

PROJETO DE INVESTIGAÇÃO

DOUROTUR:

TURISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO DOURO

(01.05.2016 / 30.04.2019)

Coordenador: Xerardo Pereiro

E-mail: xperez@utad.pt



NORTE 2020

PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO NORTE

DOUROTUR

TURISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO DOURO

Beneficiário:

501345361 - UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

Nº da operação (Código Universal):

DOUROTUR - Tourism and technological innovation in the Douro

Tipologia de intervenção:

45 - Investigação científica e tecnológica

Aviso de abertura de candidatura:

Aviso NORTE-45-2015-02

- Sistema de Apoio à Investigação Científica e Tecnológica -
“Projetos Estruturados de I&D&I”

Data de submissão da candidatura: 06/08/2015

Data de aprovação da operação: 07/06/2016

Data de início da operação: 01/05/2016

Data de fim da operação: 30/04/2019

ESTRUTURA DE FINANCIAMENTO

Investimento Total: 679.458,26€

Investimento Elegível: 679.458,26€

Fundo: 577.539,52€

Taxa de participação: 85%



Alberto Baptista abaptist@utad.pt
Diretor Adjunto do CETRAD e Pró-Reitor para os Projetos Estruturantes da UTAD,
Promotor da Candidatura do projeto Dourotur.



Xerardo Pereiro xperez@utad.pt

DESG - CETRAD - UTAD, Coordenador e investigador responsável pelo projeto.

GUIÃO

- 1. Objetivos gerais do projeto**
- 2. Orientação epistemológica e teórica**
- 3. Bibliografia metodológica de apoio**
- 4. Consultores externos do projeto**
- 5. Potenciais parceiros a envolver**
- 6. Perfis dos bolseiros do projeto**
- 7. Linhas de investigação-ação**

Linha 1:

Análise da oferta turística, dos produtos, experiências oferecidas e agentes sociais turísticos do Douro

Linha 2:

A imagem e os relatos turísticos sobre o Douro

Linha 3:

A procura turística e os efeitos do turismo no Douro

Linha 4:

Marketing digital e novas tecnologias para o desenvolvimento do turismo no Douro

- 8. Estrutura de gestão do projeto Dourotur**

“O génio de um é muito, mas não será nada se não encontrar a vontade de todos”

