



## **ID 790: EL OBSERVATORIO DE TURISMO EMISOR DE ESPAÑA (OBSERVATUR). UNA INICIATIVA DE COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA EN EL ÁMBITO DEL CONOCIMIENTO TURÍSTICO**

Carmen HIDALGO<sup>1</sup>; Antonio J. PALACIOS<sup>2</sup>; Diego BARRADO<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Madrid; [carmen.hidalgog@uam.es](mailto:carmen.hidalgog@uam.es)

<sup>2</sup>Universidad Autónoma de Madrid; [antonio.palacios@uam.es](mailto:antonio.palacios@uam.es)

<sup>3</sup>Universidad Autónoma de Madrid; [diego.barrado@uam.es](mailto:diego.barrado@uam.es)

**RESUMO:** Como consecuencia del papel relevante que el turismo juega en la economía española, son numerosas las fuentes estadísticas que informan sobre la evolución de la demanda turística, el comportamiento turístico o el impacto del turismo en el empleo. La mayor parte de la información que proporcionan estas fuentes estadísticas se centran en registrar el impacto del turismo receptivo en España. Sin embargo, el compunto de datos de emisión del turismo emisor es comparativamente mucho menor. Atendiendo a esta laguna en el turismo emisor, la consultora turística “ReinizaT” ha puesto en marcha el “Observatorio Nacional de Turismo Emisor” (ObservaTUR) en colaboración con otros socios, entre los que se encuentra el “Grupo de Investigación en Estudios Urbanos y del Turismo” (URByTUR) de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). ObservaTUR pretende convertirse en una herramienta activa para analizar cómo varían los hábitos y comportamientos de los viajeros españoles y cuáles son las principales tendencia del sector y destinos seleccionados mediante el análisis de los datos proporcionados por más de 1.000 encuestas realizadas a viajeros españoles y a agencias de viaje en dos tandas anuales. Teniendo en cuenta este contexto, es objetivo principal de esta comunicación presentar los resultados científicos preliminares derivados de las primeras encuestas, así como dar a conocer la experiencia de colaboración pública privada entre URByTUR y ObservaTUR.

**PALAVRAS-CHAVE:** fuente estadísticas, turismo emisor, ObservaTUR, colaboración público-privada.

### **1. LA INFORMACIÓN COMO HERRAMIENTA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA: EL PAPEL DE LOS OBSERVATORIOS DE TURISMO**

El turismo juega un papel determinante en la economía española. Durante la crisis económica del 2008-2011, contribuyó considerablemente a la recuperación del país mediante la creación de empleo, la contribución al Producto Interior Bruto (PIB) y el incremento del gasto turístico



procedente de la llegada de turistas internacionales (Cuadrado-Roura y López, 2014; Nieto *et al.*, 2016). De hecho, las cifras de los últimos años sobrepasan todas las previsiones. La aportación del turismo al PIB en el año 2016 fue del 11,2% según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE); y, entre los años 2003 y 2016, España recibió más de 800 millones de turistas internacionales que generaron un gasto de 77.000 millones de euros (Hidalgo y Maene, 2017). Teniendo en cuenta estos aspectos, la monitorización del comportamiento turístico debe resultar prioritaria para determinar sus posibles variaciones. Desde un punto de vista oficial, Turespaña, organismo dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo de España, cuenta con una larga tradición en la compilación de estadísticas tan valiosas como FRONTUR, EGATUR o FAMILITUR; y, el INE confecciona anualmente la “Cuenta Satélite del Turismo de España” (CSTE) que genera datos económicos en relación a la aportación del turismo al PIB y al empleo.

Estas estadísticas oficiales son complementadas con registros confeccionados por observatorios turísticos puestos en marcha por diferentes organismos públicos y privados con el objetivo de profundizar en el conocimiento turístico de un determinado sector. Los ejemplos son múltiples y abarcan temáticas muy diferentes. Destaca, por ejemplo, el “Observatorio del Turismo Rural” que tiene como objetivo aportar información sobre el turismo rural en España (Observatorio del Turismo Rural, 2018). Interesante resulta también el “Observatorio de Turismo de la Ciudad y Provincia de Burgos” que arrancó en el año 2013 como resultado de un Convenio Marco de Colaboración entre el Ayuntamiento, la Diputación Provincial y la Universidad (Observatorio de Turismo de Burgos, 2018). Tampoco se puede olvidar “Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España”, un proyecto financiado por la Secretaría General de Turismo para analizar la demanda turística en las quince ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Ciudades Patrimonio, 2018).

