



Gestão Turística: Tradição, Inovação e Empreendedorismo
18-19 de outubro de 2013
Barcelos - Portugal

SESSÃO 6-1

IMPACTO NO TURISMO DA REGIÃO DEMARCADA DO ALTO DOURO VINHATEIRO, APÓS A CLASSIFICAÇÃO DE PATRIMÓNIO MUNDIAL DA HUMANIDADE PELA UNESCO

Carlos Sousa
Instituto Politécnico de Bragança
e-mail: cafsousa@net.sapo.pt

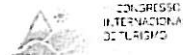
Ana Paula Monte
Instituto Politécnico de Bragança
& NECE
e-mail: apmonte@ipb.pt

Paula Odete Fernandes
Instituto Politécnico de Bragança
& NECE
e-mail: pof@ipb.pt

Resumo

Com o presente trabalho pretendeu-se analisar o impacto no turismo, após a atribuição de classificação de Património Mundial da Humanidade, por parte da UNESCO, à região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro (ADV). O estudo recaiu sobre o cálculo de alguns indicadores da atividade turística, para o período de 1995-2009. Os resultados obtidos revelaram que se registaram aumentos pouco significativos. Assinalar a variação acentuada entre 1998 e 2000 que poderá estar associada ao evento da EXPO98 e à forte divulgação que o país sofreu nesse evento; na oferta, entre 1999 a 2003, poderá estar relacionado com a classificação da região pela UNESCO; na procura, o índice de preferência mostrou que o ADV ainda não é o destino preferido pelos turistas. A partir de 2005 os indicadores sofrem uma variação positiva mais significativa, resultado provável de um trabalho de maior divulgação desenvolvido pelas entidades locais e pelo próprio Turismo de Portugal.

Palavras-chave: Turismo, procura e oferta turística, património mundial da humanidade; região do Alto Douro Vinhateiro (ADV).



Gestão Turística: Tradição, Inovação e Empreendedorismo
18-19 de outubro de 2013
Barcelos - Portugal

SESSÃO 6-2

NOVOS DESAFIOS DE MERCADO PARA AS AGÊNCIAS DE VIAGENS

Cristiana Oliveira
ISLA Campus Lisboa
Universidade Europeia
e-mail: Cristiana.Oliveira@lx.isla.pt

Sérgio Guerreiro
ISLA Campus Lisboa
Universidade Europeia
e-mail: Sergio.Guerreiro@lx.isla.pt

Adriaan De Man
ISLA Campus Lisboa
Universidade Europeia
e-mail: adriaan.de.man@lx.isla.pt

Liliana Faria
ISLA Campus Lisboa
Universidade Europeia
e-mail: Liliana@lx.isla.pt

Resumo

No panorama atual, as agências de viagens deparam-se com uma crescente dificuldade em adequar produtos e serviços a uma procura cada vez mais heterogénea e imprevisível. No âmbito de um estudo plurianual sobre este fenómeno, foi levado a cabo um inquérito com o objetivo de analisar o comportamento do consumidor na sua relação com os distribuidores. O instrumento de medida foi aplicado através de um questionário junto do consumidor de viagens. Os dados foram recolhidos entre abril e maio de 2013. O estudo pretende conhecer o processo de escolha e de compra de produtos turísticos, os meios utilizados e o relacionamento com os agentes de viagens neste contexto. As conclusões relevam a importância da rede de familiares e amigos na escolha dos destinos de férias e a importância da internet na pesquisa e planeamento das viagens.

Palavras-chave: Agências de viagens, consumidores, motivação, tendências.