

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



XII INTERNATIONAL TOURISM CONGRESS
The Image and Sustainability of Tourism Destinations



Virtual Conference | 27-28 October 2020

Proceedings Book





Centre for Tourism Research, Development and Innovation (CiTUR)

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

Editorial Board

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

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

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

Year: 2021

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

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



XII INTERNATIONAL TOURISM CONGRESS
The Image and Sustainability of Tourism Destinations



CHAIRPERSONS

Alexandra Zottis (University Feevale, Brazil)

Paulo Almeida (Polytechnic of Leiria, Portugal)

ORGANIZING COMMITTEE

Alexandra Zottis

University Feevale, Brazil

Daniel Vicente Bonho

University Feevale, Brazil

Rosi Souza Fritz

University Feevale, Brazil

João Paulo Jorge

Polytechnic of Leiria, Portugal

Rita Peres

(ESHT Estoril, Portugal)

Susana Teles

University of Madeira, Portugal

SCIENTIFIC COMMITTEE

External members

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

CiTUR Madeira Hub

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

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

CiTUR Algarve Hub

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

CiTUR Estoril Hub

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

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

CiTUR Coimbra Hub

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

CiTUR Guarda Hub

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

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

CiTUR Leiria Hub

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

Perfil e segmentação de potenciais visitantes do Parque Natural Regional do Vale do Tua

Luísa Lopes^a, João Nobre^b e Paulo Castro^c

^{a,c} CiTUR, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

^bInstituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

luisa@ipb.pt, joao.nobre@ipb.pt, castrogeo@ipb.pt

RESUMO

As Áreas Protegidas (AP) têm apresentado um forte impacto ao nível da atratividade turística e económica. Este estudo integra-se na elaboração de uma proposta de plano de marketing para o Parque Natural Regional do Vale do Tua (PNRVT). Os objetivos específicos são: conhecer as perceções e o perfil dos potenciais visitantes deste parque e conhecer os recursos, atividades e equipamentos por eles desejados. Os dados foram recolhidos através de inquérito por questionário, alcançando uma amostra de conveniência de 222 inquiridos. Para dar resposta aos objetivos do estudo, o tratamento dos dados incidiu numa análise descritiva exploratória univariada e multivariada. Dos resultados obtidos é possível concluir-se que o PNRVT apresenta, à data do estudo, um baixo nível de notoriedade onde 51,8% dos inquiridos nunca ouviu falar deste parque. Os inquiridos gostariam de encontrar no PNRVT alojamento e alimentação, atividades de observação e incursão na natureza e, ainda, viagens de barco e comboio turístico. A análise *cluster* hierárquica realizada sugere a existência de cinco perfis de visitantes.

Palavras-chave: Vale do Tua, visitantes, perfil, clusters, segmentação.

1. Introdução

A procura turística por áreas naturais protegidas tem crescido ao longo das últimas décadas, sendo o turismo sustentável visto como uma atividade chave para o desenvolvimento destes territórios. O conceito de turismo sustentável, embora nem

sempre unânime, orienta para uma conceção onde a componente ambiental, social e económica constituem as principais dimensões que devem ser consideradas no seu desenvolvimento (Castro, 2014). Na verdade, os destinos sustentáveis e autossustentados são hoje vistos como um produto de mercados responsáveis e cidadãos responsáveis (Buhalis & Costa, 2006). As AP são territórios cuja principal função é a conservação do ambiente. Nestes recursos, o turismo sustentável advoga que deve proporcionar-se uma experiência de viagem de boa qualidade para os visitantes, desde que não se prejudiquem os recursos naturais que atraem estes visitantes (Konu & Kajala, 2012). Estes espaços protegidos possuem um conjunto de recursos que os potenciam para o desenvolvimento do turismo sustentável e educação ambiental contribuindo, desta forma, com benefícios sociais e económicos para o desenvolvimento sustentável das regiões (Castro, 2014). Na literatura especializada é feita referência a conceitos e definições como turismo verde, turismo aventura, turismo natureza, turismo rural ou turismo sustentável associado à natureza e AP (Strasdas, 2002). O ecoturismo é outro termo associado ao turismo nas AP (Tejada & Iniesta, 1999). Acerca dos diferentes termos, assume-se que qualquer um deles implica práticas turísticas na natureza. O turismo e a procura pelas AP estão intrinsecamente ligados à época moderna (Leung, Spenceley, Hvenegaard, & Buckley, 2015) e, nas últimas décadas, tem-se registado um aumento significativo de AP, assim como do número de visitantes que procuram aquelas áreas (Buckley & Sommer, 2001; Carneiro, Costa, & Crompton, 2006; Konu & Kajala, 2012; Mangano, 2005; Marques, Reis, & Menezes, 2010; Ruiz, 2007; Ulate, 2009). Este incremento de visitantes deve-se, entre outros fatores, à expansão global do turismo, ao desenvolvimento dos transportes, ao crescente interesse dos visitantes em conhecer o património natural e cultural, ao favorecimento político daí advindo, mas também à necessidade de compensar a vida urbana intensa e a maior perceção pela problemática ambiental e importância da atividade física (Guerrero, 2001; Silva & Umbelino, 2017; UNEP, 2005). Em Portugal, a