Dentro de este contexto, en el año 2017, la consultora “ReiniziaT”, especializada en el sector turístico, puso en marcha el proyecto “Observatorio Nacional de Turismo de España” (ObservaTUR), el “primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado del turismo emisor” (Observatur, 2018). Aunque existen estadísticas relacionadas con el turismo emisor, especialmente FAMILITUR, la operación estadística de Turespaña que recoge los datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España, se consideró oportuno la creación de una herramienta exploratoria que adelantara información a las empresas turísticas sobre el comportamiento futuro del turismo emisor en la siguiente temporada turística. ObservaTUR se plantea como una herramienta de inteligencia turística que tiene como objetivo profundizar en el conocimiento del mercado emisor español desde un punto de vista nacional e internacional.



## **2. EL OBSERVATORIO NACIONAL DE TURISMO EMISOR DE ESPAÑA (OBSERVATUR). UNA HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

A través de la realización de encuestas anuales sobre el comportamiento y hábitos del turismo emisor español, ObservaTUR es capaz de obtener información con una anterioridad suficiente como para permitir cierta capacidad de reacción y actuación de las empresas y reforzar su posicionamiento en un mercado turístico caracterizado por su alta competitividad y su rápido entorno cambiante. Se nutre de información turística que proviene de la explotación de los datos de dos estudios diferentes: por un lado, encuestas de viajeros; y, por otro, encuestas de agencias de viaje. Ambas se realizan dos veces al año con el objetivo de preveer el comportamiento de los viajeros durante las temporadas otoño/invierno y primavera/verano (ReinizaT, 2018). Por lo tanto, conocer cómo se va a comportar el turismo emisor con anterioridad permite a las empresas turísticas ajustar su estrategia de negocio a la realidad del mercado. La encuesta de viajeros es realizada entre una población mayor de 18 años que cumple, al menos, con una de estas dos condiciones: “el viajero afirma haber disfrutado de vacaciones fuera de casa en los dos últimos veranos y considera probable o seguro hacerlo en el próximo verano” y/o “ el viajero asegura que saldrá de vacaciones durante el próximo veranos, independientemente de que haya o no veraneado durante los años anteriores”. Desde un punto de vista metodológico, las encuestas son cumplimentadas por los participantes de un panel a través de un cuestionario estructurado “online”. Se realiza una distribución estratificada con fijación proporcionada según datos del padrón de 2017 siendo los criterios: genero (dos estratos); Comunidad Autónoma (17 en total); y edad (4 grupos). Respecto a las encuestas sobre las agencias de viaje, se parte de un universo de más 5.000 empresas. Las encuestas se realizan a través de un cuestionario estructurado, aunque la población es seleccionada a través de una invitación personalizada sin ningún tipo de incentivación.

Evidentemente, un proyecto de estas dimensiones requiere de la colaboración de diferentes participantes para poder asegurar su continuidad. Se contemplan dos modalidades de cooperación: patrocinadores y colaboradores. Los primeros son aquellos socios que dotan de financiación a ObservaTUR. Por su parte, los miembros colaboradores son aquellos que no aportan ninguna línea de financiación, pero sí conocimiento y experiencia. Actualmente, el observatorio cuenta con 10 socios patrocinadores procedentes de sectores turísticos diferentes (agencias de viaje, medios de transporte, soluciones tecnológicas, seguros, etc.), y de tres socios colaboradores.



