

**RECURSOS, POTENCIALIDADES Y MODELOS
TURÍSTICOS EN EL BAIXO ALENTEJO,
ALGARVE Y PROVINCIA DE HUELVA**

JOSÉ MANUEL JURADO ALMONTE
(Dir.)

Provincia de Huelva



Huelva

Universidad de Huelva
PUBLICACIONES

RECURSOS, POTENCIALIDADES Y MODELOS
TURÍSTICOS EN EL BAIXO ALENTEJO, ALGARVE
Y PROVINCIA DE HUELVA

José Manuel Jurado Almonte
(Dir.)



Universidad
de Huelva

COLLECTANEA

160

2011

©

Servicio de Publicaciones
Universidad de Huelva

©

José Manuel Jurado Almonte

Tipografía

Textos realizados en tipo Garamond de cuerpo 10, notas en Garamond de cuerpo 8/autó y cabeceras en versalitas de cuerpo 10.

Papel

Offset industrial blanco de 115 g/m²

Encuadernación

Rústica, cosido con hilo vegetal

Printed in Spain. Impreso en España.

I.S.B.N.

978-84-15147-30-5

Depósito legal

H-133-2011

Imprime

Imprenta Beltran S.L.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.

C.E.P.

Biblioteca Universitaria

Recursos, potencialidades y modelos turísticos en el Baixo Alentejo, Algarve y provincia de Huelva / José Manuel Jurado Almonte (dir.). – Huelva : Universidad de Huelva, 2011

463 p. ; 24 cm. – (Collectanea (Universidad de Huelva) ; 160)

ISBN 978-84-15147-30-5

1. Turismo - Alentejo (Portugal) 2. Turismo - Algarve (Portugal)
3. Turismo - Huelva I. Jurado Almonte, José Manuel II. Universidad de Huelva. II. Título. III. Serie.

338.48(460.354)

338.48(469.5/6)

CRÉDITOS DE REDACCIÓN

1. Introducción

José Manuel Jurado Almonte

2. Los modelos turísticos en el ámbito territorial del Baixo Alentejo, Algarve y Provincia de Huelva

José Manuel Jurado Almonte

3. El turismo rural y de naturaleza en Andalucía. Diagnóstico y perspectiva estratégica

Juan Ignacio Pulido Fernández y Pablo J. Cárdenas García

4. Indicadores básicos de intensidad de uso turístico para la gestión turística sostenible de los parques naturales

Juan Ignacio Pulido Fernández

5. As relações entre agricultura, ambiente e turismo no quadro da reforma da PAC. Algumas reflexões a propósito

António Covas

6. A bacia hidrográfica internacional do Guadiana: recursos hídricos e climáticos e o abastecimento de água ao turismo litoral do Algarve e de Huelva

Afonso do Ó y Enrique Santos Pavón

7. Las presiones institucionales del entorno medioambiental: aplicación a los campos de golf

Francisco José Riquel Liger y Alfonso Vargas Sánchez

8. Elementos simbólicos de la naturaleza proyectada en el turismo de interior

José Díaz Diego

9. Aproximación histórica a la planificación turística de la Costa de Huelva: el difícil encuentro entre los deseos y la realidad

Enrique Santos Pavón y Alfonso Fernández Tabales

10. "Huelva la luz", origen y primeros desarrollos de la marca: análisis del caso

Alfonso Vargas-Sánchez

11. El emprendimiento pro-sostenible. una aproximación a las iniciativas empresariales adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en la Provincia de Huelva

Ana Gessa Perera y Nuria Toledano Garrido

12. El golf en la Provincia de Huelva: oferta turística real y potencial

Arsenio Villar Lama

13. La creación de empresas de turismo rural en la Provincia de Huelva: factores dinamizadores

Nuria Toledano Garrido y Ana Gessa Perera

14. Paisaje y patrimonio minero en la Cuenca de Riotinto, un filón turístico

Concepción Foronda Robles

15. Análisis de la demanda del turismo de naturaleza como estrategia de desarrollo turístico en espacios naturales protegidos: el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche

David Flores Ruiz y María de la O Barroso González

16. Turismo accesible en Andalucía: un fin social necesario y rentable

Antonio Fernández Trisancho. Asociación Paz y Bien

17. A dimensão económica do turismo com abordagem pelo lado da procura/gastos: um ensaio a nível municipal na região do Algarve

Fernando Perna y Maria João Custódio

18. A importância da segunda habitação em destinos maduros: o caso do Algarve

Cláudia Ribeiro de Almeida, Ana Maria Ferreira y Carlos Costa

19. Autocaravanismo, de fonte de conflitos a nicho de oportunidades: abordagem estratégica para o destino Algarve

Alexandre Domingues y António Sampaio Ramos

20. Cooperación para el desarrollo sostenible del Bajo Guadiana

Equipo ODLANA

RECURSOS, POTENCIALIDADES Y MODELOS TURÍSTICOS EN EL BAIXO
ALENTEJO, ALGARVE Y PROVINCIA DE HUELVA

ÍNDICE

Prólogo	13
Francisco José Martínez López. Universidad de Huelva	
01. Introducción	17
José Manuel Jurado Almonte. Universidad de Huelva	
02. Los modelos turísticos en el ámbito territorial del Baixo Alentejo, Algarve y Provincia de Huelva	29
José Manuel Jurado Almonte. Universidad de Huelva	
03. El turismo rural y de naturaleza en Andalucía. Diagnóstico y perspectiva estratégica	63
Juan Ignacio Pulido Fernández y Pablo J. Cárdenas García. Universidad de Jaén	
04. Indicadores básicos de intensidad de uso turístico para la gestión turística sostenible de los parques naturales	89
Juan Ignacio Pulido Fernández. Universidad de Jaén	
05. As relações entre agricultura, ambiente e turismo no quadro da reforma da PAC. Algumas reflexões a propósito	115
António Covas. Universidade do Algarve	
06. A bacia hidrográfica internacional do Guadiana: recursos hídricos e climáticos e o abastecimento de água ao turismo litoral do Algarve e de Huelva	123
Afonso do Ó y Enrique Santos Pavón. Universidad de Sevilla	
07. Las presiones institucionales del entorno medioambiental: aplicación a los campos de golf	149
Francisco José Riquel Ligeró y Alfonso Vargas Sánchez. Universidad de Huelva	
08. Elementos simbólicos de la naturaleza proyectada en el turismo de interior	171
José Díaz Diego. Universidad Pablo de Olavide	
09. Aproximación histórica a la planificación turística de la Costa de Huelva: el difícil encuentro entre los deseos y la realidad	191
Enrique Santos Pavón y Alfonso Fernández Tabales. Universidad de Sevilla	

10. “Huelva la luz”, origen y primeros desarrollos de la marca: análisis del caso	227
Alfonso Vargas Sánchez. Universidad de Huelva	
11. El emprendimiento pro-sostenible. una aproximación a las iniciativas empresariales adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en la Provincia de Huelva	245
Ana Gessa Perera y Nuria Toledano Garrido. Universidad de Huelva	
12. El golf en la Provincia de Huelva: oferta turística real y potencial	267
Arsenio Villar Lama. Universidad de Sevilla	
13. La creación de empresas de turismo rural en la provincia de Huelva: factores dinamizadores	295
Nuria Toledano Garrido y Ana Gessa Perera. Universidad de Huelva	
14. Paisaje y patrimonio minero en la Cuenca de Riotinto, un filón turístico	311
Concepción Foronda Robles. Universidad de Sevilla	
15. Análisis de la demanda del turismo de naturaleza como estrategia de desarrollo turístico en espacios naturales protegidos: el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche	339
David Flores Ruiz y María de la O Barroso González. Universidad de Huelva	
16. Turismo accesible en Andalucía: un fin social necesario y rentable	357
Antonio Fernández Trisancho. Asociación Paz y Bien	
17. A dimensão económica do turismo com abordagem pelo lado da procura/gastos: um ensaio a nível municipal na região do Algarve	373
Fernando Perna y Maria João Custódio. Universidade do Algarve – CIIT Portugal	
18. A importância da segunda habitação em destinos maduros. O caso do Algarve	393
Cláudia Ribeiro de Almeida, Ana Maria Ferreira y Carlos Costa. Universidade do Algarve y Universidade de Aveiro	
19. Autocaravanismo, de fonte de conflitos a nicho de oportunidades: abordagem estratégica para o destino Algarve	415
Alexandre Domingues y António Sampaio Ramos. CCDR Algarve	
20. Cooperación para el desarrollo sostenible del Bajo Guadiana	441
Equipo ODIANA	