importância dos valores naturais e culturais das AP fazem destes territórios um recurso turístico com grande importância. A observação e leitura dos dados de evolução dos visitantes da Rede Nacional de AP (ICNF, 2019), no período compreendido entre 2014 e 2017, permite verificar que, na maioria das AP, a evolução dos visitantes apresenta uma dinâmica crescente. Com a evolução mais significativa destacam-se a Reserva Natural do Sapal de Castro Marim e Vila Real de St^o António, o Parque Natural da Ria Formosa, o Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina e o Parque Nacional da Peneda-Gerês. Estes valores são de grande significado porque são reveladores do interesse dos visitantes pelas AP e das dinâmicas turísticas que nelas se desenvolvem.

A literatura tem discutido profusamente os motivos de visita a AP, mostrando que os visitantes visitam um parque natural por diversos fatores como seja a excursão de desafio, a viagem social, o *tour* pela natureza e o passeio de fuga à rotina (Kamri & Radam, 2013). Em Portugal, num estudo realizado por Carneiro *et al.* (2006), foi elencado um conjunto de motivações como seja “descansar”, “aprender/alargar os conhecimentos”, “ver um local específico”, “conhecer pessoas novas”, “contactar residentes locais”, entre outras. Nos resultados do estudo, pode observar-se que as principais motivações da visita são “oportunidades de descanso/tranquilidade e de ter novas experiências (Gerês) e “visitar um local específico da área protegida” (Sintra). De referir que, em Portugal, a segmentação em turismo tem sido abordada de forma setorial em contextos específicos como sejam o vinho (e.g. Santos, Sousa, & Marques, 2014), o golfe (e.g. Correia & Mendes, 2008) ou cidades (e.g. Gôja & Remoaldo, 2016; Lima & Eusébio, 2010). Salvo raras exceções (e.g. Marques *et al.*, 2010) a literatura não evidencia, caracteriza ou distingue diferentes segmentos de visitantes em AP portuguesas.

O presente estudo, de natureza exploratória, pretende contribuir com conhecimento acerca das expectativas de potenciais visitantes de AP, em geral, e do PNRVT, em particular, assim como identificar e caracterizar diferentes perfis ou segmentos de visitantes deste

parque, baseados em infraestruturas e benefícios procurados. Este estudo procura ilustrar como o conhecimento dos diferentes segmentos de visitantes pode ser usado no desenvolvimento de estratégias que melhorarão as experiências dos visitantes, respeitando a sustentabilidade do território.

2. Contextualização teórica

2.1. Os objetos de consumo e atividades turísticas nas áreas protegidas

Uma AP é um espaço singular com características próprias e cujos recursos possibilitam a aquisição e consumo de diversos produtos turísticos e atividades de que os visitantes podem usufruir. Os parques naturais e outras AP são destinos populares para pessoas que querem disfrutar de atividades de lazer, viagens e ecoturismo baseadas na natureza (Konu & Kajala, 2012). Sumariamente, os visitantes podem consumir elementos intangíveis, itinerários, paisagens e elementos tangíveis, nomeadamente o artesanato local, gastronomia, museus, centros de interpretação e educação ambiental ou postos de informação (Donaire & Gordi, 2003; Mangano, 2005). Timón e Nardi (2001) estabelecem uma relação entre as atividades turísticas e a natureza e definem três grupos de atividades. O primeiro grupo é composto por atividades turísticas que necessitam de recursos muito específicos, com sistemas de exploração, implementação territorial e ambiental convencionais que exigem a existência prévia de infraestruturas no terreno (ex. esqui alpino). Estas atividades mantêm uma relação meramente instrumental com a natureza que se limita a receber, de forma passiva, um rol de atividades. Aqui os recursos naturais e culturais ou a paisagem não são importantes, pois importa a qualidade das infraestruturas e serviços disponibilizados para a prática das atividades. O segundo grupo de atividades, de âmbito desportivo e de aventura (ex. canoagem, espeleologia, pedestrianismo), utiliza alguns recursos da natureza, ainda que não haja necessidade de infraestruturas para a sua concretização e prática. A natureza, bem conservada e de

características singulares, consolida a satisfação final do visitante. O terceiro grupo, em período de consolidação, engloba atividades que estabelecem maior ligação com o ambiente, onde o contacto com a natureza, na sua globalidade ou em atividades para conhecer fenómenos específicos (Ex. formações geológicas, vegetação e fauna) é a principal motivação dos visitantes. Estas atividades turísticas estão associadas à investigação e ao ecoturismo, onde a qualidade dos serviços e infraestruturas disponíveis são elementos importantes. Outro autor, Blasco (1999), agrupa, de forma similar, as atividades turísticas em recreativas, desportivas e aventura e aquelas onde predomina uma componente interpretativa e educativa. As atividades turísticas referidas anteriormente são indicadoras do potencial da oferta turística que existe numa AP.