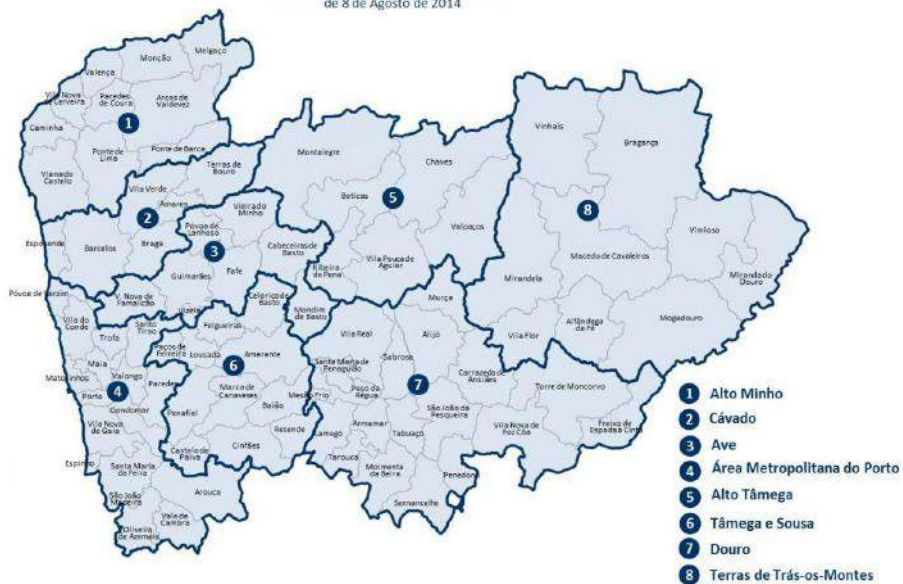
Henrique Neto

1. OBJETIVOS GERAIS DO PROJETO

- Investigar desde uma perspetiva sistémica e holística a relação entre turismo e desenvolvimento no Douro.
- Colmatar o fosso existente entre as potencialidades do Douro e o seu desenvolvimento turístico;
- Responder a questões chave: Qual a oferta turística do Douro (NUT III)? Qual é a comunicação turística do destino “Douro”? Qual a mediação entre visitantes e visitados? Qual o uso das novas tecnologias pelos agentes turísticos do Douro? Qual é a procura atual e potencial para a região do Douro?
- Este projeto pretende, através de investigação aplicada para um turismo criativo e responsável, ajudar a renovar e diversificar a oferta turística e contribuir para resolver os problemas de desenvolvimento do turismo no Douro, tendo como base propostas de coordenação da oferta, de melhor comunicação da oferta e diversificação desta, através de marketing digital e outras estratégias de comunicação com os mercados turísticos.
- Investigar o turismo no Douro para a elaboração de soluções de base tecnológica e propostas para a renovação e reinvenção de oferta turística.
- Ensaiar uma metodologia de investigação mista (quali-quantitativa) e seguirá uma orientação multidisciplinar com liderado das ciências sociais aplicadas ao turismo.

Quadro territorial do Projeto:
Região do Douro (NUT III)

NUTS III
Regulamento (UE) nº 868/2014 da Comissão,
de 8 de Agosto de 2014



2. ORIENTAÇÃO EPISTEMOLÓGICA E TEÓRICA

- Abordagem holística e integral do turismo.
- Abordagem histórica e diacrónica do turismo (enfoques do ciclo de vida do destino turístico).
- Abordagem territorial do turismo.
- Abordagem pluridisciplinar, multidisciplinar – interdisciplinar do turismo.
- Enfoques quali-quantitativos (mistos).
- Estratégia de investigação multimetódica (constelação de métodos, triangulação).
- Desenho da investigação: co-investigação e investigação participada pelos investigados (agentes sociais do turismo).
- Visão estratégica do turismo: coordenação da oferta, melhora da mediação e comunicação oferta-procura, inovação tecnológica e organizacional.

**COORDENAÇÃO, GESTÃO E PLANIFICAÇÃO,
NÃO APENAS PROMOÇÃO.**

3. BIBLIOGRAFIA METODOLÓGICA DE APOIO

- ALTINAY, L. e PARASKEVAS, A. (2008): *Planning Research in Hospitality and Tourism*. London: Elsevier.
- ANSELMO, R. (2001): *Investigação em Turismo. Ciclo de Debates - Livro de Actas*. Lisboa: Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo.
- ATELJEVIC, Irena; PRITCHARD, Annette e MORGAN, Nigel (eds.) (2007): *The Critical Turn in Tourism Studies. Innovative Research Methodologies*. Amsterdão: Elsevier.
- BARDIN, L. (2003): *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BENI, Mário Carlos (2004): *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Ed. SENAC.
- BERICAT, E.(1998): *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- CALLEJO GALLEG0, J. e outros (2003): *Análisis empírico de la demanda turística*. Madrid: Ramón Areces.
- CARMO, Hermano; FERREIRA, Manuela (1998): *Metodologia da investigação: guia para auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- CASTILLO NECHAR, M. e LOZANO CORTÉS, M. (2006): *Apuntes para la investigación turística*. Chetumal (Quintana Roo): Universidad de Quintana Roo. Online em: <http://www.cozumel.uqroo.mx/dds/publicaciones/Apuntes-investigacion-turistica.pdf>
- DANN, G., NASH, D. e PEARCE, P. (1988): "Methodology in tourism research", em *Annals of Tourism Research*, n.º 15 (1), pp. 1-28.
- DE ESTEBAN CUIRIEL, J. (2010): *Métodos de investigación aplicadas al turismo*. Madrid: Dykinson.
- DENCKER, A. (2007): *Pesquisa em turismo: Planejamento, métodos e técnicas*. 9.ª ed. S. Paulo: Futura.
- GARCÍA FERRANDO, M. e outros (orgs.) (2013, or. 1986): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza editorial.
- GUTIÉRREZ BRITO, J. (coord.) (2006): *La investigación social del turismo. Perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Thomson.
- HAMMERSLEY, M. e ATKINSON, P. (1994, or. 1984): *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ-COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. (2006): *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- JAFARI, J. (ed.) (2000): *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
- MATIAS, Álvaro, NIJKAMP, Peter e NETO, Paulo (eds.) (2007): *Advances in Modern Tourism Research Economic Perspectives*. Amsterdão: Physica-Verlag.
- MITRA, A. E LANKFORD, S. (1999): *Research Methods in Park, Recreation and Leisure Services*. Champaign, Il.: Sagamore Publishing.
- MOESCH, M. (2000): *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- PEREIRO, X. (2010): "Ethnographic Research on Cultural Tourism: An Anthropological View", em Richards, G.; Munsters, W. (coords.): *Cultural Tourism Research Methods*. London: CABI, pp. 173-187. ISBN: 9781845935184.
- PHILLMORE, J. e GOODSON, L. (eds.) (2004): *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. London: Routledge.
- RITCHIE, B.W., BURNS, P. E PALMER, C. (2005): *Tourism Research Methods. Integrating Theory with Practice*. Wallingford: CABI.
- ROCHA CENTENO, R. (1992): *Metodología de la investigación aplicada al turismo: Casos Prácticos*. México: Trillas.
- SANCHO PÉREZ, Amparo (dir.) (2001): *Apuntes de Metodología de la investigación en turismo*. Madrid: OMT.
- SEATON, A. V. e outros (eds.) (1994): *Tourism: The State of the Art*. Chichester: John Wiley.
- VERA, J. F. (coord.) (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel
- WALLE, A. F. (1997): "Quantitative versus qualitative tourism research", em *Annals of Tourism Research* n.º 3, pp. 524-536.