A IMPORTÂNCIA DA SEGUNDA HABITAÇÃO EM DESTINOS MADUROS. O CASO DO ALGARVE

Cláudia Ribeiro de Almeida

Ana Maria Ferreira

Universidade do Algarve - ESGHT
calmeida@ualg.pt; amferrei@ualg.pt

Carlos Costa

Universidade de Aveiro – DEGEI
ccosta@ua.pt

1. MODELOS TEÓRICOS PARA AVALIAÇÃO DO CICLO DE VIDA DOS DESTINOS

Um dos primeiros autores a escrever sobre o desenvolvimento turístico nos destinos foi Gilbert (1939), cit. in Getz (1992) e posteriormente Christaller (1963), um geógrafo e projectista que trabalhou durante a era de Hitler na Alemanha. O seu trabalho só ficaria conhecido fora do país, após a II Grande Guerra Mundial.

No início dos anos 70 novas abordagens foram apresentadas por Cohen (1972) e Plog (1973), que salientavam a existência de diferentes tipologias de turistas do ponto de vista comportamental (Cohen) e psicográfico (Plog) (Butler, 2004).

Durante a década de 70 aumentaram as preocupações relativas aos impactes originados pelo desenvolvimento turístico. Doxey, 1975, cit. in Butler (2004) apresentou o conceito do *Irridex*, ou seja a relação entre os turistas e os residentes locais. A teoria de Doxey realça o facto de que o aumento do número de turistas num destino turístico gera situações de hostilidade por parte dos residentes locais para com os turistas.

Segundo Doxey, 1975, cit. in Butler (2004), este processo ocorre em várias etapas: (i) *Euforia* (Os visitantes são bem acolhidos pelos residentes e existe pouco planeamento); (ii) *Apatia* (Os visitantes são em maior número e o contacto é mais formal); (iii) *Aborrecimento* (Começa a existir uma saturação por parte dos residentes relativamente aos visitantes. O controle é efectuado através da construção de novas infra-estruturas e não pela limitação do crescimento); (iv) *Antagonismo* (Surtem sinais de irritação por parte

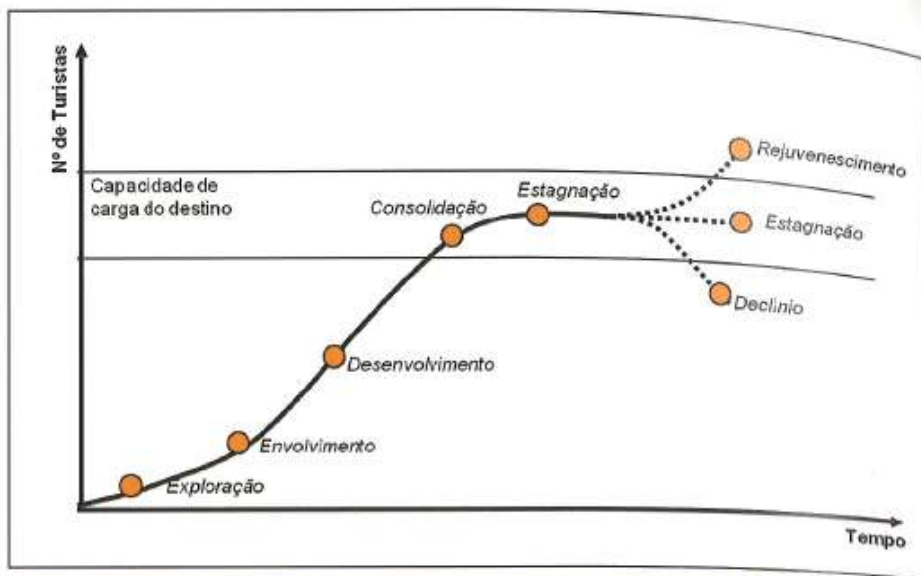


Figura 1. Ciclo de vida de uma área turística (Butler, 1980). Fonte: Adaptado de Butler (1980).

dos residentes relativamente aos visitantes. O planeamento é urgente e a deterioração do destino é uma realidade).

Stansfield, 1978, cit. in Butler (2004), aplicou conceitos salientados por Christaller (1963) a Atlantic City (EUA), onde identificou as várias etapas descritas pelo autor. No início dos anos 80 o geógrafo Butler (1980) desenvolveu um modelo conceptual com base nas ideias propostas por Gilbert, 1939, cit. in Getz (1992), Christaller (1963) e de Cohen (1972), Plog (1973) e Doxey (1975), cit. in Butler (2004), que ficou conhecido como TALC (Tourism Area Life Cycle), ou seja, Ciclo de Vida de uma Área Turística.

Em 1988, Strapp apresenta uma reformulação ao modelo apresentado por Butler, utilizando indicadores de análise distintos, o que lhe permitia obter uma curva do ciclo de vida diferente da apresentada por Butler em 1980 (Strapp, 1988).

De todos os modelos identificados o de Butler (1980) e o de Strapp (1988) revelaram-se os mais apropriados para aplicar ao nosso estudo, sendo por isso apresentados de forma detalhada adiante.

I.1. MODELO DO CICLO DE VIDA DOS DESTINOS PROPOSTO POR BUTLER (1980)

O modelo sugerido por Butler (1980) apresenta-se como uma curva do ciclo de vida do produto, utilizada anteriormente por muitos economistas e gestores de marketing para descrever o comportamento do mercado no processo de compra de bens e serviços. Segundo Lundgren, 1984 in Weaver (2006), Butler conseguiu desenhar um ciclo sobre um contexto que facilmente se percebe e reconhece mas que nem sempre permite um indivíduo formular como uma teoria.

Butler (1980) pretendia apresentar uma metodologia de análise evolutiva de uma área ou destino turístico, salientando que passa por um conjunto de etapas sucessivas que se interligam entre si e que têm impactes directos no processo de desenvolvimento de um destino, são elas: a exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação e a estagnação.

Butler (1980) sugere que após esta última etapa podem acontecer três cenários distintos, o rejuvenescimento do destino, a continuação da estagnação ou até mesmo o declínio (Ver Figura 1).

De seguida apresentamos de forma detalhada as características que estão associadas a cada uma destas mesmas etapas (Tabela 1).

