

ESTUDO

IMPACTOS DO TURISMO NA CIDADE DE BRAGA NA PERSPETIVA DOS RESIDENTES



Com o crescimento do Turismo, aumenta também o seu impacto na comunidade local.

Este estudo explora a forma como os residentes percecionam este impacto e quais os fatores que moldam as suas perceções, identificando prioridades estratégicas para desenvolver a boa relação entre os visitantes e os residentes.



Índice

01

Mensagem de Abertura..... pág.04

02

Enquadramento pág.06

2.1 Objetivos do estudo pág.07

2.2 Dinâmicas recentes do Turismo pág.08

2.2.1 Turismo internacional

2.2.2 Turismo em Portugal

2.2.3 Turismo em Braga

2.3 Tendências e desafios para o Turismo pág.11

2.4 Impactos do turismo e o desenvolvimento sustentável pág.12

03

Metodologia do estudo pág.14

04

Resultados pág.17

4.1 Caracterização dos respondentes pág.18

4.2. Perceção geral sobre o turismo e a cidade pág.21

4.3. Atitudes e opiniões face ao Turismo pág.24

4.4. Impactos do turismo pág.25

4.5. Relação entre a perceção e os impactos pág.27

4.6. Diferenças de perceções pág.28

4.7. Comentários e Sugestões dos residentes pág.29

05

Prioridades Estratégicas e Recomendações pág.30

06

Nota final pág.40

MENSAGEM DE ABERTURA

"Braga é uma cidade acolhedora e apaixonante. Recebemos bem quem nos visita e estamos cada vez mais empenhados em continuar a proporcionar aos visitantes e turistas experiências diferenciadoras."

O presente estudo foi encomendado pela AEB - Associação Empresarial de Braga ao Centro Regional de Braga da Universidade Católica Portuguesa no âmbito do projeto "Braga: Cidade Autêntica", financiado pela Linha de Apoio à Sustentabilidade promovida pelo Turismo de Portugal, IP.

Partindo da auscultação dos residentes de Braga em relação ao crescimento do setor turístico na cidade, a equipa responsável pelo estudo apresenta-nos um conjunto de indicadores, conclusões e recomendações da maior relevância para intervenções futuras em termos de planeamento estratégico e de definição de medidas para sustentar e reforçar a proposta de valor do nosso destino.

Braga é uma cidade acolhedora e apaixonante. Recebemos bem quem nos visita e estamos cada vez mais empenhados em continuar a proporcionar aos visitantes e turistas experiências diferenciadoras.

Prossequimos ainda o objetivo e desejo de promover um crescimento sustentado da atividade turística em Braga em harmonia com a atividade diária de quem vive e trabalha no centro da cidade.

"Esperamos que este trabalho inspire os bracarenses e as forças vivas deste concelho no sentido de se promover uma visão mais atenta e, simultaneamente, uma ação mais efetiva e concertada em prol do desenvolvimento sustentável e inclusivo de Braga"

Esperamos que este trabalho inspire os bracarenses e as forças vivas deste concelho no sentido de se promover uma visão mais atenta e, simultaneamente, uma ação mais efetiva e concertada em prol do desenvolvimento sustentável e inclusivo de Braga como um destino turístico, de lazer e compras de excelência no contexto nacional e internacional.

O turismo tem estado no centro das preocupações, desafios e anseios da AEB dada a sua importância para a afirmação e desenvolvimento da nossa economia e sociedade. A realização deste estudo é mais uma evidência clara do objetivo desta casa de empresários de contribuir ativamente para o processo de desenvolvimento e afirmação do destino Braga, fazendo-o em parceria com o Município e com todos os operadores económicos ligados direta ou indiretamente à atividade turística, comercial e cultural.

Em Portugal, há um amplo reconhecimento sobre o papel central do turismo na economia portuguesa, enquanto atividade exportadora e, sobretudo, como setor com um peso relevante na criação de emprego e riqueza.

O contributo do turismo para o desenvolvimento transversal da economia bracarense será evidente e incontornável nas próximas décadas. É um setor com fortes ligações a outras dimensões da economia, como sucede com o comércio, restauração, serviços, transportes, imobiliário, cultura e produtos locais, aportando valor e atratividade à generalidade o tecido empresarial.

