.º inteiro	INE

Fonte: Adaptado de Coelho (2010, p. 247).

O Indicador quantidade de recursos humanos com formação em turismo, dado a falta de dados sobre o mesmo optou-se por substituí-lo pelo indicador quantidade de recursos humanos a trabalhar no setor turismo para ultimar a variável formação dos recursos humanos e que foi obtido através do INE.

A variável informação e comunicação e o respetivo indicador quantidade de ligações de *Internet*, foram ambos substituídos por falta de informação, pela variável que é a Entidade Responsável pela promoção do Setor Turismo na NUT II Norte e o respetivo indicador Promoção Feita ao Setor ao nível de feiras de carácter nacional e internacional, bem como brochuras de promoção. Os Dados foram obtidos junto da instituição responsável, a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal. Na variável planos de urbanização, o seu indicador foi substituído por falta de informação e para o efeito foi substituído pelo indicador áreas de reabilitação urbanística, o qual foi obtido através do INE.

5.5. Aplicação do Índice de Desenvolvimento Turístico à Região Norte de Portugal

O cálculo do Índice de Desenvolvimento Turístico do destino NUT II Norte de Portugal, para os anos do período em estudo para comparação de evolução no mesmo período foi realizado tendo por referência os dados das variáveis selecionadas e apresentadas na Tabela 12.

Segundo Coelho (2010) perante este enquadramento de condições turísticas, surgem a população residente e os turistas/hóspedes estrangeiros e quanto menos população residente e quanto mais turistas/hóspedes estrangeiros, melhor e vice-versa. Nesta ótica, o ano de 2009 é o que mais beneficia, pois a relação entre estas variáveis é-lhe mais vantajosa relativamente aos restantes anos de destinos.

Tabela 12. Variáveis e valor do IDT na região NUT II norte no período do estudo.

Ano	CONDIÇÕES TURÍSTICAS											POPULAÇÃO	HÓSPEDES
	AP	PC	AT	AD	AM	PH	S	A	RH	ERS	PU		
	%	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º	n.º		
2009	11,94	4	38827	13	8218	97,2	10189	1097	5890	25	3	3705980	2229523
2010	11,94	4	38386	35	8573	96,18	10008	1035	5851	7	2	3693585	2609592
2011	11,94	4	40156	52	8513	97,04	9977	1097	6139	10	5	3687224	2963476
2012	11,94	4	41831	52	8667	97,32	9675	1254	6069	13	13	3666234	2987076

Nota: AP – Área Protegida; PC – Património Histórico Classificado; AT – Alojamento Turístico; AD – Atividades de Diversão; AM – Assistência Médica; PH – Parque Habitacional; S – Segurança; A – Acessibilidades; RH – Recursos Humanos; ERS – Entidade Responsável pelo Setor; PU – Planos de Urbanização.

Os valores relativos respeitantes a cada variável para o cálculo do IDT para região NUT II Norte no período em estudo estão apresentados na Tabela 13.

Tabela 13. Valores relativos de cada variável e valor do IDT para a região NUT II Norte no período do estudo.

Ano	CONDIÇÕES TURÍSTICAS - VALORES RELATIVOS %											POPULAÇÃO	HÓSPEDES	VALOR DO IDT
	AP	PC	AT	AD	AM	PH	S	A	RH	ERS	PU			
2009	25	25	24,39	8,55	24,19	25,07	25,57	24,47	24,59	45,45	13,04	3,98	20,66	0,1845
2010	25	25	24,11	23,03	25,24	24,81	25,11	23,09	24,43	12,73	8,70	3,99	24,19	0,1940
2011	25	25	25,22	34,21	25,06	25,03	25,04	24,47	25,63	18,18	21,74	4,00	27,47	0,2532
2012	25	25	26,28	34,21	25,51	25,10	24,28	27,97	25,34	23,64	56,52	4,02	27,68	0,2981

Legenda: AP – Área Protegida; PC – Património Histórico Classificado; AT – Alojamento Turístico; AD – Atividades de Diversão; AM – Assistência Médica; PH – Parque Habitacional; S – Segurança; A – Acessibilidades; RH – Recursos Humanos; ERS – Entidade Responsável pelo Setor; PU – Planos de Urbanização.

A região NUT II Norte apresenta como valores de IDT (adaptado), para o ano 2009 um valor de 0,1845, (Tabela13), o que aplicando o valor calculado de acordo com as Fases do TALC em função dos valores do IDT e inclinação da reta tangente ao modelo (Tabela 9), conclui-se que o destino neste ano se encontra na fase de Exploração.

A fase de Exploração no modelo TALC, do pensamento de Butler (1980) caracteriza-se segundo ele por:

- Poucos turistas (visitantes procurando aspetos naturais e culturais diferentes);
- Inexistência de instalações apropriadas;
- Grande contacto com os locais;
- Sem influenciar o meio social;
- Pouco efeito económico.

Segundo Tooman (1997), as visitas são limitadas e casuais por parte de poucos turistas. Existe um contacto com a população local de grau elevado, o uso das suas comodidades, mas com baixo impacto económico e social.

Pode-se ainda referir que Moore e Witehall (2005), caracterizam-na como não havendo atrações direcionadas ao turista.

Numa análise empírica a região NUT II Norte no ano de 2009, encontra-se ainda na primeira de seis fases de evolução de um destino turístico. Pode dizer-se que é a fase em que o turismo não foi promovido nem se procedeu a investimentos significativos e que se refletissem na atividade turística. Neste ano em termos de alojamento na região o que mais existia eram pensões, e empresas de

animação turística existiam apenas 13. A variação de dormidas anuais de estrangeiros é de -5,10%. A região é essencialmente visitada por turistas nacionais. Neste ano a região era visitada por poucos turistas, e esse poucos, pouco compravam, as instalações tinham pouca qualidade,

Para os anos 2010, 2011 e 2012, a região NUT II Norte apresenta como valores de IDT (adaptado), 0,1940; 0,2532; e 0,2981 respetivamente, tal como se pode observar na Tabela 13. Calculando o valor de acordo com as fases do TALC em função dos valores do IDT e inclinação da reta tangente ao modelo (Tabela 9), conclui-se que o destino neste ano se encontra na fase de Envolvimento. Fase esta onde se constata o aumento do número de visitantes, a melhoria dos acessos e condições de recetividade e começa a surgir a promoção do turismo com maior preocupação.

