



thij

**tourism and Hospitality
International Journal**

THIJOURNAL.ISCE.PT

EDIÇÃO ESPECIAL DE RESUMOS ALARGADOS DE ESTUDANTES

Editoras convidadas:

Prof. Doutora Michelle Moraes
[UNIVERSIDADE EUROPEIA]

Prof. Doutora Antónia Correia
[UNIVERSIDADE DO ALGARVE]

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS EDUCATIVAS
HIGHER INSTITUTE OF EDUCACIONAL SCIENCES
Presidente/President: Prof. Doutor/PhD Luís Picado



Departamento de Turismo
Tourism Department

Diretor/Director: Prof. Doutor/PhD Nuno Abranja
nuno.abranja@isce.pt

Endereço para correspondência do THIJ
Mailing adress of THIJ

Rua Bento de Jesus Caraça, 12, Serra da Amoreira
2620-379 Ramada – Odivelas – Portugal

Contactos/Contacts

Tel.: +351 219 347 135 | Fax: + 351 219 332 688

Email: thijournal@isce.pt

URL: <http://www.isce-turismo.com>

THIJ – TOURISM AND HOSPITALITY
INTERNATIONAL JOURNAL

ISSN: 2183-0800

V. 16, n° 2 (May 2021) – Special Edition

Guest Editors

Prof. Doutora Michelle Moraes, *Universidade Europeia*
Prof. Doutora Antónia Correia, *Universidade do Algarve*

Special Scientific Committee

Alexandra Lavaredas [ISCE]
Antónia Correia [Un. do Algarve]
Ana Cláudia Campos [Un. Europeia]
Áurea Rodrigues [Un. de Évora]
Bonifácio Rodrigues [ISCE]
Elena Borin [Université Bourgogne Franche Comté]
Filipa Brandão [Un. de Aveiro]
Francesca Di Virgilio [Università degli Studi del Molise]
Inês Carvalho [Un. Europeia]
Luís Henrique Souza [Un. Federal de Pernambuco]
Manuel Carmo [Un. Europeia]
Manuela Faia [Un. Lusíada]
Manuela Sarmento [Un. Lusíada]
Michelle Moraes [Un. Europeia]
Nuno Abranja [ISCE]
Sérgio Leal [Un. Federal de Pernambuco]

CONSELHO EDITORIAL EDITORIAL BOARD

Editor Executivo | Executive Editor

Nuno Abranja - ISCE, Portugal

Editores | Editors

Alexandra Lavaredas – ISCE, Portugal

Tiago Rodrigues – ISCE, Portugal

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO EDITORIAL ADVISORY BOARD

Donária Coelho Duarte – Univ. de Brasília, Brazil

Gilson Zehetmeyer Borda – Univ. of Brasília, Brazil

Jaime Serra - ECS, Univ. of Évora, Portugal

Luiz Moutinho – Univ. of Suffolk, UK, and Univ. of the South Pacific, Fiji

Natasha Luzhkova – V. B. Sochava Institute of Geography SB RAS, Russia

Noémi Marujo - Univ. of Évora, Portugal

Pauline Sheldon - STIM, Univ. of Hawai'i, Hawaii

Richard Butler - Strathclyde University, UK

Rosário Borges - Univ. of Évora, Portugal

COMISSÃO CIENTÍFICA SCIENTIFIC BOARD

Abraham Pizam RCHM, Univ. Central Florida, USA

Alan A. Lew Department of Geography, Planning and Recreation, Northern Arizona University, USA

Alcina Sousa Universidade da Madeira, Portugal

Alfonso Vargas Sánchez Univ. of Huelva, Spain

Amador Durán Sánchez, Univ. of Extremadura

Ana Maria Ferreira Univ. of Évora, Portugal

Antónia Correia Univ. of Algarve, Portugal

António Sérgio Almeida ESTM – IPL, Portugal

Bonifácio Rodrigues ISCE, Portugal

Carlos Cardoso Ferreira Univ. of Coimbra, Portugal

Cátia Malheiros Ferreira | ESTM – IPL, Portugal

Charles Arcodia Griffith Business School, Griffith University, Australia

Chris Cooper Oxford Brookes University, UK

Christof Pforr SM-CBS, Curtin University, Australia

Cláudia R. de Almeida ESGHT-UALG, Portugal

Conceição Gomes | ESTM – IPL, Portugal

David Airey Univ. of Surrey, UK

Dimitrios Buhalis ST, Bournemouth University, UK

Dulcineia Ramos | ESTM – IPL, Portugal

Edgar Bernardo UTAD, Portugal

Eduardo Moraes Sarmento ULHT, Portugal

Eduardo Yázigi Univ. of São Paulo, Brazil

Eunice Lopes ESGT, IP Tomar, Portugal

Eva Corrêa ISCE, Portugal

Fernando Moreira ESHTe, Portugal

Isabel Vaz de Freitas Univ. Portucalense Infante D. Henrique, Portugal

John Fletcher ST, Bournemouth University, UK

Jordi Tresserras Juan Univ. of Barcelona, Spain

Jorge Marques Univ. Portucalense Infante D. Henrique, Portugal

Jorge Simões Instituto Politécnico de Tomar, Portugal

Jorge Umbelino ESHTe, Portugal

José Álvarez García Univ. of Extremadura, Spain

José António Figueiredo Univ. Lusíada, Portugal

José d'Encarnação Univ. of Coimbra, Portugal

José Jiménez Quintero Univ. of Málaga, Spain

José Ramón Cardona Univ. of Islas Baleares, Espanha

Júlio Mendes Universidade do Algarve, Portugal

Luís Lima Santos IPLeiria, Portugal

Luís Picado ISCE, Portugal

Manuel Salgado ESHTS - IPG, Portugal

Margarida Abreu Morais Griffith Business School, Griffith University, Australia

María de la Cruz del Río Univ. of Vigo, Spain

Marina Godinho Antunes ISCAL, Portugal

Mário Passos Ascensão HAAGA-HELIA, Finland

Michael Schön ESTM – IPL, Portugal

Michelle Lins de Moraes Univ. Europeia, Portugal

Miguel d'Abreu Varela INP/ISG, Portugal

Miguel Moital ST, Bournemouth University, UK

Nuno Gustavo ESHTe, Portugal

Paula Farinho ISCE, Portugal

Paulo Jorge Almeida ESTM – IPL, Portugal

Pedro Mucharreira ISCE | IE, Univ. of Lisboa, Portugal

Ricardo Martins ISCE, Portugal

Tomasz Napierała IUGTS, Faculty of Geographical Sciences, Univ. of Lodz, Poland

Themudo Barata Univ. of Évora, Portugal

Vasco Ribeiro Santos ISLA Santarém, Portugal

Vítor Ambrósio ESHTe, Portugal

Xerardo Pereiro UTAD, Portugal

CONDIÇÕES GERAIS | GENERAL CONDITIONS

Entidade Editora

A revista científica *Tourism and Hospitality International Journal* é um projeto editorial conjunto do Departamento de Turismo do Instituto Superior de Ciências Educativas - ISCE, enquadrado no Centro de Investigação da Instituição - ISCE-CI -, em formato online, dedicada à publicação de artigos científicos originais nas áreas do Turismo, Hotelaria e Restauração.

Missão

A publicação tem como missão a partilha de conhecimento e competências obtidas a partir de uma investigação científica e aplicada em Turismo, Hotelaria e Restauração, aproximando gradualmente a comunidade de investigadores das três áreas.

Periodicidade

A revista terá uma periodicidade semestral, em setembro e março, e a sua publicação será consumada em formato digital de forma a atingir uma distribuição mundial e gratuita.

Idiomas

O seu âmbito internacional e multicultural permitirá a publicação de textos em português, inglês e castelhano, aceitando trabalhos de autores de qualquer país que visem o contributo para uma discussão pertinente e útil ao desenvolvimento do Turismo.

Avaliação

Esta publicação pretende reger-se por critérios internacionais de excelência, assegurando a qualidade dos artigos científicos através de um processo de revisão anónima (*blind referee*) por um comité científico composto por avaliadores externos à entidade editora, de prestigiadas instituições de ensino superior e personalidades representantes nacionais e estrangeiras. Numa fase inicial o Conselho Editorial reserva-se ao direito de rejeitar *papers* que considere de qualidade insuficiente, ou não relevantes o suficiente para as áreas temáticas da revista. Os trabalhos avaliados pelo Conselho Editorial com qualidade suficiente e relevantes para as áreas temáticas da publicação são encaminhados aos avaliadores científicos para a revisão anónima.

Publicação

O THIJ é uma publicação científica de acesso livre, cujo conteúdo está disponível aberta e gratuitamente para ser lido, descarregado, distribuído, impresso e utilizado pelos usuários ou pelas instituições, sem a permissão dos editores ou autores. Todo o processo de publicação (incluindo todas as fases editoriais) é igualmente gratuito. As obras originais, isentas de plágio, neutras e independentes, submetidas pelos autores são sujeitas a um processo de “revisão cega”. O autor deve assegurar-se que esses trabalhos não foram anteriormente publicados ou encontrem-se atualmente sob análise e possibilidade de publicação num outro espaço físico ou eletrónico. Os artigos publicados são da responsabilidade dos seus autores. O THIJ é publicado sob a licença Creative Commons.

Publisher

The scientific journal ‘Tourism and Hospitality International Journal’ is an editorial project of the Tourism Department of Instituto Superior de Ciências Educativas – ISCE, Odivelas, Portugal, framed at the Research Centre of the Institution - ISCE-CI -, in an online format, dedicated to publishing original scientific papers in the Tourism, Hospitality and Restaurant areas.

Mission

The publication's mission is to share knowledge and skills gained from a scientific and applied research in Tourism, Hospitality and Catering, gradually putting together the research community of the three areas.

Periodicity

The journal will have a semi-annual periodicity, both in September and March, in a digital format in order to reach a free worldwide distribution.

Languages

Its international and multicultural scope will allow the publication of texts in Portuguese, English and Spanish. Papers will be accepted from authors in any country aiming to contribute to a relevant and helpful discussion to the development of tourism.

Evaluation

This publication intends to follow international standards of excellence, ensuring the quality of scientific papers through an anonymous review process (*blind referee*) by a scientific committee composed of external evaluators of prestigious higher education institutions and personalities, both national and international. Initially, the Editorial Board reserves the right to reject papers that do not have quality enough or that are not relevant enough to the areas of the journal. The studies evaluated by the Editorial Board with quality and relevance to the areas of the publication will be sent to reviewers for *blind referee*.

Publication

THIJ is an open access scientific publication, whose content is available openly and free of charge to be read, downloaded, distributed, printed and used by users or institutions, without the permission of the editors or authors. There is also no charge for publishing, and this applies to the entire editorial process. The original and unpublished or under review works, free of plagiarism, neutral and independent, submitted by the authors are subject to “*blind review*” process. The published articles are responsibility of their authors. THIJ is published under the Creative Commons license.

NORMAS DE SUBMISSÃO | SUBMISSION PROCEDURES

Normas de Publicação

Os trabalhos submetidos devem ser originais e isentos de plágio, neutros e independentes, baseados sempre em factos científicos. O autor deve assegurar-se que esses trabalhos não foram anteriormente publicados ou encontrem-se atualmente sob análise e possibilidade de publicação num outro espaço físico ou eletrónico. Não obstante, o autor pode submeter trabalhos apresentados em eventos científicos que não tenham sido publicados.

Os artigos publicados são da responsabilidade dos seus autores.

Os trabalhos podem ser apresentados por professores, investigadores, profissionais e estudantes das áreas do Turismo, Hotelaria, Restauração e afins. Os estudantes de licenciatura e mestrado que submetam trabalhos para apreciação devem ter um professor como coautor. Os artigos podem incidir sobre investigações empíricas, revisões de literatura em áreas específicas ou reflexões teóricas.

O Conselho Editorial reserva-se ao direito de rejeitar trabalhos que considere de qualidade insuficiente, ou não relevantes o suficiente para as áreas temáticas da revista ou que não cumpram as normas abaixo apresentadas.

Ao submeter trabalhos para publicação no *Tourism and Hospitality International Journal*, o autor confirma a aceitação de transferência de direitos autorais para a revista, bem como os direitos para a sua difusão, incluindo bases de dados científicas nacionais e internacionais e repositórios, sempre sob a missão de partilha de conhecimento e competências obtidas a partir de uma investigação científica e aplicada em Turismo, Hotelaria e Restauração, aproximando gradualmente a comunidade de investigadores das três áreas. Ao enviar trabalhos o autor autoriza ainda a Comissão Editorial a fazer alterações de formatação aos mesmos. A rejeição de um artigo submetido para publicação pelos Conselhos Editorial ou Científico implica a devolução automática dos direitos autorais.

O autor deve enviar junto ao trabalho científico o documento “Formulário de Direitos Autorais”, disponível no website da revista.

Em seguida expomos as normas específicas para entrega de trabalhos, de forma a facilitar o sistema de submissões e a otimizar o processo para autores, corpo editorial e revisores. O *Tourism and Hospitality International Journal* está disponível para receber trabalhos de toda a comunidade académica e profissional. Os trabalhos científicos submetidos devem respeitar as normas de publicação a seguir expostas e o autor deve, antes de enviar o manuscrito, certificar-se que cumpre as normas de publicação da revista e as normas de publicação da APA (American Psychological Association, 2010, Publication Manual of the American Psychological Association, 6ª ed., Washington, DC: APA).

A opção de escrita pelo acordo ortográfico é da responsabilidade dos autores.

Publication Procedures

All papers submitted must be original, neutral, independent and plagiarism free, based on scientific facts. Authors must ensure that the papers have not been published previously or currently under evaluation for paper or electronic publication. Nevertheless, authors may submit papers presented in other events since they have not been published yet.

Authors are responsible for their published papers.

Works can be presented by professors, researchers, professionals and students of Tourism, Hospitality and Catering, among others. Bachelor and master students must have a teacher as co-author, in order to submit a paper. Papers may focus on empirical research, literature reviews in specific areas or theoretical reflections.

The Editorial Board reserves the right to reject papers that do not have quality enough, that are not relevant enough to the areas of the journal or that do not fulfil the following procedures.

By submitting work for publication in the *Tourism and Hospitality International Journal*, the author accepts transferring copyright to the journal. These rights are extensive to their dissemination, including scientific databases and national and international repositories, always willing to share knowledge and skills gained from a scientific and applied research in Tourism, Hospitality and Catering. Thus, the aim is to gradually approach the research community of the three areas. By submitting work, the author also authorizes the Editorial Board to make formatting changes to it. The rejection of an article submitted for publication by the Editorial Board or Scientific implies the automatic return of copyright.

Authors should submit the document "Copyright Form" available on the journal's website along with the scientific work.

Papers must fill in the scientific procedures, in order to facilitate the submission system and optimize the process for authors, reviewers and editorial staff. The *Tourism and Hospitality International Journal* is available to receive papers from the academic and professional community. The scientific papers submitted must meet the standards of publication set out below and the author must, before submitting the paper, make sure it meets the standards of journal publication and publication guidelines of the APA (American Psychological Association, 2010 Publication Manual of the American Psychological Association, 6th ed. Washington, DC: APA).

Normas de Formatação

Todos os artigos deverão ser enviados para o *e-mail* thijournal@isce.pt, com Cc de nuno.abranja@isce.pt.

Para publicar na edição de setembro deve submeter o seu trabalho até 15 de junho. Para a publicação de março deverá enviar o seu artigo até 15 de dezembro.

Os artigos submetidos não devem estar identificados no próprio documento. O nome, afiliação e contactos dos autores deverão ser enviados no corpo do *e-mail* e no “Formulário de Direitos Autorais”.

O documento deve ser enviado em formato *word* e não deve exceder as 25 páginas no total.

A dimensão da folha deve ser A4 (21cm x 29,7cm), com margens superior, inferior e laterais de 3 cm.

O tipo de letra deve ser *Times New Roman* a tamanho de 12 pontos. O espaçamento entre linhas deve ser a dois espaços.

Os parágrafos devem ser indentados (iniciados para dentro) cinco a sete espaços (0,5cm), exceto nos títulos, no texto do resumo e nas citações em bloco (excertos com mais de 40 palavras). O texto deve estar alinhado apenas no lado esquerdo da página (*left justification*) e a margem direita incerta (não justificada).

A estrutura do artigo a enviar deve incluir a seguinte estrutura:

1. Página de título
2. Página do resumo e *abstract*
3. Páginas de texto
4. Referências
5. Página de Notas (opcional)
6. Página de Quadros (opcional)
7. Página de Figuras (opcional)
8. Anexos (opcional)

Os artigos deverão ser acompanhados de um resumo em português e inglês, não devendo cada um exceder as 250 palavras. Devem também ser apresentados, em português e inglês, pelo menos 4 palavras-chave e o título do artigo. O resumo começa na primeira linha com a palavra Resumo, centrada. Os parágrafos do resumo não devem ser indentados e devem estar alinhados à esquerda e à direita. O resumo é uma sinopse específica e acessível das principais ideias do artigo.

Os títulos e subtítulos devem respeitar a seguinte formatação por níveis:

- Nível 1: Centrado, em Negrito, com Letras Maiúsculas e Minúsculas
- Nível 2: Alinhado à Esquerda, em Negrito, com Letras Maiúsculas e Minúsculas
- Nível 3: Indentado à esquerda, em negrito, com letras minúsculas e termina num ponto.
- Nível 4: Indentado à esquerda, em negrito e em itálico, com letras minúsculas e termina num ponto.
- Nível 5: Indentado à esquerda, em itálico, com letras minúsculas e termina num ponto.

Os vocábulos estrangeiros deverão ser apresentados em itálico e não entre aspas, salvo quando se tratar de citações de textos.

Formatting Procedures

All papers must be sent to thijournal@isce.pt and nuno.abranja@isce.pt.

Authors must send their works until the 15th June in order to be published in the September edition and until the 15th December to be published in the March edition.

Papers submitted must be free of personal information. Name, institution and author contacts must be sent in the email text and in the “Copyright Form” as well.

Documents must be sent in word format and must not exceed 25 pages, at the most.

Each page must be in A4 format (21cm x 29,7cm), with 3 cm superior, inferior and side margins.

Texts must be written in Times New Roman 12 with 2.0 line spacing.

Paragraphs must be indented at 5 to 7 spaces (0,5cm), except titles, abstract text and block quotations (more than 40 words). Text must be left justified (left justification) with no right margin.

Papers must follow the structure below:

Papers must follow the structure below:

1. Title page
2. Abstract page
3. Text pages
4. References
5. Notes page (optional)
6. Tables page (optional)
7. Pictures Page (optional)
8. Attachments (optional)

Papers must have an abstract both in Portuguese and English, with no longer than 250 words. The title of the paper and the keywords (at least 4) must be written in Portuguese and English. The abstract begins in the first line with the word Abstract, centered. Paragraphs of the abstract should not be indented and must be both left and right justified. The abstract is a short and simple text of the main ideas of the paper.

Titles and subtitles must follow the formatting level below:

- Level 1: Centered, Bold, Uppercase and Lowercase
- Level 2: Left Justified, Bold, Uppercase and Lowercase
- Level 3: Left Indented, Bold, Lowercase and ends with a final point.
- Level 4: Left Indented, Bold, Italic, Lowercase and ends with a final point.
- Level 5: Left Indented, Italic, Lowercase and ends with a final point.