El grupo de investigación de Estudios Urbanos y del Turismo de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), URByTUR, coordinado por el Catedrático de Geografía Humana, Manuel Valenzuela Rubio, participa en el proyecto como socio colaborador, en un intento de formentar la colaboración entre la universidad y la empresa. Se han planteado entre ambas entidades actividades relacionadas con el asesoramiento técnico (confección de cuestionarios, elaboración de informes, etc.), la realización de actividades de índole académico y científico (publicaciones especializadas, desarrollo de trabajos fin de grado y máster, conferencias, cursos de verano, etc.) y la difusión y promoción conjunta de actividades relacionadas con el proyecto. Por ello, dentro de este acuerdo marco de colaboración, se ha considerado importante analizar e interpretar desde un punto de vista científico los resultados obtenidos de las encuestas del verano de este mismo año (2018), que consituyen la base de esta comunicación.

### **3. EL COMPORTAMIENTO DE LOS TURISTAS EMISORES EN RELACIÓN A LOS DESTINOS TURÍSTICOS. VACACIONES DE VERANO DEL 2018**

Hasta el momento, sólo se han realizado las encuestas destinadas a determinar el comportamiento del turismo emisor para la temporada primavera/verano del año 2018. Durante el mes de octubre de este mismo año, se lanzará un segundo ciclo para precisar el comportamiento de los turistas durante el otoño/invierno de la temporada 2018-2019. La obtención de una serie temporal sostenida en el tiempo permitirá tener una visión muy completa del comportamiento del turismo emisor al relacionarse con otras estadísticas oficiales como, por ejemplo, “Movimientos Turísticos de los Españoles” o las diferentes encuestas de ocupación que realiza Turespaña. Por el momento, teniendo en cuenta el grado de desarrollo del proyecto, se presentan en esta comunicación sólo datos de las encuestas realizadas entre el 30 de abril y el 25 de mayo. El muestreo se realizó sobre un universo de 1.011 personas, con un error muestral de +/- 3,14 y un margen de confianza del 95,5. Respecto a la tipología de preguntas, las de opción múltiple se combinan con las de una sola opción.

La explotación de las encuestas ha generado un elevado volumen de datos, algunos de los cuales ya han sido publicados en un informe que puede consultarse en la página web de ObservaTUR. Como se ha mencionado en el punto anterior, dentro del marco de colaboración existente entre ObservaTUR y URByTUR, la elaboración de publicaciones científicas es uno de los objetivos principales. Esta aportación pretende, por lo tanto, interpretar desde un punto de vista académico aquellos datos que tienen una mayor proyección geográfica. En este caso, se han extraído doce preguntas de la encuesta de viajeros para profundizar en la relación entre dos variables: destinos

y comportamiento del turismo emisor. Los resultados se han organizado en dos temáticas: destinos y categorías de destinos. En el primer caso, los destinos se caracterizan desde un punto de vista general; y, en el segundo, se profundiza en las preferencias de los encuestados.

Respecto a los destinos, los resultados sobre el universo (1.011 encuestas), muestran que el 59% de los encuestados disfrutan de sus vacaciones en espacios diferentes, frente a un 41% que lo hacen en un mismo lugar (Cuadro I). El 64% de los entrevistados suelen cambiar de destino durante sus vacaciones, frente al 26% que casi siempre veranean en el mismo sitio y al 10% que nunca cambia (Cuadro II). Mayoritariamente, el turismo emisor viaja en pareja seguido de la opción amigos e hijos (Cuadro III) y se detecta bastante uniformidad en la duración de las vacaciones. El 29% de los encuestados señalan que sus vacaciones de verano de 2018 durarán más de 15 días, valor máximo, mientras que el 10% de los turistas, valor mínimo, indican estar de vacaciones menos de una semana (Cuadro IV).

Pasas las vacaciones en un mismo lugar o cambias de sitio? - Fuente: Encuesta Viajeros.