Segundo Butler (1980) a fase de Envolvimento caracteriza-se de acordo com:

- Aumento de visitantes com carácter de regularidade;
- Maior contato entre turistas e visitantes;
- Adaptação de instalações para turistas;
- Aumento do número de residentes envolvidos nas atividades turísticas e de restauração, podendo ser detetadas algumas melhorias nos padrões sociais dos residentes ligados à atividade turística;
- Início de publicidade e criação de espaços comerciais, a época turística começa a determinar a vida dos que com ela estão envolvidos;
- Primeiras pressões sobre os governos locais para melhorar os transportes e outras instalações para os turistas.

Da análise empírica da região NUT II Norte verifica-se que é a partir do ano 2010, 2011 e 2012 que o IDT da região NUT II Norte tem registado um crescimento até ao ano 2012. Facto este que poderá ter como grandes causas, por um lado a criação e linhas orientadoras do Plano Estratégico Nacional de Turismo em 2006, que começa a dar resultados, e por outro lado com mais importância a reforma feita no setor do turismo no ano 2008 com a criação das novas Entidades Regionais de Turismo, através do Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de Abril, e a sua entrada em funcionamento no ano 2009 e com ele varias alterações que surgiram no quadro institucional do sector do turismo. O turismo passa a ser gerido por NUT II. Houve também a criação do Decreto-Lei 39/2008 de 7 de Março que estabelece o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, que pretende que se ofereça mais qualidade.

A região encontra-se a dar os primeiros passos na sua atividade turística, a partir do ano 2010 inclusive o número de hotéis tem vindo sempre a aumentar e o número de pensões a diminuir, pode dizer-se que a qualidade começa a aumentar.

Deve salientar-se, também, o aumento do número de empresas de animação turística, o aumento do número de quilómetros de autoestradas e itinerários complementares entre as cidades.

Em geral na região começa a notar-se um crescente envolvimento da população com a atividade turística, que vê no turismo uma oportunidade de negócio. A cidade do Porto é o primeiro exemplo disso na região NUT II Norte, como referência das suas atrações. Começam também a surgir outras referências e atrações da região, são criados roteiros, e assim consegue-se que o número de turistas na região seja cada vez maior.

Na figura seguinte, apresenta-se graficamente os valores do IDT da região NUT II Norte na curva do Ciclo de Vida do Destino Turístico, desenvolvido por Butler (1980).

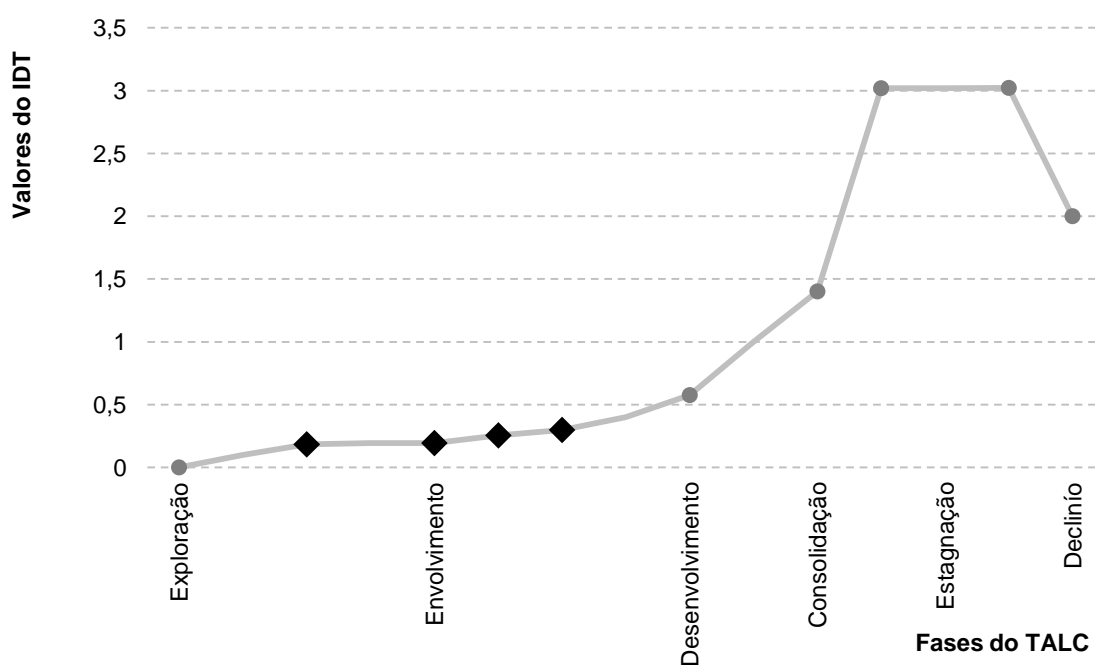


Figura 27. Representação gráfica do IDT da região NUT II Norte no período de 2009 a 2012.

Segundo Prideaux (2000), nada garante que todos os destinos passem por cada uma das fases, admitindo-se que alguns destinos não passem da primeira fase. Para Tooman (1997), são as fases de exploração e envolvimento, pela maior participação dos locais, aquelas que apresentam maior crescimento.

Urtasun e Gutiérrez (2006), referem que os impactos nas comunidades locais levam a uma melhoria da qualidade de vida nas fases iniciais do desenvolvimento turístico, mas alcançada a capacidade de carga começam a surgir mudanças negativas.

Segundo Coelho (2010) verifica-se que, dos estudos desenvolvidos, existe falta de consenso e de resultados conclusivos, quanto às fases mais importantes para o desenvolvimento local. Os modelos evolutivos do turismo, tal como na literatura do desenvolvimento, sugerem que todos os destinos serão objeto de progresso, arrastados por uma corrente através de um ciclo evolutivo.

Dos resultados obtidos na análise do IDT, verifica-se através da análise do ciclo de vida do destino em estudo, a região NUT II Norte, que primeiramente se encontrava na fase de Exploração e de seguida passou para a fase de Envolvimento, e aí se mantém em crescente, encontra-se ainda no início da sua caminhada até à fase de consolidação turística.

CONCLUSÕES E FUTUROS ESTUDOS

Com o presente trabalho pretendia-se realizar uma análise da evolução do Índice de Desenvolvimento do Turístico da NUT II Norte, tendo em conta a dinâmica estrutural anterior e posterior da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de Março. Este decreto estabeleceu o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos o qual menciona o período de dois anos para todos os empreendimentos se reconverterem a este novo regime. Assim para o estudo são analisados dois anos antes do fim da reconversão de todos os empreendimentos turísticos, e dois anos depois, o período em estudo é de 2009 a 2012.