2.2. Visitantes das áreas protegidas

É essencial entender a natureza dos visitantes de uma AP, a fim de: minimizar o impacto nos recursos advindo do aumento da visitação às AP; desenvolver programas de educação e relações públicas eficazes gerindo, de forma eficiente, o risco; e criar estratégias efetivas de marketing (Konu & Kajala, 2012; McCabe, 2009). A este nível, introduzida na literatura da especialidade por Wendell Smith num artigo publicado no *Journal of Marketing*, em 1956, a segmentação tornou-se incontornável, enquanto abordagem de mercado, sendo que segmentar um mercado significa, em primeiro lugar, dividi-lo em grupos de clientes com características relativamente homogéneas (Brito, 1998).

A título de exemplo, Fernández (2002), no âmbito das motivações turísticas, propôs sete grupos de visitantes que desenvolvem atividades na natureza e em AP:

- (i) Visitante da natureza casual: pessoas que visitam a área, casualmente, sem terem consciência de que os locais que estão a visitar são uma AP. Estes não são sensíveis à problemática ambiental, a motivação e realização da visita não está

relacionada com a qualidade da biodiversidade do espaço. É uma atividade casual numa AP porque possui melhores condições que outros destinos;

(ii) Visitante da natureza ocasional: Este segmento incorpora visitantes atraídos por um local e paisagem específicos, com o objetivo de observar a fauna, contactar e conhecer uma étnia ou cultura local. Este visitante, no âmbito de uma viagem mais alargada, tem contacto com as AP, a biodiversidade e património cultural aí existente;

(iii) Visitante da natureza vocacional: Este conjunto de visitantes tem interesses pelo ambiente muito diversificados. A biodiversidade e a paisagem são elementos muito valorizados. Dão especial interesse à descoberta de novos espaços sem contaminação e onde é possível desenvolver atividades de natureza e contacto com população local e a sua cultura. A oferta turística direcionada para este segmento de visitantes é efetuada através de campanhas específicas dos operadores e meios de comunicação. Oriundos das regiões urbanas, com modelos de vida específicos e qualidade de vida elevada, estes visitantes podem ficar “desiludidos” com a visita à AP;

(iv) Visitante da natureza bem informado: A vasta informação sobre os recursos existentes nas AP, fauna, flora, património cultural, entre outros, são dados que estes visitantes possuem e, também, boa programação da visita que vão realizar. A observação e compreensão da história natural e cultural da AP é o objetivo principal da visita. A consciência e sensibilidade pela problemática ambiental, qualidade dos recursos, ausência da massificação turística, informação suficiente e adequada sobre a qualidade ambiental da AP são aspetos importantes que estes visitantes valorizam. Atividades e iniciativas de proteção do ambiente associadas equipamentos de interpretação devem ser implementadas para que se possa transmitir e construir uma postura mais responsável pelo ambiente;

(v) Turista da natureza especializado: Este visitante tem interesse pelo desenvolvimento de atividades específicas nas AP, nomeadamente a espeleologia, observação da fauna e flora silvestre. Este segmento pode constituir um subtipo da anterior e do grupo de visitante científico;

(vi) Visitante da natureza científico: São um conjunto de visitantes de pequena dimensão com vínculo à investigação científica, estudantes e investigadores, que visitam locais específicos e em zonas restritas das AP, com o desiderato de observar e analisar aspetos físicos da diversidade biológica das AP;

(vii) Visitante Ecoturista: O ecoturismo não é unicamente uma forma de viajar. A motivação principal desta tipologia de visitantes é colaboração em iniciativas para ajudar na reabilitação do ambiente e a população local, com quem colabora. Visitantes de várias classes etárias com motivações como a necessidade de visitar destinos turísticos onde o ambiente é natural, elevada conservação e preservação, ou pela “moda” do verde e ecológico. Visitantes que estabelecem um compromisso ético pela observação da biodiversidade ambiental, a conservação e manutenção das AP, de forma a garantir o desenvolvimento sustentável do destino turístico.

Ainda, segundo o estudo realizado pela THR (Asesores en Turismo Hotelaría y Recreación, S.A.) para o Turismo de Portugal, I.P. (TP, 2006), o setor de turismo de natureza integra dois grandes mercados, um de natureza *soft*, em que as experiências se baseiam na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.), representando cerca de 80% do total de viagens de natureza, e outro de natureza *hard*, onde as experiências se relacionam 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.*). Este último mercado representa cerca de 20% do total das viagens de natureza. No que respeita ao gasto médio, entende-se que o gasto realizado pelo

consumidor de turismo de natureza *soft* é comparativamente menor que o de natureza *hard*, onde o gasto médio está diretamente relacionado com o grau de especialização ou de intensidade na prática das atividades, os equipamentos e serviços requisitados (AEP, 2008).