TABELA 1. ETAPAS DO CICLO DE VIDA DO DESTINO POR FACTOR DE ANÁLISE

ETAPA 1 - EXPLORAÇÃO (Descoberta)	
Visitantes:	Nº reduzido (exploradores)
Relação visitante/visitado:	Contacto directo e informal Ambiente muito informal e típico
Infra-estruturas:	Básicas de apoio à população residente
Sistema turístico:	Inexistente (Reservas efectuadas directamente pelos visitantes)
Comércio:	Local e de índole familiar e tradicional
Impactes gerados:	Reduzidos ou quase nulos
Tipo de estada:	Visita ou permanência mais longa
ETAPA 2 - ENVOLVIMENTO (Euforia)	
Visitantes:	Aumento da procura turística
Relação visitante/visitado:	Contacto directo / Ambiente acolhedor
Infra-estruturas:	Básicas de apoio à população residente Desenvolvimento de novos acessos ao destino (Ex: Aeroporto/Estradas) Novas infra-estruturas turísticas
Sistema turístico:	Informal, baseado em empresas locais Criação de um Órgão de Gestão do Destino Primeiras campanhas promocionais do destino
Comércio:	Surgimento de novas empresas locais de maiores dimensões
Impactes gerados:	Reduzidos
Tipo de estada:	Férias de longa duração (1/2 semanas ou superior)
ETAPA 3 - DESENVOLVIMENTO (Muito desenvolvimento e pouco planeamento)	
Visitantes:	Picos de procura - Sazonalidade acentuada
Relação visitante/visitado:	Apatia, revolta ou até mesmo incómodo por parte dos residentes Sinais de tipicidade dão lugar a um destino genérico e com ambiente internacional
Infra-estruturas:	Abertura de novas infra-estruturas de apoio ao turismo/Ex: Campos de golfe, parques temáticos e marinas.

Sistema turístico:	Destino passa a integrar o sistema turístico
	Aumento da presença dos Operadores turísticos no destino
	Dependência excessiva nos Operadores turísticos / Voos Charter
	Campanhas de marketing do destino mais estruturadas
Comércio:	Internacional e pouco típico da região
Impactes gerados:	Ambientais (poluição) e sociais (criminalidade)
	Duplicação da população nos meses de grande procura turística
	Erros urbanísticos e desordenamento do território
	Necessidade urgente de planeamento
Tipo de estada:	Pacotes de férias 7 ou 14 noites / Estadas superiores para proprietários
ETAPA 4 - CONSOLIDAÇÃO (Turismo de massas)	
Visitantes:	Decréscimo da procura (turismo de massas)
Relação visitante/visitado:	Meramente comercial
Infra-estruturas:	Necessidade urgente de novas infra-estruturas básicas
	Empresas reconhecidas internacionalmente instalam-se no destino (Ex: Cadeias hoteleiras)
Sistema turístico:	Dependência no cliente do Operador turístico/Concorrência via preço/ Perda da qualidade do serviço
Comércio:	Franchising de marcas internacionais
Impactes gerados:	Capacidade de carga no limite ou ultrapassada
Tipo de estada:	Pacotes de férias 7 ou 14 noites / Estadas superiores para proprietários
ETAPA 5 - ESTAGNAÇÃO (Constatação de problemas)	
Visitantes:	Decréscimo da procura (turismo de massas)
Relação visitante/visitado:	Meramente comercial
Infra-estruturas:	Envelhecidas e a exigir renovação ou reabilitação
Sistema turístico:	Dependência no cliente do Operador turístico/Concorrência via preço para captar clientes
Comércio:	Internacional e pouco típico da região
Impactes gerados:	Capacidade de carga no limite ou ultrapassada/Impactes ambientais, sociais e económicos
Tipo de estada:	Pacotes de férias 7 ou 14 noites / Proprietários visitam o destino várias vezes por ano
Alojamento classificado:	Consolidação das marcas internacionais
Alojamento familiar:	Habitações assumem preços especulativos e aumenta a procura para arrendamento
ETAPA 5.1 - ESTABILIZAÇÃO	
Visitantes:	Decréscimo da procura / Perda da competitividade e popularidade do destino
Relação visitante/visitado:	Revolta pelos impactes causados pelo turismo
Infra-estruturas:	Deterioradas e envelhecidas
Sistema turístico:	Dependência no cliente do Operador turístico/Necessidade de rever a cadeia de distribuição
Comércio:	Marcas Internacionais e pouco comércio local
Impactes gerados:	Impactes ambientais, sociais e económicos
Tipo de estada:	Visita de curta duração (fim de semana) ou permanência mais longa (reformados)
Alojamento classificado:	Abandono de marcas internacionais
Alojamento familiar:	Habitações assumem preços especulativos e aumenta a procura para arrendamento

ETAPA 5.2 - DECLÍNIO	
Visitantes:	Quebra acentuada
Relação visitante/visitado:	Revolta pelos impactes causados pelo turismo
Infra-estruturas:	Infra-estruturas turísticas abandonadas/fechadas convertidas em complexos para residentes ou idosos
Sistema turístico:	Diminuição das reservas via Operador turístico/ Aumento da reserva directa
Comércio:	Algumas marcas internacionais abandonam o destino rumo a outros mais populares
Impactes gerados:	Impactes ambientais, sociais e económicos
Tipo de estada:	Viagens de curta duração/Estadas de maior duração para proprietários reformados
Alojamento classificado:	Quebra da qualidade do alojamento
Alojamento familiar:	A perda de atractividade do destino origina a venda de várias habitações de uso sazonal
ETAPA 5.3 - REJUVENESCIMENTO	
Visitantes:	Aumento da procura turística
Relação visitante/visitado:	Desconfiança pelo que aconteceu no passado
Infra-estruturas:	Melhoria da qualidade das infra-estruturas básicas e dos acessos ao destino Novas infra-estruturas turísticas
Sistema turístico:	Menor presença dos Operadores turísticos / Reserva directa (internet) Renovação da imagem e Reestruturação das campanhas de marketing
Comércio:	Renovação / Procura de produtos típicos / Marcas internacionais
Impactes gerados:	Políticas de Qualidade e Sustentabilidade com vista ao planeamento e uso correcto do solo Adopção de planos de acção concertada entre o sector público e privado
Tipo de estada:	Maior número de visitas ao longo do ano (feriados, fins de semanas prolongados, férias) Proprietários com estada média superior ao turista comum
Alojamento classificado:	Desenvolvimento de novos conceitos de alojamento/ Ex: Resorts integrados
Alojamento familiar:	Novos investimentos em projectos imobiliários com maior procura por parte de estrangeiros

Elaboração própria a partir de Christaller (1963); Gilbert, 1939 cit. in Getz (1992); Stansfield (1970); Plog, 1972 e Cohen, 1979 citados in Butler (2004); Buder (1980); Lundgren, 1984, cit. in Weaver (2006); Haywood, 1986, cit. in Williams (1993); Strapp (1988); Getz (1992); Goodall (1992); Gordon (1992); Gonçalves (1995); Wall, 1982 e Johnston, 2001 cit. in Ioannides (2006); Vera Rebollo (2004); Weaver (2006); Reid (2006); Ioannides (2006); Bieger (2006); Keller (2008).

1.2. MODELO DO CICLO DE VIDA DOS DESTINOS PROPOSTO POR STRAPP (1988)

Strapp (1988) efectuou uma análise detalhada das etapas de estagnação e declínio de modo a verificar se existia evidência teórica que lhe permitisse formular uma teoria relativamente às segundas residências. Para o autor a fase de declínio de um *resort* não tem que ser obrigatoriamente o declínio de todo o destino, particularmente se estiver em causa um *resort* de segunda habitação.

No seu estudo Strapp (1988) analisou de perto a realidade de Sauble Beach no Ontário, uma área turística com procura sazonal acentuada no Verão e aos fins-de-semana. O autor pretendia validar as considerações teóricas sugeridas por Butler (1980) relativamente à quebra do número de turistas nas etapas de estagnação e declínio. O autor concluiu

que um cenário de decréscimo de turistas não significa obrigatoriamente o declínio de toda a comunidade envolvente, pelo facto dos turistas serem substituídos por outros que trazem novos rendimentos para a região.

Esta evidência levou-o a aplicar um novo indicador no seu estudo, substituindo o inicialmente proposto por Butler (1980) relativo ao “Nº de turistas” pelo da “Estada média dos turistas”. Esta alteração no cálculo originou uma alteração no resultado final e na leitura que o autor faz da fase de estagnação de um destino turístico.