Foreign words must be presented in italic but in text quotations must be considered quotation marks.

As aspas devem ser usadas para excertos de texto com menos de 40 palavras, títulos de artigos ou de capítulos a que se refere no texto, para reproduzir material de um item de teste ou instruções aos participantes, ou quando introduzir um termo de calão ou um novo conceito proposto.

As citações de autores e obras no decorrer do texto deverão obedecer ao seguinte padrão:

- (Abranja, 2020);
- (Abranja & Magalhães, 2018);
- Abranja, Almeida e Elias Almeida (2019);
- Abranja et al. (2020);
- Abranja (2019a, 2019b)

Em citações diretas (em que se transcreve o texto) deve indicar o autor, o ano e a página junto à transcrição e em citações indiretas (em que se parafraseia) o autor e o ano da publicação. Recomenda-se não mais de 3 citações diretas por cada 10 páginas. Prefira para as suas citações revistas científicas a revistas de divulgação. No caso de citações diretas com mais de 40 palavras (citações em bloco), não se aplicam as aspas e muda-se de linha para iniciar a citação; o texto deve estar afastado da margem esquerda meia poleyada, 5 espaços ou 1,3cm e o início não é indentedo.

Na secção das Referências deve incluir todas as citações do artigo e apenas essas citações; não deve colocar obras que não tenha referido no texto. As publicações devem ser referenciadas conforme as normas da APA e ter em atenção as seguintes indicações:

- As referências começam numa nova página e devem estar listadas por ordem alfabética;
- Quando há várias referências do mesmo autor, indicar por ordem de antiguidade (primeiro as mais antigas), começando pelas publicações em que o autor aparece sozinho e só depois as que aparece com outros autores;
- Se não há autor, é colocado por ordem alfabética a primeira palavra com sentido da referência (normalmente o título);
- Se tiver duas referências dos mesmos autores e do mesmo ano, diferenciá-las colocando uma letra a seguir ao ano;
- Todas as referências devem estar alinhadas à esquerda na 1.ª linha e ser indentedas nas linhas subsequentes, e colocadas a dois espaços;
- Os títulos de artigos ou de livros são escritos em letras minúsculas, com exceção da primeira letra do título e do subtítulo, e nos nomes próprios (nomes de pessoas, países, religiões, etc.).

Recomendamos ainda a consulta dos seguintes exemplos de referências:

- Abranja, N. Almeida, M. & Elias Almeida, A. (2019). *Gestão de alojamento, receção e housekeeping*. Lisboa: Lidel.
- Abranja, N. (2020). The learning process of entrepreneurship in tourism higher education in Portugal: A case-study (chapter 13). In L. C. Carvalho, M. de L. Calisto, N. Gustavo (Eds.), *Strategic business models to support demand, supply, and destination management in the tourism and hospitality industry*. Hershey, USA: IGI Global. ISSN: 2475-6547, DOI: 10.4018/978-1-5225-9936-4.ch013.
- Abranja, N. (2018, Jan). Provar cultura internacional à mesa. *Restaurant Management. Recheio Magazine*, 103, 27-28.

Quotation marks should be used to text of less than 40 words, titles of articles or chapters referred to in the text, to reproduce material from a test item or instructions to the participants, or to mention a slang term or newly proposed concept.

Quotations must follow the procedures below:

- (Abranja, 2020);
- (Abranja & Magalhães, 2018);
- Abranja, Almeida e Elias Almeida (2019);
- Abranja et al. (2020);
- Abranja (2019a, 2019b)

Direct quotations (in transcribed text) must indicate the author, year and page with the transcript and indirect quotations (in which paraphrases) must indicate the author and year of publication. It is recommended to avoid no more than 3 direct quotations per 10 pages. Authors should give preference to journals instead of magazines. In the case of direct quotations over 40 words (block quotations), do not apply the quotes and give a blank space to start the citation; the text should be half inch away from the left edge; 5 spaces or 1.3 cm; the beginning should not be indented.

References section must include all the references of the article and only those references; should not include works that are not mentioned in the text. Publications should be referenced according to APA standards and consider the following:

- References begin on a new page and should be listed in alphabetical order;
- When there are multiple references by the same author, indicate in order of age (oldest first), starting with the publications in which the author appears alone and only after that those with the other authors;
- If there's no author it is placed alphabetically by the first word in the reference (usually the title);
- If you have two references of the same author and the same year, distinguish them by placing a letter after the year;
- All references must be left justified in the first line and be indented on subsequent lines with 2.0 spaces;
- The titles of articles or books are written in lowercase, except for the first letter of the title and subtitle, and proper nouns (names of people, countries, religions, etc).

We strongly recommend consulting the following references examples:

- Abranja, N. Almeida, M. & Elias Almeida, A. (2019). *Gestão de alojamento, receção e housekeeping*. Lisboa: Lidel.
- Abranja, N. (2020). The learning process of entrepreneurship in tourism higher education in Portugal: A case-study (chapter 13). In L. C. Carvalho, M. de L. Calisto, N. Gustavo (Eds.), *Strategic business models to support demand, supply, and destination management in the tourism and hospitality industry*. Hershey, USA: IGI Global. ISSN: 2475-6547, DOI: 10.4018/978-1-5225-9936-4.ch013.
- Abranja, N. (2018, Jan). Provar cultura internacional à mesa. *Restaurant Management. Recheio Magazine*, 103, 27-28.

- Mucharreira, P. R., Antunes, M. G., Abranja, N., Justino, M. R., & Teixeira Quirós, J. (2019). The relevance of tourism in financial sustainability of hotels. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 165-174.
- UNWTO. (2017). Tourism highlights: 2017 edition. Retirado de <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.
- Mucharreira, P. R., Antunes, M. G., Abranja, N., Justino, M. R., & Teixeira Quirós, J. (2019). The relevance of tourism in financial sustainability of hotels. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 165-174.
- UNWTO. (2017). Tourism highlights: 2017 edition. Retirado de <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.

Para todos os casos de Referências os autores deverão cumprir com as normas de publicação da APA, descritas no *Publication Manual da American Psychological Association* (6th ed., 2009).

Os quadros, figuras ou gráficos deverão respeitar estritamente, no seu conteúdo e forma, as regras de formatação da APA, devendo ser apresentados em páginas separadas (um quadro/figura/gráfico por página) no final do artigo, depois das Referências e antes dos Anexos. Os quadros deverão ser apresentados no tipo de letra *Times New Roman*, a tamanho de 10 pontos. Os gráficos deverão expor sempre os valores a que se referem no espaço próprio do gráfico, ou sob a forma de Quadro anexa, devendo permitir a sua edição (construído em *word* ou *excel*: formato *microsoft graph*).

As notas devem ser apresentadas em formato "Nota de Fim".

Os anexos (se os houver) deverão ser colocados depois de todo o artigo. Deve iniciar cada anexo numa página diferente e numerá-los através de letras (Anexo A, Anexo B...).

All cases of references must comply with the standards of the APA publication, described in the *Publication Manual of the American Psychological Association* (6th ed., 2009).

Tables, figures and graphs should strictly abide, in its content and form, the formatting rules of the APA and should be submitted on separate pages (one table / chart / graph per page) at the end of the article, after the references and before the attachments. Tables should be presented in the font *Times New Roman*, the size of 10 points. Graphs should always expose the values referred to within the graph itself or in the form of the attached table should allow its editing (built in word or excel: *Microsoft graph* format).

Notes must be submitted in the format "footnote".

Attachments (if any) should be placed after the whole article. Each attach must start in a different page.

ÍNDICE | INDEX

Índice index	10
Editorial.....	11
Michelle Moraes & Antónia Correia	
Avaliações dos serviços ofertados pelos hostels com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes	12-20
Rodrigo Ribeiro de Oliveira & Eryck Yudi Tomita Yamauchi	
Airline Rescuers.....	21-27
Ana Carolina Sobreira, Guilherme Oliveira, João Elias & Manuel do Carmo	
Integrating the concept of territorial heritage in andalusian tourism policy.....	28-37
J. David Albarrán Periañez	
Tourism planning in Sundarbans through geographic information system.....	38-48
Sudipta Mukherjee & Bivraj Bhusan Parida	
Potencial turístico do património militar: Estudo de caso Peniche	49-58
Pedro Oliveira & Alexandra Lavaredas	
Moto Turismo, uma cultura de aposta como produto turístico.....	59-66
Anabela Monteiro, Alexandre Rebelo Bernardo, Cheila Micaela da Silva Gomes, Francisco Paiva Xavier Silva, José Diogo Serrano Peneirol, Sílvia Isabel Reis Machado	

EDITORIAL

A revista *Tourism and Hospitality International Journal* tem como missão a partilha de conhecimento e competências obtidas a partir de uma investigação científica e aplicada em Turismo, Hotelaria e Restauração, aproximando gradualmente a comunidade de investigadores das três áreas.

Esta edição especial, editada por Antónia Correia, Michelle Moraes e Nuno Abranja, reúne artigos que nestes tempos líquidos de incerteza constituem uma mensagem de esperança. Um volume escrito a várias mãos e em várias línguas que tem na sua génese um encontro de culturas e gerações unidos pela vontade de recuperar o setor turístico. Mais do que contributos científicos, estes artigos apresentam ideias disruptivas para recuperar o Turismo – o setor económico que colocou Portugal nos *rankings* mundiais como o melhor do mundo.

O primeiro artigo, escrito por Rodrigo Ribeiro de Oliveira e Eryck Yudi Tomita Yamauchi, ambos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, intitula-se “avaliações dos serviços ofertados pelos hostels com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes”. Apesar da tradicional conotação algo liberal que os hostels possuem, este estudo conclui que a hospitalidade diferenciada é uma importante fonte de vantagem competitiva.

O artigo seguinte, escrito por estudantes da Universidade Europeia supervisionados por Manuel do Carmo, Professor auxiliar na Universidade Europeia e DCEE da Academia Militar, intitula-se “Airline Rescuers” e apresenta a forma de uma nota de investigação que propõe a certificação dos voos e a disponibilização de *kits* de desinfeção como mote para recuperar a confiança.

Numa outra geografia, o património cultural é mais uma vez enfatizado no artigo de David Albarrán Perriñez (Complutense University - Madrid), intitulado "Integrating the concept of Territorial Heritage in

Andalusian tourism policy”, sugere que com um modelo de *governance* interrelacionado é possível gerir o património cultural e potenciar a sua utilização turística a partir de uma perspetiva territorial.

Ainda na dimensão geográfica e noutra latitude surge o artigo de Sudipta Mukherjee e de Bivraj Bhusan Parida (University of Burdwan - Índia), “Tourism Planning in Sundarbans through Geographic Information System”, que destaca a importância dos sistemas de informação geográfica no planeamento turístico.

Também no campo das potencialidades turísticas portuguesas, surge o artigo de Pedro Oliveira e de Alexandra Lavaredas, do ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo, sobre o Potencial Turístico do Património Militar em Peniche, em que a história do local e a riqueza militar do município justifica que o património militar seja uma das âncoras do desenvolvimento turístico de Peniche, não fosse o espólio militar parte integrante da cultura portuguesa.

O último artigo, escrito por estudantes da Universidade Europeia supervisionados por Anabela Monteiro, Professora auxiliar da Universidade, recupera o conceito de Moto Turismo enfatizando o seu potencial como produto turístico, este também com a estrutura de nota de investigação que se centra na essência da reativação do Moto Turismo como produto de turismo.

As temáticas abordadas sugerem que a recuperação turística pode ser simples: maior articulação, confiança e produtos novos ‘apimentados’ com a típica hospitalidade portuguesa, ingredientes necessários para devolver ao turismo o estatuto que sempre teve e que deve ao território físico e cultural.

Prof. Doutora Michelle Moraes,
Universidade Europeia

Prof. Doutora Antónia Correia,
Universidade do Algarve

AVALIAÇÕES DOS SERVIÇOS OFERTADOS PELOS HOSTELS COM MELHOR CUSTO E BENEFÍCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS CONTEÚDOS GERADOS PELOS HÓSPEDES

Rodrigo Ribeiro de Oliveira¹

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Eryck Yudi Tomita Yamauchi²

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Oliveira, R. R. de & Yamauchi, E. Y. T. (2021). Avaliações dos serviços ofertados pelos hostels com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 12-20.

¹ Docente no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo.

² Estudante do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo.

Resumo

A cidade de São Paulo, sendo um dos principais destinos turísticos no Brasil, recebe muitos turistas. Um estilo de viagem que está se popularizando por aqui é a *Low Cost* e, assim, estabelecimentos de baixo custo, como os *hostels*, estão também, cada vez mais, em evidência. Sendo assim, serviços de alta qualidade podem proporcionar vantagem competitiva considerável a uma organização, ao reduzir os custos de retrabalho, de reclamações e de ressarcimento e, mais importante, gerar clientes satisfeitos. Dessa forma, este trabalho teve como objetivo verificar a percepção dos hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos *hostels* com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo, segundo as plataformas digitais: *TripAdvisor* e *Booking.com*. Percebe-se que os *hostels*, em questão, se destacam na qualidade dos serviços prestados, assim como uma hospitalidade diferenciada, com fins de fidelização de hóspedes, podendo proporcionar acessibilidade na cidade e propiciar maior número de turistas nacionais e internacionais, promovendo mais trocas culturais, assim como incentivo para a cidade se tornar mais agradável em meio a um ambiente ultra urbanizado e apático.

Palavras-chave

Turismo, Hospitalidade, *Hostel*, Serviços, São Paulo

Abstract

The city of São Paulo welcomes many tourists, and it is being one of the main tourist destinations in Brazil. A type of travel that is becoming the most popular tourist trend is the Low Cost, and then, low-cost establishments such as hostels are also becoming more and more evident. Therefore, high-quality services may provide a significant competitive advantage for an organization by reducing the costs of rework, complaints and redress and, even more relevant, by improving satisfied customers. Thus, this work aimed to verify the guests' perception, with respect to the level of service quality provided by the hostels regarding the best cost-benefit of the city of São Paulo, according to the digital platforms: TripAdvisor and Booking.com. It is understood that the present hostels stand out in terms of the quality of services provided, as well as a differentiated service in hospitality to gain guests' loyalty, and may provide an accessible environment in the city as well as boosting national and international tourists, promoting more cultural exchanges and encouraging the city to be more enjoyable in an urban and apathetic environments.

Keywords

Tourism, Hospitality, Hostel, Services, São Paulo

Introdução

No ano de 2018, o turismo da cidade de São Paulo representou 9,8% do Produto Interno Bruto brasileiro para a atividade, tendo uma receita de R\$ 12,9 bilhões com 15,7 milhões de turistas, o que representa um crescimento de 1,9% em relação ao ano anterior. Desses turistas, que visitaram a cidade de São Paulo, se têm 2,9 milhões de estrangeiros das mais diferentes nacionalidades, com destaque para os países do Mercosul (SPTURIS, 2019).

Diante de um cenário de grande desejo de turistas, pela cidade de São Paulo, as organizações de hospitalidade paulistanas, em geral, apresentam grandes variações mercadológicas em vista do amplo perfil de consumidores atendidos, bem como devem ser ágeis e flexíveis para responder, rapidamente, às mudanças e às novas exigências do mercado. Sendo assim, planejar, programar, controlar e adaptar os processos de operações são funções básicas para o êxito organizacional no contexto atual.

Sugere-se que a cultura da hospitalidade passe, cada vez mais, a nortear o comportamento de todas as empresas prestadoras de serviços, em especial, daquelas que compõem o trade turístico, para torná-las mais competitivas no cenário atual e daquele delineado para o futuro (Castelli, 2016).

A experiência oferecida ao cliente é parte fundamental do processo de prestação do serviço. A atenção aos processos ligados aos produtos e serviços é tão importante quanto os processos vinculados à transmissão da experiência do serviço ao cliente (Cabrera, 2016).

O nível de qualidade de prestação de um serviço é consolidado no ato de seu consumo, de forma imediata, em que as ações dos funcionários, o nível de interação e a qualidade desse serviço prestado interferem, automaticamente, na satisfação desse cliente. O desafio de gerenciar estas operações recai na questão de precibilidade dos serviços (Castelli, 2016; Zeithaml et al., 2014).

Sendo assim, serviços de alta qualidade podem proporcionar vantagem competitiva considerável a uma organização, ao reduzir os custos de retrabalho, de reclamações e de ressarcimento e, mais importante, gerar clientes satisfeitos. Alguns gestores de operações acreditam que, em longo prazo, qualidade é o fator isolado mais importante, que afeta o desempenho de uma organização em relação aos seus concorrentes (Slack, Brandon-Jones & Johnston, 2017).

Conforme Spínola, Lopes, Souza & Barros (2020), o turismo é uma atividade demandadora de uma série de serviços e produtos oriundos de outros setores da economia e dependente da articulação entre as diversas esferas da sociedade.

O *hostel*, geralmente, oferece um ambiente propício para troca de valores, não só porque são jovens de diferentes regiões e nacionalidades, culturas e condições sociais, em um ambiente informal, mas também porque precisam praticar esses valores pessoais para a boa convivência, já que praticamente todos os espaços desse alojamento são compartilhados (Thomazi & Baptista, 2016).

Nesse tipo de hospitalidade, as diárias são mais convidativas e os quartos são, geralmente, coletivos, sendo assim um ambiente mais informal e orientado para a aventura, uma vez que possibilita melhor socialização com indivíduos de diferentes culturas, quando comparado com um hotel (Oliveira et al., 2020).

Eram 79 *hostels* devidamente cadastrados, na cidade de São Paulo, representando 3.086 leitos em 2018, apresentando um crescimento de 25,44% em relação ao ano anterior. Essa demanda fez a taxa de ocupação nos *hostels*, em 2019, chegar a 57,29%, uma das maiores nos últimos sete anos, com destaque para os meses de janeiro, de fevereiro, de março e de junho (taxa de ocupação acima dos 60%), e diária média de R\$ 55,96 (Abreu & Da Silva, 2018; Gomes, 2014; Lima, 2015; Toledo, Braida & Colchete Filho, 2018; Saraiva, 2013; Silva, 2014; SPTURIS, 2019; 2020a).

Dessa forma, este trabalho teve como objetivo verificar a percepção dos hóspedes no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos *hostels*, com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo, segundo as plataformas digitais: *TripAdvisor* e *Booking.com*.

Material e Métodos

Para a realização deste trabalho foi adotada uma pesquisa de natureza documental, tendo o Conteúdo Gerado pelo Usuário como fonte de dados primária. Segundo Krumm et al. (2008), esse tipo de dado é gerado por uma comunidade de pessoas que, voluntariamente, contribuem para a construção de informações e de tipos de mídias diversos, que podem ser úteis, interessantes ou mesmo divertidas para outras pessoas.

Foram selecionados os *hostels* com o “melhor custo e benefício” na plataforma digital *TripAdvisor*. Foram selecionados os *hostels*, que além de estarem nesta lista, tinham mais de cinco avaliações com comentários (quali-quantitativas), nas plataformas digitais: *TripAdvisor* e *Booking.com*, para que assim os dados pudessem ser cruzados e analisados, presentes em suas respectivas plataformas digitais no período de agosto de 2020 a março de 2021.