Tabela 68 Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Paso todas las vacaciones en un mismo lugar</b>	415	41
<b>Suelo estar en varios sitios diferentes</b>	596	59
<b>Total</b>	<b>1.011</b>	<b>100</b>

Tabela 69 Vacaciones siempre en el mismo sitio? - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Normalmente, suelo cambiar de sitio o zona</b>	647	64
<b>Casi siempre al mismo sitio o zona</b>	263	26
<b>Siempre al mismo sitio o la misma zona</b>	101	10
<b>Total</b>	<b>1.011</b>	<b>100</b>

Tabela 70 Con quién sueles ir de vacaciones en verano? - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Pareja</b>	758	75
<b>Amigos</b>	303	30
<b>Hijo/a/s</b>	303	30
<b>Otros familiares</b>	273	27
<b>Viajo solo/a</b>	61	6
<b>Desconocidos</b>	10	1
<b>Total</b>	<b>1.708</b>	

Tabela 71 Cuánto duran tus vacaciones? - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Más de 15 días</b>	293	29
<b>Entre 13 y 15 días</b>	172	17
<b>Entre 8 y 12 días</b>	233	23
<b>1 semana completa</b>	212	21
<b>Menos de 1 semana</b>	101	10
<b>Total</b>	<b>1.011</b>	<b>100</b>

En cuanto a la categorización de los destinos, el 68% de los turistas (sobre un total de 369 encuestas) afirman que van siempre o casi siempre al mismo sitio durante sus vacaciones de verano, prefiriendo un destino de playa (68%), frente a un 25% que optan por un espacio natural o rural. Sólo el 7% eligen un destino urbano (Cuadro V). El 88% de los entrevistados selecciona España para pasar sus vacaciones de verano, frente al 12% que se inclina por algún destino en el extranjero (Cuadro VI). Respecto a los destinos nacionales, la playa es la opción favorita, seguida de los espacios naturales y/o rurales, las ciudades, los parques temáticos y los circuitos (Cuadro VII). En cuanto a los destinos internacionales, los entrevistados optan, en primer lugar, por las capitales europeas, seguidas de destinos de larga distancia, los circuitos europeos, parques temáticos, cruceros, Caribe y aventura (Cuadro VIII).

Tabela 72 A qué tipo de destino sueles ir? (Si vas siempre o casi siempre al mismo sitio)? - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>A un destino de playa</b>	251	68
<b>A un espacio natural o a un área rural</b>	92	25
<b>A alguna ciudad</b>	26	7
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100</b>

Tabela 73 A España o al extranjero? (Si vas siempre o casi siempre al mismo sitio) - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>España</b>	325	88
<b>Extranjero</b>	44	12
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100</b>

Tabela 74 Destinos nacionales (Si vas siempre o casi siempre al mismo sitio) - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Playa</b>	339	92
<b>Espacios naturales/rurales</b>	280	76
<b>Ciudad</b>	220	65
<b>Parques temáticos</b>	159	43
<b>Circuitos</b>	334	33
<b>Total</b>	<b>1.352</b>	

Tabela 75 Destinos internacionales (Si vas siempre o casi siempre al mismo sitio) - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Capitales europeas</b>	203	55
<b>Larga distancia</b>	103	28
<b>Circuitos europeos</b>	85	23
<b>Parques temáticos</b>	77	21
<b>Cruceros</b>	63	17
<b>Caribe</b>	55	15
<b>Aventura</b>	41	11
<b>Total</b>	<b>627</b>	

Respecto a los turistas que suelen cambiar de destino (en este caso la muestra fue de 642), la opción preferida para pasar sus vacaciones de verano en España son los parques temáticos, seguido de los circuitos, las ciudades, las playas y los espacios naturales y/o rurales (Cuadro IX). En cuanto a los destinos internacionales, se posicionan en primer lugar los destinos de aventura, las capitales europeas, el Caribe, la larga distancia, los parques temáticos, los cruceros y los circuitos europeos (Cuadro X).

Tabela 76 Destinos nacionales (Si sueles variar de destino) - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Parques temáticos</b>	578	90
<b>Circuitos</b>	559	87
<b>Ciudad</b>	546	85
<b>Playa</b>	385	60
<b>Espacios naturales/rurales</b>	282	44
<b>Total</b>	<b>2.350</b>	

Tabela 77 Destinos internacionales (Si suele variar de destino) - Fuente: Encuesta Viajeros. Observatur 2018

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Aventura</b>	526	82
<b>Capitales europeas</b>	360	56
<b>Caribe</b>	308	48
<b>Larga distancia</b>	225	35
<b>Parques temáticos</b>	180	28
<b>Cruceros</b>	173	27
<b>Circuitos europeos</b>	167	26
<b>Total</b>	<b>1.939</b>	