Em 2020, a Comissão Europeia estimava que por cada euro gerado no turismo, o incremento nas restantes atividades económicas era de 56 cêntimos. Em Portugal, a OCDE estima que cada euro gasto por turistas gera 79 cêntimos de valor acrescentado na economia portuguesa, bem acima dos 59 cêntimos gerados pelas exportações portuguesas em geral.

Sendo o turismo um dos principais motores do crescimento sustentável e integrado da economia bracarense, a concretização deste estudo e do projeto “Braga: Cidade Autêntica” também nos ajuda a refletir sobre os impactos positivos e negativos que esta atividade pode ter ao nível da atividade económica, social e cultural no centro histórico da nossa cidade. Com efeito, há que debater abertamente todas as questões que se colocam e, sobretudo, aproveitar o elevado potencial deste setor e da nossa cidade em prol de uma economia mais sólida e apelativa para quem visita, reside e trabalha em Braga.

A AEB agradece o apoio do Município de Braga na realização do projeto “Braga: Cidade Autêntica” e felicita a equipa da Universidade Católica Portuguesa responsável por este estudo pelo meritório trabalho desenvolvido.

DANIEL VILAÇA
Presidente da AEB



2

ENQUADRAMENTO



2.1. OBJETIVOS DO ESTUDO

Num contexto de grande dinamismo do Turismo na cidade de Braga, este estudo apresenta os resultados de uma iniciativa promovida pela Associação Empresarial de Braga e desenvolvida pela Universidade Católica Portuguesa, com o objetivo de avaliar as perceções e atitudes dos residentes de Braga em relação ao crescimento do setor turístico na cidade.

O estudo enquadra-se no projeto Braga: Cidade Autêntica, financiado pela Linha de Apoio a Sustentabilidade, e tem como finalidade última promover uma maior e melhor integração entre os residentes e os turistas, na cidade de Braga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Aferir a perceção dos impactos do turismo na cidade de Braga, na perspetiva dos residentes;
- 2 Aferir a importância relativa dos diferentes tipos de impactos;
- 3 Aferir a influência dos impactos nas perceções sobre o turismo;
- 4 Aferir as atitudes dos residentes relativamente ao turismo na cidade;
- 5 Relacionar as perceções sobre o turismo na cidade com características sociodemográficas dos residentes;
- 6 Apresentar recomendações que possam promover a qualidade de vida dos residentes e uma maior retenção de valor para a comunidade em resultado da atividade turística.

2.2. DINÂMICA RECENTE DO TURISMO

2.2.1. TURISMO INTERNACIONAL

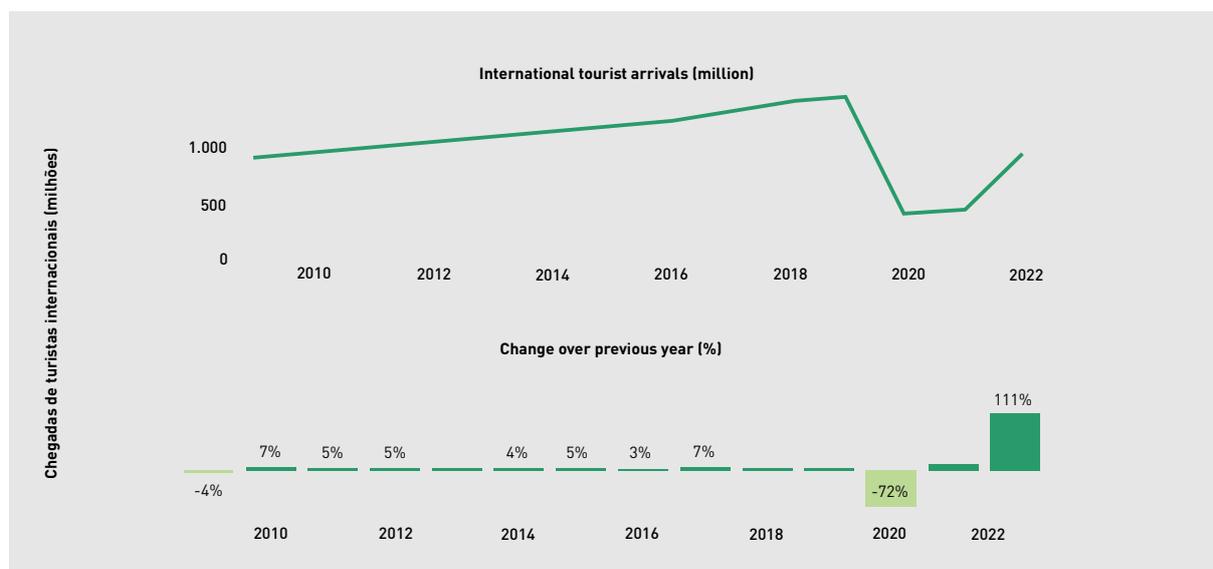
Depois da pandemia, 2022 e 2023 têm sido anos de forte recuperação no turismo. Os dados da Organização Mundial do Turismo mostram que, em 2022, as chegadas de turistas internacionais registaram um crescimento de 111%, relativamente ao ano anterior e que o número de turistas, nos primeiros sete meses de 2023, era mais do dobro que em igual período em 2022. (OMT, 2023).