Por fim, foram utilizados os *Softwares* da *Microsoft Word* e *Excel* versão 2013 para a confecção de tabela, de textos e de organização de dados.

Resultados e Discussão

O *Tapera Hostel* é o mais bem avaliado na cidade de São Paulo. Os poucos comentários negativos são, principalmente, em relação ao macro ambiente no qual o *hostel* está inserido, fatores externos como o ruído vindo da rua e uma obra que acontecia no mesmo edifício, em que o *hostel* se encontra, mas também o seu preço, R\$ 61, é o mais alto desta pesquisa. Médias gerais das avaliações quantitativas: 5,0 e 9,5 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

Tratamento humanizado [...] Joel, 04/01/2021.

[...] Preço também muito bom! Reynaldo, 22/08/2020.

[...] além de máquinas de refrigerantes e *snacks*. É realizada a limpeza diariamente nos quartos e áreas compartilhadas. Samantha, 24/02/2020.

[...] A localização é excelente [...] Graycielle, 13/02/2020.

Excelente no *TripAdvisor* e fabuloso no *booking.com*, o *Villa Hostel*, que fica no bairro da Vila Madalena, tem como pontos fortes a limpeza e o atendimento, por parte de seus funcionários, o que evidencia uma ótima gestão de pessoas, seja essa na seleção e/ou treinamento. A diária no *Villa* está R\$ 58 para um adulto. Médias gerais das avaliações

quantitativas: 4,75 e 8,82 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

Muito bom, super organizado, funcionário da recepção muito atencioso. Recomendo. Marianne, Brasil, 25/09/2019.

O quarto misto é muito bom, possui varanda e ar-condicionado, um armário bem grande e espaçoso sem necessidade de levar cadeado, o café da manhã é simples, mas pelo custo-benefício é ótimo, a *Staff* estava sempre disposta a responder a todas as perguntas, cozinha pode ser utilizada 24h. O *hostel* é muito bem limpo e conservado! Certeza que voltarei novamente! Luiz, Brasil, 07/02/2020.

[...] O *hostel* é super arrumadinho, confortável e silencioso [...] Lília, Brasil, 03/12/2019.

O único comentário sobre o Roca *Hostel* diferente de “muito bom” ou “excelente” no *TripAdvisor* foi um “razoável”, comentando sobre o café da manhã ser muito simples, com a diária de R\$ 52. O que diferencia esses *hostel* são as boas avaliações feitas por casais, indicando uma boa opção para viagens a dois. Médias gerais das avaliações quantitativas: 4,75 e 8,47 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

Café da manhã bem bom se levar em consideração o valor da estadia cama boa. Natália, Brasil, 04/03/2020.

[...] Quartos sempre limpos e arrumados. Atendentes sempre disponíveis. Oferecem ventilador, manta e secador de cabelo. Gabriela, Brasil, 04/02/2020.

[...] Sobre o *hostel* em si, os espaços de convivências são ótimos. Do Pará, Brasil, 21/01/2020.

Sempre vou com minha namorada que é vegana, utilizamos bastante a cozinha do *hostel* que é muito boa. Caso tenha restrições, você pode fazer suas compras de alimentos nos mercados próximos e preparar sua comida [...] Igiffoni, Brasil, 07/01/2020.

Classificado como “muito bom”, em ambas as plataformas digitais, o *Hostel California Café Bar* possui como ponto forte sua excelente localização, no bairro de Pinheiros e preço baixo. A cama em quarto compartilhado custa R\$ 36. Médias gerais das avaliações quantitativas: 4,5 e 8,35 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

Lugar muito limpo, calmo, quarto espaçoso, confortável. Pessoas educadas. Gostei bastante! Naydiane, Brasil, 22/12/2020.

O *staff* é muito bom. Com exceção do problema que tive com a reserva, em todos os momentos foram muito compreensivos e solícitos com as demandas que eu os dava. Acredito que tiveram o objetivo de compensar de alguma forma o primeiro contato mais ríspido e deu certo. Thais, Brasil, 13/12/2020.

Tem um restaurante junto ao *hostel* magnífico a localização fica próxima ao metrô e o café da manhã. Márcia, Brasil, 11/12/2020.

[...] No mais, fiquei em um quarto individual e era bem equipado, ar-condicionado e ventilador, TV com Netflix, e outras plataformas de *streaming* e canais por assinatura, cômoda para colocar roupas e objetos pessoais, cama grande e confortável [...] Júlia, 09/12/2020.

Custando R\$ 42 a diária, em quarto compartilhado, e a um quarteirão de distância da Avenida Paulista, o Namoa *Hostel* apresenta várias críticas em relação ao conforto das camas e, principalmente, à limpeza e higienização. Esses são itens importantes para uma grande parte dos hóspedes. Os investimentos em colchões de boa qualidade e cuidado com a limpeza, em destaque para as condições dos banheiros. Médias gerais das avaliações quantitativas: 4,25 e 8,15 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

A raridade de um espaço *Zen* em plena Vila Madalena! Mauro, República Tcheca, 15/03/2020.

O local é muito limpo e organizado. O anfitrião Paulo muito gentil e educado [...]. Lais, Brasil, 23/01/2021.

[...] Me hospedei sozinha e me senti totalmente segura e confortável [...] Anna, Brasil, 18/01/2020.

O café da manhã foi saudável e ótimo, me deram várias dicas sobre como turistar em São Paulo, e eles tinham toalhas de banho, que eu havia esquecido de levar. E a recepção funcionou até tarde, fiz o *check-in* às 21:30. Tatiane, Brasil, 22/12/2019.

A três quadras da Avenida Paulista, o *Beats Hostel* possui uma ótima localização e um preço bem abaixo da média para a região, R\$ 43. Porém, como se pode ver, na Tabela 1, esse recebeu a menor nota de limpeza no *TripAdvisor*. Médias gerais das avaliações quantitativas: 4,12 e 8,07 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

Hostel tranquilo, com administração de Sul-americanos e bastante frequentado por estrangeiros. Kellyson, Brasil, 2 fev 2019

Bom me salvou de uma emergência colaboradores ótimos [...] DJLipCicconeVEVO, dez, 2020.

Pessoal super gentil, incrível e gente de boa!!! Sempre que você vá para São Paulo recomendo ficar lá. Nicolas Chacon, ago, 2020.

Dentro da proposta é um bom lugar, mas não espere nenhum luxo. Se ficar no quarto de treliche se prepare para sofrer. A localização é incrível. O atendimento é bom, mas alguns funcionários podem acordar em um mal dia às vezes. Guilherme Silva, mar., 2020.

O *Share Guest* é um *Hostel* muito simples, é o que possui a nota mais baixa neste trabalho, porém é o mais barato, a partir de R\$ 19. Apesar de uma boa localização para quem precisa estar perto do aeroporto de Congonhas, sua nota é baixa em função de sua falta de conforto e limpeza precária. Muitos comentários enfatizaram a falta de conforto dos colchões, baixa qualidade das camas e travesseiros e a falta de acabamento e limpeza do chão. Porém, os comentários mais recentes, a partir de novembro de 2019, não relatam mais problemas nas camas. E os comentários sobre a falta de limpeza são menos recorrentes. O que mostra uma possível melhora na gestão das operações e serviços oferecidos. Médias gerais das avaliações quantitativas: 4,62 e 7,11 no *TripAdvisor* e *Booking.com*, respectivamente. Algumas avaliações qualitativas:

É um *hostel* de baixo custo então não espere luxo!!! Ele atende satisfatoriamente em todos os aspectos em acomodação, café da manhã tudo muito simples, tipo para mochileiro *roots*, sem muito nhenhemmm!!! Eduardo, Brasil, 22/01/2020.

Gostei do custo e benefício, da educação do profissional que nos atendeu, nos forneceu toalhas e cobertas adequadas. Raphaela, Brasil, 16/10/2019.

Todos os sete *Hostels*, que foram selecionados para a análise deste trabalho, foram eleitos como melhores custo e benefício na cidade de São Paulo. Os *hostels*, que possuem diárias, com mais de três vezes de diferença. É o caso do *Share Guest Hostel*, que custa R\$ 19 e o *Tapera Hostel* de R\$ 61, respectivamente, o menos e o mais bem avaliado.

Conclusões

Nota-se que a metodologia de análise documental, utilizando como principal fonte de dados o conteúdo gerado pelos hóspedes. Entretanto, este trabalho demonstrou o potencial que este tipo de conteúdo possui, tanto em outras pesquisas documentais de mesma natureza como para melhorias dos serviços prestados (ex.: atendimento, conexão ao *wi-fi*, limpeza, localização etc.) devem ser o foco dos *hostels*, visto que a gestão ocorre, de uma maneira bastante efetiva, para conseguir respostas positivas de hóspedes a seus serviços e produtos.

O *hostel*, que apresentou o melhor desempenho, foi o *Tapera Hostel*, ou seja, o mais bem qualificado, o *Share Guest Hostel* ficou com o menor desempenho. Uma das categorias, que teve uma maior discrepância, entre esses dois *hostels* foi na limpeza com um ponto de diferença e na categoria de conforto com uma diferença de três pontos.

Verifica-se que os possíveis hóspedes recorrem às plataformas digitais de avaliação ao fazerem suas pesquisas de onde irão se hospedar. Desse modo, o gestor deve analisar seus pontos fortes e fracos – através de *sites*, de artigos, de jornais, de redes sociais – e investir em seu aprimoramento, conseguindo um melhor desempenho, considerando que a avaliação que os hóspedes fazem do estabelecimento é imprescindível, visto que tais comentários são, também, influenciadores da demanda em potencial, gerando um círculo virtuoso. Então, se conclui que um bom nível de qualidade de prestação de um serviço, assim como uma hospitalidade diferenciada, pois quanto melhor sua avaliação, maior será a demanda e, conseqüentemente, maior o lucro. Podendo proporcionar acessibilidade na cidade e propiciar maior número de turistas, nacionais e internacionais, promovendo mais trocas culturais, assim como incentivo para a cidade se tornar mais agradável em meio a um ambiente ultra urbanizado e apático.

Referências

- Abreu, T. R. & Silva, M. (2018). Competência comunicativa em inglês dos trabalhadores de hostels de Florianópolis-SC. *Revista Hospitalidade*, 15(2), 138 -157.
- Arnold, J. R. T. (2012). *Administração de Materiais: uma introdução*. 1. ed. São Paulo: Atlas.
- Biagio, L. A. (2015). *Como Administrar a Produção: Curso On-line*. 1. ed. São Paulo: Manole.
- Cabrera, C. (2016). *El Celler de Can Roca: criação de valor em empresas de serviços*. São Paulo: Ed. Senac.
- Castelli, G. (2016). *Gestão hoteleira*. 2 ed. São Paulo: Saraiva.

- Gomes, B. O. (2014). *Design Hostels: Uma experiência diferenciada e personalizada de hospedagem*. Trabalho de Conclusão de Curso. (Curso de Turismo) –Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói.
- Lima, R. D. (2015). *A qualidade do serviço nos hostels de Lisboa: Impacto na satisfação e lealdade dos hóspedes*. Dissertação (Mestrado em Gestão), Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Moreira, D. A. (2011). *Administração da produção e operações* (2ª. ed.). São Paulo: Cengage Learning.
- Oliveira, R. R., Leonardi, T. I., Fujita, D. M., Yamauchi, E. Y. T., Zatta & F. N., Agüena, M. S. (2020). Práticas de Gestão das Operações para o Sucesso de Hostels Paulistanos. *Research, Society and Development*, 9(7), 301973950. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i7.3950>
- Saraiva, A. V. D. N. (2013). *Hostels independentes: O caso de Lisboa*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Silva, M. (2014). *O segmento low cost na indústria hoteleira em Coimbra: O caso dos hostels*. Relatório de Estágio, 2º Ciclo em História de Arte, Património e Turismo Cultural, Universidade de Coimbra.
- Slack, N., Brandon-Jones, A. & Johnston, R. (2017). *Administração da produção* (4ª. ed.). São Paulo: Atlas.
- Spínola, C. A., Lopes, T. H. C. R., Souza, L. N. S. & Barros, I. S. (2020). Turismo no Brasil: uma análise de clusters baseada no índice de competitividade dos destinos indutores. *Research, Society and Development*, 9(3), 1 –23. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i3.2729>
- SPTURIS - Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. (2019). *São Paulo: cidade do mundo. Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista*. ed.
- SPTURIS - Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo (2020). *Desempenho dos Meios de Hospedagem Paulistanos–janeiro 2020*. ed. jan.
- Thomazi, M. R & Baptista, M. L. C. (2016). Trama de ações investigativas participantes para a pesquisa de turismo em hostel. *Anais. Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, São Paulo, SP, Brasil, 13.
- Toledo, P. M. S, Braida, F. & Colchete Filho, A. F. (2018). O design de interiores em hostels: manifestações da individualidade em quartos compartilhados. *Estudos em Design Revista (online)*, Rio de Janeiro, 26 (2): 54 –77.
- Zeithaml, V, Bitner, M. J. & Gremler, D. (2014). *Marketing de serviços: A empresa com foco no cliente* (6ª. ed.). São Paulo: Bookman.

AIRLINE RESCUERS

Ana Carolina Sobreira³

Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia

Guilherme Oliveira⁴

Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia

João Elias⁵

Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia

Manuel do Carmo⁶

Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia
DCEE of Military Academy and CIMA-UE, Universidade de Évora

Sobreira, A. C., Oliveira, G., Elias, J. & Carmo, M. do (2021). Airline rescuers. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 21-27.

³ Student of Tourism, 3rd year, Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia.

⁴ Student of Tourism, 3rd year, Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia.

⁵ Student of Tourism, 3rd year, Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia.

⁶ PhD. Professor at Faculty of Tourism and Hospitality, Universidade Europeia and DCEE of Military Academy and CIMA-UE, Universidade de Évora, Portugal

Abstract

Recently, at a global level, the COVID19 pandemic has had an impact on both people's lives and companies. This has been devastating the economies, leaving the entire sector completely destroyed. Thierry Breton, European commissioner of interior markets, points out that airlines may suffer up to 90% drops in their activity. Following these discussions, some of the measures presented, which aim to regain the confidence of air travel consumers, will provide them security. Among the different measures considered in this work, we propose to explore the implementation of the Certification of aviation infrastructures, the offer of an individual Containment Kit (disinfectant gel, protective gown, reusable mask, gloves...), the disinfection of spaces before and after each flight and the mandatory use of protections, as well as the passage of consumers of aviation services and their luggage through disinfection capsules at the entrance and exit of the aircraft. With the establishment of these measures, is expected a gradual return to normality in this fundamental area in the economy and, in particular, in Tourism.

Keywords

Airline, Safe, Trust, Rescuers

Introduction

A new virus COVID-19, appeared in Wuhan, China, for a cause still unknown, has exceeded 3 million cases and 270 000 deaths. In addition to this pandemic having taken lives of many people, it also forced companies to fire employees and temporarily close it down.

Due to the high impact of the pandemic, different countries of the world were forced to declare a state of emergency, thus putting into practice the mandatory confinement measure which conditions the free movement of people and goods. Although the danger that COVID-19 represent to society is imminent, some countries have devalued it and have responded very slowly. After many months of patience and uncertainty, measures such as wearing a mask have remained mandatory, however the population remains concerned and frightened by the virus.

In this way, this research evaluates the impacts caused in the aviation sector and present possible solutions for the return of its normal functioning.

Literature Revision

Due to the state of calamity lived around the world the measures implemented far exceeded mere mandatory confinement, such as social distancing (Lau et al., 2020). In case of aviation this is vital for the growth of local and global economies, as for COVID-19 the distribution of cases is found particularly in Asia, as this is where most international flights are destined, such as for Europe and North America (Lau et al., 2020). Due to the dimension of the impacts caused, it is estimated that airlines may suffer up to 90% drops in their activity, something that will be quite difficult to recover as airlines are only prepared to survive between 3 to 6 months, needing mandatory state support (McKinsey & Company, 2020). Thus, it is expected that the impacts can last for about a year and a half, failing to return to daily activity before 2022 (International Civil Aviation Organization [ICAO], 2020), expecting a 32% to 59 % reduction in seats available on the airplanes and 236 billion monetary losses (Molenaar et al., 2020) until the end of 2020, the job losses may reach the value of 25 to 30 million (Lacus et al., 2020).

All this situation can cause excessive stress to the employees, due to a reduction in personnel and a longer workload (European Pilot Peer Support Initiative [EPPSI], 2020). In order to recover the values achieved, it is necessary to question what can be done in the short, medium and long term, having been studied some crucial measures to be respected at airports as personal and protective equipment (Rowan et al, 2020), to respect in the airports before and after any flight, such as Online Check-in and Touchless vending machines (SimpliFlying, 2020). It is also directed towards a post-pandemic effort that companies like Amadeus are improving their digital marketing strategies, optimizing the use of banners according to the customer's research (Amadeus, 2020); the airlines will filter the cabin air through new technological filters, since technologies will be fundamental to combat the virus (Elavarasan & Pugazhendhi, 2020).

One of the major problems worldwide, pollution, has decreased substantially (Wang et al., 2020) since the restrictive measures adjacent to the virus were implemented. Another benefit

and consequent point of the previous one is the decrease of the ozone layer (Sicard et al., 2020).

In this work, a main focus will be given to the Dominican Republic, country of the Latin America. This, in terms of aviation had until the pandemic a prediction of growth of 98% until 2037, which translates in an addition of 6.3 million of passengers (International Air Transport Association [IATA], 2017), mostly from the USA, the main issuing market. Regarding the policies against the virus, the country has been working identically as the rest of the world, suspending the country's services until May 17. (Dominican Republic, 2020).

In order to help the economy, recover, the IMF is advancing with financial assistance that will help even the balance of payments. To Dominican Republic, this support amounts to 650 million dollars (International Monetary Fund [IMF], 2020).

Methods

In order to obtain some indicators that would validate our proposal, we prepared a semi-structured questionnaire, composed of closed and open questions. We used a non-probabilistic sampling method, convenience, disseminating the questionnaire to university colleagues, teachers and friends from social networks between May 15 and 20, 2020.

Content analysis, word cloud, was the tool used in the treatment of the data obtained. The intended objective was to perceive the extent to which the pandemic caused the fear of traveling by plane and, if so, what measures could help restore the safety and confidence of tourists. Secondary data related to Portuguese tourists' trips to the Dominican Republic are also mentioned.

Results

With the survey we obtained 159 valid responses, which translates in a sample with a dimension of 159, whom 95 are female (59.7%), being the age range between 31 and 40 years old (25.2%) the modal class and the others being balanced in terms of frequency. The remaining age groups, 20-30, 41-50 and > 50 correspond to 69.1%.

Based on the question "How often did you travel by plane before the pandemic?", through the Likert scale (1 – reduced regularity and 5 – high regularity) 88 answered that they don't travel much (1 and 2), 46 people traveled sometimes (3) and 25 people traveled more frequently (4 and 5).

When it was asked "Taking into account the current pandemic situation, are you afraid to travel?", 19 (11.9%) answered that they have no fear, 24 (15.1%) are a bit afraid, 40 (25.2%) have some fear, 35 (22%) are afraid and 41 (25.8%) people are very afraid to travel.