#### 4. CONCLUSIONES

La interpretación de los resultados permite concluir que todavía predominan los comportamientos tradicionales en el turismo emisor español. La fidelización es bastante elevada, un porcentaje considerable de turistas no cambian de ubicación durante sus vacaciones y, además, repiten destino. También resulta elevada la duración de las vacaciones que, en un alto porcentaje, superan los 10 días. Entre los turistas que van siempre o casi siempre al mismo destino, España, la playa y los espacios naturales y/o rurales son las opciones preferidas. En cuanto a los turistas que suelen cambiar de destino, los parques temáticos, los circuitos y la ciudad son las opciones más destacadas en los destinos nacionales y los destinos de aventura, las capitales europeas y el Caribe en los destinos internacionales. Investigaciones posteriores permitirán ampliar la serie temporal y detectar posibles variaciones anuales, así como cruzar los resultados con otros estudios estadísticos para reforzar de este modo las conclusiones obtenidas.

#### 5. BIBLIOGRAFIA

Ciudades Patrimonio de la Humanidad - Pliego de cláusulas administrativas: [http://ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/2018\\_PliegoContratacionGCPHE.pdf](http://ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/2018_PliegoContratacionGCPHE.pdf) (acceso 3 de septiembre de 2018).

Cuadrado-Roura, J., López, J. (2014). El Turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española. Estudios Turísticos 200 (2T), 19-38.

Hidalgo, C., Maene, O. (2017). The nature of Spain's international cultural tourism throughout the economic crisis (2008-2016): a macroeconomic analysis of tourists arrivals and spending, *Economies*, 5(3), 32.





Nieto, J., Román, I., Bonillo, D. (2016). La crisis económica y el turismo internacional en España. *Internacional Journal of Scientific Management Tourism*, 2 Vol, Iss 2, 271-283.

Observatorio de Turismo de Burgos - Universidad de Burgos: <https://www.ubu.es/observatorio-de-turismo-de-burgos> (acceso 3 de septiembre de 2018).

Observatorio del Turismo Rural - Grupo de Investigación sobre viajeros y alojamientos rurales: <http://www.escapadarural.com/observatorio> (acceso 3 de septiembre de 2018).

Observatur - ReinizaT: <http://www.observatur.es/observatur> (acceso 3 de septiembre de 2018).

ReinizaT - Hábitos y comportamientos del turista nacional (2018): <http://www.observatur.es/observatur/verano-2018-informe-final.pdf> (acceso 3 de septiembre de 2018).



XVI COLÓQUIO IBÉRICO  
GEOGRAFIA

# LIVRO DE ATAS

XVI COLÓQUIO IBÉRICO DE GEOGRAFIA

*Península Ibérica no Mundo:  
problemas e desafios para uma intervenção ativa da Geografia*

# LIBRO DE ACTAS

XVI COLOQUIO IBÉRICO DE GEOGRAFIA

*La Península Ibérica en el Mundo:  
problemas y desafíos para una intervención activa de la Geografía*

5 - 7 NOV. 2018 | LISBOA





---

Coordenadores: José Alberto Rio Fernandes; Jorge Olcina; Maria Lucinda Fonseca; Eduarda Marques da Costa; Ricardo Garcia; Carlos Freitas

Editor: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa

Grafismo: Maria João Raimundo

Editora: Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa

ISBN: 978-972-636-275-3 (E-Book)

DOI: disponível brevemente

Ano de Edição: 2018

---



## XVI COLÓQUIO IBÉRICO DE GEOGRAFIA

### **Península Ibérica no Mundo: problemas e desafios para uma intervenção ativa da Geografia**

Caro(a) colega geógrafo(a),

Realizou-se em Lisboa, nas instalações do IGOT, entre os dias 5 a 7 de novembro de 2018, o XVI Colóquio Ibérico de Geografia, aberto também a colegas de outros países que falam português ou espanhol,

O tema escolhido para enquadrar todas as apresentações e intervenção dos conferencistas convidados foi "Península Ibérica: problemas e desafios para uma intervenção ativa da Geografia", com 15 temáticas distribuídas pelas sessões paralelas. Existiram também mesas redondas sobre os temas mais atuais e uma saída de campo.