Foi analisada a evolução de vários indicadores para a caracterização da procura e a oferta turística da região. Dos resultados obtidos do tratamento e análise dos dados recolhidos, relativos a alguns indicadores do turismo para esta região, as principais conclusões foram as seguintes:

- No que respeita à procura, verificou-se que quer número de dormidas quer o de hóspedes, de não residentes tem vindo a crescer desde o ano 2009, ao contrário dos residentes em Portugal que tem vindo a decrescer, mas no geral a estada média ao longo dos quatro anos do período do estudo manteve-se inalterada, nas 1,7 noites, não chega um hóspede a permanecer 2 noites em estabelecimentos da região, tais resultados poderão eventualmente estar relacionados com a falta, na região NUT II Norte, excepto no grande Porto, de eventos, infraestruturas e entidades privadas ligadas a atividades de lazer, por forma a atrair o turista, fazendo-o permanecer mais tempo na região;
- O valor dos proveitos de aposento, apenas em 2012 apresentou um ligeiro decréscimo, facto este que provavelmente pode estar associado a ter sido também neste ano o ano em que menos turistas portugueses estiverem na região NUT II Norte;
- O Índice de Preferência (que permite aferir o destino em termos de preferência que exerce sobre a escolha dos turistas), pelas NUT III da região NUT II Norte, surge com uma enorme divergência entre a NUT III grande Porto e as restantes NUT III da região NUT II Norte. A NUT III grande Porto surge com um Índice de Preferência de 0,57, enquanto que o maior Índice de Preferência das outras NUT III é de 0,11. De salientar que o Índice de Preferência de turistas estrangeiros registou crescimentos entre 2009 e 2012. Estes resultados do Índice de Preferência indicam que as autoridades públicas e a iniciativa privada do sector do turismo terão que promover mais esforços para atrair mais turistas internos e externos e que 'tragam' mais valor acrescentado, as restantes NUT III da região NUT II Norte, assim como maior consumo e aumento do tempo de permanência na região;

- O Índice de Saturação Turística na região NUT II Norte ainda não atingiu valores que possam causar qualquer tipo de impacto, excepto na região do grande Porto em que o Índice, ao longo dos quatro anos foi superior a unidade, o que pode significar, que se estará a colocar em perigo o equilíbrio e o bem-estar dessa região. Neste índice e quando o valor é superior à unidade deve ter-se em conta a estada média, e atendendo aos valores da mesma para a região do Grande Porto ao longo dos quatro anos, manteve-se sempre em 1,7 dias, como tal pode dizer-se que ainda será antecipado concluir que haja um impacto social negativo, em que as infraestruturas possam claudicar, numa situação de excesso de carga, mesmo que sazonal;

- Referente à oferta na região NUT II Norte, o número de alojamentos turísticos e o número de camas diminuiu em 2010, mas voltou a crescer em 2011 e 2012. Esta diminuição pode ter sido consequência da reconversão a que os empreendimentos estavam sujeitos, e que fez com que de 2009 até 2012 o número de pensões diminuísse e aumentasse o número de hotéis. É no Grande Porto que se localizam a grande parte dos estabelecimentos hoteleiros da região NUT II Norte (37%), bem como a grande parte do número de camas (49%);

- Analisando a evolução do número de empresas com CAE Rev. 3 - Hotelaria - Alojamento, Restauração e Similares na região NUT II Norte, verifica-se que a criação destas empresas apenas aumentou em 2011 comparado com o ano 2010. Já o volume de negócios e atividade económica de empresas com CAE Rev. 2.1 e Rev. 3 - Hotelaria - Alojamento, Restauração e Similares apenas cresceu no ano de 2010 comparado com o ano de 2009;

- Outro indicador importante é o pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros na região NUT II Norte, que cresceu no ano de 2010 e no ano de 2011;

- O Valor Acrescentado Bruto (é que a diferença entre o valor da produção e o valor do consumo intermédio. É utilizado para medir a produção acrescentada por uma empresa, bem como para medir a produção de bens finais de uma determinada economia) de atividades de alojamento e restauração foi na região NUT II Norte sempre crescente desde o ano de 2009 até ao ano 2012, o que significa que de ano para ano se foi acrescentando produção em turismo na região;

A região NUT II Norte pode ainda ser caracterizada através de:

- Recursos turísticos primários mais relevantes: Porto; vinhos; património mundial e cidades e vilas históricas; cultura popular, tradições e artesanato; parques naturais, rios e albufeiras; ruralidade e paisagem; termas;

- A cidade do Porto é vista também como um recurso turístico primário mais relevante da região NUT II Norte, pode mesmo dizer-se que a cidade do Porto é uma marca para toda a região NUT II Norte;

- Dos principais recursos turísticos por submarcas turístico-promocionais: Porto; Minho; Douro; Trás-os-Montes.

- Dos Produtos turísticos prioritários da região do Norte: turismo de negócios; turismo urbano; turismo de natureza; turismo náutico; gastronomia e vinhos; turismo de saúde e bem-estar; turismo histórico-cultural (*touring*); golfe.

De realçar a variedade de património histórico classificado pela UNESCO que a região detém.

No que respeita ao índice utilizado no estudo, o Índice de Desenvolvimento Turístico, foram aplicados ao IDT dados reais, o qual ostenta confirmar este índice como adequado para medir a avaliação do desenvolvimento turístico de uma região.

Tendo em conta os resultados apresentados pelo IDT, permitem verificar que a região NUT II Norte é uma região que se encontra crescimento como destino turístico, dentro da fase de envolvimento que atingiu no ano de 2010. No ano de 2012, o valor de IDT na região NUT II Norte registou um valor mais elevado posicionando-se na fase de envolvimento. Espera-se que se verifique, uma continuidade deste crescimento, que a médio prazo a região NUT II Norte entre na fase seguinte do ciclo de vida de desenvolvimento turístico, que é a fase de desenvolvimento. Pode aqui destacar-se pela positiva o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido pela Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Pode dizer-se que o turismo é uma atividade que tem vindo a crescer em Portugal, e na região NUT II Norte, tendo a cidade do Porto sido no ano de 2012 distinguida pela “*European Consumers Choice*” como o 'Melhor Destino Europeu 2012'.

