

Imobiliário Turístico: Turismo Residencial e *Resorts* (Revisão e Atualização)

Jorge Mangorrinha ¹

Resumo

A realidade do imobiliário turístico precisa de uma revisão e de uma atualização de conceitos, pela sua recente expressão em termos académicos e pelas abordagens diversas ao nível dos investimentos. É isso que nos propomos fazer, com base numa revisão da literatura específica, para que se possam atingir conclusões sobre a sustentabilidade futura destes produtos turísticos. Metodologicamente, desenvolveu-se, com o apoio de alunos de mestrado, uma pesquisa bibliográfica e estatística, a leitura de diferentes casos no mundo (Angola, Bangladesh, Brasil, Portugal e Síria) e a identificação de elementos comuns que possam contribuir para um modelo futuro. Os principais resultados e conclusões desta fase de investigação revelam a convergência dos princípios deste investimento específico em diferentes partes do mundo, com uma tendência de autonomia ao encontro da sustentabilidade.

Palavras-Chave: turismo; turismo residencial; *resorts* turísticos

Abstract

The reality of the real estate tourism needs a revision and updating of concepts, for its recent expression in academic terms and diverse approaches in the investments. This is what we propose to do, based on a review of the specific literature, so that conclusions can be reached on the future sustainability of these tourism products. Methodologically, a bibliographical and statistical research, the reading of different cases in the world (Angola, Bangladesh, Brazil, Portugal and Syria) and the identification of common elements that could contribute to a future model were developed with the support of master's students. The main results and conclusions of this investigation phase reveal the convergence of the principles of this particular investment in different parts of the world, with a trend towards autonomy to meet sustainability.

Key words: tourism; real estate tourism; tourism resorts

¹ Este texto resultou do relatório da investigação realizada sob coordenação e revisão de Jorge Mangorrinha, no quadro dos estudos em "Gestão de Empresas e Projetos Imobiliários Turísticos". O relatório teve a participação e a redação de uma equipa pluridisciplinar de diferentes origens geográficas, constituída por Amaranta Damous (Brasil), Bárbara Portalegre (Brasil), Carlos Freire (Portugal), Fernando Correia (Portugal), Francisco Sousa (Portugal), Huda Alkhatib (Síria), Marta Correia (Portugal), Nelson Agostinho (Angola), Rita Galapito (Portugal) e Shariful Islam (Bangladesh).

Parte 1 - Contextualização

1. Objeto

O imobiliário turístico engloba o turismo residencial e os, comumente designados como tal, por um conjunto de atividades de compra e venda desenvolvidas sobre empreendimentos turísticos, decomponíveis em frações ou unidades imobiliárias ou num edifício autónomo de carácter unifamiliar (moradias). Envolve o uso de alojamento, alugado, de propriedade própria ou pertencente a amigos e membros da família, com potencial impacto sobre o comportamento e/ou sobre as atividades realizadas durante a estada. O modelo do turismo residencial tem sido analisado e não é consensual pelo uso dos termos “turismo” e “residencial”, aparentemente contraditórios.

Historicamente, a origem do conceito de *resort* remonta às termas do império romano, construídas para o lazer, o relaxamento e o comércio das classes sociais de elites romanas (Neto, 2011). A arquitetura do *resort* foi desenvolvida à volta de um átrio central rodeado por um conjunto de equipamentos vocacionadas para o lazer e desporto e ainda restaurantes, comércio e quartos de repouso. Esta estrutura funcional foi seguida no conceito de estância e parque termal e ainda hoje é utilizada como base dos *resorts* integrados modernos, caracterizados pelo planeamento e pela gestão integrada do espaço a cargo dos promotores do empreendimento. Em termos do desenho, desenvolvem-se em torno de um tema ou de uma atividade nuclear (golfe, marina, bem-estar, praia, montanha, termas, património), complementado com alojamentos hoteleiros, residências turísticas e espaços comerciais e de animação.²

Desde as últimas décadas do século XX até ao presente, o turismo residencial em *resorts* integrados e em zonas urbanas ou suburbanas desenvolveu-se, designadamente, na costa mediterrânica, que foi alvo de um grande crescimento turístico. O fenómeno que se observa em Espanha, Portugal e Itália segue as tendências já em curso noutras regiões do globo, como a Florida e a Riviera francesa, onde as motivações de massificação do turismo residencial tiveram por base as movimentações por parte de pessoas reformadas que habitam zonas frias no norte dos seus países e procuram o conforto do clima quente das zonas mais a sul. A Riviera francesa foi uma das primeiras regiões europeias a ser alvo da massificação do turismo e a sentir um forte desenvolvimento imobiliário de alta densidade em frente às zonas de praia. O desenvolvimento

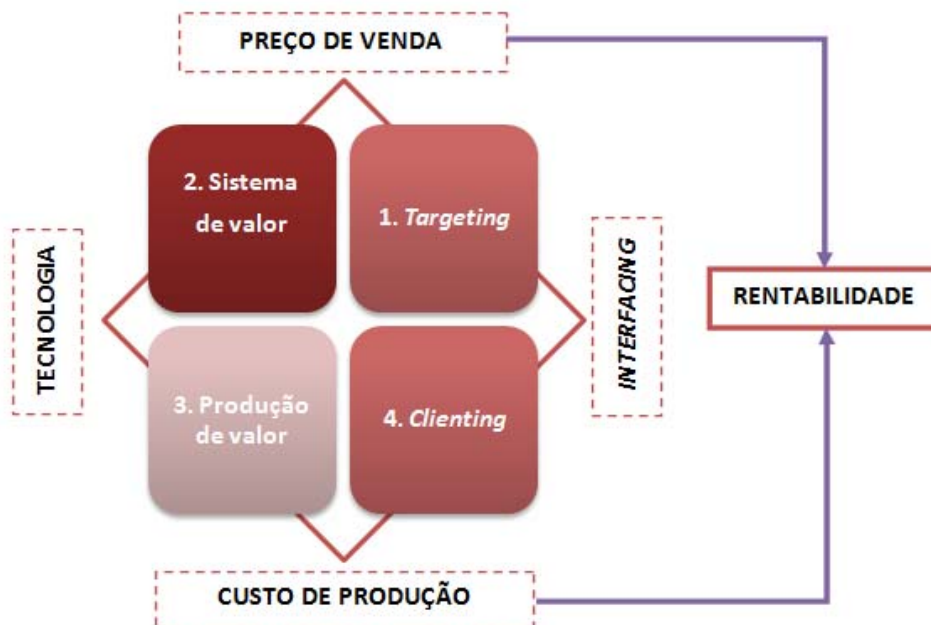
² De uma experiência pessoal de planeamento turístico este tema foi desde logo importante, com continuidade noutras propostas de planos. Em 1996, um plano para a República Dominicana analisou a oferta existente e projetou zonas e tipologias para o desenvolvimento futuro deste destino turístico (Mangorrinha, 2017), com base nas tipologias atrás referidas. O planeamento deve, assim, atender ao mercado alvo, às questões financeiras e de *marketing* e à importância da sustentabilidade.

do turismo residencial no sul de Espanha seguiu aquele modelo e mais tarde também Portugal acolheria essa tendência.

De acordo com Muñoz & Timón (2011), existem algumas diferenças assinaláveis entre Florida e Espanha, em que no primeiro caso se verifica um maior equilíbrio entre a componente imobiliária e a construção de equipamentos hoteleiros, permitindo uma maior estabilidade no número de turistas ao longo do ano, onde a diferença do número de visitantes de trimestre para trimestre se situa abaixo dos 5%, não havendo uma grande diferenciação entre época alta e baixa.