Ao substituir o nº de turistas pela estada média dos turistas, Strapp (1988) verificou que o tempo médio de estada diminui há medida que os anos passam, que os acessos melhoram e as infra-estruturas se desenvolvem, situação que pode ser ultrapassada com um conjunto de estratégias adequadas das entidades públicas e privadas do destino (Ver Figura 2).

Strapp (1988) verificou que no contexto da duração média da estada num destino se podem suceder à fase de estagnação três cenários distintos:

- (i) *Declínio*, com uma quebra acentuada do tempo médio de estada e uma maior procura do destino para viagens de curta duração;
- (ii) *Rejuvenescimento* das atracções turísticas com a exploração de novos recursos, sendo o tempo médio de estada variável de acordo com o tipo de atracção existente;
- (iii) *Estabilização*, importante pois permite o aumento da estada média por parte dos proprietários de uma segunda habitação, sendo muito associada a turistas numa idade de pré-reforma ou reforma do Norte da Europa ou da América do Norte.

Em Sauble Beach no Ontário, sucederam-se um conjunto de situações que permitiram o autor relaciona-las com o ciclo de vida proposto por Butler (1980):

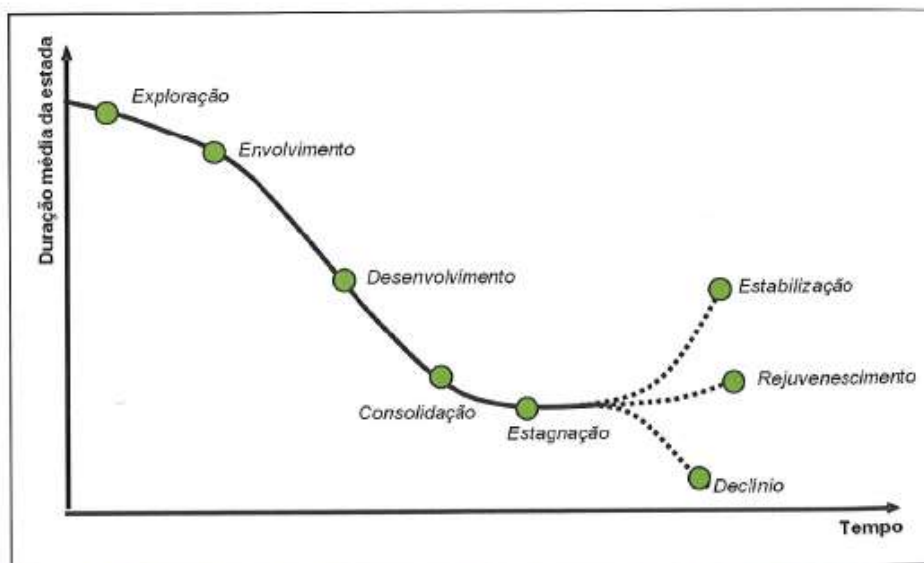


Figura 2. Ciclo de vida de um destino associado à duração média da estada (Strapp, 1988).
Fonte: Adaptado de Strapp (1988).

- (i) Não terem surgido novas empresas de serviços ou infra-estruturas que gerassem emprego desde que o processo de estabilização se iniciou;
- (ii) Utilização das propriedades no Inverno devido ao aumento do tempo livre dos seus proprietários em processo de pré-reforma ou reforma;
- (iii) Instalação de novos serviços, como por exemplo a TV por cabo;
- (iv) Criação de regulamentos relativos à qualidade do isolamento das habitações, que visavam preparar os imóveis para uma utilização durante todo o ano;
- (v) Estabelecimento de regras e legislação relativa ao planeamento e ordenamento do território e ainda o funcionamento ao longo de todo o ano de infra-estruturas públicas e privadas (Strapp, 1988).

Segundo Strapp (1988) o processo de estabilização nas áreas residenciais tem que ser planeado e orientado pelos gestores do destino de forma integrada e estruturada de modo a apetrechar a região com infra-estruturas e serviços ao longo de todo o ano.

O planeamento nesta etapa deve ser adequado ao tipo de utilização das propriedades de modo a serem estabelecidos padrões de comportamento e de uso dos serviços existentes. O autor salienta que após o processo de estabilização o destino deve passar por uma fase de rejuvenescimento e ajuste de imagem para se poder manter no mercado.

De acordo com Strapp (1988) as segundas habitações podem assumir um papel importante em etapas mais avançadas do ciclo de vida, nomeadamente em períodos pós estagnação.

Butler (1980) refere que um destino após um período de estagnação pode atingir novas dimensões de desenvolvimento ou até mesmo declínio, referindo que nos destinos onde existem segundas habitações, a fase de declínio no turismo tradicional pode ser contrabalançada pelo aumento da estada média dos proprietários e das receitas associadas.

Keller (2008) refere que em etapas de rejuvenescimento, os destinos podem atrair o interesse de novos investidores, nomeadamente ao nível da construção de novas tipologias de alojamento, com uma capacidade elevada e potencial para gerar uma fonte de receita para os potenciais clientes. Esta estratégia pode cativar novos segmentos de mercado turístico e novos investidores.

Todas estas estratégias devem ser acompanhadas de legislação adequada, nomeadamente a relacionada com as questões de planeamento e uso do solo, assim como da utilização das habitações de uso sazonal, de modo a evitar situações de especulação imobiliária ou fuga ao pagamento de impostos.

Keller (2008) salienta ainda que esta etapa potencia o desenvolvimento de *resorts* no destino, com a oferta de diferentes tipologias de alojamento e até mesmo actividades de animação.

As considerações referidas anteriormente permitem-nos afirmar que a cada etapa do ciclo de vida estão associados diferentes tipologias de alojamento, que visam ir ao encontro das necessidades da procura em distintos momentos de desenvolvimento, acompanhados de alterações nas infra-estruturas e serviços relacionados com o turismo.

2. METODOLOGIA

O presente artigo pretende avaliar a importância que as segundas habitações podem ter num destino maduro, como é o caso do Algarve, utilizando como referência os indicadores propostos pelos autores referidos no ponto anterior.

Em primeiro lugar recolhemos junto do Instituto Nacional de Estatística dados relativos ao número de estabelecimentos classificados por categoria (1960-2007) e o número de estabelecimentos de uso sazonal referidos nos Censos de 1970, 1981, 1991 e 2001, que nos permitiram avaliar a evolução de ambos os indicadores no Algarve e verificar se as teorias propostas se verificavam nesta região, ou seja, que em diferentes etapas de desenvolvimento surgem novas tipologias de alojamento classificado, de acordo com as necessidades da procura, assim como se verifica um aumento dos alojamentos de uso sazonal. De seguida, e para aferir a teoria de Strapp (1988), relativamente à duração da estada média, foram utilizados dados da AHETA (2008) que nos permitem verificar a evolução deste indicador entre 1997 e 2007, que comparámos com os referidos pelos passageiros proprietários de uma segunda habitação e pelos passageiros que demonstraram intenção de vir a adquirir uma habitação no Algarve, inquiridos no Aeroporto de Faro entre 21 de Junho e 19 de Outubro de 2007.

Através de uma amostra não aleatória por quotas foram inquiridos 4147 passageiros, que se deslocavam para o Reino Unido, Alemanha, Holanda e Irlanda. O objectivo deste questionário era a recolha de dados que permitissem caracterizar o perfil, motivações e características de passageiros proprietários ou de passageiros com intenção de compra de um imóvel no Algarve. Os dados recolhidos permitem-nos ainda no âmbito deste artigo aferir algumas das características inerentes a um indivíduo que possui uma segunda habitação no Algarve.