Among the 159 responses, 82 indicated measures they would like to see implemented, represented in the cloud of words shown previously, in which we can observe that the most frequent are "Security", "Disinfection", "Test" among the common words referent to passengers, plane and seats.

To perceive the acceptance of our proposal, we asked "Do you think that the implementation of a disinfection tunnel for people and luggage at airports would help to regain the confidence of traveling?", concluding that for 19 people (11.9%) it would not help,

for 36 people perhaps it would help (22.6%) and for 104 (65.4%), the majority, it would help to regain confidence and the feeling of safety.

From the embassy of the Dominican Republic we obtained data that indicates that in 2019 there were 2919 Portuguese trips to the Dominican Republic (Ministry of Tourism of the Dominican Republic, 2019).

Furthermore, some fears illustrated the paths the airlines should undertake to leverage travels abroad, the word cloud shows some of the thoughts of the potential passengers.



Figure 1. Word cloud

After the elaboration of the proposal, several solutions were studied, but due to the inherent experience in the area, it was not possible to deepen. The main idea, a disinfection tunnel of people and luggage, could be a destabilizing factor, in particular, for people with claustrophobia. Time and space were other limitations found.

Conclusions

In conclusion, it was noticed that despite the chaos, fear and uncertainty generated in the populations and the economic breakdowns that sectors such as aviation have suffered, it is possible to overcome this phase through the awareness of people during the stages of deconfinement.

Given the practical implications, the construction of a disinfection tunnel for people and luggage at Punta Cana International Airport could contribute to the recovery of confidence as well as to consumer/tourist savings in the Dominican Republic.

It is believed that by resorting to solutions like this, air travel will be able to find a safe world again, but with a different reality.

In the Future, we intend to deepen the theme, building a more comprehensive questionnaire, trying a larger sample size and make a quantitative/comparative study between the initial and current pandemic wave in order to understand what other concerns should be taken into account when making aviation decisions.

References

- Dominican Republic Has it all. (2020). Information on coronavirus (COVID-19). Dominican Republic Has it all. Retrieved from www.godominicanrepublic.com/newsroom/coronavirus/.
- Elavarasan, M. R., & Pugazhendhi, R. (2020). Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic. *Science of The Total Environment*, 725. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138858>.
- Freixa, Sol. (2020, April 16). Delivering information fast during COVID-19 with advertising solutions. Amadeus. Retrieved from <https://amadeus.com/pt/insights/blog/solucoes-de-publicidade-ajudam-a-fornecer-rapidamente-informacoes-durante-a-pandemia-de-covid-19>.
- International Air Transport Association. (2017). The importance of air transport to Dominican Republic. International Air Transport Association. Retrieved from www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/dominican-republic--value-of-aviation/.
- International Civil Aviation Organization. (2020). Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis. International Civil Aviation Organization. Retrieved from www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-9/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf.
- International Monetary Fund. (2020). IMF Executive Board approves US\$650 Million in emergency Assistance to the Dominican Republic to address the COVID-19 Pandemic. International Monetary Fund. Retrieved from <https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/04/30/pr-20195-dominican-republic-imf-executive-board-approves-us-650-million-in-emergency-assistance>.
- Lacus, M. S., Natale, F., Santamaria, C., Spyrtos, S. & Vespe, M. (2020). Estimating and projecting air passenger traffic during the COVID-19 coronavirus outbreak and its socio-economic impact. *Safety Science*, 129. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104791>.
- Lau, H., Khosrawipour, V., Kocbach, P., Mikolajczyk, A., Ichii, H., Zacharski, M., Bania, J. & Khosrawipour, T. (2020). The association between international and domestic air traffic and the coronavirus (COVID-19) outbreak. *Journal of Microbiology, Immunology and Infection*. <https://doi.org/10.1016/j.jmii.2020.03.026>.
- Lau, H., Khosrawipour, V., Kocbach, P., Mikolajczyk, A., Schubert, J., Bania, J. & Khosrawipour, T. (2020). The positive impact of lockdown in Wuhan on containing the COVID-19 outbreak in China. *Oxford Academic: Journal of Travel Medicine*, 27. <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa037>.
- Matt, C., Liu, L., Myore, M. & Wilson, M. (2020). COVID-19: Implications for business. McKinsey&Company. Retrieved from www.amcham-egypt.org/bic/pdf/corona1/McKinsey_Co%20-%20COVID-19-Implications%20For%20Business.pdf.
- Technical Vice Ministry. (2019). Touristic Barometer. Ministry of Tourism Dominican Republic, 5(1). Retrieved from <https://acento.com.do/wp-content/uploads/Bar%C3%B3metro-Tur%C3%ADstico-Enero-Marzo-2019-compressed.pdf>.

- Molenaar, M. D., Boch, F., Guggenheim, J., Jhunjunwala, P., Loh, H. H. & Wade, B. (2020). The Post-COVID-19 Flight Plan for Airlines. Boston Consulting Group. Retrieved from www.bcg.com/publications/2020/post-covid-airline-industry-strategy.aspx.
- Reuter, P., Schwarz, M., Harter, T., Simons, R., Fhnenbruck, G., & Rahmann, H. (2020). COVID-19 crisis and its effect on aviation mental health. EPPSI: European Pilot Peer Support Initiative. Retrieved from www.eurocockpit.be/sites/default/files/2020-04/COVID-19%20and%20aviation%20mental%20health.pdf.
- Rowan, J. N. & Laffey, G. J. (2020). Challenges and solutions for addressing critical shortage of supply chain for personal and protective equipment (PPE) arising from Coronavirus disease (COVID19) pandemic – Case study from the Republic of Ireland. *Science of The Total Environment*, 725. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138532>.
- Sicard, P., Marco, A., Agathokleous, E., Feng, Z., Xu, X., Paoletti, E., Rodriguez, D. J. J. & Calatayud, V. (2020). Amplified ozone pollution in cities during the COVID-19 lockdown. *Science of The Total Environment*, 735. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139542>.
- SimpliFlying. (2020). The rise of sanitized travel. SimpliFlying. Retrieved from <https://simpliflying.com/sanitised-travel/>.
- Wang, Y., Yuan, Y., Wang, Q., liu, C., Zhi, Q. & Cao, J. (2020). Changes in air quality related to the control of coronavirus in China: Implications for traffic and industrial emissions. *Science of The Total Environment*, 731. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139133>

INTEGRATING THE CONCEPT OF TERRITORIAL HERITAGE IN ANDALUSIAN TOURISM POLICY

J. David Albarrán Periañez

Department of Geography. Complutense University, Madrid, Spain.

Albarrán Periañez, J. D. (2021). Integrating the concept of territorial heritage in andalusian tourism policy. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 28-37.

Abstract

This research aims to measure the integration of the concept of territorial heritage, which has been widely supported over the last decades by scholars and international organizations, into tourism policies. This stems from the premise that understanding heritage from an innovative and integral perspective can favour territorial development; as only in this way will it be possible to overcome the continuous disagreements between different sectoral policies, such as those related to tourism and heritage. For this purpose, a methodological proposal is applied in two multi-scale case studies: the Autonomous Community of Andalusia, and the district of Sierra de Cádiz. First and foremost, we report on the current 'state of play' with regard to territorial heritage and development policies. Secondly, a public policies analysis takes place, considering tourism as one of the matters that have a more direct impact on the transformation of assets in resources for territorial development. Subsequently, a semiotic analysis of the tourist promotional image is carried out. The results show that the idea of territorial heritage is basically incorporated to the regional policies at a discursive level, except in the case of promotion, where it is present more explicitly. However, while local administrations don't address the incorporation of this concept in the promotional material, the problem is best solved in practice at this scale, as the territorial perspective has been adopted in programs and strategies. Finally, this research contributes to the consideration of the potential of management of heritage from a territorial perspective, as it supports stronger interrelationship between administrations.

Keywords

Territorial heritage, Heritage management, Tourism policy, Tourist image, Multi-scalar analysis

Introduction

Throughout the last century, the concept of heritage, which is a mutable notion that is understood differently according to each historical-cultural context, has been recently undergoing continuous change based primarily on the integration of new values and a spatial expansion. Profound social, cultural, economic or technological changes have generated the need to redefine the idea of heritage from the valorisation of isolated elements to the so-called cultural heritage, and from this to the recently understanding of the land as an object with heritage interest. During the last decades, academic studies have attempted to analyse this concept and its connotations, especially in southern Europe. In the Spanish-Latin sphere the term territorial heritage has been widely used to refer to the idea of land as an area whose values are determined by the combination of natural and cultural, material and immaterial resources located on it, as well as the relationships among them. At the same time, in a context increasingly conditioned by neoliberal globalization, the enhancing of new values to heritage has resulted in its recognition as a catalyst for economic and social development, which has to be invested in (Coombe, 2013; López et al., 2017; Martínez, 2008; Mulero, 2015; Molina & Pascual, 2016; Castillo, 2009; Rodríguez & Sevilla, 2017; Calderón y García, 2016). In this sense, some authors took note of the meaning of heritage as an economic resource susceptible to exploitation, among others, through tourist activity (Pillet, 2011; Fernández & Guzmán, 2004; Martínez, 2008; Troitiño & Troitiño, 2018). Therefore, the logics of tourism have been present in many academic works on the potential of heritage for territorial development (Prentice, 1993; Prats, 2006). In the administrative field, this process require, however, overcoming the traditional sectoral political perspective and fragmented management existing in the Global North (Castillo, 2009; Calderón & García, 2016; Dahlberg, 2015; Wall-Reinius et al., 2019), as it is the only possible way to ensure that heritage has a prominent role in the construction of the future of societies (Troitiño & Troitiño, 2018).

These academic contemporary theories imply the initial premises of this research. Thus, the main objective is to look for new tools to help with the development of certain peripheral European regions that, while being among the most disadvantaged areas in social and economic terms, have an enormous wealth of heritage. This limited development has contributed to the maintenance of large spaces with low rates of anthropization, as well as a good conservation of the traces of the past. Hence, there is an opportunity to make heritage an alternative vector of development capable of answering the needs of these regions, reversing their current situation in terms of progress. Then, departing from the recent territorial approaches for heritage (see Latarjet, 1992; Magnaghi, 2000; Ortega, 1998; Fera, 2013; Pillet, 2011; Mulero, 2015; Troitiño, 2013; Troitiño & Troitiño, 2018) and integrating a tourism vision to make it a productive resource (Troitiño et al., 2005; Prats, 2006; García & Calle, 2012; Troncoso, 2013; Troitiño, 2015; Cors et al., 2018), this research evaluates the incorporation of the concept of territorial heritage into tourism-related policies in a region that is both one of the main tourist destinations in Europe and a place with a GDP per capita well below the community average.

Literature Review

Throughout the whole of the twentieth century, several changes took place in the concept of heritage, from the idea of monument to cultural asset, the incorporation of urban contexts, or the recognition of the immateriality of heritage. In the last decades, the continuous evolution from a segmented vision to an integration of environmental and social dimensions has resulted in the understanding of heritage in terms of integral system (Feria, 2013), or even in the definition of the concept of territorial heritage in the academic literature. This implies overcoming certain notions of scale, or expanding the categories of assets to be protected, moving from the evaluation and interpretation of elements in the land to the interpretation of the land as heritage in itself. Thus, the term refers to the understanding of the geographical space as an object with values, as it is the result of the permanent interaction between humans and nature (Ortega, 1998; Mascari et al., 2009; Capel, 2014; Florido, 2013; Calderón y García, 2016; López et al., 2017; Carta, 2010; Román y González, 2019; Manero, 2019).

In addition, in the second half of the last century, the reinforcement of development policies based on singular resources contributed to increasing the significance of lands (Bianchi, 2017; Jorgensen & Stedman, 2001). In this regard, heritage contributes to the emergence of new possibilities for territorial development, and the patrimonial conception of the land helps to it has undergone a profound revaluation in development processes. Consequently, land has become conceived as a resource for economic, social or cultural development (Laven et al., 2005; Castillo, 2009; Silva & Fernández, 2017). Thus, heritage in a territorial perspective become a productive resource in the postmodern economy (Graham et al., 2000; Harvey, 2019), serving sectors such as tourism through functional adjustment and promotion (Pillet, 2011; Fernández & Guzmán, 2004; Martínez, 2008; Troitiño and Troitiño, 2018; López et al., 2017; Mulero, 2015; Molina & Pascual, 2016; Castillo, 2009; Rodríguez & Sevilla, 2017). In this respect, heritage plays a key role in both (i) the content of the tourist offer and (ii) the configuration of tourism images, as projection of singular, easily recognizable assets encourages the process of choosing destinations by potential visitors (Andreu et al., 2000; Novo et al., 2013).

The interrelation between heritage and tourism can generate feedback in which, on the one hand, heritage configures the tourist destination (Troncoso, 2013; Bertoncello, 2015), and on the other hand, tourism gives new uses to assets and spaces (Almirón et al., 2006; Prats & Santana, 2011; Calderón & García, 2016). This process involves the tourism commodification of heritage, or even of land; however, there is a great difficulty in handling both subjects in a coordinated way, as two different rationalities are faced (Azadeh et al., 2020). The first is that of the market, which pursues profitability from a short-term point of view. The other is the cultural one, focused on the defense and preservation of values (Velasco, 2009). Hence, this fact can bring the generation of dichotomies that result in substantial alterations of places and a loss in heritage values (Hernández, 2015; Coombe, 2013).

Objectives and Methods

The aim of this research is to evaluate to what extent the concept of territorial heritage has been incorporated to public policies related to tourism at different administrative scales. We

start from the idea that heritage management from a territorial, integrative perspective is the only way to overcome disagreements between sectoral policies and thus to achieve greater territorial development. To this end, a methodological proposal based on exhaustive clerical work and detailed fieldwork is established. In this respect, an analysis of tourism-related policies (i.e. management and promotion) takes place. First, by using documentary review techniques and adapting the proposal model for the tourism policy analysis of Velasco (2007), instruments launched by public administrations are analysed: (i) legislation, (ii) organizational structures, (iii) plans, (iv) strategies and programs, and (v) products generated. Subsequently, a study of the images used in tourist promotion is carried out by means of semiotic analysis, employing techniques that allow systematizing and analysing the visual information included in promotional pictures in statistical terms, according to previously defined categorizations. This is a process repeatedly used in academia (see Urry, 2002; Edelheim, 2007; Milman, 2011; Foroudi et al., 2020).

To do so, we follow a typical case study that is defined by two geographical levels: (i) the Autonomous Community of Andalusia; and (ii) the district of Sierra de Cádiz. These areas are characterized by high unemployment levels and rurality, while having a remarkable potential in terms of heritage and they have a very popular tourist image.

Results

The Regional Scale

The analysis of the tourism policies set in motion in Andalusia forces us to study the Junta de Andalucía, which is the responsible public organism in terms of management and promotion since 1981. This entity has launched two general laws and multiple decrees whose Explanatory Memorandums attend a territorial reading of heritage, however, this does not occur in the subsequent articles. Regarding organizational structures in Andalusia, tourism administrations have never been linked to the management and protection of heritage at regional scale, which is an area that largely continues to have a protectionist perspective against tourism (e.g. cultural assets management plans). This is true although the four approved general tourism plans in the region have repeatedly called for the need to find synergies and cooperation between different administrations with competences for heritage and its uses, even integrating concrete proposals for landscape management from a tourist perspective. Similarly, most of the tourism projects and strategies carried out in recent decades have included the territorial perspective of heritage in their drafting, although this has not been fully addressed in practice. Finally, in a study of narratives of the tourist products generated by the Regional Ministry, we find that only one out of every four tourist routes designed responds to a territorial perspective of heritage.

Regarding tourism promotion policies, it has been found that the Andalusian current projected images are the result of a romantic inherence. That means that the most representative images of regional promotion emerge from the collective imagery that took shape during the 18th and 19th centuries. These pictures show holistic images, where landscapes and the relationship between monuments and surroundings are the main characters.

The Local Scale

For its part, at local level, the legislative regulations approved in the 19 municipalities that compose the district of Sierra de Cádiz are very diverse. Nevertheless, several ordinances for the tourist activity explicitly incorporate the concept of territorial heritage. Hence, tourism stands out as the only matter that incorporates the territorial perspective of heritage into regulations at local level. In addition, the distribution of powers in the city councils shows the existence of a widespread view of the capacity of tourism to achieve local development through the use of cultural assets (i.e. combining responsibilities for both matters in the same department), while natural heritage is relegated even though some of the most important natural spaces in the region include entire municipalities. For its part, the analysis of the four tourism plans promoted by supra-municipal entities in the district reveals that half of them did include a territorial perspective of heritage, both at the discursive level and the proposed actions. In the same way, in all the municipal plans for tourism, most of actions linked to heritage have a territorial reading.

It is paradoxical to see how only 8.86 percent of tourism promotional images at local scale serve views where heritage presents territorial values, while material cultural assets represent almost a third of the advertising instruments edited by the public bodies in Sierra de Cádiz.

Conclusions

The case study illustrates that today there is no a genuine incorporation of the concept of territorial heritage into legislative and operative instruments undertaken by tourism administrations. Indeed this incorporation is unequal, and shows a variable scenario both regarding the kind of policy (i.e. management and promotion) and the scale (i.e. regional and local).

At regional scale, the integration of the concept has been mainly limited to the theoretical discourse, however, this fact has not been reflected at the operational level. This phenomenon happens in legislative instruments, general plans, and projects carried out by sectoral institutions that are accountable to supranational entities (i.e. European Commission) and have very limited functions. Thereby, our findings suggested that these instruments have to progress toward more holistic discursive perspectives, following approaches presented in documents such as the European Landscape Convention or the European Spatial Development Perspective (ESDP). On another note, according to recent scholar approaches, we find a link between our results and the inability of institutional frameworks to include perspectives that require overcoming the traditional segmentation. That is why, although some instruments demand the configuration of synergies and a larger inter-administrative coordination, the organizational structures don't show transversal approaches in a framework that continue to be structured in a sectoral way. So, in cultural or natural administrations, a traditional view continues to prevail, understanding assets in an individual and isolated manner, resulting in a tourism policy without territory-based view. In this way, new appreciations of territorial heritage generated in the academic field have scarcely been incorporated into the contemporary regional public action.

In contrast with what happens at regional scale, locals administrations have not dealt with the territorial perspective of heritage at theoretical level, however, its incorporation has been better solved in practice. Despite the fact that these entities have continued to support segmented models, they have included certain modifications, as well as they have implemented actions defined by more integrative perspectives. This is the case, for example, with regard to local plans, as they talk about assets and spaces and the relationships between them in a more comprehensive way. In turn, these instruments defend tourism as the matter that best handles this at operative level. Thus, we find evidence that local organisms have sought to adapt to facilitate their operability, even overcoming the traditional dividing lines between responsibilities. There is no doubt that the closest administrations to the citizens has formulated more cooperative, integrative models, demonstrating that it is at the local level where the processes of patrimonial management of the land have to take place, and which offer more guarantees of sustainability (Bianchi, 2017).

However, the tendency is paradoxically reversed in tourism promotion policies. In a tourist market dominated by the visual, the need to project images based on difference, linked to the symbolism of lands, and therefore linked to heritage, has been established all around the world. In the West, these images are based on a synthesis of the romantic iconography that was defined through a descriptive perspective of lands by foreigner who studied regions from a holistic perspective. And these ideas have continued to date in large-scale promotion (i.e. state and regional levels). Nevertheless, our study contributes to claim that the closer to the land the public management related to heritage is, the less present the concept of territorial heritage is in the tourism promotion. Thus, we find interesting correspondences between this data and the existence of a clear trend towards municipalism in Spanish rural areas.