Foi um tempo de aprendizagem e de consolidação ou debate a propósito de investigação em curso, projetos futuros, ou reflexões mais teóricas.

Além disso, para lá da dimensão científica (central, por certo), pretendeu-se que este encontro fosse também um tempo de festa da Geografia, de encontro e de troca de informação e conhecimentos.

Saudações geográficas,

José Alberto Rio Fernandes (APG)  
Jorge Olcina (AGE)  
Lucinda Fonseca (IGOT/ULisboa)



## ORGANIZAÇÃO DO COLÓQUIO

### INSTITUIÇÕES

#### APG

A Associação Portuguesa de Geógrafos (APG) é uma associação profissional sem carácter sindical ou empresarial. Desde a sua fundação em 1987, tem procurado contribuir para a valorização da Geografia e para o reconhecimento da utilidade social dos geógrafos e das suas atividades profissionais, em domínios como o ensino, o planeamento e ordenamento do território, os estudos ambientais e os sistemas de informação geográfica. A APG promove, com periodicidade bianual, com o apoio de entidades científicas de carácter local, o Congresso da Geografia Portuguesa. Em colaboração com a Associação dos Geógrafos Espanhóis, a APG promove, também com periodicidade bianual e alternadamente em Portugal e Espanha, a realização do Colóquio Ibérico de Geografia. A APG é uma associação profissional que tem por fim contribuir para a valorização profissional e a correta atuação deontológica dos geógrafos no sentido de melhor servir a sociedade e o território, fomentando, desenvolvendo e difundindo a ciência geográfica portuguesa e as suas aplicações.

#### AGE

A Associação de Geógrafos Espanhóis é um grupo de profissionais da geografia cujo objetivo principal é promover e desenvolver a ciência geográfica espanhola e suas aplicações e disseminar e divulgar o conhecimento geográfico na sociedade. A AGE foi constituída em 1975 durante a celebração do IV Congresso Nacional de Geografia. Desde então, seu trabalho se concentrou na promoção de encontros científicos, coordenando a ação da geografia espanhola antes da sociedade e colaborando com outras associações geográficas nacionais e internacionais. Atualmente, a AGE agrupa cerca de 1.000 pessoas ligadas à geografia, principalmente, ensino, pesquisa e livre exercício da profissão geográfica. Entre as atividades da AGE enfatiza a celebração a cada dois anos dos Congressos de Geógrafos Espanhóis, dos quais são sede dos departamentos de geografia das universidades espanholas. Nos anos alternativos, a associação organiza dias de difusão da geografia, com o objetivo de aproximá-la à sociedade e apresentar suas propostas em assuntos atuais. Os membros da AGE recebem informações completas sobre a celebração e o resultado de todas as atividades e obtêm benefícios económicos substanciais na participação.

#### IGOT

O Instituto de Geografia e Ordenamento do Território (IGOT) da Universidade de Lisboa é a maior escola no campo de Geografia e Planeamento em Portugal. Nele se insere o Centro de Estudos Geográficos (CEG), um centro de excelência internacionalmente reconhecido e uma referência na investigação e disseminação do conhecimento geográfico, com principal destaque no: Planeamento Regional e Urbano, Avaliação de Políticas Públicas, Desenvolvimento Regional e Local, Estudos de Migração; GIS e Tecnologias de Informação, Geografia Humana e Regional, Geografia Física, Riscos e Impactos Ambientais e Regional, Turismo e Geografia Histórica. O IGOT tem como missão promover um ensino superior de qualidade, ao nível da formação graduada, pós-graduação e formação ao longo da vida, desenvolver atividades de investigação e desenvolvimento, difundir conhecimentos e prestar consultoria técnica e científica especializada à comunidade, nos domínios da geografia, do ordenamento e gestão do território, das políticas de desenvolvimento e da coesão territorial, do urbanismo, do ambiente, dos recursos e dos riscos, das dinâmicas e da organização sócio-espacial. O IGOT é membro da AESOP – Associação das Escolas Europeias de Planeamento e tem um corpo docente e de investigadores altamente qualificado, com valências científicas muito diversas, elevada internacionalização, forte orientação para a investigação e com competências para ministrar um ensino ao nível dos mais elevados padrões internacionais. Os docentes estão integrados nos grupos de investigação do Centro de Estudos Geográficos, unidade de investigação e desenvolvimento de referência em Portugal, nos diferentes domínios da Geografia e no Ordenamento do Território.