O modelo de negócio tem um papel importante, dado a impacto que este tem na sua rentabilidade e sustentabilidade. Conforme o modelo de negócio que é criado, irá resultar numa rentabilidade “sectorial” diferente, sendo esta rentabilidade dificilmente modificável pela qualidade de gestão. A rentabilidade de um *resort* mede-se pelo diferencial entre o preço de venda e o custo de produção, sendo que o preço de venda é definido pelo *targeting* e pelo sistema de valores, enquanto o custo de produção resulta da produção do valor e do *clienting*.

Figura 1:



Estrutura de Modelo de Negócio (Fonte: TP, 2006)

A Figura 1 apresenta as quatro componentes que completam qualquer modelo de negócios de um *resort* integrado. Um dos aspetos importantes é o facto de que cada vez que é introduzida uma mudança, em qualquer uma destas quatro componentes, é gerado um novo modelo de negócio, resultando assim numa rentabilidade diferente à do modelo antes de introduzida qualquer mudança.

1. *Targeting* – composto pelo conjunto de intervenientes que têm um papel determinante para a criação de um *resort*:
 - i) Gestores (quem desenvolve a oferta de animação e alojamento);
 - ii) Criadores de oferta e parceiros (quem gere a animação e as experiências no *resort*);
 - iii) Operadores turísticos (quem promove o *resort*);
 - iv) Clientes (quem usufrui do *resort*);
 - v) Compradores de propriedades (quem adquire as unidades de alojamento).
2. *Sistema de valor* – determinado pelo valor que se oferece ao mercado (experiências, emoções, qualidade do serviço) e pelo que esforço que se pede em troca (preço, insegurança, incomodidade). Assim, um *resort* é mais competitivo quanto mais valor der ao seu cliente por menos esforço.
3. *Produção de valor* – combinação de recursos e processos para produzir um elevado valor fazendo um mínimo esforço. Esta gestão integrada é feita pela agência de gestão do *resort* e implica uma nova política de gestão dos recursos humanos.
4. *Clienting* – modo de atração e fidelização, em que a construção de uma marca fidedigna tem uma importância fundamental.

2. Problemática

A definição da problemática resulta das leituras iniciais e da experiência planeadora ou de visita dos casos selecionados, relacionando-se com a questão de partida e promovendo a interrogação acerca dos casos estudados, no que respeita aos eventuais elementos comuns e à criação de um modelo de desenvolvimento, aspetos a ter conta na continuidade da investigação.

O turismo representa e materializa a diluição das barreiras territoriais e “tem impulsionado transformações substantivas no espaço, não encontrando limites para a sua penetração” (Paiva, 2007). O uso indiscriminado do espaço pelo e para o turismo quase que não reconhece distinção entre os ambientes rurais e urbanos, entre espaços naturais e culturais, ou entre espaços reais e simulados. As diferentes repercussões espaciais do turismo são

consideradas com base nos deslocamentos necessários para a sua prática, provocando transformações nos emissores e nos recetores, bem como nos próprios espaços (Cruz, 1999). É necessário advertir que esse conjunto de características da urbanização estimulada pelo turismo depende das singularidades dos lugares, dos seus recursos naturais e dos processos relativos à urbanização (Paiva, 2013). Neste caso, o processo de urbanização resultante desse tipo de expansão traduziu-se num processo de criação de ambientes artificiais, através da mercantilização dos recursos naturais, promovendo uma transformação espacial, territorial (Selva, 2012). Daí a necessidade de um planeamento urbano adequado, que permita equacionar as vantagens e os riscos do desenvolvimento turístico. O sistema de planeamento deve assegurar que o crescimento económico seja capaz de dotar a população com trabalho e habitação, de uma maneira que respeite a capacidade de seu ambiente e outros interesses de conservação (Assunção, 2012).

O sector turístico, no decorrer de seu processo evolutivo, demonstra uma capacidade de mutação e adaptação às novas tendências e exigências da sociedade, atendendo aos mais distintos interesses. Isso implica considerar os recursos culturais e naturais como elementos estratégicos de grandes projetos turísticos, fatores que cada vez mais se apresentam como fundamentais. A nova organização do mundo do trabalho, a redução das jornadas de trabalho, o aumento do tempo livre, a melhoria do nível de vida da população em geral e a globalização das comunicações e dos transportes são elementos importantes a ser considerados, quando se discutem as alterações da atividade turística.

O turismo produz impactos nas sociedades locais e traz como consequência tanto a degradação como a conservação e a revitalização do ambiente e do património das regiões de destino. Por isso, os impactos podem ser considerados negativos ou positivos. Muitas vezes, torna-se difícil separar os impactos ocasionados pelo turismo, das influências devidas a outros fatores (Vieira Filho & Silva, 2009).

i) Impactos ambientais positivos:

- Melhoria da qualidade ambiental, pela utilização de novas tecnologias e outras facilidades;
- Conservação e preservação de áreas naturais e criação de planos e programas;
- Melhoramentos na infraestrutura, com a construção de estradas, aeroportos, terminais rodoviários, saneamento básico, etc.

ii) Impactos ambientais negativos:

- Poluição das águas, devido ao lançamento de águas residuais diretamente nos rios próximos ou nas áreas costeiras;

- Comprometimento do lençol freático, pela ausência de um sistema de tratamento de esgoto;
- Poluição do ar e poluição sonora, geradas pelo excesso de visitantes e de veículos nas localidades turísticas;
- Poluição visual, em consequência de uma arquitetura em desarmonia com o estilo local e com a paisagem natural;
- Compactação e erosão do solo;
- Assoreamento de rios, represas e lagos;
- Perda de mata ciliar, acarretando o desmoronamento de terras e a sedimentação dos leitos dos rios;
- Perda de vida da flora e da fauna nos habitats selvagens e o lixo.

iii) Impactos económicos positivos:

- Geração de divisas e do equilíbrio da balança de pagamentos;
- Redução do desemprego;
- Aumento da cobrança de impostos diretos e indiretos.

iv) Impactos económicos negativos:

- Risco de inflação local;
- Desvio de mão-de-obra para o sector turístico, ocasionando problemas no desenvolvimento de outros sectores;
- Evasão de divisas por causa da remessa de lucros para o exterior no caso de empreendimentos estrangeiros;
- Especulação imobiliária.

O contacto da população local com os turistas resulta no estabelecimento de uma relação em que podem ocorrer mudanças socioculturais, principalmente na sociedade visitada, na estrutura familiar, no estilo de vida, nas manifestações artísticas, em cerimónias tradicionais, no sistema de valores, no comportamento individual, enfim, em toda a organização social. Muitas dessas mudanças podem implicar prejuízos para os autóctones, mas também podem originar um mecanismo de transformação social e melhoria de qualidade de vida.

O estabelecimento de relações estáveis e duradouras entre a população local e os turistas que visitam ou mesmo se instalam de uma forma mais permanente não é fácil. De facto, de acordo com O'Reilly (2003), podem ocorrer tensões entre os diversos grupos, quer seja entre os locais e os turistas, quer mesmo dentro do grupo de estrangeiros, uma vez que os turistas residentes já não se identificam com os comportamentos dos turistas temporários oriundos dos

seus países de origem. Uma área controversa do turismo sustentável, de acordo com Vieira Filho & da Silva (2009), tem sido o crescimento dos complexos turísticos autónomos, com marcas como Sandals e o Club Med. Uma visão mais convencional seria normalmente de crítica a esses complexos pela falta de contacto entre os turistas e a população local. Os *resorts* encontram-se muitas vezes desvinculados da envolvente e da comunidade, não valorizando a cultura local como um atrativo turístico. Estes empreendimentos são, ainda, alvo de críticas, pelo facto de satisfazerem todas as necessidades dos turistas, o que reduz consideravelmente a oportunidade de os comerciantes locais beneficiarem. Noutra perspetiva, os poderiam ser vistos como instrumentos de proteção da cultura local, não deixando que a mesma fosse influenciada pela cultura dos turistas ali instalados.