This research, to sum up, provides a series of tools for the analysis of the dysfunctions between the public policies and the theorization of the territorial concepts of heritage, presenting a practical model that can act as a theoretical and methodological guide to further evaluative research.

References

- Almirón, A., Bertonecello, R. & Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos en Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 15, 101-124.
- Andreu, L., Bigné, J.E. & Cooper, C. (2000). Projected and perceived image of Spain as a tourist destination for British travellers. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 9(4), 47-67.
- Azadeh, L., Mahdi, G. & Dallen J.T. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: Cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change* 18(4), 386-403.
- Bertonecello, R. (2015). Patrimonio y turismo, una relación en tensión. Aportes para el Estudio en Argentina. In Y. Salomão (ed.), *Patrimônio Cultural Plural* (pp. 5-19). Belo Horizonte, Brasil: Arraes Editores Ltda.
- Bianchi, R. (2017). The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research* 70, 88-102.

- Calderón Calderón, B. & García Cuesta, J.L. (2016). Sources and forms of territorial heritage. *International Journal of Humanities and Cultural Studies* 3, 2141-2157.
- Capel, H. (2014). El patrimonio natural y territorial. De la protección a la gestión y regeneración del paisaje cultural. *Zarch* 2, 8-41.
- Carta, M. (2010). Patrimonio territoriale, descrizione strutturale, statuti del territorio, scenari di trasformazione e progetti integratis". In J. Muntañola (ed.), *Hacia un urbanismo alternative*. Barcelona, Spain: Arquitectonics. Mind, Land & Society.
- Castillo Ruiz, J. (2009). La dimensión territorial del patrimonio histórico. In J. Castillo, E. Cejudo & A. Ortega (coord.), *Patrimonio histórico y desarrollo territorial* (pp. 25-48). Seville, Spain: Universidad Internacional de Andalucía.
- Coombe, R.J. (2013). Managing Cultural Heritage as Neoliberal Governmentality. In R.F. Bendix, A. Eggert & A. Peselmann (eds.) *Heritage Regimes and the State* (pp. 389-398). Göttingen, Germany: Universitätsverlag Göttingen.
- Cors i Iglesias, M., Gómez Martín, M.B. & Armesto López, X.A. (2018): La apuesta por el patrimonio histórico-artístico en el turismo de montaña. El caso del pirineo catalán. *Scripta Nova XXII*, 588.
- Dahlberg, A. (2015). Categories are all around us: Towards more porous, flexible, and negotiable boundaries in conservation-production landscapes. *Norsk Geografisk Tidsskrift* 69, 207-218.
- Edelheim, J.R. (2007). Hidden messages: A polysemic reading of tourist brochures. *Journal of Vacation Marketing* 13, 5-17.
- Feria Toribio, J.M. (2013): El patrimonio territorial: Algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor. *Revista electrónica e-rph* 12, 1-25.
- Fernández, G. & Guzmán Ramos, A. (2004). *El Patrimonio Histórico-Cultural revalorizado en el marco de un desarrollo sustentable del turismo*. Tandil, Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Florido Trujillo, G. (2013). El patrimonio territorial en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía: indefiniciones y dificultades para un conocimiento preciso. *Boletín de la AGE* 63, 173-201.
- Foroudi, P., Cuomo, M.T., Foroudi, M.M., Katsikeas, C.S. & Gupta, S. (2020). Linking identity and heritage with image and a reputation for competition. *Journal of Business Research* 113, 317-325.
- García Hernández, M. & Calle Vaquero, M. de la (2012). Los hitos patrimoniales en dimensión turística. Castilla y León y la Real colegiata de San Isidoro. *Polígonos, Revista de Geografía* 23, 113-145.
- Graham, B., Ashworth, G & J. Tunbridge (2000). *A geography of heritage. Power, culture and economy*. London, UK: Arnold Publishers.
- Harvey, D.C. (2019). Heritage pasts and heritage presents: Temporality, meaning and the scope of heritage studies. In S. Watson, A.J. Barnes & K. Bunning (eds.) *A museum studies approach to heritage*. New York, USA: Routledge.
- Hernández Ramírez, J. (2015). Turismo de base local en la globalización. *Revista Andaluza de Antropología* 8, 1-18.
- Jorgensen, B.S. & Stedman, R.C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology* 21(3), 233-248.

- Latarjet, B. (1992). *L'aménagement culturel du territoire*. Paris, France: Datar, La documentation française.
- Laven, D.N., Mitchell, N.F. & Wang, D. (2005). Examining conservation practice at the landscape scale. In D. Laven, N.F. Mitchell & D. Wang (eds.) *Conservation at the Landscape Scale* (pp. 5-9). Hancock, Michigan, USA: The George Wright Forum.
- López Lara, E., Tribak, A., Baali, H. & El Bezzari, L. (2017). Turismo, patrimonio territorial y desarrollo en el medio Atlas Nororiental (Marruecos). *Cuadernos de Turismo* 40, 389-404.
- Magnaghi, A. (2000). *Il progetto locale*. Torino, Italy: Bollati Boringhieri.
- Manero Miguel, F. (2019). En torno al concepto de cultura del territorio. Entre el conocimiento del espacio y el compromiso socio-territorial. *Gaceta Cultural Ateneo de Valladolid* 86, 22-26.
- Martínez Yáñez, C. (2008). Patrimonialización del territorio y territorialización del patrimonio. *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada* 39, 251-266.
- Mascari, J.F, Mautone, M., Moltedo, L. & Salonia, P. (2009). Landscapes, heritage and culture. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 22-29
- Milman, A. (2011). The symbolic role of postcards in representing a destination image: The case of Alanya, Turkey. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 12, 144-173.
- Molina De La Torre, I. & Pascual Ruiz-Valdepeñas, M.H. (2016). El patrimonio territorial en el marco del desarrollo local. In Manero Miguel, F. & García Cuesta, J. L. (coords.), *Patrimonio Cultural y Desarrollo Territorial. Cultural Heritage & Territorial Development* (pp. 371-417). Cizur Menor, Navarra, Spain: Thomson Reuters Aranzadi.
- Mulero Mendigorri, A. (2015). Hacia la gestión integrada del patrimonio en clave territorial: Un análisis crítico a partir de la experiencia andaluza. *Investigaciones Geográficas* 63, 69-84.
- Novo Espinosa de los Monteros, G., Osorio García, M., Torres Nafarrate, J. & Esquivel Solís, E. (2013). Viajes, actuantes, escenarios e interacciones: Un análisis de la publicidad de los destinos, a partir de sus semánticas visuales. *Investigaciones Turísticas* 6, 27-46.
- Ortega Valcárcel, J. (1998). Patrimonio territorial: El territorio como recurso cultural y económico. *Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid* 4, 33-48.
- Pillet Capdepón, F. (2011). El turismo de interior y el patrimonio territorial en Castilla-La Mancha. *Cuadernos de Turismo* 27, 725-741.
- Prats Canals, L. & Santana, A. (coord.) (2011). *Turismo y patrimonio, entramados narrativos*. El Sauzal, Spain: El ACA & PASOS.
- Prats Canals, L. (2006). La mercantilización del patrimonio: Entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 58, 72-80.
- Prentice, R. (1993). *Tourism and heritage attractions*. London, UK: Routledge.
- Rodríguez Pérez, C. & Sevilla Álvarez, J. (2017). El patrimonio territorial y paisajístico de Leitariegos: De la mirada intelectual a la primera acción oficial contemporánea. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 74, 61-92.

- Román López, E. & González Loyola, M.S. (2019). Tecnologías de información geográfica para la gestión del patrimonio territorial. Los paisajes culturales de la sal en Chile. *Identidades: territorio, cultura, patrimonio* 8.
- Silva Pérez, R. & Fernández Salinas, V. (2017). El nuevo paradigma de patrimonio y su consideración con los paisajes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 63(1), 129-151.
- Troitiño Torralba, L. (2015). La dimensión turística del patrimonio cultural de la ciudad de Lorca (Murcia, España). *Cuadernos de Turismo* 36, 389-414.
- Troitiño Vinuesa, M.Á. & Troitiño Torralba, L. (2018). Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo. *Boletín de la AGE* 78, 212-244.
- Troitiño Vinuesa, M.Á. (2013). Elementos y metodología de análisis territorial. In K.M. Lozano & A. Ruiz (coord.), *Análisis espacial, territorio y desarrollo local* (pp. 19-43). Guadalajara, Spain: Universidad de Guadalajara.
- Troitiño Vinuesa, M.A., García Hernández, M. & De La Calle Vaquero, M. (2005). Turismo y ciudad histórica: Metodología de análisis a escala local. In A. Lacosta (ed.) *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?* (pp. 665-696). Zaragoza, Spain: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Troncoso, C.A. (2013). Espacio patrimonial, espacio de deleite visual y consumo. Transformaciones patrimoniales recientes y turismo en la ciudad de Salta (Argentina). *Espazo & Geografía* 16(2), 641-674.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London, UK: Sage.
- Velasco González, M. (2007). Distintos instrumentos para un mismo fin. Los instrumentos de las políticas públicas como herramienta para el análisis. In VIII Congreso de Ciencia Política y de la Administración. Valencia, Spain.
- Velasco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo* 23, 237-253.
- Wall-Reinius, S., Prince, S. & Dahlberg, A. (2019). Everyday life in a magnificent landscape: Making sense of the nature/culture dichotomy in the mountains of Jämtland, Sweden. *Environment and Planning E: Nature and Space* 2(1), 3-22.

TOURISM PLANNING IN SUNDARBANS THROUGH GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEM

Sudipta Mukherjee⁷

Dept. of Tourism Management, The University of Burdwan

Bivraj Bhusan Parida⁸

Dept. of Tourism Management, The University of Burdwan

Mukherjee, S. & Parida, B. B. (2021). Tourism planning in Sundarbans through geographic information system. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 38-48.

⁷ PhD Student, Dept. of Tourism Management, The University of Burdwan, Burdwan Rajbati, Raiganj, Bardhaman, West Bengal 713104, India.

⁸ Professor of Dept. of Tourism Management, The University of Burdwan, Burdwan Rajbati, Raiganj, Bardhaman, West Bengal 713104, India

Abstract

Sundarbans is the most extravagant natural tourism destination located in Eastern India. The beautiful mangrove forest offers a vibrant flora and fauna to the visitors. A large number of tourists visit Sundarbans every year not only for its flora and fauna but also for the excellent blend of cultural and historical resources. Nevertheless, the tourism industry has not developed correctly due to the lack of proper tourism product classification and scientific planning. Geographic Information System can be one of the most useful tools for tourism development in Sundarbans. This chapter presents the process of tourism circuit development in the Sundarbans. The chapter also highlights the scope and possibility of scientific tourism planning by using the Geographic Information System. An interactive map of Sunderbans is prepared by using ArcGIS 10.0 software to showcase the conceptual architecture of tourist information management by using a GIS-based interactive portal.

Keywords

Sundarbans, Tourism product, Tourism planning, Geographic information system, Geoportal

Introduction

Tourism is a multidirectional phenomenon and a total of different activities. It has a significant contribution to the Indian economy. Around 6.8 per cent of Indian GDP is contributed by the travel and tourism sector, about 194US billion dollar. India ranked 10th out of 185 countries globally in travel and tourism spending in the year 2019. In the financial year 2020, the tourism industry has generated Thirty-Nine Million jobs for the nation, which accounts for 8.0 per cent of the nation's total employment. Being the most potential tourism destination of the Asian continent, India offers diversified tourism products to the world. India is highly appreciated in the world for its natural tourism resources like the great Himalayan range, beautiful lakes, rivers, valleys, terrains, deserts and flora and fauna. The country is also a paradise for wildlife lovers. Sundarbans is one of the prime touristic attractions for its natural beauty and rich wildlife. Nevertheless, the great reserve of unparalleled flora and fauna is not showcased correctly due to lack of proper scientific tourism planning in the region. In this chapter, authors have depicted a conceptual framework of how tourism can be planned, developed and promoted in Sundarbans by scientifically using Geographic Information System. Classification of Sundarbans' tourism products and a framework of tourist circuit development in the region are also sketched by using tourist information management through a GIS-Based interactive portal.

Overview of Sundarbans

Being the largest river delta in the world and a great mangrove forest, Sundarbans caught the eye of a large number of domestic and international tourists. The great national park is situated in the South Eastern tip of the 24 Parganas district of West Bengal. The name "Sundarbans" was derived from the famous mangrove plant of Sundari (Ishtiaque, S.W, & Wang, 2016). The famous river delta was formed by three major rivers, i.e. The Ganges, Meghna and Brahmaputra (Goodbred, et al., 2014). The total area of Sundarbans is about 10,000 Sq.km out of which 4,262 Sq.km is extending over West Bengal, and 6,017 Sq.km falls in Bangladesh. The Indian part of Sundarbans is laying in between latitude 21°13'-22°40' North and longitude 88°05'-89°06' East (Biswas, Rakshit, Sarkar, Sarangi, & Satpathy, 2014). The largest national park and Tiger reserve of India, The Sundarbans occupies a mangrove forest of 2585 Sq.km covering 56 islands (Raha Atanu Kumar, et al, 2015). The beautiful mangrove forest has been crowned with many conservation projects to protect its sanctity by the Govt. of India. Firstly, in 1973, it was declared as Tiger reserve followed by a Wildlife Sanctuary in 1977. To make it more protective, it was inscribed as National park in 1984. Sundarbans also enjoys the title of "UNESCO World Heritage Site" which was declared in 1987, and it was taken under Man and Biosphere reserve project in 1989. Recently, in 2019 it is also declared as Ramsar Site. The forest's core area is bounded by the Matla River in the west, Haribhanga River in the east and the land boundary of Netidhopani and Gosaba on the northern side. Out of the total area, only 885.27 Sq. Km area is defined as the buffer zone of Sundarbans.

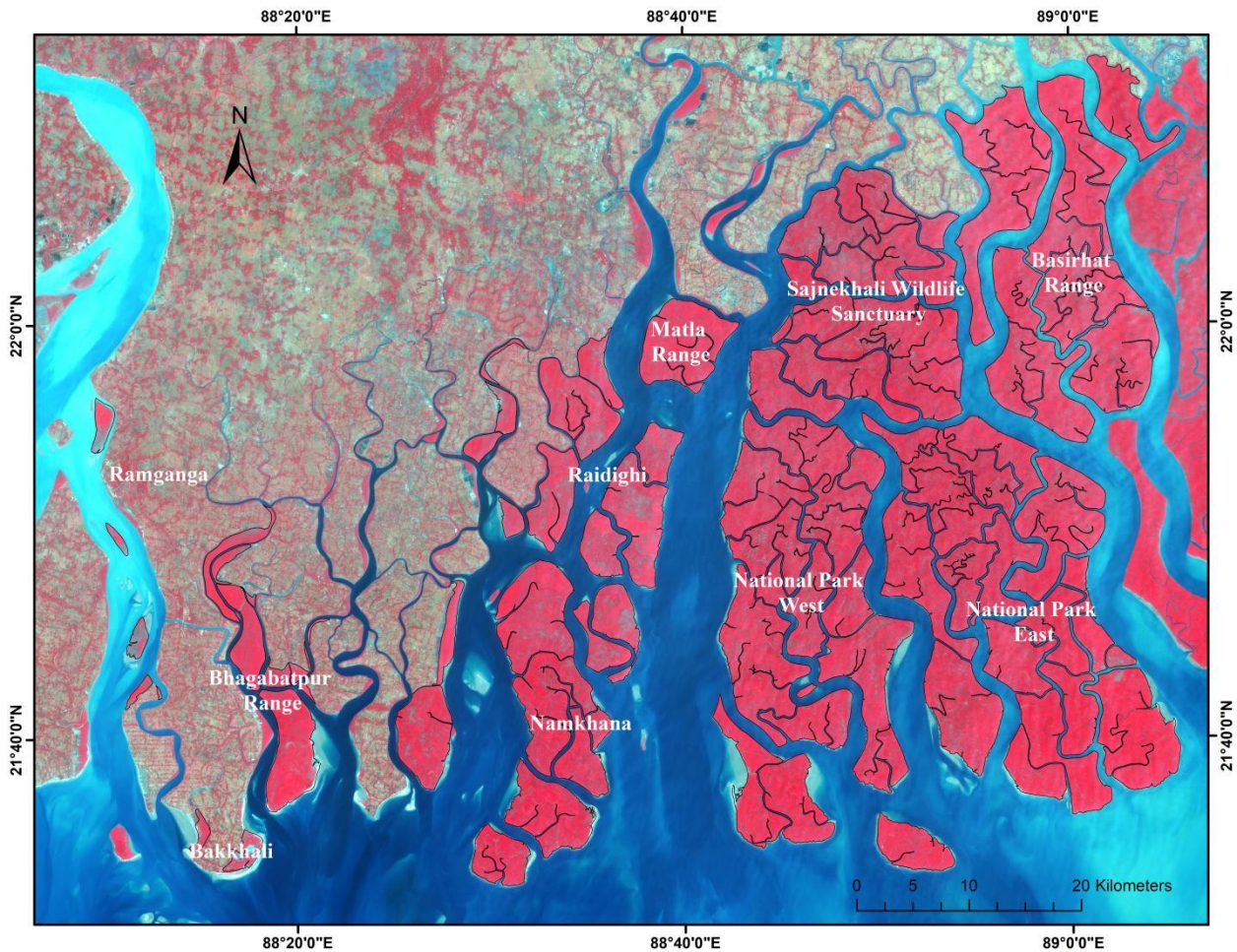


Figure 1. Map of Sunderbans

Flora and Fauna

The algal flora of Sunderbans has not been examined in detail; however, a total of 150 species has been identified in a study in the Indian part of Sunderbans (Sen, 2003). This famous mangrove forest of the Indian subcontinent is well recognised not only for its aerial size but also for its biological diversity. The Sunderbans is categorized under the 4B tidal swamp forest subgroup. It has few subdivisions like Mangrove type 4B/TS1 and 4B/TS2. Apart from these two, saltwater type mixed forest of 4B/TS3, Palm type 4B/E1 and Brackish type 4B/TS4 is also found here (Naha, et al., 2016). Total eighty-four species of mangroves are available in Sunderbans.

The biodiversity of Sunderbans includes numerous species of phytoplankton, zooplankton, micro-organisms, benthic invertebrates, molluscs, amphibians and mammals, and also known as the only mangrove tiger project of the world (Manna, Chaudhuri, Bhattacharyya, & Bhattacharyya, 2010). Apart from the Royal Bengal Tiger, it is the natural habitat of fifty-eight species of mammals, fifty-five species of reptiles and more than two hundred and fifty bird species. It is the den of some globally endangered animals like Estuarine Crocodile, Gangetic Dolphin, and Olive Ridley turtle to name a few.