Mas há ainda caminho a percorrer, apesar de em termos de acessibilidades a região já estar com ligações que favorecem comunicações entre os locais. No que respeita às infraestruturas específicas de turismo, exceto a região do grande Porto, que por exemplo apresenta sempre mais do dobro de estabelecimentos hoteleiros do que qualquer outra região, e no que respeita à capacidade de alojamento/número de camas a mesma região representam 49% da região NUT II Norte, a restante NUT II Norte tem défice das mesmas.

Para Coelho (2010) independentemente dos principais motivos de atração dos destinos ('sol e praia', montanha, neve, cidade, campo), têm de existir outras condições de atracção e fixação, pois caso contrário, esgotado ou satisfeito o primeiro motivo e nada mais havendo, os turistas ir-se-ão embora. Neste caso torna-se necessário criar mais motivos de fixação na região NUT II Norte, é necessário dar mais atratividade e variedade de animação aos turistas, pois o sucesso dos destinos turísticos pode vir a ser influenciado pela sua competitividade.

Sugere-se que se reflita sobre a criação de acessibilidades aéreas do Porto para os aeródromos de Bragança, Chaves e Vila Real, pois seria uma alternativa para um determinado tipo de turista, mas que sem ela não se consegue captar, bem como permitiria criarem-se vantagens competitivas no interior Norte de Portugal e diminuir as assimetrias existentes entre as diferentes NUT III da região em análise. Os turistas estrangeiros são nas zonas mais do interior da região NUT II Norte ainda muito poucos e não conseguem promover estímulos suficientes aos residentes para que estes se tornem mais dinâmicos.

Para inverter a tendência da baixa taxa de permanência na região NUT II Norte, ou seja, para ter uma taxa de permanência superior a dois dias é necessário que exista algo mais para oferecer ao turista, e isso passa pela exploração dos recursos anteriormente mencionadas e envolver entidades públicas e privadas, com planos de ação por NUT III devidamente estruturados, bem como a população residente no destino turístico.

Para estudos futuros sugere-se que seja feita a mesma contabilização mas por NUT III na região NUT II Norte, no sentido de analisar a competitividade turística e o seu índice de desenvolvimento intrarregião.

Com este estudo espera-se ter colaborado, de certa forma, para um melhor conhecimento da região NUT II Norte enquanto Destino Turístico. Responder e identificar aspetos menos positivos, bem como os mais positivos, possibilitando às entidades responsáveis, delinear estratégias para atrair um maior número de turistas e satisfazer cada vez mais as suas necessidades. Devem também ser criadas condições no sentido que se possam fazer mais investimento mas de forma inteligente e planeada, desde que economicamente rentável, em Turismo com qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amelung, B., & Viner, D. (2006). Mediterranean tourism: exploring the future with the Tourism Climatic Index. *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (4), 349-366.

Andersson, T., & Lundberg, E. (2013). Commensurability and sustainability: Triple impact assessments of a tourism event. *Tourism Management*, 37, 99-109.

Andriotis, K. (2006). Hosts, Guests and Politics: coastal resorts morphological change. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), 1079-1098.

Bansal, H., & Eiselt, H. (2004). Exploratory research of tourism motivations and planning. *Tourism Management*, 25, 387-396.

Briedenhann, J., & Wickens (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?. *Tourism Management*, 25, 71-79.

Buhalis, D. (1998). Strategic use of Information Technologies in the Tourism Industry, *Tourism Management*, 19, 409-421.

Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: *Implications for management of resources*. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

Butler, R. (1993). Tourism Development in Small Islands: past influences and future directions. *The development process in small island states*. D.G. Lockhart, D. Drakakis-Smith and J. Schembri, eds., 71-91. London: Routledge.

Butler, R. (2000). Tourism and the environment: a geographical perspective. *Tourism Geographies*, 2(3), 337-358.

Butler, R. (2008). The Relevance of the Tourism Area Life Cycle (TALC) to Sustainable Destinations. // *Congresso Internacional de Turismo de Leiria e Oeste*. Peniche, 26-27 de Novembro. Portugal.

CCDRN (2008). *Plano de Ação para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal*. Consultado a 29 de Abri de 2014, em www.ccdr-n.pt.

CCDRN (2013). *Diagnóstico Prospetivo da Região do Norte 2014-2020*. Consultado a 29 de Abri de 2014, em www.ccdr-n.pt.

CCDRN (20134). *Mapa Norte de Portugal*. Consultado a 28 de Abri de 2014, em www.ccdr-n.pt.

CNU. (2014). *Comissão Nacional da Unesco*. consultado em 10 de junho de 2014, em www.unescoportugal.mne.pt.

Coelho, J. (2010). *Un Índice de Desarrollo Turístico basado en el Ciclo de Vida de un Destino (Vol I)*. Tese de Doutoramento. Universidade de Extremadura, Badajoz, Espanha.

Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in culture destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32, 589-595.

Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao turismo*. Editorial Lidl. Lisboa.

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

Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*, Editorial Verbo.

Decreto-lei n.º 46/89, de 15 de Fevereiro, Diário da Republica, 1.ª série - N.º 38 - 15 de Fevereiro de 1989.

Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de Março., 1.ª série - N.º 48 - 7 de Março de 2008.

Despacho n.º 8792/2013, de 5 de julho., Diário da República, 2.ª série - N.º 128 - 5 de julho de 2013.

Direção Regional de Cultura do Norte (2014). Consultado a 12 de Maio de 2014 em www.culturanorte.pt/pagina,121,121.aspx.

Fernandes, P. (2005). *Modelación, Predicción y Análisis del Comportamiento de la Demanda Turística en la Región Norte de Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidad de Valladolid, Espanha.

Fernandes, P., Monte, A., & Castro, J. (2004). A Região Norte de Portugal e a Preferência da Procura Turística: Litoral versus Interior. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 4, 57-73.

Fernandes, P., Monte, A., Cepeda, F. (2001). Índice de preferência pelos destinos turísticos - região Norte de Portugal. *Conferência Internacional CIMAF'2001*.

Frechtling, D. (2010). The Tourism Satellite Account-A Primer. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 136-153.

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

Goeldner, C., Brent, R., & McIntosh, R. (2002). *Turismo Princípios, Práticas e Filosofias* (8ª Edição). Local de edição: editora.