## COMISSÃO ORGANIZADORA

José Alberto Rio Fernandes (Pres. APG)  
Jorge Olcina (Pres. AGE)  
Maria Lucinda Fonseca (Pres. IGOT-ULisboa)  
Eduarda Marques da Costa (IGOT-ULisboa)  
Jorge Rocha (IGOT-ULisboa)  
Nuno Marques da Costa (IGOT-ULisboa)  
Ricardo Garcia (IGOT-ULisboa)  
Susana Pereira (IGOT-ULisboa)  
Rubén C. L. González (AGE)  
Maria del Carmen Mínguez García (AGE)  
Carlos Freitas (IGOT-ULisboa)  
Clara Guedes (APG)

## COMISSÃO CIENTÍFICA

Alina Esteves (IGOT-ULisboa)  
Ana Monteiro (FLUP)  
Ana Ramos Pereira (IGOT-ULisboa)  
Anna Ribas Palom (UGirona)  
António José Bento Gonçalves (UMinho)  
António Lopes (IGOT-ULisboa)  
Asunción Blanco Romero (UABarcelona)  
Cristiana Martinha (FLUP)  
Dolores Sánchez Aguilera (UBarcelona)  
Eduarda Marques da Costa (IGOT-ULisboa)  
Eduardo Brito Henriques (IGOT-ULisboa)  
Fátima Loureiro de Matos (FLUP)  
Fernanda Cravidão (FLUC)  
Flávio Paulo Jorge Nunes (UMinho)  
Herculano Cachinho (IGOT-ULisboa)  
Jesus M. Gonzalez (UIBaleares)  
João Figueira de Sousa (UNL)  
Joaquín Farinós Dasí (UValencia)  
Jorge Malheiros (IGOT-ULisboa)  
Jorge Rocha (IGOT-ULisboa)  
José Alberto Rio Fernandes (FLUP)  
José António Tenedório (UNL)  
José Luís Zêzere (IGOT-ULisboa)  
José Manuel Simões (IGOT-ULisboa)

José María Cuadrat Prats (UZaragoza)  
Juan Carlos García Palomares (UCMadrid)  
Juan Ignacio Plaza Gutiérrez (USalamanca)  
Lúcio Cunha (FLUC)  
Luís Moreno (IGOT-ULisboa)  
Maria José Roxo (UNL)  
Maria Lucinda Fonseca (IGOT-ULisboa)  
Maria Rocio Silva Perez (Usevilha)  
Mário Vale (IGOT-ULisboa)  
Miguel Angel Luengo Ugidos (USalamanca)  
Miguel Pazos Otón (USCompostela)  
Norberto Santos (FLUC)  
Nuno Marques da Costa (IGOT-ULisboa)  
Oriol Nello Colom (UABarcelona)  
Pablo Hernández de Arroyabe (UCantabria)  
Patrícia Pedro Rego (UÉvora)  
Paula Santana (FLUC)  
Paulo Morgado (IGOT-ULisboa)  
Pedro Chamusca (UPorto)  
Rui Gama Fernandes (FLUC)  
Sérgio Claudino (IGOT-ULisboa)  
Teresa Pinto Correia (UÉvora)  
Victor Fernández Salinas (USevilha)  
Xosé Manuel Souto (UValencia)

## DESENHO GRÁFICO E FOTOGRAFIA

Maria João Raimundo (IGOT-ULisboa)  
Rute Vieira (IGOT-ULisboa)

## APOIO TÉCNICO

Paulo Ferreira (IGOT-ULisboa)  
José Presas (IGOT-ULisboa)  
Luis Carlos Miranda Alves (IGOT-ULisboa)