Tourism Planning through Geographic Information System

For several decades, the planning of tourist destinations has been driven by an ideology of supporting existing attractions and service services, believing that the development of transport network facilities will be pursued. GIS is considered one of the most powerful tools for scientific tourism planning. The usefulness of GIS application in tourism planning has already been proved in different countries, though it was not widely implemented in India. GIS is a computational field that combines spatial features with tabular data to map, analyse and measure real-world problems (Bonham & Graeme, 2014). GIS is an information system capable of processing spatial data, linking it to other numerical or descriptive data and visually displaying the map's data. Geographic Information System can be used in tourism to promote decision planning, measurement of impacts, management of tourist flows and selection of tourism sites (Avdimiotis & Christou, 2004). It is also used to manage natural resources, develop land, land use management, and plan a transportation system. GIS has a remarkable contribution to sustainable and ecotourism planning. According to Boyd and Butler, the GIS application helps identify suitable areas for ecotourism (Boers & Cottrell, 2007). Their study has shown an inventory preparation by using GIS for endangered species in the remote area of Canada, which might not be associable by other means. In 1999, Bahaire and White also introduced inventory mapping, buffering and overlays mapping (Bahaire & Elliott-White, 1999). Identifying an unexplored destination for developing and promoting tourism is another remarkable contribution of GIS (Chandel & Kanga, 2018). A planner can identify some inaccessible areas located in the most profound part of the forest by analysing satellite imaginaries as manual intervention by using the general survey method is highly impossible in these cases (Lange & Bishop, 2005). The geographic information system has another application related to impact analysis (Liu, Iverson, & Brown, 1993). It can effectively evaluate the result or potential impact on the natural environment caused by developmental activities.

Probably the most known and established GIS application is position suitability analysis. Tourism could not be excluded from this application, and many examples of tourism relate, directly or indirectly, to the identification of locations suitable for the development of tourism. Conflicting or complementary land uses and practices, the availability of facilities and the allowing or restricting natural assets are essential spatial variables used to assess the potential and capability of a location or region to be established as a tourist destination. GIS plays a crucial role in every emergency management procedure and helps send more concisely configured response units in the fastest way. Integration of Geographic Information System in the disaster management allows higher levels of planning, analysis, creation of awareness on the overall situation, fastest recovery operation. If the region is disaster-prone, preparedness for emergency actions could be taken well in advance, developing the most efficient and effective operational capabilities in the emergency. Community development and tourism infrastructure planning are also crucial for both local habitats and tourists. Excellent and spacious house building, proper drainage system, nicely built roads, comfortable space in the village is the basic features which attract people to a community. In recent days, most developers, city planners and Government mostly trust software like ArcGIS 10.0 which is

enable to produce high-quality maps, images and spatial analytics for planning and helps to build up a quality life for the people.

Research Methodology

The study is conceptual and descriptive, and secondary sources have been used to explain the significance of GIS in improving the tourism development at Sundarbans. Open source data has been used to create a conceptual model of geoprta by using ArcGIS 10.0 software.

Tourism Planning for Sundarbans by Using Geographic Information System

From the analysis mentioned above, it is easily understood that the region has immense potentiality for tourism development, and it requires scientific planning at every level. GIS application is one of the most powerful tools that enable planners and developers to make planning more useful in remote areas using satellite imagery. A detail architectural framework is mentioned below:

Tourist Circuit Development

Sunderbans is very often pronounced as "Shunderbun" (Montgomery, 2009). The Indian part of Sundarbans is located between $21^{\circ} 43'2'' - 21^{\circ} 55' N$ latitude and between $88^{\circ} 42' - 89^{\circ} 04' E$ longitude (Sahana & Sajjad, 2019). The elevation of the Indian part of Sundarbans ranges between 7.4 m to 7.5 m above MSL. It is a cluster of fifty-four islands intersected with some of the Ganges River's distributors. The famous river delta is spotted with some popular tourist destinations (both natural and human made). All the destinations are located in different parts of the delta. The distribution of those spots can be divided into few morphological zones to bring out the spatial perspective. The division can be done on a block basis. Using ArcGIS 10.0, (a sketch is shown in Figure 02) mapping and analysis can be done, and the location of the tourist's spots can be identified using a GPS (Hallo, et al., 2012); (Garc, Juan, Gutierrez, & Mnguez, 2015). It is always considered that distance between two or more places of interests is a relevant input. Once the entire circuit is identified like tiger circuit covering prominent watch towers, village circuit covering widow village etc., temple circuit covering Kapil Muni temple and so on, nearest neighbour analysis technique can be used to identify their surrounding area covering nearby accommodation, sightseeing, art and craft center, shopping facilities, hospital, banks etc. With this process, a useful digital map can be created for tourists.

Creating and Developing New Tourist Destinations

Sundarbans includes 102 small islands out of which 52 islands have habitats, and the rest of the islands is full of forest (Banerjee, 1998). By using the GIS application, the Government can identify new tourist spots and develop them for attracting tourists. This way, not only tourism in Sundarbans is developed, it creates regional development by generating employment.

Providing Information on Accommodation

It is well known that the delta does not offer 5 star or luxury accommodations. About 72 different categories of hotels are available in Sundarbans, including Government Tourist lodges. The major problem that tourists face in recent days is that their location is not mentioned on the webpage. Tourists face significant difficulties in finding suitable accommodation nearby the significant places of attractions. It is presumed that all information related to our states and cities is available on the internet and widely accessible when required by tourists. However, the same scenario does not apply to Sundarbans. With huge limitations, it becomes a herculean task for the tourists to find accurate information as the available date in the web source is confusing and time-consuming. The application of Geographic Information can be used to overcome these issues. By introducing the digital mapping system, Government can create an adequate inventory of accommodation for Sundarbans' tourist spots and made it available for the visitors.

Enhancement of Transportation facilities with Auxiliary Information

The main gateway of Sundarbans is just 112 Km away from Kolkata Airport, and the nearest railways station is Canning about 50 KM from Kolkata. The gateway of Sundarbans also can be accessed by road up to Sonakhali, Namkhana, Canning, Najat and Raidighi. Later visitors need to access motorboat to reach tourist spots like Sajnekhali, Netidhopani etc. Nevertheless, brief information about the road is available on the web. Using GIS and GPS, an exact digital road map can be created along with user credentials like a petrol pump, restaurants, and car repair facilities etc. which would open a new avenue and enhance the tourist experience.

Tourist Information Management through GIS-Based Interactive Portal

There has always been a need for an Integrated Tourism Portal based on GIS Technology. While planning a trip, tourists search for places of interest, accommodation, weather and environment condition, geographic condition, population, culture, cuisine, fairs, festivals and events. They also try understanding the aesthetic value of culture and local people. A map-based exclusive portal can be created for Sundarbans, which will help visitors enhance their experience, and the development of tourism will be inevitable in this region. A web application can be created to showcase information about various places of tourist interests and presently available infrastructure on the interactive map and software for route planning (Delorme, Gray, Autry, & Moulton, 2001). The major problems faced by the tourists and the planning authorities are route planning in the forest. The best solution is to create an exclusive geoportal for the tourists where all the forest area's digital maps will be stored. The portal should be made accessible to the tourists may be through the website or web application. The web portal's route planner will be capable enough to show the start and endpoints of the route, direction towards a particular selected destination or point of interests. It should also be able to search and select a particular destination along with distance, time and elevation level when

required. The web page or application must be able to find alternative routes, contrast features of all available routes, and suggested routes as per different categories of vehicles. A navigation system can be integrated with it for instant use of the tourists visiting Sundarbans.

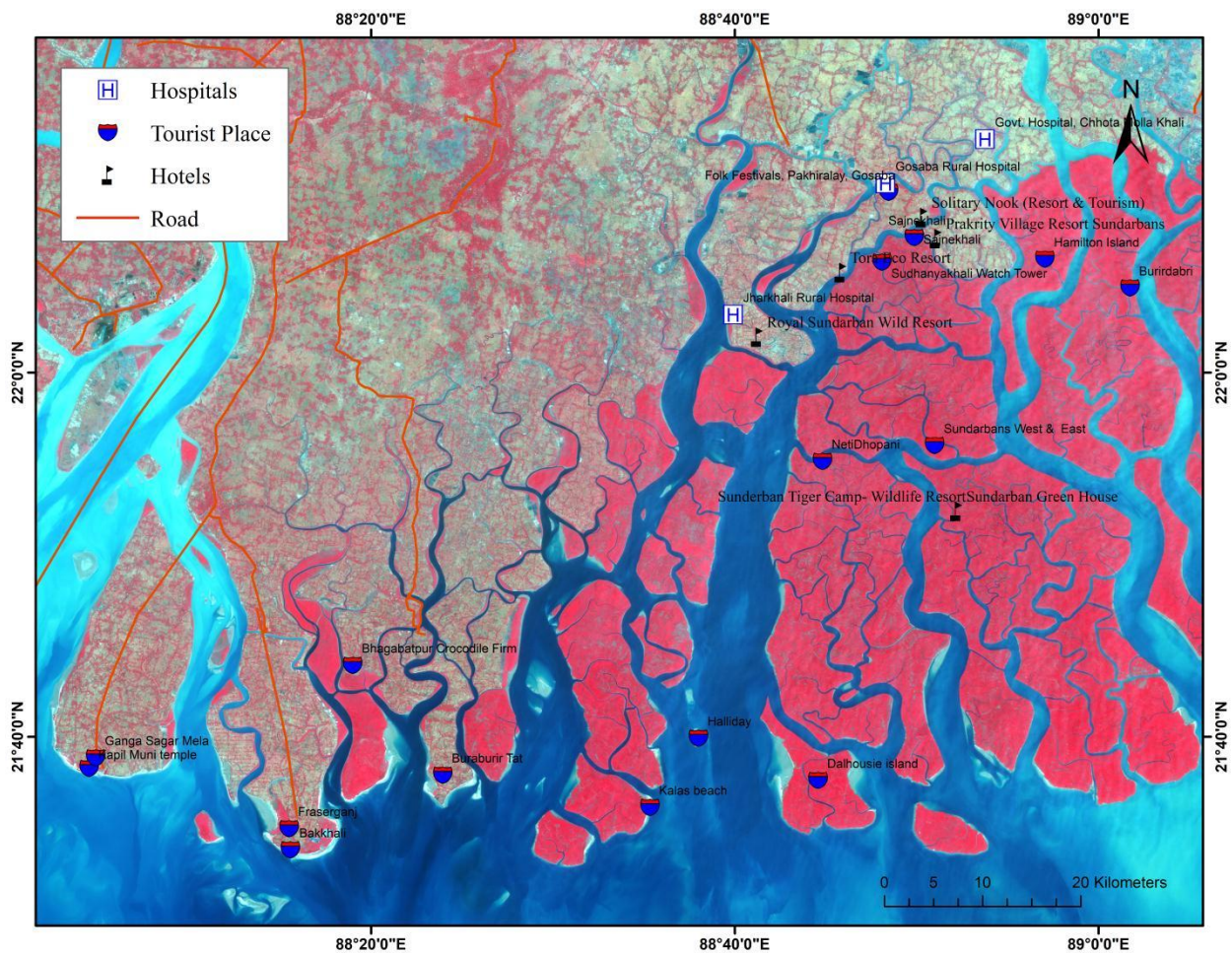


Figure 2. Proposed Architecture of GIS based Tourist Map for Sundarbans

Proposed Outcome (including Ecotourism Development in Sundarbans)

Geographic Information System can be used in Ecotourism planning (Fung & Wong, 2007). It will work as a decision-supporting tool. Land-use change over time can be identified using GIS (Li & Yeh, 2004). Geographic Information System enables to monitor the effects of tourism on the environment over a period in a sensitive environmental region like Sundarbans. Significant issues related to ecotourism planning like the change of land use over the years and its causes, measuring the existing tourism infrastructure, recent trends of tourism, lack of facilities, accessibility information can be encountered with GIS to prepare an eco-tourism map of the Indian Sundarbans region. The study carried out by renowned scientists and researchers revealed that the land use of Sundarbans has drastically changed over the period, and there was a severe decline in forest density. Various activities by human beings and the effect of climate change are responsible for the change. E-activities related to tourism is partly responsible for the destruction of the forest, but cannot be held heavily responsible for the effect. Though even is detected at the early stage, the rapid increase of

tourists in the region due to indiscriminate tourism development and massive promotion can invite amicable adverse effects in Sundarbans. As part of sustainable tourism development, the Government should bring strict laws for preventing endanger spices and flora for damages. The majority of the workforce in the tourism sector in Sundarbans is the local people as they are an inevitable part of tourism. The local workforce carries out activities like guiding, operating motorboats, working in hotels and guest houses, and providing education related to the environment for protecting nature and monitoring tourist activities. It is also recommended that the villagers of Sundarbans are involved in the tourism planning process, and they must have the liberty to express their disagreement whenever required. This will help to build up a host-guest relationship and enhance strong growth in regional tourism.

Conclusion

Tourism is a profoundly dynamic practice and involves tools to promote successful decision-making and satisfy the conflicting economic, social and environmental requirements of sustainable growth. The use of Geographic Information System in tourism and leisure planning demonstrates that GIS is a powerful and efficient tool that can assist in the tourism industry's strategic level decision-making. This technology will play a significant role in monitoring environmental factors, evaluating the suitability of areas for potential construction sites, determining the effects of tourism operations, controlling the influx of tourists and detecting disputes. Sundarbans is a high environment temperate region. Thus tourism-related activities only can be carried out when it is safe. Proper scientific planning by using GIS can lead to a sustainable environment, friendly tourism in the region.

The major problems faced by the tourists and the planning authorities are route planning in the forest. The study aims to resolve the challenges by offering a solution to create exclusive geoportal for the tourists. This portal shall contain all the forest area's digital maps and would be made available to tourists either through website or web application. The web portal's route planner will be capable enough to show the start and endpoints of the route, and further directions towards a selected destination. The web page or application must be able to find alternative routes, contrast features of all available routes, and suggested routes as per different categories of vehicles. An integrated navigation system for instant use by the tourists visiting Sundarbans could also be adopted.

Suggestion

This is the limitation of the work. The study is conceptual, and if GIS system is adopted in tourism planning at Sundarbans, a longitudinal study could be conducted in future to quantify the above-mentioned benefits for tourists, and the destination itself.

References

Avdimiotis, S., & Christou, E. (2004). GIS applications in tourism planning: A tool for sustainable development involving local communities. *Journal of Environmental*

- Protection & Ecology*, 5(2), 457- 468. Retrieved February 05, 2021, from <http://195.251.240.227/jspui/handle/123456789/4609>
- Bahaire, T., & Elliott-White, M. (1999). The application of geographical information systems (GIS) in sustainable tourism planning: A review. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(2), 159-174. doi:10.1080/09669589908667333
- Banerjee, A. (1998). *Environment, population, and human settlements of Sundarban Delta*. Concept Publishing Company. Retrieved from https://books.google.co.in/books?hl=en&lr=&id=zf_xv9LRd4cC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Banerjee,+A.,+1998.+Environment,+population,+and+humansettlements+of+Sundarban+Delta.+Concept+Publishing+Company.&ots=GGFJdangA2&sig=3UDLUUMtYOKcfkW_UoUovJ471NQ&redir_esc=y#v=onep
- Biswas, S., Rakshit, D., Sarkar, S. K., Sarangi, R. K., & Satpathy, K. (2014). Impact of multispecies diatom bloom on plankton community structure in Sundarban mangrove wetland, India. *Marine pollution bulletin*, 85(1), 306 -311. doi:10.1016/j.marpolbul.2014.04.015
- Boers, B., & Cottrell, S. (2007). Sustainable tourism infrastructure planning: A GIS-supported approach. *Tourism Geographies*, 9(1), 1 -21. doi:10.1080/14616680601092824
- Bonham, C., & Graeme, F. (2014). *Geographic information systems for geoscientists: modelling with GIS* (Vol. 13). USA: Elsevier. Retrieved February 2, 2021, from [https://books.google.co.in/books?hl=en&lr=&id=FkKeBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bonham-Carter,+GF,+2014.+Geographic+informationsystems+for+geoscientists:+modelling+with+GIS+\(Vol.+13\).+Elsevier&ots=NexIo51-Fu&sig=vfqtntfJGmsQFdN7uZpaogwbUY-M&redir_esc=y#v=onepa](https://books.google.co.in/books?hl=en&lr=&id=FkKeBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bonham-Carter,+GF,+2014.+Geographic+informationsystems+for+geoscientists:+modelling+with+GIS+(Vol.+13).+Elsevier&ots=NexIo51-Fu&sig=vfqtntfJGmsQFdN7uZpaogwbUY-M&redir_esc=y#v=onepa)
- Chandel, R. S., & Kanga, S. (2018). Use of Geo-Spatial Techniques to Manage the Tourists & Administration: A Case Study of Mount Abu, Rajasthan. *Society for Environment and Development, (India)*. Retrieved January 27, 2021, from <http://www.sedindia.org>
- Delorme, D., Gray, K., Autry, G., & Moulton, K. (2001, November 20). Integrated routing/mapping information. *US Patent 6,321,158*. Google Patents. Retrieved February 1, 2021, from <https://patents.google.com/patent/US6321158B1/en>
- Fung, T., & Wong, F. K. (2007). Ecotourism planning using multiple criteria evaluation with GIS. *Geocarto International*, 22(2), 87-105. doi:10.1080/10106040701207332
- Garc, a.-P., Juan, C., Gutierrez, J., & Mnguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography*, 63, 408--417. doi:0143622815001952
- Goodbred, J., Steven, L., Paolo, P., Ullah, M., Pate, R., Khan, S., . . . Rahaman, W. (2014). Piecing together the Ganges-Brahmaputra-Meghna River delta: Use of sediment provenance to reconstruct the history and interaction of multiple fluvial systems during Holocene delta evolution. *Geological Society of America Bulletin*, 126(11-12), pp. 1495--1510. doi:10.1130/B30965.1
- Hallo, J., Beeco, J., Goetcheus, C., McGee, J., McGehee, N., & Norman, W. (2012). GPS as a method for assessing spatial and temporal use distributions of nature-based tourists. *Journal of Travel Research*, 51(5), 591-606. doi:10.1177/0047287511431325

- Ishtiaque, A., S.W. M., & Wang, C. (2016). Examining the ecosystem health and sustainability of the world's largest mangrove forest using multi-temporal MODIS products. *Science of the Total Environment*, 569, 1241--1254. doi:<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2016.06.200>
- Lange, E., & Bishop, I. (2005). *Visualization in landscape and environmental planning: technology and applications*. Taylor & Francis. Retrieved January 27, 2021, from https://books.google.co.in/books?hl=en&lr=&id=4_PYxp31zGwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Lange,+E.+and+Bishop,+I.D.,+eds.,+2005.+Visualisation+in+landscape+and+environmental+planning:+technology+and+applications.+Taylor%26+Francis.&ots=IXJ_dcak_s&sig=F05ZSHW3gD0Q7zlm_1
- Li, X., & Yeh, A.-O. (2004). Analyzing spatial restructuring of land use patterns in a fast growing region using remote sensing and GIS. *Landscape and Urban planning*, 69(04), 335-354. doi:0169204603002500
- Liu, D., Iverson, L., & Brown, S. (1993). Rates and patterns of deforestation in the Philippines: application of geographic information system analysis. *Forest Ecology and Management*, 57(1-4), 1-16. doi:10.1016/0378-1127(93)90158-J
- Manna, S., Chaudhuri, K., Bhattacharyya, S., & Bhattacharyya, M. (2010). Dynamics of Sundarban estuarine ecosystem: eutrophication induced threat to mangroves. *Saline systems*, 6(1), 1-16. doi:10.1186/1746-1448-6-8
- Montgomery, S. (2009). *Spell of the tiger: the man-eaters of Sundarbans*. Chelsea Green Publishing. Retrieved January 31, 2021, from https://books.google.co.in/books?hl=en&lr=&id=zU7PmIjthpoC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Montgomery,+S.,+2009.+Spell+of+the+tiger:+theman-eaters+of+Sundarbans.+Chelsea+Green+Publishing&ots=K7JBktlUKX&sig=UYyRKqbX-oBbaZKJV_aXdo0ZWmk&redir_esc=y#v=onepage&q=Montgomery%2
- Naha, D., Jhala, Y., Qureshi, Q., Roy, M., Sankar, K., & Gopal, R. (2016). Ranging, activity and habitat use by tigers in the mangrove forests of the Sundarban. *PLoS One*, 11(4), e0152119. doi:10.1371/journal.pone.0152119
- Raha Atanu Kumar, et al. (2015). Impact of Sea Level Rise on Mangrove Vegetation of Sundarban Tiger Reserve. *Journal of Ecology and Environmental Sciences*, 6(2), 154 - 162. doi:10.9735/0976-9900
- Sahana, M., & Sajjad, H. (2019). Vulnerability to storm surge flood using remote sensing and GIS techniques: A study on Sundarban Biosphere Reserve, India. *Remote Sensing Applications: Society and Environment*, 13, 106-120. doi:10.1016/j.rsase.2018.10.008
- Sen, N. S. (2003). *taxonomy and ecology of the algal flora of Sundarbans Mangals in West Bengal India with special reference to estimation of their contribution to the primary productivity of the estuarine ecosystems*. Kolkata: Sodhganga. Retrieved January 23, 2021, from <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/handle/10603/155976>

POTENCIAL TURÍSTICO DO PATRIMÓNIO MILITAR - ESTUDO DE CASO PENICHE

Pedro Oliveira⁹

ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

Alexandra Lavaredas¹⁰

ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

Oliveira, P. & Lavaredas, A. (2021). Potencial turístico do património militar: Estudo de caso Peniche. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 49-58.