Refira-se que Tkaczynski e Rundle-Thiele (2011), numa revisão de 120 estudos de eventos, com o propósito de identificar a forma como os visitantes são segmentados, concluíram que a abordagem de segmentação mais usual é a de bases múltiplas combinando variáveis demográficas, geográficas, psicográficas e comportamentais. As variáveis de segmentação mais utilizadas são a idade, género, formação académica e rendimento (variáveis demográficas), origem/local de residência (variáveis geográficas), motivações e propósito da viagem (variáveis psicográficas) e experiência – primeira visita ou repetição – montante gasto e duração da estadia (critérios comportamentais). Os autores deste estudo defendem, por isso, a utilização de bases múltiplas de segmentação (Tkaczynski & Rundle-Thiele, 2011). No quadro 1 resumem-se algumas propostas de segmentos.

Quadro 1. Amostra de segmentos propostos em AP

Estudo	Designação dos segmentos (n.º de segmentos)
Eagles (1995)	Ecoturismo, viagens selvagens, turismo de aventura, autocaravana (4)
Fernández (2002)	Visitante de natureza: casual, ocasional, vocacional, bem informado, especializado, científico e ecoturista (7)
Kibicho (2006)	Ambientalista, want it all, independente (3)
THR/TP (2006)	Soft e hard (2)
Flores (2008)	Natureza vista como: cenário, escola, aventura, residência, domesticada (5)
Marques <i>et al.</i> (2010)	Visitantes auto-centrados, visitantes ocasionais, visitantes urbanos, excursionistas e naturalistas sociais (5)
Konu e Kajala (2012)	Autónomos e sociais, exploradores da natureza pelo exercício, apreciadores nostálgicos que procuram bem-estar mental, apreciadores de relaxamento na natureza (4)

Fonte: Elaboração própria

3. Metodologia

Procurando responder às questões de investigação equacionadas e ir de encontro aos objetivos delineados, utilizaram-se, na presente investigação, dois tipos de fontes: primárias e secundárias. No que respeita às fontes primárias, para a recolha de dados foi usada a técnica amostral por conveniência e utilizado o inquérito por questionário, aplicado on-line. A estrutura do questionário, direcionada para a análise de segmentação dos inquiridos, é constituída por três grupos temáticos: caracterização sociodemográfica; conhecimento sobre parques naturais, em geral (experiência de visita, obtenção de conhecimento, elementos mais apreciados) e perceções sobre o PNRVT, em particular (produtos associados a cada município do PNRVT, expetativas em termos de recursos, atividades e equipamentos desejados, produtos desejados na loja do parque, intenções de visita e sugestões). Para a análise do perfil sociodemográfico do potencial visitante são utilizadas cinco variáveis (idade, género, nível de escolaridade, situação profissional e residência) que se incluem entre as mais tratadas em estudos académicos similares.

Para o tratamento estatístico foi utilizada a aplicação de estatística descritiva do software IBM SPSS Statistics 19. O Quadro sintetiza os principais elementos metodológicos deste estudo.

Quadro 2. Síntese metodológica do inquérito

Base temporal	Cross-Section
Unidade de análise	Potenciais visitantes do PNRVT, com experiência de AP
Amostra	222
Recolha de dados	Inquérito por questionário on-line
Análise de dados	Univariada, bivariada e multivariada

Fonte: Elaboração própria

O rio Tua tem a sua génese na confluência dos rios Tuela e Rabaçal, a norte da cidade de Mirandela, na região de Trás-os-Montes. Tem uma extensão de aproximadamente de 40 km até à sua foz, no rio Douro. Ao longo do seu curso, o rio Tua, percorre territórios

dos concelhos de Mirandela, Vila Flor, Carrazeda de Ansiães, Murça e Alijó, distrito de Bragança. Foi neste contexto que o PNRVT (Figura 1) foi criado, em 24 de setembro de 2013, através do Regulamento n.º 364-A/2013 e da Declaração de retificação n.º 28/2014 (28/2014, de 13/01/2014). A superfície do parque engloba, aproximadamente, uma área de 25.000 hectares e, nas suas proximidades compartilha o estatuto de área protegida com o Parque Natural de Montesinho, Parque Natural do Douro Internacional e Paisagem Protegida da Albufeira do Azibo (ICNF, 2019a). O parque natural foi instituído e definidos os seus objetivos, nomeadamente a preservação do património, rural, natural e cultural e potencializar os seus recursos para criação de riqueza para as populações locais (ADRVT, 2014). Os contrastes que podem observar-se no Vale do Tua são diversos no que concerne ao clima, litologia e geomorfologia, características que condicionam a atividade humana que se adaptou ao longo dos tempos a esta região (Pires, 2015). Pretende -se ainda que o PNRVT seja um instrumento de promoção do desenvolvimento do turismo sustentável da região, com especial enfoque para as formas de turismo que se baseiam no usufruto dos espaços naturais e dos seus recursos, como sejam o Turismo de Natureza, o Turismo Náutico, o Turismo de Saúde e Bem -Estar, a promoção turística e o aproveitamento turístico das aldeias ribeirinhas (Regulamento n.º 364-A/2013, de 24/09/2013).