Os estudos dos impactos do turismo referem, cada vez mais, a importância de planear e desenvolver o turismo de forma sustentável, evitando-se, assim, a exploração desenfreada dos recursos em que os objetivos se podem resumir ao lucro e à satisfação dos turistas (Vieira Filho & da Silva, 2009), bem como potenciando os produtos locais e a construção de infraestruturas. O desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis consiste no atendimento das necessidades dos turistas atuais e das regiões recetoras e, ao mesmo tempo, na proteção local e no incentivo de oportunidades para o futuro. Procura-se, assim, o desenvolvimento do turismo sustentável, como problemática central do presente trabalho, que está relacionada com a questão inicial e com o objetivo.

3. O método

Esta investigação foi estruturada para um estudo exploratório de recolha e análise dos dados e dos casos selecionados. Nesse sentido, esta fase sustenta-se, essencialmente, na pesquisa e revisão da literatura e estatísticas, na leitura de casos e na identificação de elementos comuns, tendo em conta as três fases ou etapas de um processo de investigação (conceptual, metodológica e empírica). Este trabalho situa-se na primeira (conceptual), com base na convicção de que o espaço turístico é cada vez mais reconhecido como localização e construção sociocultural. Porém, o espaço disponível para este artigo obsta a um maior desenvolvimento do tema e de acordo com a investigação em curso.

Definido o tema, foi efetuada a recolha e a respetiva seleção de informação, porque, como é prática corrente, a revisão de literatura deve incluir diferentes pesquisas, conjuntamente com os casos selecionados de origem diversa, de modo a obter-se resultados que enriqueçam o campo de conhecimento, mesmo arriscando que os casos apresentados de

diferentes realidades possam dificultar o estabelecimento de um “fio condutor” que torne a análise do fenómeno escolhido coerente.

Caracteriza-se, do ponto de vista histórico e sinteticamente, a forma como este tipo de produto surgiu e se desenvolveu em Portugal e no mundo. De seguida, caracteriza-se a situação presente através da análise de casos específicos em cada um dos países envolvidos no estudo. Com base na informação recolhida e estruturada, tecem-se considerações que permitem prever quais as características mais importantes para que estas realidades possam ser sustentáveis. Por último, faz-se um conjunto de ilações sobre como é que os sucessos de cada caso podem ser aproveitados pelos outros de forma a que a sustentabilidade do turismo residencial e dos *resorts* turísticos possa ser assegurada. Cada participante procedeu à recolha de bibliografia e estatística disponível sobre a temática. Com base na recolha, cada qual desenvolveu um caso específico, que depois foi alvo de debate. Das contribuições retiradas de cada realidade, procuraram-se os elementos que contribuíam para os modelos estudados e para o futuro, tal afirmando-se como objetivo deste trabalho e orientação para a prossecução do processo de investigação.

Página | 14

4. Estado da Arte

a. Conceito e motivações do turismo residencial

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2010), o turismo é um fenómeno social, cultural e económico que implica a deslocação de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual, para fins pessoais ou comerciais/profissionais. No dicionário eletrónico de língua portuguesa da Porto Editora (www.portoeditora.pt), a definição de residencial aparece como residência, e, utilizando a mesma fonte, a definição de residência surge como lugar onde se mora habitualmente, o domicílio. Por isso, Cunha (2012) defende que existe uma clara ambiguidade na utilização conjunta destes dois conceitos, residencial e turismo. Por princípio, um turista estará sempre fora da residência. Para este autor, turismo residencial não deve ser considerado um produto turístico, mas um produto imobiliário, apesar de ser considerado um produto estratégico no *Plano Estratégico Nacional para o Turismo* (Turismo de Portugal, 2007).

O turismo residencial é a atividade económica que se dedica à urbanização, construção e venda de moradias residenciais, que são disponibilizadas no mercado turístico, também fora dos canais oficiais, e que estão localizadas, na grande maioria, na zona costeira (Martinez & Tur, 2005). Na sua investigação, estes autores abordam o caso de Torreveija, uma cidade no sul de

Espanha, para evidenciar que o turismo residencial tem sido a base de desenvolvimento económico de muitos municípios no sul de Espanha.

No entanto, este modelo de desenvolvimento apresenta fraquezas, caso não seja efetuado de uma forma integrada. Tanto Bru Giner (2012) como Aledo & Mazon (2004) abordam a importância de haver um equilíbrio entre o número de camas hoteleiras e extra-hoteleiras. E quando Aledo & Mazon (2004) aplicam a teoria do ciclo de vida do produto ao turismo, em cidades no sul de Espanha, concluem que, se se não atender a um planeamento cuidado da região, o desenvolvimento do negócio imobiliário, *per si*, pode levar ao esgotamento do modelo de turismo residencial.

Efetivamente, a dinâmica perversa do desenvolvimento do turismo residencial, assente apenas no investimento imobiliário, pode levar a uma crise ambiental e socioeconómica dos municípios e das regiões, focados apenas neste tipo de oferta. O esgotamento das terras urbanas, a falta de planeamento, a má qualidade do produto global, a destruição dos recursos naturais, a ausência de serviços complementares adequados, o escasso desenvolvimento hoteleiro e a má imagem turística impossibilitam a criação de estratégias de recuperação e no final do ciclo de vida todos estes elementos podem conduzir ao esgotamento do modelo. Nesta situação, uma região turística precisa de uma base mínima para conseguir estabelecer uma nova implementação de projetos integrados de desenvolvimento sustentável do turismo, mas muitas vezes o próprio sector configura-se como sendo o fator de obstrução, uma vez que destrói as bases da infraestrutura (ambiente e solo) e não gera o mínimo de atividades estruturais (turismo e outros serviços). O destino turístico passa, então, a estar fora de moda e a estar associado ao surgimento de problemas relevantes do ponto de vista ambiental, económico e social, o que leva a que tanto os visitantes como os principais intervenientes do sector comecem a abandonar esse destino e a procurar outros locais (Aledo & Mazon, 2004; Mangorrinha, 2017).

O sul de Espanha especializou-se no acolhimento de turistas de estada de longa duração, pelo que Bru Giner (2012) analisa a mudança do conceito de turismo residencial ligado a 4 dimensões: a casa, o prédio, a cidade e o meio envolvente. Os planos urbanos focados no lazer deram início à colonização do território até à realidade atual. E questiona-se se será possível que um território que recebe 4 milhões de visitantes estrangeiros por ano e que tenha mais de 1 milhão de casas para turistas não seja considerado turístico. O turismo residencial é uma modalidade baseada numa rotação lenta de camas turísticas. No entanto, o retorno económico para a região anfitriã não é baseada nos serviços, mas no negócio imobiliário. Neste artigo, o autor argumenta que, do ponto de vista de malha urbana e da arquitetura, as residências disponibilizadas não devem ser consideradas na atividade turística (Bru Giner, 2012).

As motivações dos diversos intervenientes no modelo de turismo residencial levam a que haja diversas perceções sobre as externalidades do modelo, quer sejam positivas ou negativas. Tanto Huete et al (2008) como Nueves et al (2008) analisam qualitativamente os discursos dos principais envolvidos neste processo dinâmico, com o objetivo de perceberem qual o tipo de aceitação por parte da sociedade em relação a este modelo turístico. Para isso, tendo por base uma perspetiva económica, ambiental e sociocultural, entrevistaram vários intervenientes nas comunidades de acolhimento, aqueles que estão envolvidos diretamente, tais como gerentes de hotel, gerentes de agências de viagens, agentes imobiliários e construtores. Os que estão envolvidos indiretamente são os presidentes das associações de comércio e gerentes bancários e, por fim, os envolvidos no poder local são o pessoal dos centros de turismo e os políticos. Desta análise, concluem aqueles autores que o discurso predominante produz mais argumentos de legitimação do modelo do que propriamente de resistência.