Goeldner, C., Ritchie, J., & McIntosh, R. W. (2002). *Turismo – Princípios, Práticas e Filosofias*. (R. C. Costa, Trans.) (8ª ad.). Porto Alegre: Bookman Companhia Editora.

Hunter, C. (2002). Sustainable Tourism and the Touristic Ecological Footprint. *Environment, Development and Sustainability*, (4), 7-20.

ICNF (2014). *Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade*. Consultado a 2 de Maio de 2014, em www.icnf.pt/portal/naturaclas/ap/p-nat/pndi/hist-cult.

IGFSE, I.P. (2014). *Instituto Gestão Fundo Social Europeu, I.P.* Consultado a 2 de Maio de 2014, em www.igfse.pt/index.asp.

IMT (n.d.). *Relatórios de Rede Nacional de autoestradas*. Consultado a 3 de Maio de 2014, em www.imtt.pt/sites/IMTT/Portugues/InfraestruturasRodoviaras/RedeRodoviaria/Paginas/Relatorios.aspx

IMTT (2014). Instituto da Mobilidade dos Transportes Terrestres - *Rede Nacional Autoestradas*. Consultado a 1 de Maio de 2014, em www.imtt.pt.

INE. (2009 a 2012). *Estatísticas do Turismo*. Instituto Nacional de Estatística. Consultado a 3 de Abril de 2014, em www.ine.pt.

INE. (2009 a 2014). *Anuários Estatísticos da Região Norte*. Instituto Nacional de Estatística. Consultado a 2 de Abril de 2014, em www.ine.pt.

INE. (2010). *Estatísticas do Turismo*. Instituto Nacional de Estatística. Consultado a 2 de Agosto de 2014, em www.ine.pt.

INE. (2012). *Anuário Estatístico de Portugal*. Instituto Nacional de Estatística. Consultado a 2 de Abril de 2014, em www.ine.pt.

INE. (2014). *Instituto Nacional de Estatística*. Consultado a 1 de Abri de 2014, em <http://www.ine.pt/>.

Johnston, C. (2001). Shoring the foundations of the destination life cycle model, part 1: ontological and epistemological considerations. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 3(1), 2-28.

Kim, K. (2002). The effects of tourism impacts upon Quality of Life of residents in community. *Dissertation to Doctor of Philosophy in Hospitality and Tourism Management*. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg.

Ko, T. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. *Tourism Management*, 26, 431-445.

Moore, W., & Wittehall, P. (2005). The tourism area lifecycle and regime switching models. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 112-126.

OMT (2009 a 2012). *Organização Mundial de Turismo*. Consultado a 25 de Abril de 2014, em www.unwto.org/facts/eng/historical.htm.

Padilla, A., & McElroy, J. (2005). The Tourism Penetration Index in Large Islands: The Case of the Dominican Republic. *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4), 353-372.

Pordata (2014). Base de dados de Portugal Contemporâneo. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Consultado a 10 de Julho de 2014, em <http://www.pordata.pt/Municipios>.

Prideaux, B., (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21, 53-63.

PNUD (1990) Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, Relatórios de Desenvolvimento Humano. Consultado a 2 de julho de 2014, em <http://www.pnud.org.br/Default.aspx>.

Rodrigues, L. (2010). Análise Comparativa da Competitividade dos Destinos Turísticos. O caso do Algarve versus Sul de Espanha. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Faculdade de Economia-Universidade do Algarve.

Santana-Jiménez Y., & Hernandez, J. (2011). Estimating the effect of overcrowding on tourist attraction: The case of Canary Islands. *Tourism Management*, 32 (2), 415-425.

Santos, N., & Fernandes, P. (2011). Modelação e Caracterização da Procura Turística: O Caso da Região Norte de Portugal. *TÉKHNE - Polytechnical Studies Review*, 16 (9), 119-137.

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for tourist resorts of the coast of Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21, 147-156.

Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 291-308.

Sequeira, T., & Nunes, P. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40 (18), 2431-2441.

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

Tooman, L. (1997). Applications of the life-cycle model in tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214-234.

Turismo de Portugal (2009 a 2012). *Proturismo – Quadros Estatísticos*. Consultado em 20 de Abri de 2014, em www.turismodeportugal.pt

Turismo de Portugal (2013). *Roteiro Turístico do Património Mundial*. Consultado em 22 de Abri de 2014, em www.turismodeportugal.pt

Turismo de Portugal, I. P. (2006). *Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT)*. Consultado em 24 de Abri de 2014, em www.turismodeportugal.pt.

Turismo de Portugal, I. P. (2006). *Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT, p.1)*. Consultado em 24 de Abri de 2014, em www.turismodeportugal.pt.

Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R (2009 a 2014). *Relatórios atividade Entidade Regional de Turismo*. Consultado em 7 de Maio de 2014, em www.portoenorte.pt.

Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R. (2014). *Turismo Religioso*. Consultado a 5 de Maio de 2014, em www.portoenorte.pt.

Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2006). Tourism agglomeration and its impact on social welfare: an empirical approach to the Spanish case. *Tourism Management*, 27, 901-912.

Vaz, M., & Dinis, A. (2007). Turismo no Litoral versus Turismo no Interior Português. O Destino Turístico Serra da Estrela. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 14, 71-98.

William, G. (1996). *Tourism development, Tourism development: principles, processes, policies*. Oxford Elsevier-Butterworth-Heinemann, England.

WTTC (2014) *The Authority on World Travel & Tourism - Economic Impact 2014 Portugal*. Consultado em 26 de Abri de 2014, em www.wttc.org.

WTTC (2009 a 2014). *World Travel & Tourism Council*. Consultado em 28 de Abri de 2014, em www.wttc.org.

Anexos

Tabela A.I - Entrada de turistas em Portugal.

Entrada turistas							
Portugal	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2024
LCU (local currency units) bn	8,752	9,673	10,573	11,217	11,975	12,637	17,682

Tabela A.II - Contribuição do turismo para a criação de emprego indireto em Portugal (2009-2024).

Portugal	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2024
Contribuição direta do turismo para criação emprego							
% share	6,1	6,3	6,5	6,8	7,1	7,4	8,3
Milhares de pessoas	309,5	316,1	318,5	315,4	322	336,4	367,6
Contribuição total do turismo para criação emprego							
% share	16	17,1	17,2	17,4	18,2	18,6	19,8
Milhares de pessoas	813,2	852	835,6	810	818,2	840,9	873,7

Tabela A.III - Taxa de desistência no ensino básico regular.