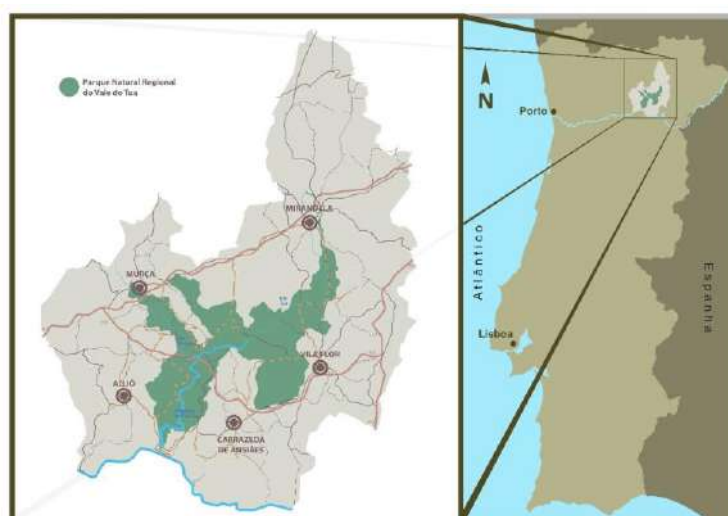


Figura 1. PNRVT

Fonte: Tapada et al. (2020)

A amostra obtida é constituída por 232 questionários (222 considerados válidos) (Quadro 3), inclui indivíduos entre 18 e 64 anos, com idade média de 34,3 anos, na maioria do género feminino (59%), residentes na região Norte de Portugal (93,3%), trabalhadores por conta de outrem (56,3%) e com experiência na visita a AP (90,1%).

Quadro 3. Caracterização das variáveis sociodemográficas

Variável	Estatísticas / Categorias	n	%	
Idade	18-26 Anos	88	39,6%	
	27-35 Anos	26	11,7%	
	36-44 Anos	58	26,1%	
	45-53 Anos	35	15,8%	
	54-64 Anos	15	6,8%	
	Mínimo - Máximo	18 – 64 Anos		
	Média ± Desvio Padrão	34,3 ± 12,3 Anos		
Género	Feminino	131	59,0%	
	Masculino	91	41,0%	
Nível de Escolaridade	1º Ciclo	4	1,8%	
	2º Ciclo	5	2,3%	
	3º Ciclo	11	5,0%	
	Ensino Secundário	58	26,1%	
	Ensino Superior	72	32,4%	
	Pós-Graduação / Mestrado / Doutoramento	72	32,4%	
Situação Profissional	Trabalhador por conta própria	10	4,5%	
	Trabalhador por conta outrem	125	56,3%	
	Desempregado	23	10,4%	
	Doméstica	3	1,4%	
	Reformado / Aposentado	2	0,9%	
	Estudante	59	26,6%	
Zona Geográfica de Residência	Grande Lisboa	9	4,1%	
	Grande Porto	28	12,6%	
	Interior Norte	140	63,1%	
	Litoral Centro	3	1,4%	
	Litoral Norte	39	17,6%	
	Sul e Ilhas	3	1,4%	

Fonte: Elaboração própria

Quadro 4. Caracterização dos equipamentos e atividades desejadas no PNRVT

Item	Estatísticas / Categorias	N	%
P13A	Alimentação (restaurante, bar...)	139	62,6%
P13N	Percursos pedestres	135	60,8%
P13C	Atividades de animação turística	133	59,9%
P13D	Atividades de observação da natureza	131	59,0%
P13P	Viagem de comboio turístico	128	57,7%
P13B	Alojamento	120	54,1%
P130	Viagem de barco	119	53,6%
P13J	Guias da natureza	106	47,7%
P13M	Parque de merendas	103	46,4%
P13I	Empreendimentos de turismo em espaço rural	94	42,3%
P13K	Parque de campismo	90	40,5%
P13G	Centro interpretative	79	35,6%
P13H	Ciclovias	79	35,6%
P13F	Centro de acolhimento	78	35,1%
P13L	Parque infantil	68	30,6%
P13E	Campos de jogos	37	16,7%