⁹ Aluno da Pós-Graduação em Organização e gestão de eventos de negócios, desportivos e de animação turística, no ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

¹⁰ Professora Especialista no ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo, Odivelas, Portugal

Resumo

O Turismo Militar pode ser articulado com produtos existentes no mercado, aplicando o “conceito de criatividade” e beneficiando da ativação turística do património militar. Os recursos turísticos geram capacidade de motivar visita e fruição turística, sendo o potencial turístico fundamentalmente qualitativo e as infraestruturas gerais determinantes na relação entre atratividade cultural e visitantes. Nesta investigação e, em contexto do património turístico militar, efetuou-se um estudo de caso no município de Peniche, com vista à análise do potencial dos recursos militares existentes para ativação turística e a sua implicação na estratégica do turismo nacional.

Palavras-chave

Turismo Militar, Património, Potencial turístico

Abstract

Military Tourism can be linked with existing products within the market, applying the “concept of creativity” and benefiting from the military heritage touristic activation. The touristic resources generate capacity to motivate visits and tourist enjoyment, being the touristic potential fundamentally qualitative and the general infrastructures are the crucial point on the relationship between cultural attractiveness and visitors. In this research and, within the context of the touristic military heritage, a case study regarding the municipality of Peniche was created, in order to analyse the potential of the existing military resources for touristic activation and its involvement within the national tourism strategy.

Keywords

Military Tourism, Heritage, Touristic potential

Introdução

Pretende-se com o estudo do presente artigo, identificar e dar a conhecer um mercado turístico não muito explorado até ao presente, mas que tem revelado uma procura e um aumento crescente tanto no mercado internacional, como no nacional.

Estamos a falar do Turismo Militar e da valorização cultural do património nacional de forma inclusiva. Numa primeira fase, através de pesquisa bibliográfica, pretende-se analisar e compreender o conceito de turismo militar como forma de atração turística e como este pode criar e dinamizar as condições de desenvolvimento do destino local.

Posteriormente, pretende-se efetuar um estudo de caso, com o objetivo de analisar o potencial turístico dos recursos militares existentes no município de Peniche e discutir os resultados obtidos. Como término do trabalho será apresentada uma breve conclusão.

Revisão de Literatura

Segundo Coelho et al. (2013) o turismo militar é visto como uma atividade de natureza cultural, através da ativação turística do património histórico-militar, tanto material como imaterial. Dewald (2017) afirma que as visitas a museus e atrações que exibem o património militar têm aumentando progressivamente. Também nesta linha de pensamento, os autores afirmam que tem existido um aumento na procura do desejo de experimentar as histórias, vidas e experiências daqueles que viveram e faleceram durante conflitos específicos (Lemelin et al., 2013). Os autores Raine (2013) e Gilmore (2015) afirmam que o turismo de património militar permite e pode atrair uma ampla gama de visitantes e turistas com vários níveis de interesse.

O Turismo Militar é atualmente uma realidade da oferta nacional. Quem o afirma é o próprio Turismo de Portugal, I.P., ao assumir, na elaboração da Estratégia Turismo 2027, o Turismo Militar como um dos produtos em torno do qual pretende estruturar e promover ofertas que respondam à procura turística, nomeadamente através da estruturação da oferta em redor de itinerários e roteiros, desta forma tentando valorizar o território e a comunidade.

Coelho et al. (2013), afirmam que o Turismo Militar pode e deve ser articulado com outros produtos já existentes no mercado, beneficiando os atores e potenciando territórios, organizações e comunidades. Segundo Palomeque e Martín (2006) a novidade em mostrar um novo produto como atração cultural e atração recreativa que desperta a componente simbólica (mistério, fascinação) acompanha estas infraestruturas e explica, em parte, o seu êxito. Os autores defendem que este conceito de «turismo de castelos e fortalezas» tem como objetivo proporcionar momentos ao turista no qual este participa de eventos relacionados com épocas históricas passadas, mas também de torná-lo conhecedor das manifestações artísticas, folclóricas, gastronómicas e culturais de uma localidade.

A título de exemplo, destacamos a *Fundació Castells Culturals de Catalunya*, em Espanha, que agrupa cerca de setenta e sete castelos onde organiza diversas atividades culturais e iniciativas orientadas para a conservação, reabilitação e exploração turística dos mesmos. Esta fundação tem vindo a promover e divulgar os seus monumentos, através de um conceito de património enquanto “cultura viva”, alcançando resultados de sucesso.

Segundo Richards (2009), o conceito de criatividade está a ganhar cada vez mais importância para o desenvolvimento do turismo cultural, um turismo que oferece a quem visita uma oportunidade de desenvolver o seu potencial turístico pela participação em cursos e experiências de aprendizagem.

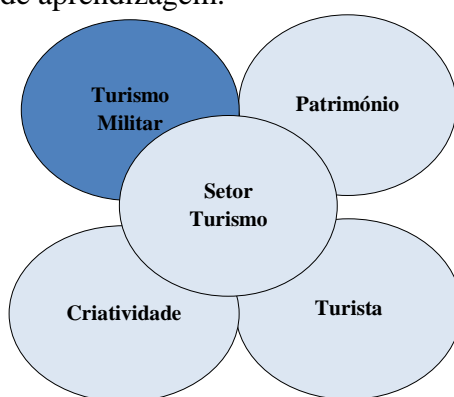


Figura 1. Variáveis intervenientes na ativação turística do património militar. Fonte: Própria.

Segundo a Carta Nacional do Turismo Militar, o património edificado deve ser valorizado e turisticamente potenciado, sendo este identificado como um dos principais recursos que estruturam o turismo militar e que podem ser convertidos em atrativos turísticos. Destaca-se:

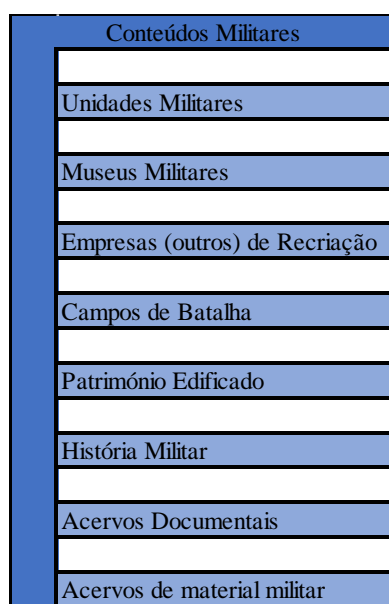


Figura 2. Recursos nacionais de conteúdo militar: iniciativas militares e empresariais. Fonte: (Coelho, 2010, adaptado).

É através das características e da importância dos recursos turísticos que podemos definir a maior ou menor potencialidade dos destinos turísticos, por isso a sua identificação e inventariação é uma das tarefas essenciais no processo de desenvolvimento turístico. Segundo Fratucci (2020), um inventário é uma ferramenta que deve ser atualizada constantemente e as informações devem estar atualizadas de modo a que possam ajudar na tomada de decisão.

Todo este contexto de recolha de informação, irá permitir um melhor planeamento e gestão do turismo.

De acordo com Cunha (2008) são os recursos e os destinos que fazem atrair os visitantes. Nesta lógica, é a avaliação da capacidade que cada um deles tem para garantir o desenvolvimento de atividades turísticas que vai determinar o seu potencial turístico.

O conceito de avaliação permite também determinar o índice de importância de um dado recurso turístico relativamente a outro ou a importância que este assume para os turistas no seu processo de tomada de decisão (Deng et al., 2002). Segundo Corneliu e Mihai (2011), o potencial turístico pode residir na possibilidade de um elemento natural ou humano ser reconhecido pela sociedade como um recurso para satisfazer os nossos desejos e necessidades. Os autores defendem ainda que o potencial turístico é qualitativo, medida imaterial de certas possibilidades subjetivas e classificam ainda as infraestruturas gerais como determinantes para o visitante chegar aos atrativos culturais.

Cunha (2008) corrobora a ideia em que o mais importante é a qualidade dos recursos e de uma forma generalista o potencial turístico depende das acessibilidades, da quantidade e qualidade dos seus recursos assim como das infraestruturas e equipamentos. O “*Start Point*” inicia com a elaboração do inventário e a classificação dos recursos turísticos, pois é através deste, que se procede à identificação dos elementos ou atividades, que demonstrem ter ou vir a adquirir potencial capacidade de atração turística. Cunha (2008) identifica o potencial turístico de um local, no resultado da soma entre valor do recurso, valor de acessibilidades e valor de equipamentos.

Por outro lado, a avaliação turística pode ainda ser realizada através de inquéritos diretamente junto dos visitantes para determinar as preferências ou utilizando a técnica de Delphi, que consiste numa análise feita por peritos (Almeida, 2009).

Metodologia

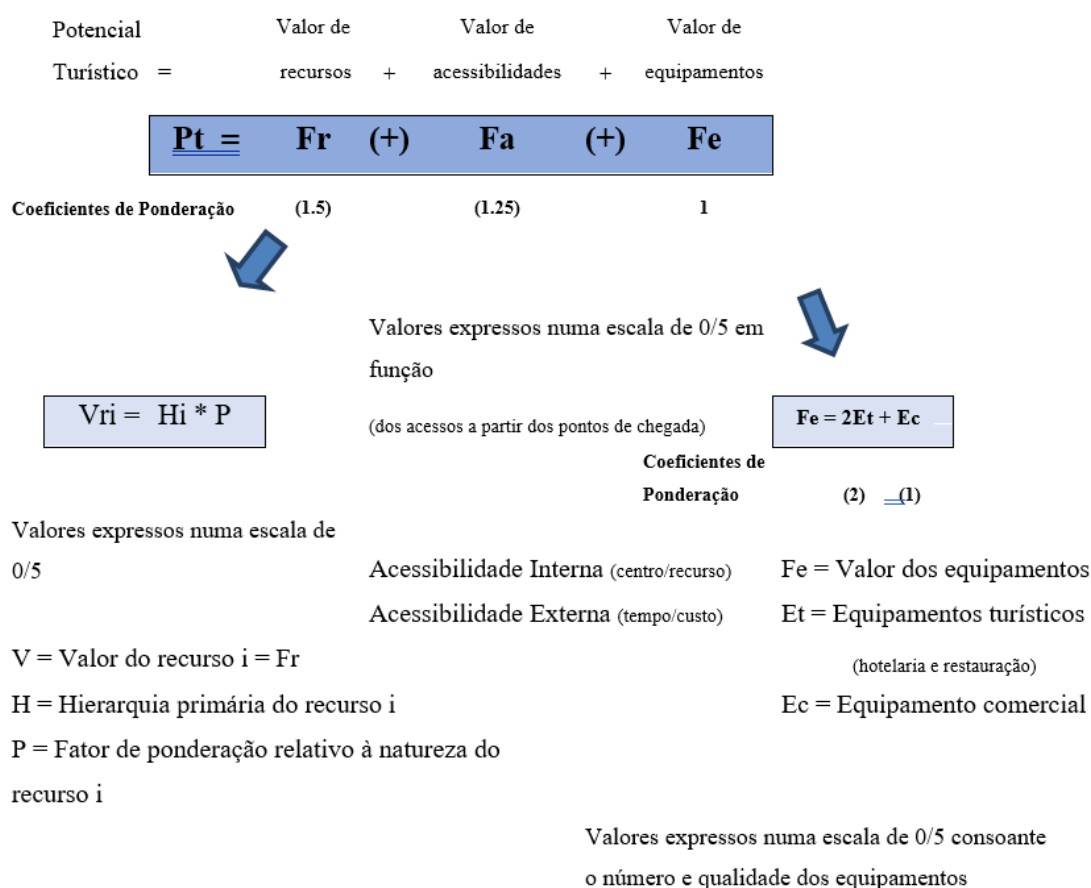
Nesta investigação apresenta-se um estudo de caso sobre o município de Peniche.

Após uma análise cuidada, efetuou-se o levantamento do património militar existente no concelho em estudo. Desde património militar edificado a museus, foram identificados os recursos que apresentam potencial turístico relevante e que passamos a citar: Fortaleza (Monumento Nacional), Baluarte Redondo, Baluarte da Ponte, Forte das Cabanas, Forte (de S. João) da Luz, Forte de N.ª Sra. da Consolação, Fortim do Baleal, Forte de S. João Baptista (Ilha da Berlenga) e Museu Municipal de Peniche.

No sentido de efetuar a avaliação do potencial turístico para posterior ativação turística dos recursos acima identificados, foi adotada a proposta de Cunha (2008), a qual passamos a explicar.

A determinação do fator de ponderação do recurso é um passo importante visto que a hierarquia indica a importância do recurso, mas não o seu valor turístico. As principais características identificadas pelo autor nos fatores internos quanto ao grau de utilização do recurso são: urbanização, infraestrutura, equipamentos, serviços turísticos e características intrínsecas. Nos fatores externos as características são: acessibilidade, proximidade a centros emissores, especificidade do recurso e importância do recurso Cunha (2008).

Recorre-se para isso ao uso de fórmulas matemáticas, com o objetivo principal de determinar o valor de diversas zonas com o fim de estabelecer uma ordem de prioridade nos trabalhos de planeamento e desenvolvimento turístico:



Análise dos Dados

Foi efetuada uma análise do potencial turístico dos recursos analisados na região de Peniche, segundo o método de avaliação do potencial turístico de Cunha (2008), mantendo a referência de escala entre 0 a 5 ao valor dos recursos apresentados

(atribuindo 0 a menos importante e 5 ao mais relevante) chegando desta forma ao valor de resultado obtido no seu potencial turístico.

Região de Peniche	Atrativo Turístico	Importância (Relativamente outros)	Popularidade	Modalidade de Entrada	Acessibilidade Interna	Acessibilidade Externa	Estado de Conservação	Fragilidade	Sazonalidade	Valor
Museu Municipal de Peniche	2	3	2	4	3	4	4	4	5	3,1
Fortaleza (Monumento Nacional)	4	4	5	4	2	4	4	4	5	3,6
Forte das Cabanas	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3,4
Forte (de S. João da Luz)	3	2	2	2	2	2	1	3	4	2,1
Forte de N.ª Sra. da Consolação	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2,4
Forte de S. João Baptista (Ilha da Berlenga)	5	5	5	2	2	2	4	4	2	3,1
Fortim do Baleal	3	2	3	2	2	3	1	3	5	2,4
Baluarte Redondo	2	1	2	3	3	3	2	3	5	2,4
Baluarte da Ponte	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3,1

Tabela 1. Análise do potencial turístico dos recursos turísticos militares na região de Peniche, utilizando o método de Cunha (2008). Fonte: próprio.

Discussão dos Resultados

Analisando os resultados obtidos na tabela anterior, identificou-se que os recursos turísticos militares (Forte da Luz, Forte de N. Sra. da Consolação, Fortim do Baleal e Baluarte Redondo) apresentam um valor de potencial turístico inferior a 2,5. A Fortaleza (Monumento Nacional) com um valor de 3,6 é o recurso que mais se destaca, apresentando um potencial turístico superior aos demais.

Já o Museu Municipal, Forte das Cabanas, Forte de S. João Baptista e Baluarte da Ponte apresentam valores compreendidos entre 3,1 e 3,4.

Assim, identificou-se que os recursos turísticos militares existentes na região de Peniche, apesar de revelarem alguma atratividade, popularidade e poderem ser visitados durante a maior parte do período sazonal, o seu estado de conservação e acessibilidade não beneficiam atualmente a sua valorização turística.

Contudo, para ativação do património turístico militar, poderiam ser aplicadas algumas políticas baseadas em estratégias de sucesso, tais como o conceito de criatividade de Richards (2009), o conceito «turismo de castelos e fortalezas» de Palomeque e Martín (2006) ou conceito de património enquanto “cultura viva” da Fundação Espanhola. Desta forma potenciando os recursos existentes.

De realçar que a região de Peniche integra também num contexto turístico, a Região Oeste, em conjunto com outros concelhos, podendo tirar partido destes recursos turísticos.

Conclusão e Recomendações

No âmbito da revisão de literatura efetuada, pretendeu-se identificar o conceito do Turismo Militar, potencialidades do património histórico-militar e a sua inserção na conjuntura da atividade turística cultural. Neste sentido o turismo militar pode ocupar um mercado a explorar e desenvolver o turismo numa região. Os autores referem que se tem verificado um aumento na procura do turismo militar e que este pode ser explorado através do potencial do património militar como um nicho de mercado e funcionar como motor de desenvolvimento social, económico e cultural de uma região (Dewald, 2017).

Numa segunda fase foi elaborado um estudo de caso relativo aos recursos turísticos de cariz militar na região de Peniche. Este processo iniciou com o inventário dos recursos existentes com potencial turístico, conforme recomenda Fratucci (2020). O conjunto de acessibilidades que envolvem a qualidade do potencial turístico são de todo determinantes na sua atração turística Corneliu e Mihai (2011) e Cunha (2008). A observação e avaliação do potencial dos recursos turísticos existentes em Peniche permitiu-nos concluir que os recursos existentes não apresentam um potencial turístico significativo no momento, necessitando de uma estratégia de reabilitação e desenvolvimento, conforme sugere Cunha (2009).