3. O CASO DO ALGARVE

3.1. EVOLUÇÃO DO ALGARVE ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO

O Algarve é a região localizada no Sul de Portugal e no extremo ocidental da Península Ibérica, apresentando-se como uma região periférica tanto em termos nacionais como em termos internacionais, nomeadamente face aos restantes Estados membros da União Europeia. Esta região com cerca 5000 km², ocupa cerca de 6% da superfície total do país e apresenta uma extensa faixa litoral, uma área de barrocal e outra de serra (Mapa 1).

Nas quatro últimas décadas o Algarve sofreu uma evolução resultante do desenvolvimento turístico registado, a qual viria a transformar a sua realidade socio-económica, com reflexos no perfil de especialização económica e na ocupação territorial.

Actualmente é um destino reconhecido internacionalmente e que acolhe milhões de turistas nacionais e internacionais, possuindo uma oferta diversificada de serviços de apoio ao turismo. Nos últimos anos a região sofreu uma alteração no seu modelo de negócio que se deve em parte à alteração associada à procura directa por parte dos turistas, motivada

pela distribuição electrónica e pelo início da operação das companhias aéreas de baixo custo com modelos de operação distintos das demais companhias aéreas.

Enquanto destino turístico o Algarve começou a afirmar-se nacional e internacionalmente nos anos sessenta, década em que a região ficaria acessível ao mundo por via aérea devido à abertura em 1965 do Aeroporto Internacional de Faro.



Figura 2. Ciclo de vida de um destino associado à duração média da estada (Strapp, 1988).
Fonte: Adaptado de Strapp (1988).

As quatro décadas de desenvolvimento que se lhe seguiram permitiram ao Algarve consolidar-se como um destino turístico com uma oferta diversificada e um conjunto de serviços de reconhecido valor para os turistas nacionais e internacionais.

3.3. DISCUSSÃO DE RESULTADOS

3.3.1. ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE ALOJAMENTO EM DIFERENTES ETAPAS DE DESENVOLVIMENTO

Nos conceitos teóricos expostos no primeiro ponto deste artigo, verificou-se que autores como Butler (1980), Strapp (1988) e Keller (2008), defendem que no processo de desenvolvimento dos destinos se verifica uma alteração na tipologia dos meios de alojamento classificado e um aumento dos alojamentos de uso sazonal, como resposta ao aumento da procura e das diferentes necessidades associadas.

Para avaliarmos esta teoria relativamente ao Algarve foram inventariados dados sobre o alojamento classificado por categoria desde 1960 até 2007, assim como o número de alojamento de uso sazonal nos anos de 1970, 1981, 1991 e 2001. Os dados permitiram-nos englobar num mesmo gráfico as diferentes tipologias de alojamento (classificado e de uso sazonal) (Figura 3).

A análise deste gráfico permite-nos verificar que ao longo destas quatro últimas décadas têm surgido na região diferentes tipologias de alojamento, que visam dar resposta à procura massificada que se registou a partir do final dos anos setenta. Nos anos de 2004 e 2005 verifica-se um abrandamento.

Estes dados vêm comprovar as teorias apresentadas anteriormente, ou seja, que ao longo das várias etapas do ciclo de vida surgem diferentes necessidades motivadas pelo aumento do fluxo de turistas, que suscitam o investimento em novos meios de alojamento e novas infra-estruturas de animação e outras de apoio ao sector turístico, como aliás se pode verificar no caso do Algarve.

A política de turismo adoptada nos primeiros anos de desenvolvimento da região algarvia era favorável à construção de hotéis, considerados mais vantajosos para o país em termos de interesse público, em desfavor do imobiliário turístico, encarado como mais penalizador quer para o património paisagístico algarvio, quer para o incremento de outras actividades económicas (Ferreira, 1997 e 2003).

A região algarvia constitui um exemplo de um destino onde foram surgindo diferentes meios de alojamento, sejam eles os de uso sazonal ou os de alojamento classificado, que visavam dar resposta a uma procura massificada proveniente dos mercados do Centro e Norte da Europa através de operadores turísticos que vendiam pacotes de férias que incluíam o voo (charter), a estada num meio de alojamento, o serviço de transporte de e para o meio de alojamento, a assistência durante a estada, entre outros. Ferreira (1997) salienta que a exploração que se verificou deu prioridade ao crescimento da oferta a curto prazo e ao aumento do número de turistas propiciado pelas vantagens, em termos de custos, oferecidas pelas diferenças cambiais e por uma mão-de-obra barata.

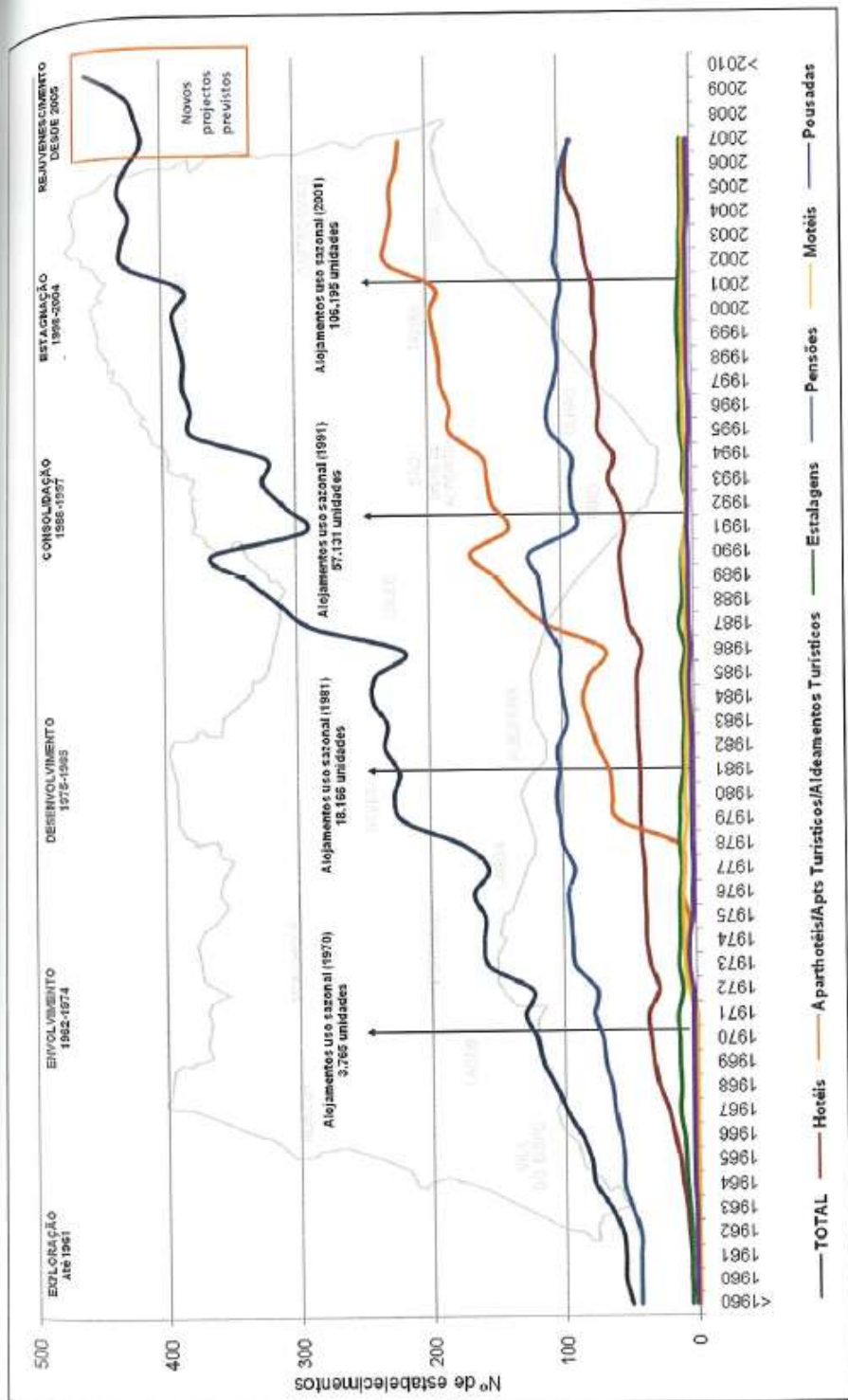


Figura 3. Aplicação do conceito de ciclo de vida proposto por butler (1980) ao destino Algarve com base no indicador referente à evolução dos Estabelecimentos classificados por categoria e Alojamentos clássicos de uso sazonal (1960-2007). Fonte: Elaboração própria a partir de INE (1962, 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970a, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981a, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991a, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001a, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 e 2007a); ERTA (2008).