Fonte: Elaboração própria

O agrupamento das variáveis relacionadas com os benefícios procurados (em termos de comodidades, atividades e equipamentos) pelos inquiridos no PNRVT – foi realizado com a análise de *clusters* hierárquica com o método de agregação Ward e como medida de distância Gower (Figura 4). Foram retidos seis *clusters* sobre variáveis. Um primeiro *cluster* é constituído pelo centro de acolhimento e loja de produtos do parque (P13F), pelo centro interpretativo (P13G) e pelos empreendimentos de turismo em espaço rural (P13I), denominando este *cluster* “equipamentos de apoio ao turismo” (*Cluster 1*). Um segundo *cluster* é constituído pelos campos de jogos (P13E), pelas ciclovias (P13H), pelo parque de campismo (P13K) e pelo parque infantil (P13L), nomeando-o “atividades lúdicas e jogos” (*Cluster 2*). Um terceiro *cluster* formado pelas viagem de barco (P130) e viagem de comboio (P13P), denomina-se “viagens” (*Cluster 3*). Um quarto *cluster* constituído por atividades de observação na natureza ((P13D), guias de natureza (P13J) e percursos pedestres (P13 N) que se nomeia “itinerários turísticos” (*Cluster 4*). Um

quinto *cluster* formado pelas atividades de animação turística (P13C) e parques de merendas (P13M), e nomeado “animação turística” (*Cluster 5*). Por fim, um sexto *cluster* constituído pela alimentação (P13A) e pelo alojamento (P13B), denominando-se “alojamento e restauração” (*Cluster 6*).

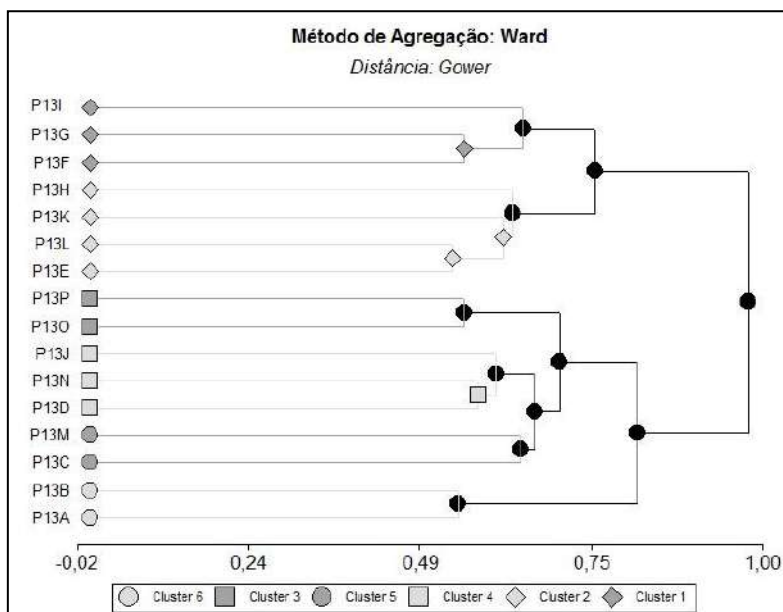


Figura 4. Análise de *clusters* hierárquica sobre atividades e equipamentos desejados

Fonte: Elaboração própria

Adicionalmente, os potenciais visitantes foram agrupados em cinco perfis (Figura 5), utilizando a análise de *clusters* hierárquica sobre os *clusters* das comodidades desejadas nesta AP.

- (i) O potencial cliente Tipo A obteve as menores pontuações médias em quase todas as atividades - classificado como “Light User” (36%).
- (ii) O potencial cliente Tipo E obteve as maiores pontuações médias em quase todas as atividades - classificado como “Heavy User” (9,5%).
- (iii) O potencial cliente Tipo B valoriza sobretudo “viagens”, “atividades de observação na natureza” e “atividades desportos na natureza” – classificado como “Medium User No Shopping” (18,5%).

- (iv) O potencial cliente Tipo C valoriza os “equipamentos de apoio ao turismo” e os “equipamentos de alojamento e alimentação” - classificado como “Medium User Shopping All” (15,7%).
- (v) O potencial cliente Tipo D valoriza os “equipamentos de alojamento e alimentação” - classificado como “Medium Overnight User” (20,3%).