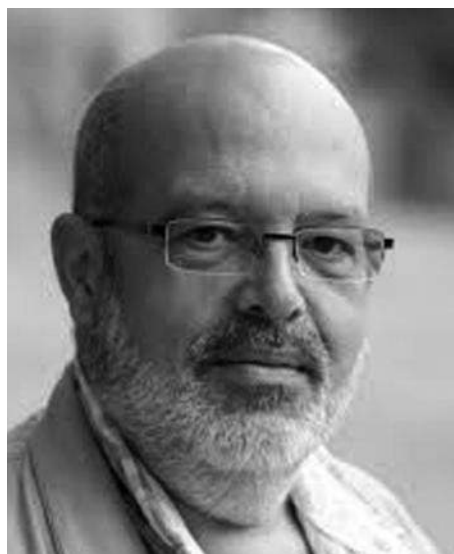
4. CONSULTORES EXTERNOS DO PROJETO



Prof. Dr. Noel Salazar
(*University of Leuven, Bélgica*)



Prof. Dr. Greg Richards
(*Tilburg University, Holanda*)



Prof. Dr. Agustín Santana
(*Universidad de La Laguna, España*)



Prof. Dr. Xavier Font
(*University of Surrey, Reino Unido*)

REVISTA CIENTÍFICA ASOCIADA AO PROJETO



VOLUME 13 | NUMBER 2 - SPECIAL ISSUE | FEBRUARY 2015 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

OVERVIEW OF ANTHROPOLOGY
OF TOURISM FROM THE SOUTH

www.pasosonline.org

ULL

Universidad
de La Laguna
Instituto Interdisciplinario de Ciencias
Paisajes y Archivos