Em termos globais, neste período foram registadas 700 milhões de chegadas internacionais, o que representa um aumento de 43% face a igual período de 2022. As regiões da Europa, Médio Oriente e África foram as que mais se destacaram durante este período de recuperação. Na Europa, o aumento de chegadas internacionais resultou da conjugação de uma forte procura intrarregional e do aumento de fluxos turísticos com origem na América do Norte.



O turismo continua a crescer

EVOLUÇÃO DO TURISMO INTERNACIONAL



Fonte: UCP, a partir de dados da Organização Mundial do Turismo

2.2.2. TURISMO EM PORTUGAL

O turismo assume uma importância expressiva na economia portuguesa, sendo o setor que mais contribui para as exportações.

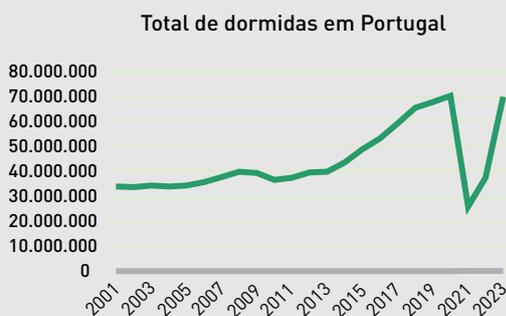
De acordo com os dados divulgados pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (na designação original, World Travel & Tourism Council), em 2023, o valor das receitas da atividade turística, em Portugal, assistirá a um aumento de 15,8% relativamente aos valores recorde de 2019, seguindo a trajetória de crescimento pré-pandemia. O relatório do WTTC acrescenta ainda que, nos próximos 10 anos, este crescimento será contínuo, antecipando que, em 2033, o turismo represente 21,8% no PIB e dê um contributo de €56,4 mil milhões para a economia e para as contas externas portuguesas.

A nível da procura, estima-se que os mercados internacionais continuem a ter um peso significativo no total de dormidas em Portugal, resultante da crescente notoriedade do país enquanto destino turístico (através de experiências pessoais partilhadas, prémios internacionais, etc.) e de fatores tais como: o aumento da competitividade e inovação do setor nacional, a maior aposta numa estratégia de sustentabilidade, a segurança e a riqueza e diversidade da oferta turística.

Turismo de Portugal revela que, em 2023, o país espera receitas de 23 mil milhões de euros, o que representa um crescimento de 9% em relação ao ano de 2022.

INDICADORES RECENTES | 2022 – Janeiro-julho de 2023

	2022	T.V.M.A 22/21	T.V.M.A 22/19	Janeiro a Julho 2023			
				Valor	23/22	Quota 2023	23/19
Total de Hóspedes (milhares)	26.519,7	83,4%	-2,3%	16751,7	17,6%	100%	11,1%
Hóspedes Estrangeiros (milhares)	15.322,9	158,9%	-6,6%	10.137,4	24,6%	60,5%	10,6%
Dormidas (milhares)	69.694,8	86,7%	-0,7%	42.781,8	14,8%	100%	9,8%
Dormidas do estrangeiro (milhares)	46.805,9	150,8%	-4,6%	29.994,0	19,4%	70,1%	8,6%
Taxa de Ocupação Cama (%)	49,9	n.d	-2,3%	51,5%	5,1%	n.d	1,7%
Proveitos Totais (milhões €)	5.014,1	115,2%	16,7%	3.234,8	26,1%	100%	38,9%
Saldo da Balança Turística (milhões €)	15.573,2	140,0%	15,4%	10.049,3	26,3%	n.d	47,7%
RevPar (€)	56,2	72,6%	13,8%	60,6	21,2%	n.d	30,9%



Fonte: UCP, a partir de dados da Organização Mundial do Turismo

2.2.3. TURISMO EM BRAGA

A cidade de Braga, situada na região Norte de Portugal, tem-se destacado como um destino turístico de eleição, registando um crescimento da procura acima da média nacional.