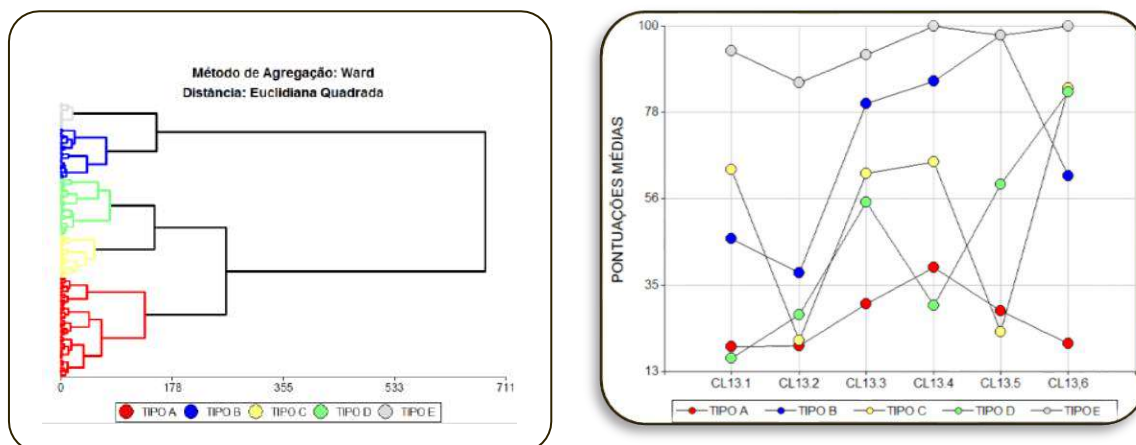


Figura 5. Análise de *clusters* hierárquica sobre potenciais visitantes do PNRVT

Fonte: Elaboração própria

5. Conclusões e limitações

Este estudo, ainda que de natureza exploratória, usa a segmentação por benefícios procurados para compreender em que diferem as expectativas dos diferentes turistas e visitantes do PNRVT. O inquérito revela que a amostra obtida pode ser dividida em cinco grupos exibindo diferentes preferências e características comportamentais. Conclui-se que o PNRVT apresentava, à data do estudo empírico, um baixo nível de notoriedade, sendo os cinco segmentos de visitantes obtidos consistentes com a revisão da literatura efetuada. O seu conhecimento poderá alavancar iniciativas públicas e privadas e apoiar decisões tomadas pelos diversos atores políticos e económicos. A informação beneficia a alocação apropriada de recursos limitados, considerando que o simples uso da estatística descritiva oculta a heterogeneidade das preferências dos visitantes. Alguns dados complementares aos objetivos particulares deste estudo, permitiram ainda apontar como

elemento identitário, associado pelos inquiridos ao Vale do Tua, a linha férrea e comboio (66,7%). Acresce que a esmagadora maioria das pessoas deseja visitar o parque (97,7%) deixando antever o sucesso desta iniciativa. Não existindo uma estratégia turística comum, o conhecimento das expectativas do potencial visitante sobre as infraestruturas, produtos e serviços e do perfil dos potenciais visitantes informará agentes políticos e económicos, contribuindo para o posicionamento do PNRVT no mercado turístico (P. Silva, Lopes, & Nobre, 2016). A principal limitação deste estudo diz respeito ao facto de a amostra inquirida incluir potenciais visitantes do PNRVT, em face do parco estado de desenvolvimento do referido parque, constituído apenas dois anos antes da recolha de dados aqui exposta. Finalmente, conclui-se que o turismo sustentável é visto como uma atividade chave para o desenvolvimento do Vale do Tua. Neste, os recursos endógenos, nomeadamente a gastronomia e a paisagem possuem um enorme potencial e são cada vez mais valorizadas.

Referências bibliográficas

- Brito, C. (1998). O marketing da 3ª vaga. *Revista Portuguesa de Marketing*, 1998, Ano 2, Nº 6, pp. 75-80.
- Declaração de retificação n.º 28/2014. D.R. n.º 8, Série II, (de 13/01/2014).
- ADRVT. (2014). *Relatório e Contas 2014*. Mirandela: Agência de Desenvolvimento Regional do Vale do Tua.
- AEP. (2008). *Turismo de natureza*. Lisboa: Câmara de Comércio e Indústria.
- Blasco, M. J. V. (1999). *Los espacios naturales y rurales: Los nuevos escenarios del turismo sostenible*. In *Turismo en Espacios Naturales y Rurales*. (M. J. V. Blasco & A. B. García Eds.). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Buckley, R., & Sommer, M. (2001). *Tourism and protected areas: Partnerships in principle and practice*. Australia: CRC for Sustainable Tourism.
- Buhalis, D., & Costa, C. . (2006). *Tourism management dynamics – Trends, management, and tools*. London: Routledge.
- Carneiro, M. J., Costa, C., & Crompton, J. (2006). A escolha do destino turístico a visitar – Motivos da visita a áreas protegidas. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 6, 109-123.