A complexidade do modelo leva a que aspetos positivos possam compensar os aspetos negativos e já se fala que não se deve considerar a autenticidade como um fator de atração de turistas (Matecón, 2008). A deterioração que está a acontecer nalgumas regiões do sul de Espanha, na esfera da autenticidade, é claramente compensada pelos efeitos económicos positivos obtidos pelo desenvolvimento das atividades ligadas à construção. Matecón (2008) sugere que, para se poder evoluir para um modelo mais sustentável, será necessário alterar a conceção dos decisores locais, pois têm que perceber que este é um modelo muito complexo de atividades diversas, rodeadas por diferentes categorias de visitantes e residentes, com interesses díspares.

Vários aspetos permitem caracterizar o aparecimento e o desenvolvimento do turismo residencial: a globalização, o aumento da facilidade de interligação entre locais e o aumento da perceção do mundo como um lugar único. A vida caracteriza-se pela movimentação, ou seja, as pessoas viajam e não querem ficar permanentemente num único local. O espelho dessa realidade é o desenvolvimento do turismo de massas em que cada vez mais pessoas visitam mais destinos. Para tal, contribui o aumento geral do nível de vida, a massificação das comunicações, a compressão da dimensão espaço-tempo, o que leva a que as pessoas queiram viver mais experiências em menos tempo, e o aumento sem precedentes do valor da propriedade em diversas zonas do mundo. Outros contributos relevantes prendem-se com a flexibilidade dos mercados de trabalho, a possibilidade de viver e trabalhar em locais diferentes, o aumento do tempo de lazer e a possibilidade de reformas antecipadas; e, por último, as cadeias de emigração, em que através da constituição de redes de contactos inter-regionais se transformam em processos sociais autossustentados (O'Reilly, 2007).

As relações sociais implícitas na mobilidade internacional sofrem alterações ao longo do tempo. Williams et al (2000) examinam as mudanças na relação entre emigração de reformados e turismo, baseadas em dados recolhidos a reformados ingleses a viver na Toscânia, em Malta, na Costa del Sol e no Algarve. O turismo tem um papel importante na procura de locais pelos emigrantes reformados internacionais, desde a estratégia traçada para a reforma até às ligações prévias ao destino e à posse da segunda habitação. Este tipo de emigração, orientada para o valor, conforto, conveniência e prazer, contempla processos complexos de identidade, consumo e estilo de vida itinerante, que extravasam as fronteiras internacionais. Assim, os emigrantes reformados que aderem ao turismo residencial, do ponto de vista das relações sociais, tornam-se participantes e ao mesmo tempo recetores.

b. Movimentos migratórios e turismo residencial

À medida que novas formas flexíveis de movimentação enfraquecem a distinção entre turismo e emigração, é necessário encontrar novas caracterizações e conceptualizações para analisar a mobilidade humana. Baseado em dados etnográficos, O'Reilly (2007) explora a articulação entre turismo e emigração. Em Espanha, estudou três formas de emigração relacionadas com o turismo, observando a experiência de emigrantes britânicos (reformados, empreendedores e emigrantes economicamente ativos e motivados pelo consumo). E observou que existem padrões nalguns destes emigrantes intrinsecamente ligados à história e aos sistemas de turismo e que as teorias do turismo sobre escapadelas ao quotidiano podem iluminar o conhecimento sobre o comportamento destes emigrantes. No entanto, concluem que estes emigrantes não devem ser considerados turistas. Eles próprios não se sentem como turistas.

A complexidade destes fenómenos sociais está patente nas diferentes perceções existentes em pessoas de países diferentes. Nalguns grupos, existe até uma certa tensão na articulação entre ser turista e imigrante. As diferenças culturais dos povos têm um impacto claro na forma como as pessoas se integram na nova realidade. Baseado no estudo sobre as características e padrões de comportamento de alemães idosos residentes nas Canárias, Bruer (2005) observou que as residências estrangeiras são usadas com maior frequência como segunda habitação, numa base sazonal, pelo que conclui que esta mobilidade deva ser encarada como uma variação de turismo internacional e não como uma movimentação permanente.

Neste sentido, o turismo deve ser situado no contexto mais lato de movimentações temporárias e permanentes da população. Bell & Ward (2000) sugerem que existem três

dimensões distintas nas movimentações temporárias: a duração, a frequência e a sazonalidade. Usando os dados dos censos da população australiana, estes autores exploram as semelhanças e as diferenças de intensidade, composição e padrões espaciais para as movimentações temporárias e permanentes, relacionando-as com a produção e o consumo de produtos turísticos. A investigação aponta para processos de complementaridade e substituição destes dois tipos de movimentação, que suportam a interdependência das diversas formas de mobilidade ao nível individual e coletivo, através do espaço e do tempo.

Novas formas de mobilidade podem ser encontradas a nível regional, nacional e global, incluindo todos os estratos etários, com maior incidência nos polos extremos do ciclo de vida: jovens, adultos solteiros e idosos ativos, em contraste com famílias com crianças e idosos frágeis, que são os grupos sócio demográficos menos móveis. Os heróis desta nova mobilidade são os jovens australianos e neozelandeses na Europa, os canadenses reformados vivendo uma vida itinerante entre Toronto e a Florida e os alemães e suecos viajantes em longos percursos para visitarem quintas de agricultura biológica. Esta mobilidade extravasa, para além das fronteiras internacionais, também o mundo do trabalho e o mundo do lazer e, conseqüentemente, as fronteiras entre turismo e emigração (Williams & Hall, 2002).

A investigação levada a cargo por Casado-Diaz et al (2004) teve como objetivo comparar e interpretar um conjunto de descobertas que surgiram pela aplicação de seis inquéritos sociais sistemáticos a emigrantes reformados em 8 regiões do sul da Europa e Ilhas Canárias. Os dados recolhidos estão focados nas características socioeconómicas, motivações e comportamentos de vários grupos de emigrantes e a sua relação com o seu país e com o país de acolhimento, sendo apresentadas novas descobertas acerca das formas típicas e variantes de emigração internacional de reformados. As motivações para a deslocação de cidadãos do norte para o sul da Europa são, predominantemente, a melhoria da qualidade de vida, sobretudo durante o inverno, sendo o clima a principal atração. A compra de casa no estrangeiro está também intimamente ligada à estratégia financeira que visa maximizar o conforto numa idade mais avançada. A maioria destas movimentações é realizada por casais com idades compreendidas entre os 50 e os 60 anos que, por isso, já não têm obrigações familiares diárias com os seus descendentes. As viagens baratas e a facilidade das telecomunicações facilitam estas deslocações.

No entanto, esta emigração está longe de ser homogénea, dependendo do país de origem e da localização escolhida. Os cidadãos britânicos e alemães apresentam diferenças quanto à forma de integração e ao tipo de relacionamento estabelecido. Os britânicos formam uma comunidade mais fechada, fomentando sobretudo uma vida social em associações, clubes e

eventos ligados à sua nacionalidade, enquanto os alemães constituem um grupo que tende a desenvolver contactos sociais de carácter mais privado, mas envolvendo pessoas de várias nacionalidades. Já o tipo de cidadãos que se localizam na Toscânia e em Malta diverge bastante dos estrangeiros, que tendem a localizar-se nas zonas costeiras espanholas. O primeiro grupo caracteriza-se por preferir uma localização mais dispersa e tipicamente escolhe viver em casas de campo antigas, em pequenas cidades rurais e apresentam maiores níveis de escolaridade, maiores capacidades linguísticas e uma maior integração com a comunidade local. Em contraste, os estrangeiros do segundo grupo têm tipicamente uma menor capacidade para falar a língua nativa, passam períodos de tempo mais curtos no destino escolhido, têm níveis baixos de integração com a sociedade de acolhimento e preferem adquirir propriedades em urbanizações novas ou em blocos de apartamentos que tenham uma incidência elevada de segundas habitações.