A oferta de pacotes de férias originou uma dependência excessiva nos operadores turísticos e nos voos charter que operavam numa base sazonal, limitando a actividade da região a períodos com elevados picos de procura (Abril a Setembro) em detrimento de outros com menor procura (Outubro a Março). Este modelo de crescimento perdurou no Algarve durante mais de 30 anos, sendo alterado após o início da operação das companhias aéreas de baixo custo para a região em 1997.

O modelo de negócio actual baseia-se numa procura directa por parte do turista, motivada pela distribuição electrónica, que tem potenciado o desenvolvimento de novas empresas virtuais de intermediação turística.

O Algarve é a região do país que sofreu a maior e mais profunda transformação estrutural em termos económicos e sociais, possuindo hoje um modelo que representa uma ruptura total com o passado, ao contrário de outras regiões que progrediram ou regrediram dentro do modelo existente (Neto, 2007).

Apesar de se terem registado, ao longo das últimas décadas de desenvolvimento turístico, momentos de menor procura, verifica-se que o mesmo não aconteceu no sector da construção civil, situação que se justifica pelo facto dos nacionais e estrangeiros terem reconhecido a região como local ideal para a compra de uma segunda habitação.

Esta tendência tornou-se ainda mais evidente após o início da operação das companhias aéreas de baixo custo para o Aeroporto de Faro, permitindo o aumento da oferta de rotas para vários destinos europeus, e logo uma maior procura por parte de turistas que possuem um imóvel ou que o adquiriram nos últimos anos. Mais adiante, na apresentação dos resultados relativos ao questionário efectuado a proprietários estrangeiros de um imóvel no Algarve, pode-se verificar a relação directa que existe entre o início da operação destas companhias aéreas e a aquisição de uma segunda habitação por parte de estrangeiros.

O desenvolvimento urbanístico aliado à boa qualidade associada aos apartamentos e moradias e ao bom clima da região originaram o crescimento de um mercado paralelo de arrendamento de habitações por parte de proprietários nacionais e estrangeiros em períodos de maior procura turística na região, em detrimento do alojamento classificado (Neto, 1988). Este tipo de procura associada a meios de alojamento não classificado assumiu grandes proporções, assegurando rendimentos aos proprietários dos imóveis e o emprego aos colaboradores de várias empresas durante todo o ano (Neto, 1988). Importa referir que está prevista a construção de 46 novos resorts no Algarve a curto prazo, o que se traduz num acréscimo de 60.000 camas disponíveis.

Por outro lado a região tem vindo a dinamizar outras áreas, nomeadamente o desenvolvimento de novas atracções, como é o caso do novo Autódromo que abriu no final de 2008. Por outro lado têm sido nas últimas semanas anunciadas novos investimentos de grande importância para a região, como por exemplo o Plano de Expansão do Aeroporto de Faro, a construção de um novo Hospital ou até mesmo a melhoria de acessos viários na EN 125. Qualquer um destes investimentos é tão importante para atrair o turismo como e principalmente para servir os residentes.

Todos estes indicadores nos levam a afirmar que o Algarve se encontra numa etapa de rejuvenescimento, apresentando as características salientadas por Butler (1980) e Weaver

(2006) relativamente a esta fase de desenvolvimento, nomeadamente o facto de se adequarem estratégias concertadas de planeamento, ordenamento e uso do território, trabalho conjunto entre as organizações turísticas do sector público e privado e acima de tudo pela renovação de imagem do destino com a criação de novos serviços, infra-estruturas e oferta de novas atracções.

3.3.2. ANÁLISE DA ESTADA MÉDIA (TEORIA DE STRAPP)

Para além dos dados já apresentados, pareceu-nos importante trazer a discussão a teoria de Strapp (1988), autor que refere que os destinos ao atingirem etapas pós estagnação podem tornar-se atractivos para turistas que pretendem permanecer no destino mais tempo, e que normalmente ficam alojados numa habitação própria, arrendada ou emprestada.

A teoria de Strapp (1988) baseia-se na análise dos dados relativos à estada média no destino, indicador que segundo o autor demonstra o tipo de envolvimento que os turistas têm com a região. Para podermos comprovar a teoria apontada pelo autor foi necessário recolher dados relativos à estada média no Algarve, indicador que não se encontrava disponível para a mesma série temporal utilizada nos outros indicadores, pelo que só nos foi possível analisar dados disponibilizados pela AHETA (2007) desde 1997 a 2007 (Figura 4).

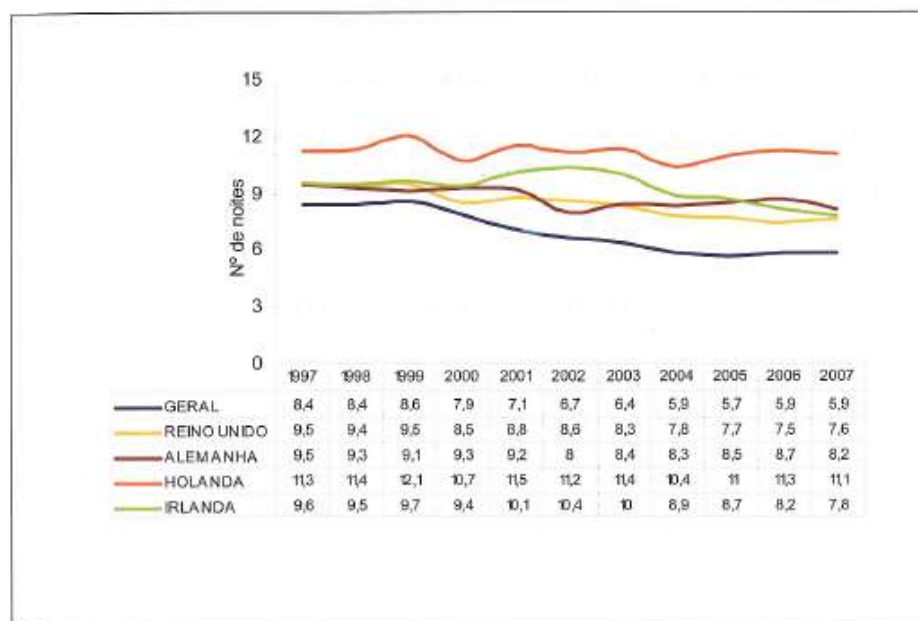


Figura 4. Análise comparativa do Ciclo de vida proposto por Strapp (1988) com os valores referentes à estada média no Algarve por mercado (1997-2007). Fonte: Elaboração própria a partir de Strapp (1988) e AHETA (2007).

A informação disponível permitiu-nos comparar dados relativos aos quatro mercados internacionais que apresentam uma maior representatividade na região, o Reino Unido, Alemanha, Holanda e Irlanda, permitindo-nos confirmar a primeira parte da teoria de Strapp (1988), ou seja, que se verifica um decréscimo na duração da estada no Algarve para qualquer um dos mercados ao longo da década em análise.