Calicho de Revistas
Científicas Españolas
RECIENTES...COM



INSTITUTO
DE CIENCIAS
CULTURALES
CEDTUR

5. PERFIL DOS BOLSEIROS DO PROJETO

	TIPO	PERFIL
TODAS AS LINHAS	1 Bolseiro licenciado	Licenciado em Gestão
LINHA 1	1 Mestre	Antropologia, Sociologia ou Turismo
LINHA 1	1 Pós-Doutoramento	Antropologia, Sociologia ou Turismo
LINHA 2	1 Licenciado	Turismo, comunicação, gestão, antropologia, sociologia, economia, línguas ou literatura
LINHA 2	1 Pós-Doutoramento	Turismo, comunicação, gestão, antropologia, sociologia, economia, línguas ou literatura
LINHA 3	1 Licenciado	Economia, Antropologia, Sociologia ou Turismo
LINHA 3	1 Pós-Doutoramento	Economia, Antropologia, Sociologia ou Turismo
LINHA 4	3 Licenciados	1: Gestão, Economia, Turismo, Engenharia Informática, Tecnologia de Informação e comunicação, Multimédia, Ciências da Comunicação. 2: Engenharia Informática ou área afim. 3: Engenharia Informática ou área afim.
LINHA 4	1 Pós-Doutoramento	Informática ou electrotecnia
TOTAL	11 BOLSEIROS	

Bolseiros atuais do projeto Dourotur

EDGAR ALEXANDRE DA CUNHA BERNARDO

edgaracb@utad.pt

Licenciado em antropologia pela UTAD, doutor em sociologia pelo ISCTE e doutorando em turismo pela Universidade de Aveiro

FILIPA JORGE

filipa.eira.jorge@gmail.com

Licenciada em economia pela UTAD

GONÇALO DANIEL RODRIGUES MOTA

goncalm@utad.pt

Licenciado em antropologia pela UTAD, mestre em Documentação audiovisual pela Universidade Pompeu Fabra (Barcelona)

YOUSRA MAKANSE

yousra.makanse@gmail.com

Licenciada em turismo pela Universidade de São Paulo, mestranda em turismo pela Universidade de Girona

LORENZO BORDONARO

lorenzob@utad.pt

Licenciado em antropologia pela Universidade de Torino, doutor em antropologia pelo ISCTE.

MARÍA NIEVES LOSADA SÁNCHEZ

nlosada@utad.pt

Licenciada e doutora em Turismo pela Universidade de Vigo

MIGUEL GONÇALVES BELO NUNES

mbelo@utad.pt

Licenciado em Gestão Turística pela Escola de Hotelaria e Turismo de Estoril

VITOR ALEXANDRE GOMES RODRIGUES

vitogr@utad.pt

Licenciado e mestre em turismo pela Universidade de Aveiro

6. POTENCIAIS PARCEIROS A ENVOLVER

- **AETUR – Associação de Empresários Turísticos de Trás-os-Montes**
- **HTDOURO - Associação de Empresários de Hotelaria e Turismo do Douro**
- **Turismo do Porto e Norte de Portugal**
- **Associação Douro Generation**
- **Associação Douro Alliance**
- **Museu do Douro**
- **Douro Azul e outros operadores turísticos...**
- **Turoperador Reino Maravilhoso**
- **Rota da Terra Fria**
- **Escola de Turismo e Restauração do Douro (Lamego)**
- **Delegação de Cultura do Norte**
- **CIM Alto Douro, Municípios, ...**

7. LINHAS DE INVESTIGAÇÃO-AÇÃO

LINHA 1:

ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA, DOS PRODUTOS, EXPERIÊNCIAS OFERECIDAS E AGENTES SOCIAIS TURÍSTICOS DO DOURO

RESPONSÁVEL:



Xerardo Pereiro

xperez@utad.pt

Objetivos:

- ▶ **Avaliar o potencial turístico do território Douro.**
- ▶ **Qual é a oferta turística do Douro (NUT III)?**
- ▶ **Qual o ponto no ciclo de desenvolvimento deste destino turístico?**
- ▶ **Avaliar o grau de integração e coordenação da oferta turística da região.**
- ▶ **Qual o diferencial turístico do Douro?**
- ▶ **Qual o grau de diversificação da oferta turística?**
- ▶ **Qual o grau de adequação da oferta à procura e necessidades turísticas?**
- ▶ **Quais os caminhos para a sustentabilidade turística?**
- ▶ **Como ultrapassar a sazonalidade?**
- ▶ **Como atrair novos nichos de mercado turístico?**
- ▶ **Como se constrói a hospitalidade turística no Douro?**