Pela observação das comunidades constituídas, consegue-se identificar alguns padrões nos comportamentos das pessoas protagonistas destes movimentos migratórios. O'Reilly (2007) propõe uma categorização centrada no tipo de mobilidade evidenciada pelos protagonistas, definindo quatro grupos-chave de emigrantes que podem não ser considerados turistas ou que são algo mais do que apenas turistas:

- i) Residentes permanentes, que cabem na definição de emigrante;
- ii) Residentes temporários, que voltam ao seu país regularmente, tendo casa nos dois países;
- iii) Emigrantes sazonais, que vivem habitualmente no seu país natal, mas movimentam-se para o país de acolhimento, temporariamente;
- iv) Emigrantes itinerantes, que se movem regularmente entre os dois países e que muitas vezes têm casa em mais do que um local.

A distinção entre turistas com segunda habitação e o estilo de vida dos emigrantes têm implicações para a sociedade anfitriã. Huete & Matecón (2011) exploram os problemas sociais associados ao estilo de vida dos emigrantes na comunidade de acolhimento. A complexidade das relações que se desenvolvem levam a aferir que as fronteiras entre turismo e emigração podem ser difusas.

O relacionamento e a integração dos estrangeiros na comunidade estão intimamente ligados com a forma como se estabelecem no local. Os cidadãos que se registam como residentes na comunidade local, quer sejam proprietários ou não de uma habitação e que não têm intenções de regressar de forma permanente ao seu país natal, demonstrado pelo registo local, devem ser designados como emigrantes ou mesmo como residentes. Por outro lado, já

não se pode ligar o termo emigrante aos proprietários de uma segunda habitação, que não estão registados e que tipicamente passam períodos curtos no local, mantendo a sua residência principal no país de origem, nem às pessoas que fazem uso de propriedades privadas, mas que não são proprietários nem estão registados, apesar de passarem algum tempo na região. Neste sentido, o termo turista é mais adequado para designar aquelas pessoas que têm intenção de regressar ao seu país natal, ou seja, que estão apenas de passagem, gozando as suas férias numa segunda habitação, própria ou não. Huete & Matecón (2011) propõem que a melhor forma para estabelecer a relação entre emigrante e turista é “estar registado como residente” e “proprietário de imóvel”. Assim, sugerem quatro categorias:

- i) Residente permanente – cidadãos estrangeiros que são proprietários de um imóvel e que estão registados localmente como residentes;
- ii) Residentes temporários – cidadãos estrangeiros que habitam numa casa de que não são proprietários (alugada, *timeshare* ou emprestada por amigos) e que estão registados localmente como residentes;
- iii) Proprietários de segunda habitação – cidadãos estrangeiros que são proprietários de um imóvel, mas não estão registados localmente como residentes;
- iv) Turistas – cidadãos estrangeiros que não são proprietários de um imóvel e que não estão registados localmente como residentes.

c. Turismo residencial *versus* resorts integrados

O amadurecimento das práticas de lazer e do turismo tiveram como principal consequência o desenvolvimento do mercado da segunda habitação, criando condições para o aparecimento do conceito de turismo residencial. Esta segunda habitação pode estar localizada numa zona rural e/ou urbana, no litoral e/ou interior, num edifício ou num condomínio privado ou em *resorts* (Patuleia, 2011).

Nos últimos anos, tem-se observado o crescimento global dos *resorts* integrados e do turismo residencial, pelo que este tipo de produto turístico, tendo por base a análise das grandes tendências da procura internacional e a aptidão e o potencial competitivo de Portugal, foi definido no *Plano Estratégico Nacional do Turismo* (PENT), publicado em 2007, como um dos 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo no país.

O estudo, desenvolvido no âmbito do PENT (TP, 2007), estima que, à época, cerca de 3 milhões de europeus tivessem adquirido algum tipo de propriedade de alojamento turístico no estrangeiro, dos quais 30% localizados em *Resorts Integrados* (RI). O mercado português, tendo

um peso pequeno no contexto ibérico (4%) no que concerne a este tipo de produto turístico, apresenta um elevado potencial de crescimento e previsivelmente uma maior capacidade de retenção dos potenciais clientes.

O resultado de um inquérito realizado no Reino Unido a pessoas com idade superior a 50 anos indica que dentro do grupo de pessoas que visitou Portugal nesses últimos 10 anos, 37% consideram a possibilidade de se reformar em Portugal (TP, 2007). Os britânicos e os alemães são responsáveis pela aquisição de 90% das residências, apesar da motivação dos primeiros se orientar mais para o investimento e para a aquisição de residência habitual, enquanto os segundos procuram casa de férias.

Quadro 1: Características de um *resort* integrado (RI)

Dimensão	O alojamento normalmente ultrapassa as 2.000 camas podendo atingir as 20.000.
Motivações	Os RI destinam-se, normalmente, a segmentos de mercado com motivações pelos desportos náuticos, golfe, <i>mice</i> , gastronomia, entre outros.
Proprietários	O alojamento pode ser utilizado de forma exclusiva ou então para investimento, colocando-o no mercado de arrendamento através de empresas especializadas.
Experiência	Os RI oferecem uma panóplia de atividades que vão desde o lazer, a estética e a animação. Estão inseridos num contexto onde predomina a qualidade, o respeito ambiental, a segurança, a sensação de exclusividade, novas experiências e estados emocionais positivos.
Condições estruturais	Os RI devem garantir todas as condições de segurança, vistas panorâmicas, eventos, paisagens variadas, oferta de lazer e serviços de restauração e serviço personalizado.
Ambiente envolvente	Encontram-se em ambiente urbano, periurbano, praia, rural, montanha, entre outros.
Alojamento	Diversidade na tipologia, na categoria e no tipo de propriedade do alojamento.

Fonte: Patuleia (2012)

Os RI resultaram do investimento de grandes empresas ou grupos de investimento que procuram rentabilizar os seus investimentos, atraindo pessoas e famílias de elevados rendimentos, pelas características específicas do local onde estão implantados, criando experiências turísticas únicas. Apenas apostando nesta estratégia de diferenciação, oferecendo experiências sensoriais e culturais diferenciadas, um RI consegue a sua afirmação no âmbito da vasta oferta turística existente a nível global. (Ver Quadro 1)

De acordo com Neto (2011), a diversidade das experiências possíveis que se podem usufruir dentro dos RI faz com que estes espaços se tornem, *per si*, em destinos exclusivos de férias, muitas vezes de luxo. Por isso, se por um lado a relação destes produtos turísticos com a

envolvente da região pode criar oportunidade de desenvolvimento económico e social, por outro, podem criar impactos negativos sobre os valores culturais e sociais das populações residentes, bem como, sobre os recursos físicos e ambientais do território onde se inserem.

d. Animação desportiva nos *resorts* integrados

Os *resorts* proporcionam uma variedade de experiências. Designadamente:

- i) Experiências de edutenimento: experiência que oferece aos clientes aprendizagem/aperfeiçoamento de alguma técnica ou arte;
- ii) Experiências de entretenimento: o cliente tem um papel de espectador, assistir a um jogo/torneio;
- iii) Experiência de escape: participa na atividade, praticar golfe, ténis, padel, *surf*, etc.
- iv) Experiência estética: desfrutar de condições de um determinado lugar a uma determinada hora.