Numa análise mais detalhada fomos comparar os dados apresentados pela AHETA relativos ao ano de 2007 com os inventariados aquando da aplicação de um questionário, também no ano de 2007, a passageiros proprietários de um imóvel e a passageiros que têm intenção de vir a adquirir um imóvel nesta mesma região, de modo a verificar se existiam algumas semelhanças e se poderíamos avaliar a teoria proposta por Strapp (1988) (Figura 5)

A leitura do Figura 5 permite-nos verificar que existe uma diferença significativa entre o valor referente à estada média geral (AHETA) e aquela que nos é apontada pelos proprietários. Os passageiros com intenção de compra apresentam valores muito semelhantes aos da estada média geral apresentada pela AHETA.



Figura 5. Análise comparativa da estada média no Algarve por mercado (2007). Fonte: Almeida (2009); AHETA (2007).

3.3.3. ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DOS PROPRIETÁRIOS DE UMA SEGUNDA HABITAÇÃO NO ALGARVE

Para avaliar as características de um proprietário de uma segunda habitação no Algarve foram utilizados dados que decorrem de uma investigação de Doutoramento em Turismo, onde foram inquiridos no Aeroporto de Faro passageiros que se deslocavam para o Reino Unido, Alemanha, Holanda e Irlanda, entre os dias 21 de Junho e 19 de Outubro de 2007.

Dos 4147 passageiros inquiridos, cerca de 62,4% ficou durante a sua estada num estabelecimento hoteleiro, enquanto cerca de 34,7% escolheu um alojamento não hoteleiro, ou seja, casa arrendada a particulares (11,1%), casa de familiares e amigos (10,9%) e casa

própria (12,7%). Verifica-se deste modo um elevado número de passageiros a escolher o alojamento não hoteleiro, o que pode deixar perceber a importância que esta modalidade está a ganhar na região algarvia.

Relativamente aos passageiros proprietários de um imóvel no Algarve verifica-se que cerca de 12,1% considera a sua habitação na região como a sua primeira casa, enquanto os restantes 87,9% a consideram a sua segunda casa.

Este dados parece-nos importante pois reflectem a importância que a região assume para estas pessoas, que a escolhem como sua área de residência habitual. Esta tendência demonstra igualmente que o Algarve tem efectuado um esforço para manter as suas infra-estruturas atractivas para os turistas e residentes e para melhorar os diversos serviços públicos de apoio.

O meio de transporte utilizado durante a estada foi para 49,6%, o carro alugado numa empresa de aluguer de automóveis e para 40,8% o carro próprio. Este indicador demonstra que os proprietários não ficam dependentes de transportes públicos para as suas deslocações durante a estada, permitindo-lhes uma maior autonomia, para além de que demonstra a familiaridade que possuem com o destino.

Relativamente aos factores que motivaram a aquisição da sua habitação no Algarve os proprietários referiram o clima, as acessibilidades e o golfe (Tabela 2).

TABELA 2. FACTORES QUE MOTIVARAM A AQUISIÇÃO DA HABITAÇÃO NO ALGARVE

FACTORES	%
Clima	79,4%
Acessibilidades	52,9%
Golfe	25,1%
Outro (Famíliares e amigos na região; conhecimento do destino)	18,7%
Existência de voos de companhias aéreas de baixo custo de e para o país de origem	9,4%
Destino seguro	9,4%

Fonte: Almeida (2009).

Importa realçar a importância que o golfe assume para os proprietários de um imóvel no Algarve, modalidade desportiva muito procurada da região, principalmente nos períodos de menor procura turística.

O tempo que mediou a escolha do imóvel e a sua aquisição foi para 66,8% dos proprietários inquiridos cerca de 6 meses, o que denota a facilidade que existe na concretização de um processo de aquisição de uma habitação em Portugal por parte de cidadãos estrangeiros, a vontade que os futuros proprietários têm em adquirir um imóvel e ainda o grau de atractividade que o Algarve apresenta para estes indivíduos.

O montante disponibilizado para a aquisição deste imóvel variou entre menos de 100.000 euros e mais do 1.000.000 euros reflectindo que este é um destino atractivo para diferentes extractos sociais e económicos, o que é benéfico para a região, pelo facto de não

existir uma dependência num só segmento de procura. Importa referir que o mercado que procura habitações a preços mais baixos é mais sensível ao preço e a alterações da conjuntura económica e financeira, enquanto os que procuram habitações a preços mais elevados não se apresentam tão vulneráveis a crises económicas.

Relativamente ao ano de aquisição do seu imóvel verificou-se que existem no Algarve proprietários desde os anos 60, ou seja há cerca de 40 anos. Neste sentido foi efectuada uma análise por décadas de modo a avaliar qual o peso dos proprietários (Figura 6).

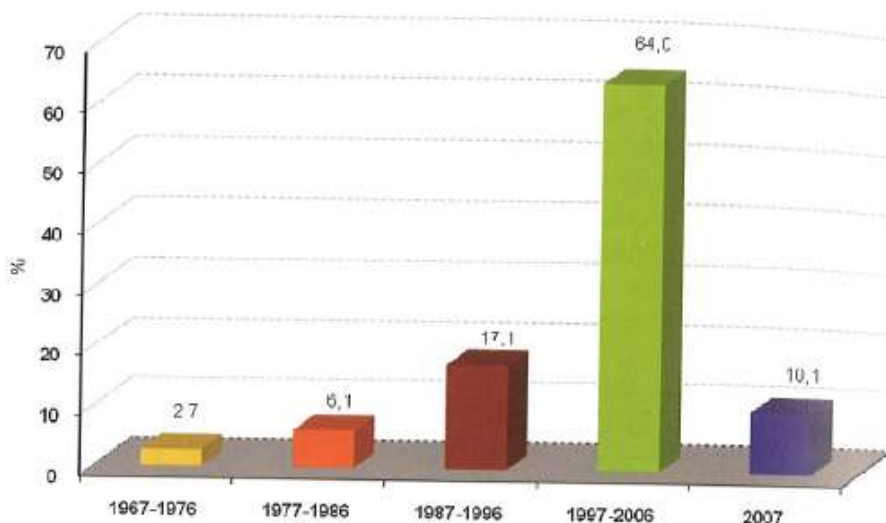


Figura 6. Percentagem de proprietários por décadas (1967 a 2007). Fonte: Almeida (2009).

As décadas seleccionadas foram estabelecidas de acordo com o ano em que o inquirido referiu ter adquirido o seu imóvel, sendo que nesta recolha de dados houve várias respostas que recaíram no ano de 1967, motivo pelo qual iniciámos a análise neste mesmo ano.

Como se pode visualizar no Gráfico 4 cerca de 64% dos inquiridos adquiriu o seu imóvel na década de 1997-2006, período que coincide com o início da operação das companhias aéreas de baixo custo para o Aeroporto de Faro, o que nos leva a admitir que existe uma relação directa entre estas duas variáveis.

Neste sentido este resultado vem reforçar mais uma vez a importância que estas companhias aéreas assumem no desenvolvimento e consolidação deste segmento de mercado turístico na região algarvia, principalmente pelo facto de oferecerem um maior número de rotas para diferentes países ao longo do ano e com tarifas a preços reduzidos, motivo que em muito atrai o cliente que se integra neste segmento. Importa referir que cerca de 87,5% dos proprietários inquiridos se ter deslocado de e para o Algarve numa companhia aérea de baixo custo.

Na questão relativa ao número de anos que os proprietários possuem a sua habitação no Algarve conclui-se que a média se situa nos 7,9 anos. Estes proprietários referiram utilizar em média, 4,7 vezes a sua habitação no Algarve, com uma estada média de 35,8

noites, o que revela um número elevado de visitas à região durante o ano e um número elevado de noites por cada estada. Este indicador é importante pois demonstra o grau de fidelização que está associado a um proprietário de uma segunda habitação.