Em termos evolutivos, a cidade tem vindo, igualmente, a assistir a uma trajetória positiva ao nível de receitas turísticas, tanto a nível dos proveitos globais, como ao nível do Revpar.

A evolução do turismo na cidade também fica marcada por uma dinâmica de maior equilíbrio face às origens dos hóspedes. Pela primeira vez, em 2023, verificou-se um número de dormidas de estrangeiros superior ao número de dormidas de cidadãos nacionais. Espanha continua a ser o mercado emissor internacional mais relevante, embora a perder quota para outros mercados (francês, brasileiro, polaco, entre outros), que cada vez mais procuram Braga para passar férias.

Os dados referente ao primeiro semestre de 2023, revelados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), indicam que Braga registou nesse período 285.845 dormidas e mais de 150.000 hóspedes, tornando-se o principal destino da região do Cávado, com uma quota de 61% no total do número de dormidas nesta região e, também, o terceiro município mais procurado no Norte, a seguir ao Porto e a Gaia.

Estima-se que, o ano de 2023, venha a ser o melhor de sempre em termos de procura turística em braga, com resultados entre 700 mil e 800 dormidas na cidade.

ATIVIDADE TURÍSTICA EM BRAGA | 1º SEMESTRE DE 2023



Fonte: UCP, a partir de dados do INE (2023)

2.3. TENDÊNCIAS E DESAFIOS PARA O TURISMO

Depois de anos de pandemia com muitas condicionantes, o turismo já provou a sua resiliência e, como já mencionado, candidata-se a superar os níveis excepcionais de crescimento de 2019, mesmo apesar dos desafios da economia mundial nos diversos domínios.

Na realidade, a evolução política, económica, social, tecnológica e ambiental ocorrida nos últimos anos está a criar novas dinâmicas com implicações no desenvolvimento do turismo, quer do lado da procura quer da oferta.

O setor precisa de se adaptar e evoluir, não apenas em termos de superar desafios económicos e tecnológicos, mas também em abraçar cada vez mais um compromisso com a sustentabilidade ambiental, cultural e social, assegurando três princípios fundamentais para manter o ritmo de crescimento desejável:

- ▶ o respeito pelas culturas locais,
- ▶ o respeito pelo ambiente, e
- ▶ a promoção do bem estar das populações (visitantes e residentes), envolvendo todos os intervenientes nas prioridades, planeamento, e desenvolvimento do setor.

O futuro do setor dependerá ainda de um conjunto de fatores, tais como: a eficácia das estratégias das políticas públicas e privadas, a estabilidade geopolítica, a transição digital e ambiental e o comportamento dos viajantes

TRÊS DESAFIOS FUNDAMENTAIS PARA PREPARAR UM TURISMO SUSTENTÁVEL



2.4. IMPACTOS DO TURISMO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O turismo envolve pessoas e destinos e gera consequências positivas e negativas no meio ambiente onde é desenvolvido, sendo uma atividade com uma forte repercussão sobre as variáveis económicas quantitativas (como rendimento e emprego) e qualitativas (como nível de vida e bem-estar) das regiões e países onde atua.

Neste sentido, e considerando o turismo como um agente de mudança, é importante valorizar os seus aspetos positivos para a contribuição do desenvolvimento dos países e destinos turísticos.

O turismo sustentável é um instrumento eficaz para minimizar os potenciais impactos económicos, socioculturais e ambientais negativos (tais como alterações nos valores e tradições, congestionamento, inflação, sobrelotação, poluição atmosférica e sonora), na medida do possível.

Ao mesmo tempo, é um instrumento para proporcionar uma variedade de retornos que geram benefícios mútuos para anfitriões e visitantes (como emprego, qualidade de vida, entre muitos outros).

Por estes motivos, os impactos gerados pela atividade turística nas economias de muitos países e regiões têm sido um dos aspetos mais estudados na investigação na área do turismo.