Anos	Período de referência dos dados							
	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Localização	%	%	%	%	%	%	%	%
Portugal	11,8	10,7	10,1	7,9	7,8	7,9	7,5	9,9
Norte	11,1	10,3	9,7	6,6	6,4	6,2	6,1	8,4

Tabela A.IV - Taxa de escolarização no ensino superior.

Anos	Localização	Taxa
2012 / 2013	Portugal	32,2
	Norte	28,8
2011 / 2012	Portugal	32,2
	Norte	28,8
2010 / 2011	Portugal	31,5
	Norte	27,8
2009 / 2010	Portugal	30,6
	Norte	27,1
2008 / 2009	Portugal	29,7
	Norte	26,4
2007 / 2008	Portugal	28,1
	Norte	25,1
2006 / 2007	Portugal	27,1
	Norte	23,6
2005 / 2006	Portugal	27,2
	Norte	23,4
2004 / 2005	Portugal	27,2
	Norte	23,6
2003 / 2004	Portugal	27,2
	Norte	23,5

Tabela A.V – Taxa de variação dos postos de trabalho.

Anos	Total
1996	2,4
1997	3,4
1998	2,6
1999	1,0
2000	2,5
2001	1,1
2002	0,7
2003	-0,5
2004	-0,2
2005	-0,1
2006	0,0
2007	1,3
2008	0,2
2009	-2,6
2010	-1,8
2011Po	-2,4

Tabela A.VI - Taxa de desemprego.

Grupo etário	Local de residência				
		Portugal	Continente	Norte	
2011	Total	%	12,7	12,7	13
	15 - 24 anos	%	30,3	30	29
	25 - 34 anos	%	14,1	14,1	13,5
	35 - 44 anos	%	11	11	11,6
	45 e mais anos	%	9,6	9,7	10,3
2012	Total	%	15,5	15,5	16
	15 - 24 anos	%	37,9	37,5	33
	25 - 34 anos	%	18,1	18	18,8
	35 - 44 anos	%	13,3	13,3	13,6
	45 e mais anos	%	11,4	11,6	12,5
2013	Total	%	16,2	16,1	17,1
	15 - 24 anos	%	38,1	37,6	35,4
	25 - 34 anos	%	19	18,8	20,2
	35 - 44 anos	%	14,4	14,3	14,2
	45 e mais anos	%	12,2	12,3	13,9

Tabela A.VII – Total global de dormidas na região NUT II Norte.

Dormidas anuais na região NUT II Norte				
Anos	2009	2010	2011	2012
Total Estrangeiros	1.739.725	1.926.704	2.084.079	2.168.614
Total Portugueses	2.530.242	2.511.052	2.462.932	2.373.305
Total Global Dormidas	4.269.967	4.437.756	4.547.011	4.541.919

Tabela A.VIII – Total global de hóspedes na região NUT II Norte.

Hóspedes anuais na região NUT II Norte				
	2009	2010	2011	2012
Total Estrangeiros	850.938	933.734	1.006.278	1.037.108
Total Portugueses	1.615.880	1.612.177	1.635.699	1.589.364
Total Global Hóspedes	2.466.818	2.545.911	2.641.977	2.626.472

Tabela A.IX - Estada média nos estabelecimentos hoteleiros.

Localização geográfica	Anos		Portugal	Norte
TOTAL		N.º	2,8	1,7
PORTUGAL	2009	N.º	2,1	1,6
ESTRANG		N.º	3,6	2
TOTAL		N.º	2,8	1,7
PORTUGAL	2010	N.º	2,1	1,6
ESTRANG		N.º	3,5	2,1
TOTAL		N.º	2,8	1,7
PORTUGAL	2011	N.º	2	1,5
ESTRANG		N.º	3,5	2,1
TOTAL		N.º	2,9	1,7
PORTUGAL	2012	N.º	2	1,5
ESTRANG		N.º	3,5	2,1

Tabela A.X - Média do índice de preferência das NUT III da região NUT II Norte.

Localização	2009	2010	2011	2012	Média	Desvio Padrão
Norte	0,1908	0,1881	0,1888	0,1897	0,1893	0,0012
Minho-Lima	0,0758	0,0651	0,0615	0,0590	0,0653	0,0074
Cávado	0,1203	0,1050	0,1048	0,1042	0,1086	0,0078
Ave	0,0765	0,0722	0,0662	0,0763	0,0728	0,0048
Grande Porto	0,5460	0,5734	0,5860	0,5918	0,5743	0,0204
Tâmega	0,0297	0,0326	0,0343	0,0354	0,0330	0,0025
Entre Douro e Vouga	0,0226	0,0226	0,0214	0,0212	0,0220	0,0007
Douro	0,0526	0,0536	0,0539	0,0477	0,0520	0,0029
Alto Trás-os-Montes	0,0765	0,0754	0,0719	0,0643	0,0720	0,0055

Tabela A.XI - Índice de preferência de portugueses e estrangeiros na região NUT II Norte.

Hóspedes anuais na região NUT II Norte				
Anos	2009	2010	2011	2012
Total Estrangeiros	850.938	933.734	1.006.278	1.037.108
Total Portugueses	1.615.880	1.612.177	1.635.699	1.589.364
Total Global Hóspedes NUT II Norte	2.466.818	2.545.911	2.641.977	2.626.472
Índice de Preferência Portugueses	0,344954	0,366758	0,380881	0,394867
Índice de Preferência Estrangeiros	0,655046	0,633242	0,619119	0,605133

Tabela A.XII – Número de estabelecimentos e número de camas/capacidade na região NUT II Norte e em Portugal.

Localização geográfica	Anos	Estabelecimentos hoteleiros	Capacidade de alojamento (N.º camas) nos estabelecimentos hoteleiros
		N.º	N.º
Portugal	2009	1988	273804
	2010	2011	279506
	2011	2019	289107
	2012	2028	296321
Norte	2009	450	38827
	2010	441	38386
	2011	453	40156
	2012	463	41831

Tabela A.XIII – Evolução dos estabelecimentos hoteleiros na região NUT II Norte.