Em suma, pretendeu-se com este estudo analisar a relação entre o turismo e o património, tentando evidenciar quais as possibilidades e limites desta interação, assim como contextualizar o processo de ativação turística aplicado ao turismo militar. Neste sentido, recomenda-se a ativação do Turismo Militar como forma de atrativo turístico e desenvolvimento cultural de um determinado destino.

Referências

- Almeida, M. (2009). Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras. *Revista Turismo em Análise*, 20(3), 541-561.
- Coelho, J. et al. (2014). Carta Nacional de Turismo Militar - do Conceito à Operação - Proposta de Intervenção – IPT/Vila Nova da Barquinha/CINAMIL.
- Coelho, J. (2012). Turismo militar como segmento do turismo cultural: Memória, acervos, expografias e fruição turística. Dissertação de Mestrado. IPT.
- Comissão Europeia. (2010). “Europa 2020, Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo”. Comunicação da Comissão, Bruxelas.
- Cunha, L. (2008). Avaliação do potencial turístico. *Cogitur: Journal of Tourism Studies*, 1.
- Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de agosto, Artigo 2.º, Conceitos gerais.

- Dewald, V. (2017). Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context.
- Fraga, N. (2000). Análise da perceção do turismo de guerra: Uma viagem à luz daqueles que o percorreram.
- Furtado, A. (2011). Turismo Militar no Concelho de Peniche. Dissertação de Mestrado. ESHTe.
- Iatu & Bulai (2011). *New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia* (Romania).
- Palomeque & Martín (2006). Nuevos productos de turismo cultural: Castillos y fortalezas en Cataluña.
- Pérez & Crispín (2005). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México.
- Richards, G. (2009). Turismo cultural: Padres e implicaes.
- Turismo de Portugal (2017). Estratégia Turismo 2027.
- Turismo de Portugal (2020). Dinamizar Fortalezas - Fortalezas de Fronteira.

MOTO TURISMO, UMA CULTURA DE APOSTA COMO PRODUTO TURÍSTICO

Anabela Monteiro¹¹

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

Alexandre Rebelo Bernardo¹²

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

Cheila Micaela da Silva Gomes¹³

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

Francisco Paiva Xavier Silva¹⁴

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

José Diogo Serrano Peneirol¹⁵

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

Sílvia Isabel Reis Machado¹⁶

Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia

Monteiro, A., Bernardo, A. R., Gomes, C. M. da S., Silva, F. P. X., Peneirol, J. D. S. & Machado, S. I. R. (2021). Moto Turismo, uma cultura de aposta como produto turístico. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 59-66.

¹¹ Professora da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

¹² Estudante da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

¹³ Estudante da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

¹⁴ Estudante da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

¹⁵ Estudante da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

¹⁶ Estudante da Faculdade de Turismo e Hospitalidade, Universidade Europeia.

Resumo

O tema deste artigo destina-se a analisar a prática do moto turismo em Portugal, e o seu potencial turístico para as regiões acolhedoras. Um entendimento sobre esta prática é necessário para analisar qual o seu potencial para o destino turístico e que estratégia poderá ser utilizada como fonte de atratividade. Como referido por Connel & Page (2008) torna-se relevante estudar esta vertente porque a comunidade académica científica tem demonstrado pouco interesse em realizar investigação sobre o turismo de motociclismo e suas relações com o destino turístico. Para atingir os objetivos propostos foi aplicado 477 questionários de norte a sul de Portugal, com diferentes variáveis qualitativas de modo a recolher quais os motivos que mais influenciam a decisão de realizar esta experiência. Os resultados demonstram que este praticante tem diversos motivos associados ao motivo de escolha do destino. Outra conclusão retirada é que existe dois tipos de praticantes, um grupo que prefere participar em convenções motociclistas e outro grupo que prefere realizar unicamente a exploração de rotas. Em conclusão e referindo Leiper (1979) o moto turismo é um fenómeno resultante da interação entre o indivíduo e o local de partida, rotas de tráfego e destino turístico, uma aposta como mercado turístico.

Palavras-chave

Moto Turismo, Motivos, Produto turístico, Mercado estratégico

Introdução

O moto turismo tem vindo a ter cada vez mais adeptos, não só na Europa mas como no resto do mundo (Cater, 2017). Este tipo de turismo é um conceito de viagem, cujo meio de transporte é a moto tendo muito presente o espírito de aventura, liberdade e descoberta, ou seja, a necessidade do Homem em conduzir uma mota e percorrer caminhos à procura de novas descobertas (Correia & Rodrigues, 2020). Esta sensação mistura-se com o próprio desenvolvimento da própria máquina, que teve o seu “boom” graças à primeira guerra mundial e passou a fazer parte da imaginação dos mais aventureiros, para além disso eram máquinas baratas e de fácil manutenção e acessíveis aos mais pobres (Ptex, 2011).

Numa análise aos comentários dos inquiridos verificou-se que a maioria indica que o moto turismo não se avalia como um conjunto apenas de concentrações. Muitos reconhecem que as concentrações não fazem jus ao verdadeiro espírito de ser motociclista, apelando a que se tenha em conta que muitos ao sentirem o gosto por motos e por aventura, simplesmente gostam de, com dois ou três casais amigos, partirem à descoberta de novas experiências, nem que seja apenas durante um fim-de-semana. Esta simples atividade demonstra que há, portanto, dois tipos de motociclistas com diferentes motivações e diferentes perfis de participante.

Metodologia

Este trabalho teve uma abordagem metodológica quantitativa e qualitativa, utilizando uma amostra de 477 inquiridos e de norte a sul de Portugal continental, utilizando como técnica o inquérito por questionário online, realizado entre outubro e dezembro de 2020, através do Google Forms e enviado para diversos grupos do Facebook de praticantes de moto turismo.

Numa outra perspetiva foi realizado uma análise qualitativa aos comentários escritos na pergunta “Deixe a sua opinião” onde a procura incidiu sobretudo nas particularidades e experiências individuais.

O questionário apresentou 13 questões, sendo composto por uma parte relacionada com a caracterização sociodemográfica e a outra com questões sobre a motivação que levam a participar neste género de atividade (Onfray, 2009).

Análise da Recolha de Dados dos Inquéritos

Devido ao Moto turismo estar em constante movimento e não ser realizado num destino em específico, não foi possível descrever os recursos e as características de um destino turístico. Todavia, é possível explicar e dar exemplos das características dos locais onde são realizados concentrações e passeios de moto.

Os passeios de motos podem acontecer de forma espontânea ou de forma organizada, porque o mais importante não é a estrada que leva ao destino, mas o destino em si

(Walker, 2010), uma atividade que recorre à exploração do território, como por exemplo o percurso já existente de percorrer a EN2 (Estrada Nacional 2). A EN2 é um percurso que consiste em atravessar Portugal de Norte a Sul, um percurso que tem ganho reconhecimento ao longo dos anos. No *website* Rotan.2, patrocinado pelo Turismo de Portugal, dedicado a este percurso a frase de abertura da página refere o seguinte sobre itinerário: “Paisagens que variam entre as serras e as longas planícies, riachos escondidos e vastos espelhos de água, lugarejos perdidos e cidades ricas em património. Mas, acima de tudo, gente, gente autêntica, verdadeira guardiã de saberes ancestrais, pronta para o receber de braços abertos. Aceite o convite e desacelere. Há um longo caminho por desbravar” e aqui jaz a essência do praticante desta modalidade.

Este programa convida a que sozinho ou num grupo de amigos, as pessoas façam estes quilómetros para conhecerem Portugal e partirem à aventura na estrada, aprendendo com o que vêm e experienciam pelo caminho, podendo aprender com as tradições que estão prestes a desbravar (Scol, 2016).

As concentrações têm um cariz mais de uma reunião de amigos/ desconhecidos de todo o país que mais do que uma vez por ano se encontram em determinado lugar e aí ficam durante o período da atividade. Tomando como exemplo a concentração, possivelmente mais conhecida por todos, mesmo as pessoas fora do meio motociclista, a Concentração de Faro. Esta concentração é a que conduz mais pessoas, quer portuguesas quer estrangeiras, a reunirem-se pelo gosto das motos. No entanto, segundo a informação que foi recebida, após a realização de um inquérito, onde a amostra de 477 inquiridos se mostra representativa, foi possível observar que muitos dos respondentes se queixam da perda da paixão por motos neste tipo de eventos. Por norma, estas iniciativas estão a tornar-se meros espetáculos, perdendo-se o espírito motociclista pelo caminho. Os recursos utilizados também se mostram desprovidos de cuidado, havendo inúmeros inquiridos, em especial do género feminino, a reclamar das condições sanitárias dos locais.

Pode concluir-se que apesar deste tipo específico de moto turismo ser o mais conhecido pelos não entusiastas, tem perdido a sua essência principal do amor pelas motos, tornando-se mais num chamariz para convívio e (como dizer de forma subtil beber até cair?). Tal também ajuda a justificar o desenvolvimento de rotas e de haver cada vez mais pessoas a preferir sair a um fim-de-semana para ir até ao Cabo da Roca do que a este tipo de atividades.

Perfil do Inquirido

A idade dos inquiridos situa-se entre os 18 e 72 anos, maioritariamente masculinos (86.4%); o sexo feminino tem uma fraca presença (13.6%). Sobre a situação profissional, 84,9% responderam que estava empregada e são de classe média (57.4%). Relativamente ao grau de escolaridade, 51,6% tem o ensino superior e 39.2% o ensino secundário.

Tabela 1.
Motivos pessoais sobre a decisão de praticar a modalidade

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
Convívio	19	59	232	168
Ambiente envolvente	7	25	252	193
Espetáculos	87	238	133	19
Tempo em Família	50	107	202	118
Descontrair e sair da rotina	6	16	137	318
Tradição	81	182	162	52
Motas	18	43	171	245
Conhecer novos locais	3	15	157	302
Conhecer novas culturas	6	35	172	264
Localização do evento	49	135	210	83
Aventura	13	58	210	196
Cultura histórica do local	13	82	227	155

Esta tabela releva características muito interessantes no que diz respeito à área do turismo, nomeadamente a possíveis desenvolvimentos de rotas. De 477 inquiridos 302 responderam que um motivo é “conhecer novos locais”, 264 afirmaram que “conhecer novas culturas” era muito importante.

Este género de atividade não se rege pela sazonalidade, pelo contrário, é mencionado pelos inquiridos que realizam percursos ao longo de todo o ano, o que poderá ser uma aposta para zonas pouco desenvolvidas mas com recursos culturais e naturais que poderão ser um produto turístico a explorar. Monteiro, Lopes e Santos (2019) referem sobre este ponto o seguinte

These small events are increasingly important for more isolated regions that do not present great attractive capacity; thus, the tourist survival may be based on planning and support to this kind of small / medium attraction events. This work aims for a theoretical development of this subculture as an agent of tourism development.

A questão seguinte reforça mais o dito anteriormente; quando questionados sobre a satisfação em relação às concentrações realizadas em Portugal (Figura 1), verificamos que só 22,9% se sentem muito satisfeitos e 53,2% satisfeitos. Existe aqui um caminho ainda possível de desenvolver, apostando e aprofundando estudos aos praticantes desta modalidade sobre os motivos destes 23,9% não se sentirem satisfeitos com os eventos realizados.

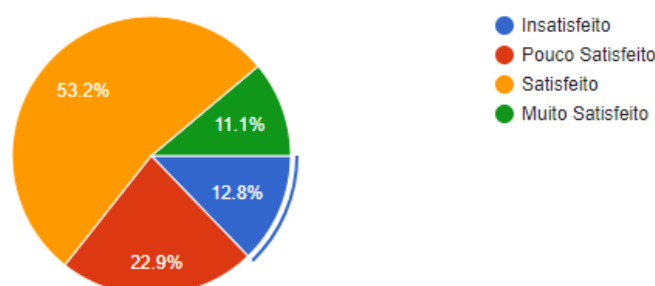


Figura 1. Satisfação em relação às concentrações realizadas em Portugal

Na análise dos comentários dos inquiridos foi possível também verificar que existem em especial dois tipos de praticantes de Moto turismo totalmente distintos. Primeiramente, existem os motociclistas que adoram participar em concentrações e que veem este tipo de turismo a ser desenvolvido à volta das mesmas. Numa parte totalmente oposta, existem aqueles que repudiam inteiramente as concentrações, muitas das vezes não se identificando com o ambiente presente neste tipo de atividade e não as achando importantes para praticarem o tipo de Turismo em causa.

Devido às perguntas realizadas no inquérito foi possível ver o perfil de participante e o tipo de padrões de consumo que estes contrastivos grupos têm. Foi decidido por isso fazer esta análise separando-os.

Grupo que Participa em Convenções Motociclistas

Este tipo de grupo é, na sua maioria, caracterizado por pessoas que dão mais importância ao ambiente envolvente, convívio e espetáculos que são prestados nas concentrações do que propriamente ao tempo passado em família e ao conhecimento de novas culturas e locais. Apresentam-se como pessoas que valorizam a irmandade no espaço onde estas convenções acontecem, focando-se num turismo mais envolvente da gastronomia e bebida do que propriamente da experiência de andar de mota.

Muitos dos inquiridos na pergunta “Na sua opinião, o que pode ser melhorado nas convenções motards portuguesas?” respondeu que algo a melhorar seria: a comida, a bebida e as condições sanitárias. No entanto, muitos outros mostraram-se descontentes com o facto de muita bebida estar envolvida nestes locais, mostrando-se descontentes com o que um local de demonstração de uma paixão comum se está a tornar num simples encontro para beber com amigos.

Não pode ser definido como a cem por cento este tipo de caracterização, visto que apenas temos aqui representada uma amostra. Pode também existir, como é óbvio, quem faça os dois tipos de moto turismo e não esteja de acordo com esta distinção.

Grupo que Prefere Rotas

Este grupo foi aquele que mais ajudou a perceber a diferença que pode haver entre os amantes de moto turismo. Ao ser colocado o inquérito em redes sociais, muitos vieram informar que este instrumento se encontrava muito direcionado para concentrações e que ser motociclista não se conjuga apenas em participar neste tipo de atividade.

Aqui foi apresentado que muitos destes indivíduos não participam em concentrações, pois o ambiente proporcionado não é de facto o qual com que se identificam. Este grupo valoriza mais o tempo passado com família a descobrir novos sítios e a aventura de partir pela estrada e seguir caminho com um rumo conhecido ou simplesmente “ir com o vento”. Demonstraram que preferem passar apenas um domingo de manhã, um fim-de-semana ou as suas férias a passear de mota do que irem para um convívio alargado ao território nacional.

Por vezes, este tipo de grupo identifica-se mais com pequenas reuniões de amigos, como por exemplo num domingo de manhã ir passear a um determinado sítio do que propriamente ficar quatro dias no mesmo local.

Conclusão

A literatura consultada aponta para uma carência muito grande na investigação nesta área (Delignières & Régnault, 2007) e a maioria reflete temas dentro da sociologia, antropologia e estudos de segurança rodoviária. Esta questão pode dever-se ao facto de que é uma atividade que nunca foi ligada diretamente ao turismo; Jean Scol (2016) reforça isso mesmo “Moreover, motorbike tourism has for a long time been ignored or rejected by regions and tourism professionals who had a negative image of motorcycles and motorcyclists”.

Consideramos que esta atividade pode ser uma mais-valia para o combate a fragilidades que o turismo apresenta nas zonas menos visitadas e que este praticante procura conhecer novos produtos e culturas. Este segmento é um mercado de aposta, no entanto, como afirma Ansarah & Netto (2009, p. 16), “O sucesso do turismo reside em oferecer experiências diferenciadas, em compreender que não existe o turista, mas que existem turistas, no plural, que cada vez mais exigem passeios sob medida para seus gostos, nível intelectual e situação pessoal.”. Um estudo mais profundo poderá auxiliar destinos turísticos a direcionar a oferta e demarcar-se de outros e assim crescer no mercado. A estratégia da organização tem de ser sempre direcionada para o seu meio ambiente, isto é, cada organização deve conhecer o seu ecossistema para responder aos comportamentos dos consumidores porque “o motivo da viagem é o principal meio disponível para se segmentar o mercado” (Beni, 1998, p. 68). Em síntese, a estratégia permite um conhecimento mais alargado sobre “o ambiente organizacional possibilitando-lhe agir estrategicamente e auxiliando-o nas tomadas de decisões para que a organização atinja seus objetivos” (Amâncio-Vieira, et al., 2015, p. 107). Uma condição essencial para estar em linha com o atual mundo competitivo, é estar sempre atento às tendências e à necessidade de distintas formas de inovação, mantendo-se proativos e na linha da frente na competitividade organizacional (Martin-Rios & Ciobanu, 2019).

Referências

- Amâncio-Vieira, S. F., Miamura, V., Melatti, G. A., Gimenez, F. A., Negreiros, L. F. & Gouvea, D. M. (2015). Configurações estratégicas no setor hoteleiro. De Londrina/PR: perfil estratégico, contexto ambiental, atitude empreendedora e dimensões do processo de desenvolvimento de estratégias. *Teoria e Prática em Administração*, 5(2), 101-120.
- Beni, M. C. (1998). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo. SENAC.

- Cater, C. I. (2017). Tourism on two wheels: Patterns of motorcycle leisure in Wales. *Tourism Management*, 61, 180-189.
- Connell, J. & Page, S. J. (2008). Exploring the spatial patterns of car-based tourist travel in Loch Lomond and Trossachs National Park, Scotland. *Tourism Management*, 29(3), 561-580.
- Correia, A., & Rodrigues, Á. (2020). *Turismo e hospitalidade de A a Z*. Actual Editora.
- Scol, J. (2016). Motorcycle tourism: Renewed geographies of a marginal tourism practice. Retirado de <http://journals.openedition.org/viatourism/356>. DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.356>.
- Martin-Rios, C. & Ciobanu, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. *Tourism Management*, 70, 218-229.
- Monteiro, Lopes & Santos (2019). Two-wheeled tourism: Motard, a subculture of interest for tourism and hospitality in isolated areas?. Paper presented in ATMC 2019 - "Marketing for more sustainable and collaborative tourism", Namur.
- Onfray, M (2009). *Teoria da viagem: Uma poética da geografia*. Lisboa: Quetzal textos breves.
- Pérol, J.-P. (2015). "Le Blog" do Pérol. A Auvergne na onda do moto-turismo!. Retirado de <https://leblogdoperol.com/2015/06/07/a-auvergne-na-onda-do-moto-turismo/>.
- Ptex (2011). Viagens de moto. A história do Mototurismo. Retirado de <https://viagemdemoto.com/historia/1080-a-historia-do-mototurismo>.
- Redacção. (2019). 38ª Concentração de Faro: O programa e horário (completo). Motojornal. Retirado de <https://motojornal.pt/38a-concentracao-de-faro-o-programa-e-horario-completo/>.
- Valérie Delignières et Hervé Regnault (2007). Motards, capital spatial et construction identitaire hétérotopique: récits et pérégrinations des motards rennais, *Noréis*, n° 204 (2007/3), 13 pages.
- Walker, L. (2010). Drive tourism: Trends and emerging markets. *Tourism and leisure motorcycle riding*, 146-158.