Os impactos da atividade turística podem ser classificados em três categorias principais: económicos, socioculturais e ambientais. Vários estudos relataram que os impactos socioculturais, relacionados com mudança social, educação e conservação; qualidade de vida ou intercâmbio cultural, foram reconhecidos como pré-condição fundamental para um desenvolvimento turístico sustentável. No entanto, sublinham que o turismo pode causar stress na comunidade, caso ocorra um desenvolvimento turístico incorreto. Na verdade, nos últimos anos, tem sido expressa uma preocupação crescente sobre os impactos do turismo nos residentes dos destinos anfitriões

A perceção destes impactos não é fácil de ser medida, visto que o turismo, como referido, afeta as condições económicas regionais, as instituições sociais e a qualidade ambiental, ao mesmo tempo que interage com diversos setores da atividade económica e envolve também modificações nos aspetos físicos e sociais, tais como um aumento nos serviços comunitários, instalações recreativas ou intercâmbios culturais.

Assim, o estudo dos impactos do turismo deverá fornecer uma compreensão mais alargada das capacidades das áreas de destino, bem como as consequências que ocorrem quando os respetivos limites são superados, uma vez que esses impactos se referem ao conjunto de modificações ou à sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras.



Pode-se assim concluir de estudos anteriores que, de um modo geral e como tem sido amplamente reconhecido, apesar de alguns constrangimentos, o turismo gera benefícios económicos significativos e apoia um desenvolvimento social e cultural mais amplo do destino.

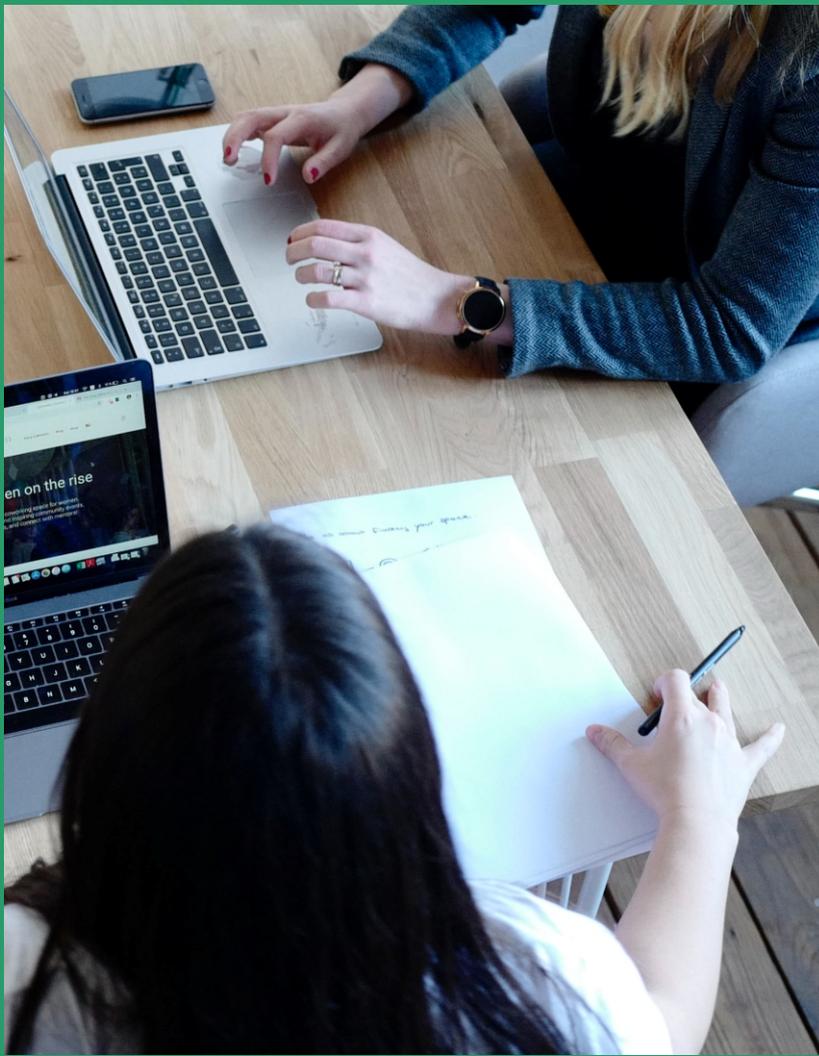
Considerando que os impactos do turismo são a consequência de um processo complexo de interação entre os turistas e as comunidades receptoras, todos os intervenientes precisam ser ouvidos e estar envolvidos no processo de planeamento e gestão das atividades turísticas. Um dos mais relevantes, os residentes, são exatamente o foco deste estudo realizado na cidade de Braga, no sentido de aferir as suas perceções e atitudes relativamente aos impactos do turismo.