Anos	Tipo	N.º	Anos	Tipo	N.º
2009	Hotéis	141	2011	Hotéis	205
	Pensões	251		Pensões	197
	Estalagens	24		Estalagens	16
	Pousadas	10		Pousadas	11
	Motéis	9		Motéis	8
	Hotéis-apartamentos	5		Hotéis-apartamentos	5
	Aldeamentos turísticos	1		Aldeamentos turísticos	1
	Apartamentos turísticos	9		Apartamentos turísticos	10
2010	Hotéis	163	2012	Hotéis	250
	Pensões	225		Pensões	168
	Estalagens	19		Estalagens	8
	Pousadas	11		Pousadas	10
	Motéis	8		Motéis	6
	Hotéis-apartamentos	5		Hotéis-apartamentos	7
	Aldeamentos turísticos	1		Aldeamentos turísticos	1
	Apartamentos turísticos	9		Apartamentos turísticos	13

Tabela A.XIV – Número de estabelecimentos hoteleiros por NUT III na região NUT II Norte.

Localização	Número de estabelecimentos hoteleiros			
	Anos			
	2009	2010	2011	2012
	N.º	N.º	N.º	N.º
Minho-Lima	56	55	55	56
Cávado	67	63	65	65
Ave	31	30	32	36
Grande Porto	162	163	167	170
Tâmega	28	29	28	29
Entre Douro e Vouga	13	12	12	14
Douro	35	34	39	36
Alto Trás-os-Montes	58	55	55	57

Tabela A.XV – Capacidade alojamento/camas por NUT III na região NUT II norte.

Localização	Capacidade de alojamento (N.º camas)			
	Anos			
	2009	2010	2011	2012
	N.º	N.º	N.º	N.º
Minho-Lima	4104	3504	3614	3975
Cávado	4958	4773	5451	5212
Ave	2484	2452	2665	2757
Grande Porto	18257	18769	19202	20400
Tâmega	1480	1684	1790	1874
Entre Douro e Vouga	1174	1146	1166	1315
Douro	2304	2280	2466	2303
Alto Trás-os-Montes	4066	3778	3802	3995

Tabela A.XVI – Número de empresas por localização com CAE Rev. 3 - Hotelaria - alojamento, restauração e similares (2014).

Ano	Localização		Portugal	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
2009	Total	N.º	1198781	378791	257460	362591	84658	65945
	Alojamento, restauração e similares	N.º	89242	27834	18940	22721	7661	8202
	Alojamento	N.º	6512	1625	1535	1129	632	959
	Restauração e similares	N.º	82730	26209	17405	21592	7029	7243
2010	Total	N.º	1144150	366022	248071	339650	81453	61636
	Alojamento, restauração e similares	N.º	85205	26820	18085	21470	7339	7792
	Alojamento	N.º	6478	1607	1520	1123	648	958
	Restauração e similares	N.º	78727	25213	16565	20347	6691	6834
2011	Total	N.º	1112000	360482	241272	325541	79747	58333
	Alojamento, restauração e similares	N.º	85183	26929	18106	21244	7357	7811
	Alojamento	N.º	7106	1789	1688	1220	699	1057
	Restauração e similares	N.º	78077	25140	16418	20024	6658	6754
2012	Total	N.º	1062782	347939	230274	309136	75540	54808
	Alojamento, restauração e similares	N.º	83103	26406	17586	20806	7016	7624
	Alojamento	N.º	7324	1839	1727	1290	712	1095
	Restauração e similares	N.º	75779	24567	15859	19516	6304	6529

Tabela A.XVII – Volume de negócios e atividade económica de empresas com CAE Rev. 3 - Hotelaria - alojamento, restauração e similares (2014).

Ano	2009		2010		2011		2012	
Localização	Total	Alojamento, restauração e similares	Total	Alojamento, restauração e similares	Total	Alojamento, restauração e similares	Total	Alojamento, restauração e similares
	€	€	€	€	€	€	€	€
Portugal	340846175978	9776840290	356390109702	9798988929	347280461943	9676362142	325870314200	8425605560
Norte	92377039183	2094480791	98250039799	2146740742	95305239963	2096045186	89199155105	1787222449

Tabela A.XVIII – Pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros em Portugal e na NUT II Norte.

	Anos			
	2009	2010	2011	2012
Portugal	46154	47452	44864	44490
Norte	5890	5851	6139	6069

Tabela A.XIX – Valor acrescentado bruto de atividades de alojamento e restauração.

VAB - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos; transportes e armazenagem; atividades de alojamento e restauração									
Anos	Portugal	Continente						R. A. dos Açores	R. A. da Madeira
		Total	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve		
2009	35.366,3	33.155,4	9.194,7	6.532,9	12.848,3	2.302,3	2.277,3	809,0	1.401,9
2010	35.708,6	33.473,2	9.235,4	6.537,0	13.025,1	2.304,2	2.371,6	828,4	1.407,0
2011Po	36.067,7	33.841,5	9.316,9	6.530,6	13.324,1	2.312,4	2.357,5	818,3	1.408,0
2012Pe	36.054,8	33.903,0	9.350,8	6.546,1	13.344,6	2.318,0	2.343,5	817,6	1.334,2

Tabela A.XX – Hóspedes em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros, na região NUT II Norte.

País de Residência	2009	2010	2011	2012
Espanha	300.004	296.862	294.111	268.492
França	99.017	113.291	127.132	148.537
Brasil	53.778	77.549	95.016	103.673
Alemanha	60.402	62.933	66.806	70.752
Itália	50.783	63.475	73.275	68.679
Reino Unido	48.689	51.385	53.364	57.217
Holanda	26.612	33.825	36.133	34.669
EUA	37.325	28.126	29.289	32.783
Bélgica	19.949	21.762	24.422	28.317
Rússia	7.600	11.232	18.909	21.523
Suíça	14.632	15.294	16.603	18.759
Canadá	9.116	11.571	14.416	16.372
Japão	10.990	14.799	13.694	13.860
Polónia	10.096	11.235	12.268	10.771
Áustria	7.639	7.870	7.676	9.051
Dinamarca	5.713	6.787	6.763	7.426
Suécia	6.529	5.478	6.307	7.316
Irlanda	5.428	6.797	6.111	7.239
Austrália	4.380	5.660	6.656	6.394
Noruega	4.333	4.349	4.281	5.177
Roménia	3.451	4.059	4.018	4.470
Finlândia	3.108	3.495	3.242	3.372
Luxemburgo	2.238	2.208	2.234	3.343
Hungria	2.399	2.197	2.588	2.389
Rep. Checa	2.516	2.510	2.885	2.864
Outros	54.211	68.985	78.079	83.663
Total Estrangeiros	850.938	933.734	1.006.278	1.037.108
Total Portugal	1.615.880	1.612.177	1.635.699	1.589.364
Total Global	2.466.818	2.545.911	2.641.977	2.626.472

Tabela A.XXI – Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros, na região NUT II Norte.