Resultados expectáveis da linha

1

18 artigos científicos

9 capítulos de livro

4 livros

1 documentário

4 guias

1 roteiro

1 catálogo

1 rede

1 web do projeto

**Outros: 2 teses de
doutoramento (uma
em turismo)**

UNIDADES DE ANÁLISE DA LINHA 1

- **Delimitação territorial do Douro e unidades de paisagem**
.....Xerardo Pereiro
- **História do turismo no Douro**
.....Verónika Joukes – Olinda Santana
- **Acessibilidades ao destino Douro**
.....Xerardo Pereiro
- **Políticas e instituições que intervêm no turismo no Douro**
.....Octávio Sacramento – Caroline Dominguez
- **Unidades de alojamento turístico no Douro**
.....Xerardo Pereiro
- **Alimentação e turismo**
.....Manuel Luís Tibério
- **Produtos turísticos específicos**
.....Octávio Sacramento
- **Rotas turísticas do Douro**
.....Verónika Joukes
- **Souvenirs, artesanato e turismo**
.....Xerardo Pereiro
- **Museus, centros de interpretação e turismo**
.....Mila Simões de Abreu - Xerardo Pereiro
- **Arqueologia e turismo**
.....Mila Simões de Abreu
- **Empresári@s do turismo**
.....Xerardo Pereiro - Luzia Oca
- **Políticos do turismo no Douro**
.....Xerardo Pereiro - Octávio Sacramento
- **Técnicos municipais de turismo**
.....Xerardo Pereiro
- **Guias turísticos (pessoas)**
.....Xerardo Pereiro
- **Cursos de educação e formação turística**
.....Xerardo Pereiro
- **Uso das energias renováveis pelas unidades de alojamento, transportes (ex. barcos, cruzeiros...) e outros elementos da oferta turística**
.....Humberto Martins
- **Potencial turístico do Douro**
.....Octávio Sacramento - Humberto Martins - Xerardo Pereiro

LINHA 2:

A IMAGEM E OS RELATOS TURÍSTICOS SOBRE O DOURO

RESPONSÁVEL:



Carlos Marques

cmarques@utad.pt

Objetivos:

O turismo na região do Douro é um turismo de nicho que precisa de uma reflexão científica ponderada sobre a imagem e a comunicação turística do destino, de forma a construir logo uma imagem na qual o visitante seja parte de uma solução sustentável e consciente para este destino turístico. Nesta linha teremos em conta o seguinte:

- ▶ **Análise da imagem turística oficial- pública, empresarial-privada; o Douro na literatura turística nacional e internacional;**
- ▶ **Os postos de turismo da região e a comunicação turística;**
- ▶ **A imagem e o discurso UNESCO do Douro como património cultural da humanidade.**
- ▶ **Outras formas de comunicação turística (cinema, documentários, literatura, blogs, webs, TV., Rádios, trivago, booking,...);**
- ▶ **O posicionamento turístico imaginário geoestratégico.**
- ▶ **A imagem sentimental dos visitantes sobre o destino: imagem pré-durante-pós experiência.**

Metas:

As metas a atingir nesta linha serão:

- ▶ **Estudo sobre a imagem turística oficial produzida pelos municípios do Douro.**
- ▶ **Avaliação da comunicação turística: agentes, médios, instrumentos, estratégias e discursos.**
- ▶ **Estudo da imagem turística internacional do Douro.**
- ▶ **Investigar a comunicação turística e a performance com os visitantes dos postos de turismo da região.**
- ▶ **Análise dos atributos do destino turístico “Douro” e as suas perceções turísticas**

UNIDADES DE ANÁLISE DA LINHA 2

- Imagem promovida dos produtos turísticos e dos empreendimentos turísticos do Douro (imagem projetada)

.....Octávio Sacramento

- Campanhas oficiais de promoção turística do Douro

.....Carlos Marques

- Imagem induzida

.....Carlos Marques

- Postos de turismo do Douro (comunicação, imagens e relatos)

.....Xerardo Pereiro

- Imagem consumida e construída pelos turistas do Douro

.....Carlos Marques

- Relatos turísticos sobre o Douro

.....Carlos Marques – Xerardo Pereiro – Octávio Sacramento

Resultados expectáveis da linha

2

3 artigos científicos

1 tese de mestrado

1 pós-doutoramento

1 livro

2 capítulos de livro

LINHA 3:

A PROCURA TURÍSTICA E OS EFEITOS DO TURISMO NO DOURO

RESPONSÁVEIS:



Ana Paula Rodrigues
anarodri@utad.pt



Luzia Oca
luziag@utad.pt

OBJETIVOS:

Nesta linha investigaremos a procura turística desde um enfoque metodológico misto (quali-quantitativo) e também os efeitos da relação entre oferta e procura no destino e nos visitantes. Elementos a focar são:

► Perfil social e económico dos visitantes; motivações turísticas; práticas sociais dos visitantes; avaliação do destino e da experiência pelos visitantes; rotas realizadas e mobilidades pela região; análise qualitativa (observação-participante) da procura turística;

► Os atributos do Douro mais relevantes para a sua escolha como destino turístico e identificação de grupos ou segmentos com preferências homogéneas relativamente às características que definem produtos/serviços alternativos.

► Avaliar as perceções da população local perante as atividades turísticas, para perceber o seu envolvimento/não envolvimento, e identificar possíveis nichos de atividade nos quais se podem desenvolver experiências coletivas de empreendedorismo, especialmente por grupos de jovens e de mulheres.

► Os efeitos sociais, económicos e ambientais do turismo na região do Douro, nos seus habitantes e nos seus patrimónios culturais e naturais;

Resultados expectáveis da linha

3

8 artigos científicos

6 capítulos de livros

1 documentário

1 web

1 tese de mestrado

1 pós-doutoramento

UNIDADES DE ANÁLISE DA LINHA 3

- **Perfil social e económico dos visitantes do Douro**
.....Ana Paula Rodrigues, Carlos Marques
- **População local, comunidades do Douro**
.....Lina Lourenço e Ana Paula Rodrigues
- **Efeitos do turismo no mercado de trabalho turístico desde uma perspetiva de género**
.....Luzia Oca e Vera Mendonça
- **Efeitos ambientais do turismo**
.....Humberto Martins, Paulo Mendes
- **Efeitos sociais e culturais do turismo no Douro**
.....Humberto Martins, Octávio Sacramento
- **Os efeitos económicos do turismo no Douro**
.....Francisco Diniz

LINHA 4:

MARKETING DIGITAL E NOVAS TECNOLOGIAS PARA DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO DOURO

RESPONSÁVEL:



Mário Sérgio Teixeira
mariosergio@utad.pt

Objetivos:

Nesta linha de investigação, pretendemos desenvolver estratégias de aplicação de ferramentas de marketing digital e protótipos de plataformas interativas para o desenvolvimento do turismo no Douro. Para uma maior eficácia das tarefas de desenvolvimento tecnológico do projeto, procuraremos definir estratégias de aplicação fundamentadas na análise e avaliação do nível de utilização deste tipo de novas tecnologias, na análise comparativa com outros destinos turísticos semelhantes ao Douro e na avaliação da valorização e recetividade dos turistas do Douro a ferramentas e tecnologias inovadoras.

Assim, teremos os seguintes objetivos científicos para esta linha de investigação:

- ▶ Avaliação do nível de utilização de ferramentas de marketing digital e de novas TICs pelos agentes turísticos do Douro;
- ▶ Análise comparativa com outros destinos turísticos semelhantes ao Douro e/ou com utilização de ferramentas e tecnologias inovadoras;
- ▶ Avaliação da valorização e recetividade dos turistas do Douro a ferramentas de marketing digital e a tecnologias inovadoras;
- ▶ Elaboração de propostas de estratégias de aplicação de ferramentas de marketing digital pelos agentes e unidades turísticas do Douro;
- ▶ Desenvolvimento de protótipos de plataformas digitais interativas e outras ferramentas de marketing digital para o turismo do Douro.