O conhecimento dos impactos, atuais ou potenciais, pode assim dar um contributo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística.



3

METODOLOGIA



3.1. PROCESSO METODOLÓGICO

Com vista a avaliar a percepção e atitudes dos residentes sobre o Turismo na cidade de Braga, este estudo seguiu um design descritivo, tendo sido aplicado um questionário presencialmente a uma amostra não probabilística por conveniência a 323 residentes da cidade de Braga. As questões colocadas e as escalas utilizadas tiveram por base estudos científicos anteriores e a respetiva revisão de literatura centrada no tema dos impactos do turismo.



A recolha de dados junto dos residentes foi realizada maioritariamente nos seguintes locais: Rua do Souto, Rua D. Diogo de Sousa, Praça da República, Avenida da Liberdade, Rua de São Marcos, Rua D. Afonso Henriques, Rua Francisco Sanches, Rua Justino Cruz, Rua dos Capelistas, Rua da Senhora do Leite, Rua de São João, Largo de São João, Rua D. Gonçalo Pereira, Rua Dom Paio Mendes, Rua Frei Caetano Brandão e Rua dos Chãos.

A análise de dados foi realizada recorrendo ao software SPSS (versão 29) e ao Excel. Foram usadas técnicas de análise descritiva (médias e frequências), análise de diferenças de médias (teste t e ANOVA) e multivariada (análise fatorial de componentes principais e regressão linear múltipla).

Simultaneamente, foram realizadas quatro entrevistas pessoais, durante os meses de setembro e outubro de 2023, aos presidentes das Juntas de Freguesias localizadas no centro de Braga: São Vítor; Sé, Cividade e Maximinos; São Vicente e União de Freguesias de Braga – S. José de Lázaro e S. José do Couto. O objetivo foi aferir a perceção dos representantes do poder local sobre os impactos do turismo nos residentes e as prioridades de atuação na área do turismo, de modo a articular as recomendações, tanto quanto possível aos interesses locais.



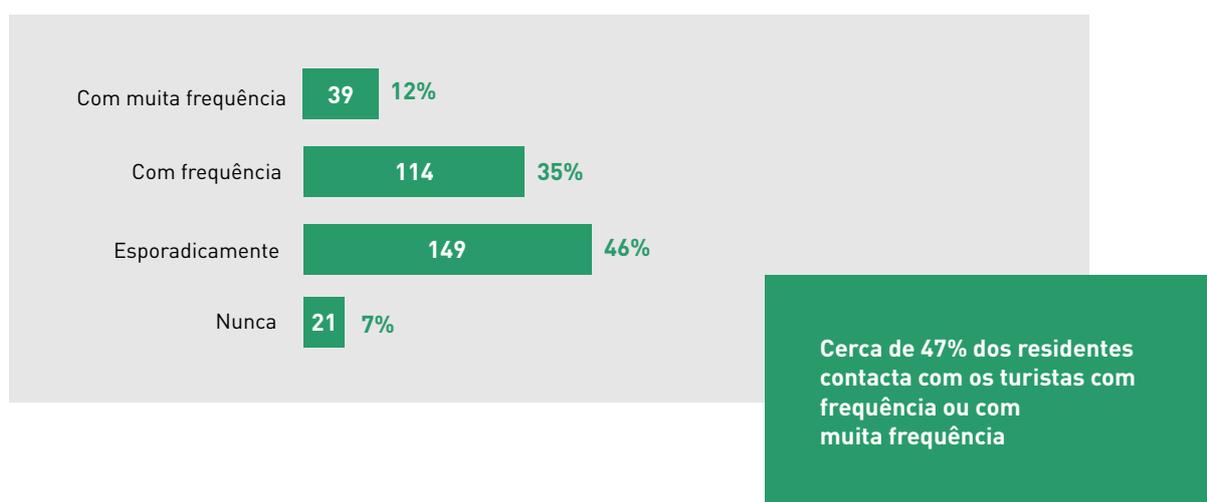
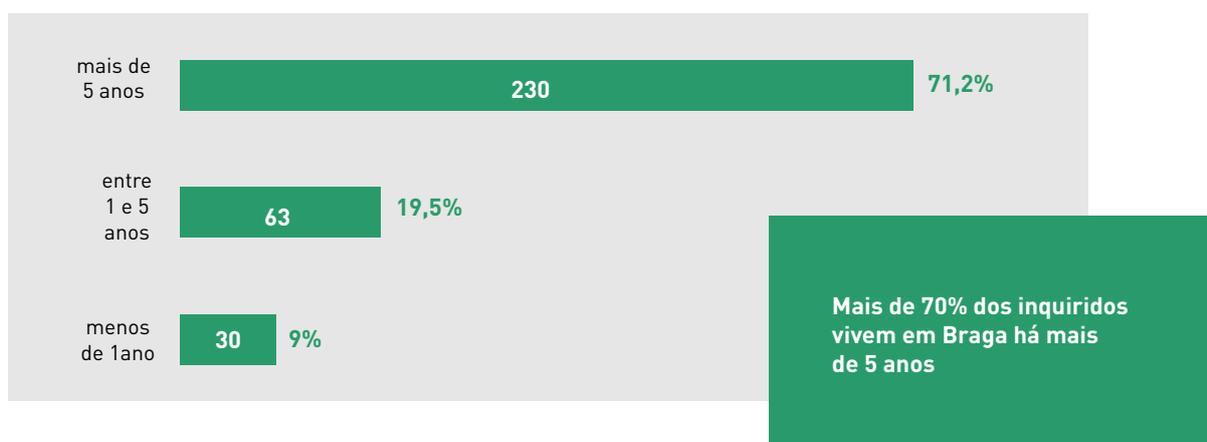
4