País de Residência	2009	2010	2011	2012
Espanha	564.645	566.311	574.837	515.498
França	196.615	233.348	268.001	316.966
Brasil	113.150	164.641	201.870	224.917
Alemanha	141.331	139.611	149.710	154.724
Reino Unido	116.127	123.680	126.717	138.258
Itália	97.962	121.675	142.568	136.018
Holanda	60.810	76.634	80.002	78.205
Bélgica	45.645	49.517	57.199	68.575
EUA	67.347	54.975	56.774	65.175
Rússia	18.073	24.275	36.580	40.262
Suíça	30.572	31.937	34.495	39.908
Canadá	16.887	22.938	28.539	32.513
Polónia	25.848	25.340	27.125	23.640
Japão	18.015	25.967	22.686	23.608
Áustria	17.264	16.671	16.003	19.254
Dinamarca	13.955	15.985	15.589	17.647
Irlanda	13.035	16.340	14.387	16.794
Suécia	15.102	11.895	13.457	15.690
Austrália	8.685	11.408	13.021	13.206
Noruega	9.380	10.056	8.844	10.635
Roménia	9.290	10.558	10.125	10.477
Finlândia	7.746	8.414	7.717	7.949
Luxemburgo	4.924	5.013	5.047	7.250
Rep. Checa	5.589	5.897	6.685	6.563
Hungria	5.492	4.585	5.895	5.194
Outros	116.236	149.033	160.206	179.688
Total Estrangeiros	1.739.725	1.926.704	2.084.079	2.168.614
Total Portugal	2.530.242	2.511.052	2.462.932	2.373.305
Total Global	4.269.967	4.437.756	4.547.011	4.541.919

Tabela A.XXII – Chegadas de passageiros por país de origem ao aeroporto do Porto.

2009		2010		2011		2012	
Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH
France	474.135	France	588.225	France	672.683	France	743.059
Spain and Canary Islands	370.829	Spain and Canary Islands	412.541	Spain and Canary Islands	498.739	Spain and Canary Islands	450.051
Portugal	365.848	Germany	256.045	Germany	304.431	Portugal	418.632
Germany	241.820	United Kingdom	243.414	Switzerland	270.667	Germany	312.522
United Kingdom	228.742	Switzerland	242.705	United Kingdom	244.851	Switzerland	293.462
Switzerland	208.907	Italy	115.349	Italy	164.809	United Kingdom	230.594
Italy	76.603	Belgium	78.941	Belgium	85.676	Italy	152.831
Belgium	72.086	Netherlands	58.552	Netherlands	76.413	Belgium	98.221
Brazil	42.647	Brazil	54.250	Brazil	52.607	Netherlands	71.289
Netherlands	40.427	Luxembourg	41.207	Luxembourg	45.121	Brazil	51.078
Luxembourg	36.572	United States of America	27.013	United States of America	25.400	Luxembourg	50.978
United States of America	25.003	Canada	18.484	Canada	23.176	United States of America	24.400
Canada	15.454	Venezuela	10.141	Morocco	22.441	Canada	22.951
Venezuela	9.849	Tunisia	9.680	Ireland	16.509	Angola	21.088
Tunisia	7.865	Ireland	8.951	Venezuela	11.282	Ireland	11.387
Ireland	4.367	Cape Verde	4.803	Angola	9.655	Venezuela	10.878
Cape Verde	3.131	Turkey	3.317	Cape Verde	4.922	Morocco	7.785
Bulgaria	1.619	Morocco	2.672	Turkey	2.635	Cape Verde	4.793
Angola	1.431	Austria	1.594	Mexico	1.649	Tunisia	2.891
Cyprus	776	Dominican Republic	1.547	Egypt	1.073	Turkey	2.533
Sweden	461	Bulgaria	1.509	Russian Federation	889	Denmark	1.711
Greece	227	Mexico	1.361	Bulgaria	799	Egypt	1.067
Morocco	141	Angola	1.054	Tunisia	761	Bulgaria	880
Croatia	117	Serbia	275	Cyprus	744	Russian Federation	435
Denmark	90	Denmark	268	Poland	545	Ukraine	310
Malta	88	Ukraine	215	Ukraine	478	Austria	268
Poland	62	Hungary	188	Austria	461	Czech Republic	253
Austria	58	Slovakia	130	Norway	242	Croatia	252
Algeria	57	Sweden	100	Denmark	169	Romania	224
Israel	52	Bahamas	85	Slovenia	160	Poland	88
Russian Federation	38	Cyprus	66	Croatia	14	Azerbaijan	72

2009		2010		2011		2012	
Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH	Mercado	Pax CH
Gibraltar	9	Algeria	51	Finland	9	Greece	40
Paraguay	8	Croatia	40	Fictício Schengen	4	Fictício Schengen	21
Turkey	4	Georgia	39	Others	423.462	Sweden	7
Others	365.848	Norway	33	Total:	2.963.476	Gabon	6
Total:	2.229.523	Saudi Arabia	6	* Others são os pax nacionais		Serbia	6
* Others são os pax nacionais		Sao Tome e Principe	4			Israel	4
		Costa Rica	2			Cote d'Ivoire	3
		Russian Federation	2			Norway	3
		Burkina Faso	1			Algeria	1
		Others	424.732			Malta	1
		Total:	2.609.592			Slovenia	1
		* Others são os pax nacionais				Others	418.632
						Total:	2.987.076
						* Others são os pax nacionais	

Tabela A.XXIII – Número de hóspedes por NUT III.

Localização	2009	2010	2011	2012	TOTAL	%
Norte	2466818	2545911	2641977	2626472	10281178	
Minho-Lima	186903	165773	162466	154922	670064	0,0651739
Cávado	296777	267422	276779	273616	1114594	0,1084111
Ave	188600	183925	174927	200396	747848	0,0727395
Grande Porto	1346915	1459931	1548085	1554397	5909328	0,5747715
Tâmega	73240	82888	90679	93025	339832	0,0330538
Entre Douro e Vouga	55807	57449	56596	55786	225638	0,0219467
Douro	129787	136567	142488	125414	534256	0,0519645
Alto Trás-os-Montes	188789	191956	189957	168916	739618	0,071939