- Castro, J. (2014). *Turismo sustentável e educação ambiental nos parques naturais de montesinho e douro internacional*. (Tese de Doutorado), Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Correia, A., & Mendes, J. A. (2008). Segmentos de Mercado no Turismo de Golfe. O caso de Almancil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 9(19-32).
- Donaire, J. A., & Gordi, J. (2003). Bosques y Turismo. *Boletín de la A.G.E.*, 35, 207-221.
- Eagles, P. F. J. (1995). Understanding the market for sustainable tourism. In National Recreation and Park Association (Org.) (Ed.), *Linking Tourism, the Environment, and Sustainability* (pp. 24-32). Ogden: Intermountain Research Station.
- Fernández, J. I. P. (2002). La importancia del uso público en la planificación y gestión sostenible del ecoturismo en los espacios naturales protegidos. In Organización Mundial del Turismo (Ed.), *Cumbre Mundial del Ecoturismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Flores, J. C. M. (2008). El turismo en los espacios naturales protegidos españoles, algo más que una moda reciente. *Boletín de la A.G.E.*, 46, 291-304.
- Gôja, R., & Remoaldo, P. (2016). Motivações e perfis dos visitantes enogastronómicos: Um estudo de caso do Município de Guimarães. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 25, 45 – 57.
- Guerrero, T. V. (2001). Los espacios naturales protegidos como recurso turístico. metodología para el estudio del Parque Nacional de Sierra Nevada. *Estudios Turísticos*, 147, 57-84.
- ICNF. (2019a). Instituto da Conservação da Natureza e Florestas - Parque Natural Regional do Vale do Tua. Retrieved from <http://www2.icnf.pt/portal/ap/amb-reg-loc/pnrv-tua>
- ICNF. (2019b). Rede Nacional de Áreas Protegidas - RNAP. Retrieved from <http://www.icnf.pt/portal/ap>
- Kamri, T., & Radam, A. (2013). Visitors' visiting motivation: Bako National Park, Sarawak. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 101, 495 – 505.
- Konu, H., & Kajala, L. (2012). *Segmenting protected area visitors based on their motivations*. Finland: Nature Protection Publications of Metsähallitus.
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., & Buckley, R. (2015). *Tourism and visitor management in protected areas: guidelines towards sustainability*.
- Lima, J., & Eusébio, M. (2010). A importância do mercado turístico, de acordo com as despesas que os visitantes realizam no destino, para o desenvolvimento económico local: o caso da Covilhã. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14, 87-99.

- Mangano, S. (2005). *El turismo en los espacios naturales protegidos. Análisis de los objetos de consumo turístico y del comportamiento de los turistas en los parques naturales de Liguria*. (Tesis Doctoral), Universitat de Girona, Girona.
- Marques, C., Reis, E., & Menezes, J. (2010). Profiling the segments of visitors to Portuguese protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 971-996. doi:10.1080/09669582.2010.497222
- McCabe, S. (2009). *Marketing communications in tourism and hospitality: Concepts, strategies and cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Pires, C. (2015). *Planear a Paisagem – O Parque Natural Regional do Vale do Tua*. (Dissertação de Mestrado), Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Regulamento n.º 364-A/2013, D.R. n.º 184, Suplemento, Série II, (de 24/09/2013).
- Ruiz, D. F. (2007). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas*. (Tesis Doctoral), Huelva.
- Santos, A., Sousa, A., & Marques, S. (2014). Perfil e segmentação do visitante de festivais de vinho: O evento EV-Essência do Vinho – Porto. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22, 95 – 109.
- Silva, Francisco, & Umbelino, Jorge. (2017). *Planeamento e desenvolvimento turístico*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Silva, P., Lopes, L., & Nobre, J. (2016). Perceção e perfil dos potenciais visitantes do PNRVT *Poster apresentado no IV Encontro de Jovens Investigadores do Instituto Politécnico de Bragança*. Bragança.
- Strasdas, W. (2002). *The ecotourism training manual for protected area managers*. Germany German Foundation for International Development.
- Tapada, A., Marques, C. S., Marques, C. P., & Costa, C. (2020). Astroturismo: Visões dos stakeholders sobre uma proposta de turismo de interesse especial no Vale do Tua, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (33), 41-59.
- Tejada, A. F., & Iniesta, A. (1999). Caracterización de la oferta y demanda en ecoturismo. In M. J. V. Blasco & A. B. García (Ed.), *Turismo en espacios naturales y rurales* (pp. 59-80). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Timón, A. B., & Nardi, M. V. (2001). Turismo en espacios de montaña y naturales. In D. A. Barrado & J. Calaburg (Ed.), *Geografía Mundial del Turismo* (pp. 123-141). Madrid: Editorial Síntesis.
- Tkaczynski, A., & Rundle-Thiele, S. (2011). Event segmentation: A review and research agenda. *Tourism Management*, 32(2), 426-434.
- TP. (2006). *Turismo de natureza - 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, ip.

Ulate, G. V. (2009). Turismo y espacios naturales protegidos en Costa Rica: enfrentamiento o concertación. *Revista de Ciencias Sociales*, 123-124 (I-II), 49-78.

UNEP, United Nations Environment Programme -. (2005). *Forging links between protected areas and the tourism sector - How tourism can benefit conservation*. Paris: United Nations Environment.