Quando questionados sobre a forma como classificam a sua habitação no Algarve, os inquiridos salientaram que esta era uma casa de família para férias (61,5%), enquanto 28,4% referiram ser uma casa para viver durante todo o ano. Uma percentagem menor classifica a habitação como uma mistura de casa de família/investimento (9,3%) ou como puro investimento (0,3%).

Sobre as actividades exercidas durante a estada, os proprietários inquiridos referiram andar a pé, ir à praia, ler e relaxar, assim como jogar golfe. Refira-se o facto de serem actividades essencialmente relacionadas com o descanso, a paz e o sossego. A prática de golfe assume-se como a primeira actividade desportiva escolhida por 36,3% dos proprietários, demonstrando a sua importância para este segmento de mercado.

Os dados salientados levam-nos a consolidar a teoria apresentada por Strapp (1988) ou seja, que os destinos ao atingirem etapas pós estagnação podem tornar-se atractivos para turistas que pretendem permanecer no destino mais tempo, e que normalmente ficam alojados numa habitação própria, arrendada ou emprestada. No caso do Algarve verifica-se que existem um conjunto de características que têm permitido o desenvolvimento deste mercado de segunda habitação, nomeadamente o desenvolvimento dos voos de companhias aéreas de baixo custo, assim como de novas infra-estruturas que vão ao encontro das necessidades de turistas e residentes.

4. CONCLUSÃO

O desenvolvimento dos destinos propicia o aparecimento de novos serviços de apoio ao turismo e a proliferação de novos investimentos imobiliários que visem ir ao encontro das necessidades de residentes e de turistas. O Algarve enquanto destino maduro do Sul da Europa tem conhecido ao longo das últimas décadas transformações profundas que o colocaram no mapa dos destinos procurados por turistas do Norte e Centro da Europa, por diferentes motivos e ao longo de todo o ano.

O investimento imobiliário que tem sido realizado nesta região propiciou a procura de segundas habitações por parte de nacionais, mas também de estrangeiros, nomeadamente europeus, que escolhem a região devido ao bom clima, boas acessibilidades e até mesmo campos de golfe existentes.

Os dados estatísticos apresentados relativos à performance do Algarve em diferentes áreas permitiram-nos identificar em que etapa é que o Algarve se encontra actualmente e comprovar a teoria de Strapp relativamente às segundas habitações.

Importa referir que os dados apresentados relativos aos proprietários de uma segunda habitação constituem apenas uma pequena amostra de um trabalho que foi desenvolvido no âmbito de uma tese de doutoramento na Universidade de Aveiro.

5. BIBLIOGRAFIA

- AHETA (2007). *Balanço do Ano de 2007, Perspectivas para 2008*. Boletim anual da Associação dos Hoteleiros e Empreendimentos Turísticos do Algarve.
- ALMEIDA, C. (2009). *Aeroportos e Turismo residencial. Do conhecimento às estratégias*. Dissertação apresentada na Universidade de Aveiro para obtenção do grau de Doutora em Turismo.
- BUTLER, R. (1980). «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources». In *The Canadian Geographer*, nº 24 (1), pp. 5-12.
- BUTLER, R. (2004). «Geographical research on tourism, recreation and leisure: Origins, eras and directions». In *Tourism Geographics*, vol. 6, nº2, Maio de 2004, pp.143-162.
- BUTLER, R. (2006a). «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources». In BUTLER, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle - Applications and modifications - Vol. 1*. Channel View Publications - Coleção Aspects of Tourism, pp. 3-12.
- BUTLER, R. (2006b). «The origins of the tourism area life cycle». In BUTLER, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle - Applications and modifications - Vol. 1*. Channel View Publications - Coleção Aspects of Tourism, pp. 13-26.
- CHRISTALLER, W. (1963). «Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions under-developed countries recreation areas». In *Regional Science Association - Papers XII*, Lund Congress, pp. 95-105.
- COOPER, C. (1994). «Tourism product life cycle». In Seaton, A. (1994). *Tourism: The state of the art*, pp. 340-346.
- COSTA, C. (2001). «An emerging tourism planning paradigm? A comparative Analysis between town and tourism planning». In *International Journal of Tourism Research*, nº3, pp.425-441.
- ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO DO ALGARVE (2008). *Investimentos Previstos para o Algarve*. Departamento de Estudos e Projectos da Entidade Regional de Turismo do Algarve, Abril de 2008.
- FERREIRA, A. (1997). «O Produto Sol e Praia Face ao Novo Paradigma Turístico». In PINTAS-SILGO, J. e Teixeira, M. (coordenação). *Turismo, Horizontes Alternativos*. Actas do Encontro realizado na ESE de Portalegre. Edições Colibri, Lisboa.
- FERREIRA, A. (2003). *O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O caso de Faro*. Dissertação de Doutoramento apresentada na Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, 2003.
- GETZ, D. (1992). «Tourism planning and destination life cycles». In *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pp. 752-770.
- GONÇALVES, V. e Águas, P. (1995). «Documento de trabalho nº1/95: A abordagem do ciclo de vida. Aplicação ao produto turístico». In *Cadernos de Económicas*, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão, Departamento de Gestão.
- GOODALL, B. (1992). «Coastal resorts: Development and Redevelopment». In *Built Environment*, vol.18, nº1, pp. 5-11.
- INE (1962-1968). Anuário Estatístico de Portugal. *Capítulo XII - Transportes, Comunicação e Turismo*.
- INE (1969-2077). *Estatísticas do Turismo*. Instituto Nacional de Estatística;
- INE (2001b). *Recenseamento da População e da Habitação (Algarve) - Censos 2001*. Instituto Nacional de Estatística.
- INE (2003b). *Evolução do parque habitacional da Região Algarve na década de 90*. Instituto Nacional de Estatística - Direcção Regional do Algarve - Faro.
- INE (2007b). *Estatísticas da Construção e Habitação - 2006*.
- IOANNIDES, D. (2006). «Re-engineering established products and destinations». In Buhalis, D. e Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers - Consumers, products and industry*. Elsevier Butterworth Heinmann - Coleção Tourism futures, pp.77-84.

- KELLER, P. e Bieger, T. (2008). *Real Estate and Destination Development in Tourism*. AIEST – Coleção International Tourism Research and Concepts, nº3. Erich Schmidt Verlag Editores.
- NETO, J. (1988). «A evolução do turismo no Algarve nas últimas quatro décadas – A perspectiva de um antropólogo». In *Actas do 5º Congresso do Algarve 1988*, Montechoro, pp. 1029-1035.
- NETO, V. (2007). «Algarve, um caso de sucesso?». In *Observatório do Algarve* de 27-12-2007, [online available] in http://www.observatoriodoalgarve.com/cna/opinioes_ver.asp?opinioao=426 em 28-12-2007.
- PRIDEAUX, B. (2000). «The resort development spectrum – a new approach to modelling resort development». In *Tourism Management*, nº 21, pp. 225-240;
- REID, R. e Bojanic, D. (2006). *Hospitality marketing management*. John Wiley and Sons, Inc., pp. 288-290;
- STRAPP, J. (1988). «The resort cycle and second homes». In *Annals of Tourism Research*, vol.15, pp.504-516;
- VERA REBOLLO, J. e Baidal, J (2004). «Measuring sustainability in a Mass Tourism destination: Pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, Spain». In BRAMWELL, B. (2004). *Coastal Mass Tourism – Diversification and sustainable development in Southern Europe*. Channel View Publications – Coleção Aspects of Tourism, pp. 176-199;
- WEAVER, D. e Lawton, L. (2006). *Tourism Management* [3ª Edição]. Wiley Australia Tourism Series, pp. 307-325 ;
- WILLIAMS, M. (1993). «An expansion of the tourist site cycle model: The case of Minorca (Spain)». In *The Journal of Tourism Studies*, vol. 4, nº2, Dezembro de 1993;