## VOLUNTÁRIOS

Associação de Estudantes do IGOT-ULisboa  
Estudantes do IGOT-ULisboa



EIXO TEMÁTICO 08 - TURISMO E LAZER .....	661
ID 46: O TURISMO LITERÁRIO DE PAREDES DE COURA COMO APOSTA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL. PROJEÇÕES E LUGARES DE TURISMO CULTURAL.....	663
ID 507: REFLEXÕES SOBRE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA EM UMA COMUNIDADE RIBEIRINHA DA AMAZÔNIA BRASILEIRA: O CASO DE ANÃ NO MUNICÍPIO DE SANTARÉM/PARÁ .....	671
ID 626: REFLEXÕES SOBRE O TURISMO DE SEGUNDA RESIDÊNCIA E O ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO EM PORTUGAL .....	680
ID 671: ANÁLISIS DE LOS VIAJES POR OCIO Y TURISMO DE LOS ESPAÑOLES HACIA EL EXTERIOR .....	689
ID 672: ANÁLISIS DE LA PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EN EL LITORAL DE LA REGIÓN DE MURCIA (ESPAÑA).....	698
ID 673: EL PAPEL DE LAS CARRETERAS EN LA CONFIGURACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES DE MEDIADOS DEL SIGLO XX, DESDE EL CNFE DE 1926 AL PLAN DE MODERNIZACIÓN DE 1950.....	706
ID 674: LAS ÁREAS MONTAÑA EN LAS LEYES SOBRE TURISMO A ESCALA REGIONAL EN ESPAÑA: ANÁLISIS, BALANCE Y NUEVOS PLANTEAMIENTOS.....	716
ID 692: EL TURISMO RESIDENCIAL EN LAS ALPUJARRAS: CONSECUENCIAS DEMOGRÁFICAS Y TERRITORIALES .....	725
ID 706: EL PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL TURISMO CINEMATOGRAFICO EN LA CIUDAD DE MADRID .....	735
ID 707: PREFERÊNCIAS DE TURISTAS POR RECREIO E LAZER NA REGIÃO DO ALGARVE NUM CONTEXTO CLIMÁTICO EM MUDANÇA .....	744
ID 710: TURISMO EM SINTRA: DO CRESCIMENTO À GESTÃO SUSTENTADA .....	753
ID 723: A AMBIVALÊNCIA DO ARTESANATO COMO RECURSO TURÍSTICO - ALDEIAS HISTÓRICAS DE PORTUGAL .....	761
ID 743: O ‘BARÓMETRO’ DE VISITAÇÃO, UMA FERRAMENTA PARA MONITORIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO EM ÁREAS PROTEGIDAS: O CASO DA RESERVA NATURAL DAS BERLENGAS .....	769
ID 746: ANÁLISE COMPARADA DOS PRATICANTES DE TRAIL RUNNING EM CONTEXTO IBÉRICO .....	776
ID 761: ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE LOS BALNEARIOS ANDALUCES EN REDES VIRTUALES COMO HERRAMIENTA DE CONEXIÓN TERRITORIAL .....	784
ID 764: CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS ADHERIDOS A LA RED CITTASLOW EN ESPAÑA. LA CANDIDATURA DE BUBIÓN (GRANADA, ESPAÑA) .....	793
ID 790: EL OBSERVATORIO DE TURISMO EMISOR DE ESPAÑA (OBSERVATUR). UNA INICIATIVA DE COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA EN EL ÁMBITO DEL CONOCIMIENTO TURÍSTICO .....	804
ID 815: EXPLORAÇÃO DE DADOS GEOGRÁFICOS VOLUNTÁRIOS NA AVALIAÇÃO DA ATRACTIVIDADE TURÍSTICA E RECREATIVA DO TERRITÓRIO: ESTUDO COMPARADO ENTRE A REGIÃO DE LISBOA E DO SUDOESTE ALENTEJANO .....	813
ID 824: O TERRITÓRIO TURÍSTICO DA ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL DA COSTA DOS CORAIS (ALAGOAS – PERNAMBUCO) - BRASIL: A COMPLEXA RELAÇÃO DO PLANEJAMENTO, GESTÃO, TURISMO E CONFLITOS NO TERRITÓRIO .....	822