A animação turística é um serviço que torna os destinos turísticos mais atrativos e competitivos. Um produto turístico que contenha serviços de animação é mais amplamente reconhecido pelos clientes, porque combate a sazonalidade. A animação desportiva, em particular, é uma resposta natural à necessidade de atividade física e desporto, emoções positivas e recreação. O valor económico investido para aumentar a popularidade dos serviços de animação desportiva fornece uma qualidade maior do produto de animação turística como um todo. As oportunidades para a melhoria da qualidade de animação desportiva estão relacionadas com a melhoria da política do investimento em matéria de modernização e reestruturação das instalações desportivas; implementação de uma abordagem moderna das atividades de animação desportiva e, por último, estabelecimento de um sistema de qualificação e requisitos para a preparação de animadores desportivos. A principal ameaça está relacionada com o baixo número de profissionais qualificados e também com a sua mobilidade. De acordo com Sandanski (2009), a organização dos eventos desportivos nos *resorts* entre os turistas em férias requer uma gestão especializada feita por pessoal certificado, bem como uma seleção cuidadosa, uma construção e o desenvolvimento de uma capacidade organizacional e cognitiva específica.

Parte 3 – Casos de estudo

Em Portugal, Vilalara, no Algarve, é um RI de sucesso, que foi desenvolvido com características que lhe permitiram adaptar-se às alterações na envolvente, ao longo dos seus 50 anos de existência. A sustentabilidade ambiental e económica do projeto foi assegurada, por essa capacidade de adaptação, assente na qualidade e na inovação.

A aposta no produto Saúde e Bem-Estar permite ter uma oferta diferenciada num destino associado à praia e ao golfe e transformar-se num centro de talassoterapia reconhecido a nível mundial. O produto sol e mar tem uma forte sazonalidade. Nos meses de outubro a março, os *resorts* com total dependência da praia ficam com níveis reduzidos de ocupação. Nesse sentido, a maior parte dos RI desenvolvidos no Algarve tem como tema central o golfe, visto existir uma forte procura por este tipo de produto ao longo do ano. Existe, assim, uma forte concorrência na oferta de destino golfe no Algarve. No entanto, Vilalara, sem se desviar do seu foco, consegue também oferecer golfe aos seus clientes, oferecendo o serviço disponível noutros *resorts* localizados na região (por exemplo, o Vila Vita Parc). Evoluiu de forma a não ficar dependente apenas do produto sol e mar, e no produto saúde continua a lançar novos serviços e a apostar nas novas tendências do mercado.

A administração do empreendimento tem tido um papel fundamental para a sustentabilidade ambiental e económica de Vilalara, desde a decisão de desenvolver um projeto adaptado à natureza da sua localização, tirando todos os benefícios do produto sol e mar, até à decisão de avançar para um conceito inovador vocacionado para a saúde e bem-estar, a talassoterapia. Mais recentemente, a promoção tornou-se mais abrangente e a oferta mais diversificada, permitindo que os seus clientes beneficiem de outras ofertas hoteleiras dentro do grupo, que atualmente tem 9 hotéis e *resorts*. Através do cartão de membro, os clientes de Vilalara têm vantagens na escolha de outras localizações. Esta foi a forma que a administração de Vilalara encontrou para contornar o facto de não haver mais área disponível no território para aumentar a dimensão do empreendimento.

Os casos fora de Portugal revelam, por seu turno, realidades algo diferentes, mas com pontos em comum e contributos importantes, nalguns aspetos, para este estudo, em continuidade.

No caso do Brasil, o desenvolvimento do turismo, nomeadamente no Nordeste, teve uma aposta de sucesso no turismo residencial incluído em *resorts* integrados que obedecem a uma legislação específica. Este enquadramento permite o correto ordenamento do território, através da construção das infraestruturas necessárias e fomentando o emprego local. A preocupação

em desenhar programas de desenvolvimento do turismo, em delinear planos de ordenamento de território e em financiar as obras de infraestrutura, como saneamento básico e vias de comunicação, contribui para que as populações locais beneficiem em grande escala do turismo que é atraído para a região. Este tipo de enquadramento e os incentivos disponibilizados criam as bases para que estes empreendimentos perdurem no tempo, dado que foram definidos a pensar na sustentabilidade social, ambiental e económica. De notar que os campos de golfe estão também presentes nestes *resorts*, o que denota o seu contributo para o desenvolvimento presente e futuro dos *resorts* integrados, bem como atividades náuticas/radicais, como o *surf*, *bodyboard*, *sup*, mergulho, escalada, *windsurf*, *kayaksurf*, cada vez mais presentes na oferta dos *resorts*. Designadamente, o *surf* fará parte dos Jogos Olímpicos 2020, o que vai contribuir para um aumento significativo de clientes interessados na modalidade. Assim, esta também poderá ser uma excelente oportunidade para os *resorts*, uma vez que a costa portuguesa representa uma mais-valia para a prática deste desporto. Nos últimos anos, o crescimento do *padel* tem sido significativo, existindo cerca de 2500 a 3000 jogadores e cerca de 60 campos espalhados ao nível da nação brasileira. Aqui, também poderá haver uma oportunidade para que os *resorts* comecem a investir nesta prática, uma vez que se verifica que a nível mundial é dos desportos de equipa que atrai tantos adeptos do sexo feminino como do sexo masculino e que tem uma abrangência etária vasta (dos 5/6 anos aos 80 anos).

Em Angola, o *Mangais Golf Resort* já recebeu a realização do *Open Internacional de Golf*, enquadrado no circuito europeu da Associação Profissional da modalidade, numa competição que juntou no campo dos *Mangais* um total de 165 dos melhores praticantes do mundo proveniente de 30 países, e também uma equipa da imprensa internacional especializada no golfe. O golfe será a uma peça fundamental para o crescimento do turismo em geral e do mercado dos *resorts* em particular. A atração deste tipo de evento internacional para Angola vai, por um lado, fomentar o desenvolvimento da modalidade, num país onde o número de golfistas começa a crescer; por outro, vai permitir investir no turismo do país, favorecendo a circulação de visitantes e forçando o melhoramento das infraestruturas hoteleiras locais. Espera-se, também, que este campeonato tenha permitido que muitos dos investidores locais e internacionais possam constatar que existem boas condições em Angola para investir neste setor, que tem um bom potencial de crescimento.

O Bangladesh é um país de rendimento médio-baixo, apresentando uma taxa média de crescimento do PIB de 6%. A sua economia é altamente dependente da exportação da força de trabalho, do pronto-a-vestir e do sector agrícola, havendo no entanto outros sectores promissores, tais como o da construção naval e da indústria farmacêutica. A taxa de desemprego

ronda os 10%, o que está acima do nível desejado. Como resultado, o emprego precário e o emprego com salários baixos têm vindo a aumentar e muitas pessoas estão atravessando ilegalmente a fronteira na esperança de uma vida melhor. A fim de melhorar a taxa de emprego e parar a imigração ilegal, o governo tem implementado novas medidas e políticas para captar os benefícios sociais, culturais e económicos que podem ser gerados pelo sector do turismo. Como parte do desenvolvimento do sector de turismo, o governo do Bangladesh passou a Autoridade de Desenvolvimento de *Cox's Bazar* para a alçada do Conselho de Ministros, como zona preferencial de desenvolvimento. Isso criará oportunidades de emprego e reduzirá a dependência do país de outros sectores específicos de atividade. Designadamente:

- i) atualizar as políticas atuais de turismo, de acordo com as boas práticas realizadas no mercado de turismo mundial;
- ii) incentivar e passar a organização do turismo local para o sector privado;
- iii) apostar e desenvolver as universidades do país, a nível da formação avançada em turismo, nomeadamente em gestão hoteleira e turística;
- iv) construir e manter infraestruturas em torno do sector do turismo, tal como desenvolver a ligação ferroviária entre *Cox's Bazar* e *Chittagong*;
- v) garantir a estabilidade política para atrair o turista estrangeiro;
- vi) criar um sistema de segurança nos locais turísticos.