Resultados expectáveis da linha

4

4 artigos científicos

2 capítulos de livros

6 comunicações em
congressos

1 tese doutoral

4 teses de mestrado

2 produtos audiovisuais

2 softwares

1 patente

UNIDADES DE ANÁLISE DA LINHA 4

• **Avaliação da utilização, valorização e recetividade de ferramentas de marketing digital e de novas TIC pelos turistas e agentes turísticos do Douro**

.....Mário Sérgio - Ramiro Gonçalves

• **Benchmarking de outros destinos turísticos semelhantes ao Douro e/ou com utilização de ferramentas e tecnologias inovadoras**

.....Mário Sérgio - Ramiro Gonçalves

• **Propostas de estratégias de aplicação de ferramentas de marketing digital pelos agentes e unidades turísticas do Douro**

.....Mário Sérgio - Ramiro Gonçalves

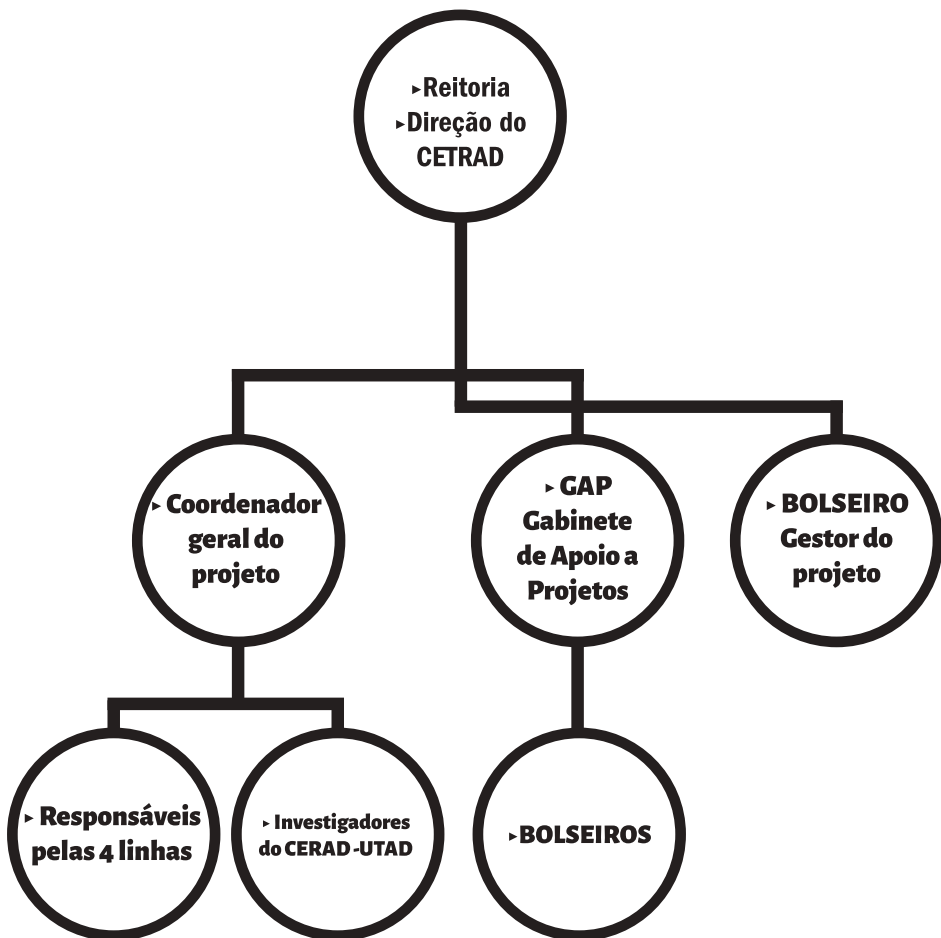
• **Desenvolvimento de protótipo de software para plataforma digital de gestão dinâmica da oferta turística do Douro**

.....Mário Sérgio - Ramiro Gonçalves

• **Software para construção de protótipo de cabine de realidade virtual multissensorial para o turismo do Douro**

.....Maximino Bessa - Mário Sérgio

8. ESTRUTURA DE GESTÃO DO PROJETO DOUROTUR



DOURO TUR

TURISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO DOURO



O projeto de I&D DOURO TUR - Tourism and technological innovation in the Douro, n.º da operação NORTE-01-0145-FEDER-000014, é cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), através do NORTE 2020 (Programa Operacional Regional do Norte 2014/2020).