Parte 4 – Considerações finais

O presente relatório, contido pelo espaço disponibilizado nesta publicação, além da análise da evolução do conceito de *resort* e da sua interpretação social e económica, traduz o turismo e o imobiliário como indústrias, em quaisquer das localizações dos casos estudados.

Portugal tem condições para conquistar terreno no mercado do turismo residencial, tendo beneficiado do abaixamento no mercado de destinos concorrentes, tal como a Turquia, Grécia ou Croácia, devido ao clima de insegurança e de instabilidade política, nos últimos anos. Em contrapartida, cada vez mais estão a surgir investidores nacionais e estrangeiros para investir em Portugal. A escassez de oferta neste segmento não aparenta ser um problema, face à maior flexibilidade dada aos investidores a nível financeiro, bem como ao número de projetos novos em construção e à possibilidade de reabilitação de outros a curto prazo.

Também ao nível da procura, tem havido mudanças nos últimos anos, sendo que a criatividade no processo de vendas é vital, nomeadamente na aposta em produtos com rendimentos garantidos ou na entrega de casas já mobiladas. O mercado mostra uma apetência

por apartamentos de menor dimensão, o que permite a diminuição das áreas e valorização do lazer e dos equipamentos disponíveis na envolvente. Outros fatores revelantes para a procura consistem na transparência do mercado e nos benefícios fiscais oferecidos. O mercado dos expatriados, nacionais ou estrangeiros, deverá ser considerado como uma aposta de futuro pois nestes casos a procura por uma base residencial na Europa relega para segundo plano a relevância da localização num determinado país.

Dos casos estudados, os de Angola e da Síria afiguram-se-nos especiais.

A questão da insegurança política e social em Angola é um travão à atração de investidores e turistas externos. A oferta dos *resorts* e restantes equipamentos hoteleiros está voltada essencialmente para os turistas nacionais e para os expatriados estrangeiros residentes em Angola. O desenvolvimento de *resorts* integrados em Angola pode ser benéfico para as comunidades locais, uma vez que o seu desenvolvimento vai implicar o investimento em infraestruturas (saneamento básico, transportes e urbanização). Estas ações poderão compensar as tensões sociais que este tipo de investimento provoca nas populações locais, que estão longe de conseguir ter acesso a estes espaços, uma vez que vivem no limiar da pobreza.

Se a insegurança é um problema, a guerra é desastrosa; no entanto, contrariamente ao que se podia supor, a Síria, em guerra civil, continuou a conseguir atrair turistas. Há regiões muito afetadas pelo conflito, mas outras sofreram menos impactos e vão mantendo a atividade turística. Os recursos do país são de tal maneira atrativos que quando a paz for reestabelecida os na Síria vão voltar a ter um papel importante na atividade económica.

Em termos globais, é preciso um esforço conjunto de empresários, governos e comunidades locais para se empreender ações efetivas que resultem em ambiente natural e social adequado ao desenvolvimento do turismo e dos locais. Vieira Filho & Silva (2009) afirmam que, quando se trata de desenvolvimento sustentável, não se pode esquecer a questão da responsabilidade social, que é uma das vertentes desse tipo de desenvolvimento. Quando empresas privadas desenvolvem ações que contribuem para o desenvolvimento sustentável, atuando na dimensão social da sustentabilidade e participando em ações sociais que beneficiam a comunidade em que estão inseridas e contribuem para minimizar os impactos ambientais decorrentes da atividade que exercem, estamos em presença de ações de responsabilidade socioempresarial.

Assim, adotar um comportamento que vai para além do exigido legalmente contribui para fidelizar o cliente, um fator-chave para suplantar a concorrência. Não basta oferecer bons produtos e usar de ética nas relações com parceiros e fornecedores. A imagem no mercado deve

exigir que as empresas empreendam ações com benefícios para os recursos humanos e para a comunidade onde se inserem.

Garantir sustentabilidade é garantir autonomia, que, no sentido lato, significaria perpetuar, mas que, apesar de inatingível, nos indica o caminho que deve ser seguido, à escala global, para garantir, também, a viabilidade e a vitalidade dos investimentos, mesmo em períodos de crises políticas, sociais e económicas. E também um caminho a explorar na investigação deste objeto de estudo e desta problemática.

As características geográficas dos *resorts* turísticos, na sua génese, parecem ser um convite à utilização de energias renováveis nestes empreendimentos, onde são facilmente integráveis a energia solar e a energia geotérmica. As grandes áreas disponíveis para a colocação de painéis solares e o consumo permanente de calor e eletricidade são as condições necessárias para a concretização desta vontade, a que teremos de adicionar o investimento que, por sua vez, nos garante um retorno em seis anos para painéis fotovoltaicos e em quatro anos para painéis solares térmicos. Paralelamente, existe associada a garantia de uma fonte de energia permanente, que irá assim traduzir-se em enormes benefícios económicos, pois a partir do momento em que é conseguido o retorno do investimento a energia será gratuita. Existe legislação destinada a alojar os produtores de energia no regime que mais lhes interessa e as fases de estudo de viabilidade económica e de projeto encarregar-se-ão de indicar qual o melhor dimensionamento e opção.

Neste sentido, a proteção de grandes investimentos dificilmente suporta a sazonalidade do turismo, a que podemos adicionar a necessidade de conciliação permanente dos vários interesses, nem sempre bem representados na forma de gestão dos empreendimentos. Os *resorts* integrados são ávidos de soluções ecologicamente passivas, tal como a adoção de sistemas de energias renováveis, ou seja, uma outra maneira de aproveitar o sol que “vendemos” ao turismo. Será que o futuro passa por aqui?

Bibliografia essencial

Estudos:

Aledo, A., & Mazon, T. (2004). Impact of residential tourism and the destination life cycle theory. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*. (76).

Aranda, J. R., Urbistondo, P. A., & Robles, E. M. G. (2014). Resort activity of scandinavian residential tourists. *Turismo y Desarrollo* (17).

Arif and Islam (2011). Opportunities of tourism in Bangladesh. *International Journal of Research in Commerce, IT and Management*, 1(6).

Assis, L. F. D. (2012). *Entre o Turismo e o Imobiliário: velhos e novos usos das segundas residências sob o enforque da multiterritorialidade – Camocim/CE*. [Tese de Doutorado em Geografia Humana]. Universidade de São Paulo.

Assunção, P. (2012). Turismo e processo de urbanização: desafios na preservação do patrimônio natural e cultural. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 7(2).

Bardhan, A. et al (2008). *Global Tourism and Real Estate. Fischer Center for Real Estate and Urban Economics*. Boston: University of California Berkeley, Sloan Industry Studies Conference

Bell, M., & Ward, G. (2000). Comparing temporary mobility with permanent migration. *Tourism Geographies*, 2(1), 87-107.

Boniface, B., Cooper, C., & Cooper, R. (2012). *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*. London And New York: Routledge, 26(1).

Breuer, T. (2005). Retirement migration or rather second-home tourism? German Senior Citizens on the Canary Islands. Dedicated to Jürgen Bähr on his 65th birthday. *Die Erde: Zeitschrift der Gesellschaft für Erdkunde*, 136(3), 313-333.

Brito, S. P. (2009). *Direcção-Geral do Turismo: Contributos para a sua história*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.

Brito, S. P. (2009). *Território e turismo no Algarve*. Lisboa: Edições Colibri.

Bru Giner, P. (2012). The mirage of residential tourism: a mistaken concept, form arguments. In *6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU)*. Barcelona, 1-9.

Casado-Díaz, M. A., Kaiser, C., & Warnes, A. M. (2004). Northern European retired residents in nine southern European areas: characteristics, motivations and adjustment. *Ageing and Society*, 24(03), 353-381.

Coriolano, L. N. M. T., Barbosa, L. M., & Sampaio, C. F. (2012). Veraneio, turismo e especulação imobiliária no Porto das Dunas - litoral cearense. Coriolano, L. N. & Vasconcelos, F. P. (Org). *Turismo, território e conflitos imobiliários*. Fortaleza: EdUECE, 201-218.

Cruz, R. D. C. A. (1999). *Políticas de turismo e (re) ordenamento de territórios no litoral do Nordeste do Brasil*. [Tese de Doutorado, Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo]. São Paulo: USP.

Cunha, L. & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.

Cunha, L. (2012). *Turismo em Portugal: sucessos e insucessos*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

Decreto-lei N.º 228/2009, 14 de Setembro – Regime Jurídico da Instalação, Exploração e Funcionamento dos Empreendimentos Turísticos.

Elena, M. et al (2012). Fuzzy Time Series and Sarima Model for Forecasting Tourist Arrivals to Bali. *Jurnal Teknologi*, 57(1).

Endres, A. V. (2008). Políticas de turismo, desenvolvimento e o papel do estado: cenários e inquietações. *Revista do PPGSP da UFSC*, Florianópolis: UFSC, 5(1), 74-97.

Hernández-Ramírez, J. (2015). El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo. *Pasos*, 13(2), 305-331.

Hinch, T., & Higham, J. (2011). Sport tourism development. *Channel view publications*, 13.

Huete, R., & Mantecón, A. (2011). 11 Residential Tourism or Lifestyle Migration: Social Problems Linked to the Non-Definition of the Situation. *Controversies in Tourism*, 160.

Huete, R.; Mantecón, A. & Mazón, T. (2008). Analysing the Social Perception of Residential Tourism Development. In Costa, C. & Cravo, P. (coord.). *Advances in Tourism Research*. Aveiro: IASK, 153-161.

Kabir, M. A. et al (2012). Business Model of E-Tourism for Developing Countries. *International Journal of Computer and Information Technology*. 3(1), 30-34.

Lobo, S. (2010). Arquitectura e turismo: Portugal anos 60. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Coimbra (91), 91-106.

Mangorrinha, J. (2006). As termas em Portugal e os últimos refúgios do turismo. *Público*. <https://www.publico.pt/2006/09/03/jornal/as-termas-em-portugal-e-os-ultimos-refugios-do-turismo-96061>. Acedido em 3 de Setembro de 2019.

Página | 29

Mangorrinha, J. (2009). *A cidade termal: ordenamento do território e turismo*. [Tese de Doutoramento em Urbanismo pela Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa]. Lisboa: Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

Mangorrinha, J. (2017). Portugal e República Dominicana: De um “Plano Português” inovador para o turismo Dominicano (1995-1997) à realidade atual (2016). *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 30, 31-44.

Mantecón, A., & Huete, R. (2008). The value of authenticity in residential tourism. The decision-maker's point of view. *Tourist Studies*, 8(3), 359-376.

Martínez, T. & Tur, A. (2005). Los límites del turismo residencial: el caso de Torre Vieja. *Estudios Turísticos*, (165), 77-95.

Neto, J. (2011). Arquitectura de “Resorts” turísticos na Costa Oeste de Portugal/Pólos de desenvolvimento local ou condomínios fechados?. Valladolid: Universidade de Valladolid.

Nieves, R., Terán, A., & Martínez, T. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?. *Cuadernos de turismo* (22), 101-121.

O’Reilly, K. (2003). When is a tourist? The articulation of tourism and migration in Spain’s Costa del Sol. *Tourist studies*, 3(3), 301-317.

OMT (2010). United Nations & World Tourism Organization. International Recommendations for Tourism Statistics – 2008. *Studies in Methods*. Series M, 83/Rev.1. New York: United Nations.

O'Reilly, K. (2007). Emerging tourism futures: Residential tourism and its implications. In Geoffroy, C. and Sibley, R. (eds.). *Going Abroad: Travel, Tourism, and Migration. Cross-Cultural Perspectives on Mobility*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 144-157.

Paiva, R. (2007). Turismo e pós-modernidade: Os processos urbanos contemporâneos. *Desígnio: Revista de Arquitetura e do Urbanismo*, (1). São Paulo, 151-160.

Paiva, R. (2013). Sobre a relação turismo e urbanização. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, 20(33), 126-145.

Pakman, E. T. (2014). Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. *XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Universidade do Estado do Ceará.

Patuleia, M. (2011). “turismo residencial e os resorts integrados no pólo de desenvolvimento turístico do oeste: estratégias de desenvolvimento. *Revista dos Algarves*. Faro: ESGHT/UALG.

Patuleia, M. (2012). *O turismo residencial, os resorts integrados e as motivações: o caso do Polo de Desenvolvimento Turístico do Oeste*. [Tese de Doutoramento]. Local: Universidade do Algarve

Pennington, J. W Thomsen, R. C. (2010). A semiotic model of destination representations applied to cultural and heritage tourism marketing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(1), 33-53.

Página | 30

Pinto, H. & Mangorrinha, J. (2009). *O desenho das termas: história da arquitectura termal portuguesa*. [S.l.]: Edição dos Autores.

Sandanski, Y. (2009). *Management of sports events*. Sofia: EU.

Selva, V (2012). Litoral da Área de Proteção Ambiental (APA) de Guadalupe: de ambiente natural a espaço do turismo. *Nature and Conservation*, 5(1), 8-16.

Siraj, S. B. et al (2009). *The role of agriculture education and training on agriculture economics and national development of Bangladesh*. *Afr. J. Agric. Res*, 4(12), 1334-1350.

Spinelli, L. (2007). Promessa de uma nova Cancun. Recife: *Jornal do Comércio*.

TP - Turismo de Portugal (2006). *Resorts Integrados e Turismo Residencial – 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo de Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, I. P.

TP - Turismo de Portugal (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa: Turismo de Portugal, I. P.

Turner, R. (2015). *The Economic Impact of Travel & Tourism 2015: Syria*. World Travel & Tourism Council (WTTC). London

Vieira Filho, N. & da Silva, K. (2009). Os resorts e seus impactes nas comunidades locais: estudo de caso do Águas do Treme Lake Resort no município de Inhaúma em Minas Gerais. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 4(3), 4-5.

Williams, A. & Hall, C. (2002). *Tourism, migration, circulation and mobility. Tourism and migration*. Springer Netherlands, 1-52.

Williams, A. M., King, R., Warnes, A. & Patterson, G. (2000). Tourism and international retirement migration: new forms of an old relationship in southern Europe. *Tourism Geographies*, 2(1), 28-49.

World Travel and Tourism Council (2014). *Annual report-2014: The Economic Impact of Travel and Tourism*.

Endereços eletrónicos:

<http://visitbangladesh.gov.bd>

http://www.apr.com.pt/fotos/noticias/assim-foi_conf-turismo_1697675427568d315fc2494.pdf. (II Conferência Nacional do Turismo Residencial e de Golfe, 10 Dezembro 2015)

<http://www.aquiraz-riviera.com/>

<http://www.bnb.gov.br>

<http://www.livinginportugal.com/pt/>

<http://www.minhotur.gov.ao>

<http://www.turismo.gov.br/>

<http://www.vidaimobiliaria.com/noticia/turismo-residencial-pode-ser-o-petr-leo-de-portugal>. I Conferência Nacional do Turismo Residencial e de Golfe, 26 Novembro 2014)

Notas sobre o autor:

Jorge Mangorrinha

jorge.mangorrinha@cm-lisboa.pt

ORCID: 0000-0002-4859-7892

Investigador e professor universitário. Técnico superior da Câmara Municipal de Lisboa. Pós-Doutorado em Turismo, pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Doutorado em Urbanismo, pela Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, Mestre em História Regional e Local, pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, e licenciado em Arquitectura, pela Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa. Foi distinguido com o Prémio José de Figueiredo 2010. Presidiu à Comissão Nacional do Centenário do Turismo em Portugal (1911-2011).