RESULTADOS



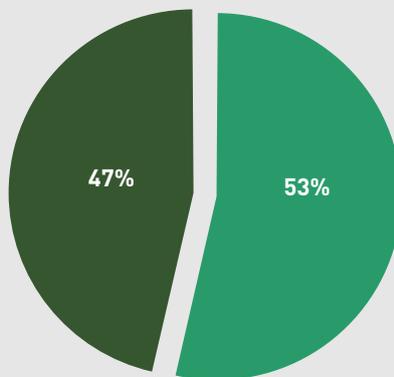
4.1. CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES

Tendo em conta que as características pessoais dos inquiridos podem ter um papel importante na apresentação dos seus pontos de vista, foi examinado um conjunto de características pessoais, nomeadamente, ligação à cidade, idade, sexo, educação e profissão dos inquiridos.



Masculino; 151

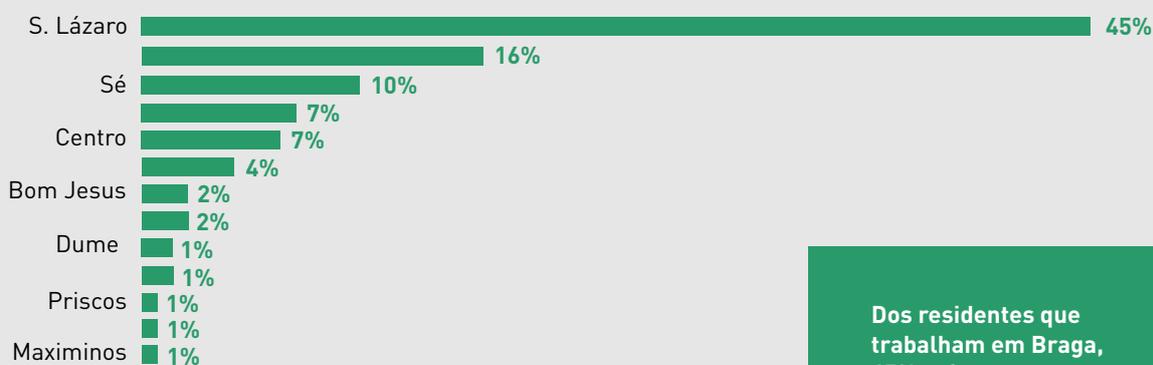
Feminino; 172



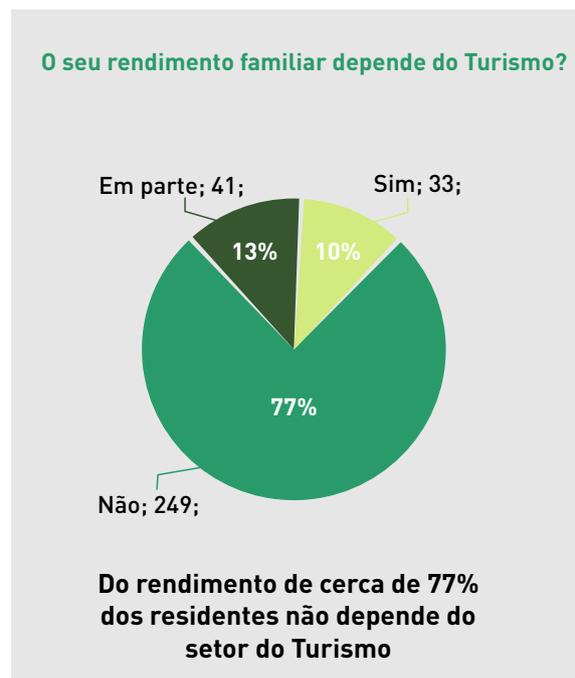
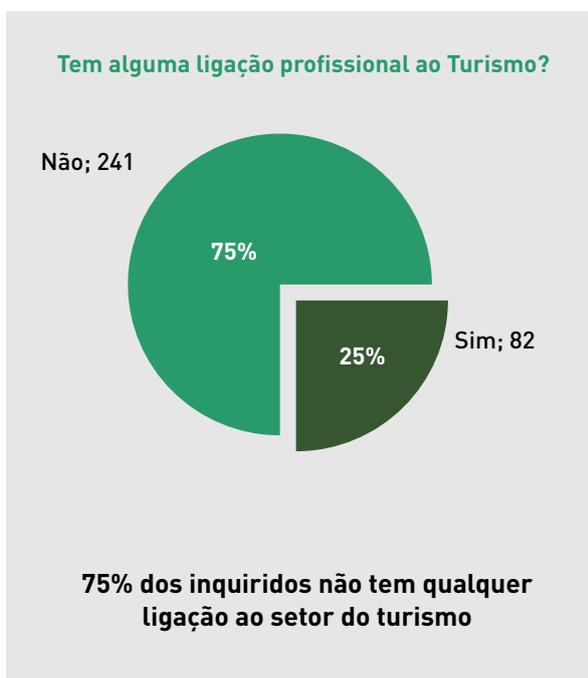
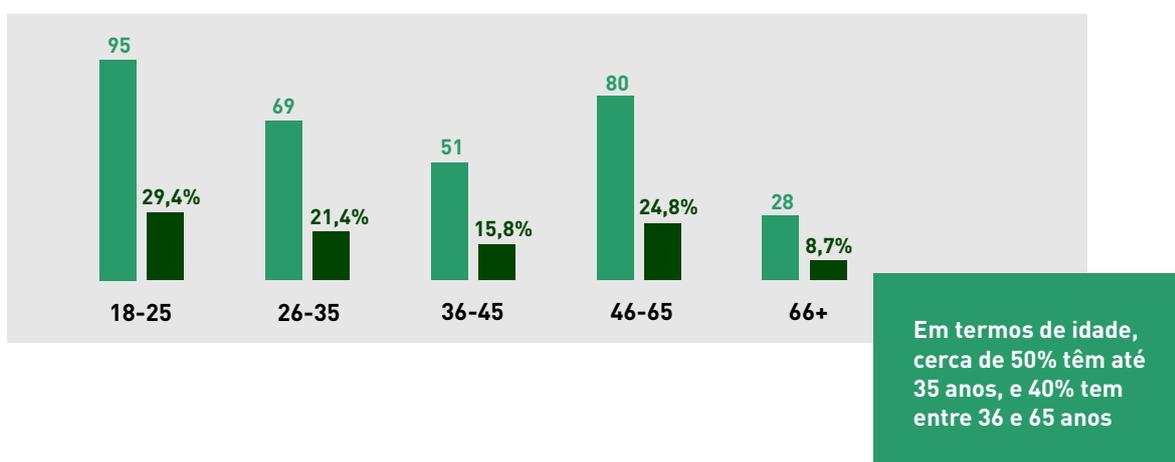
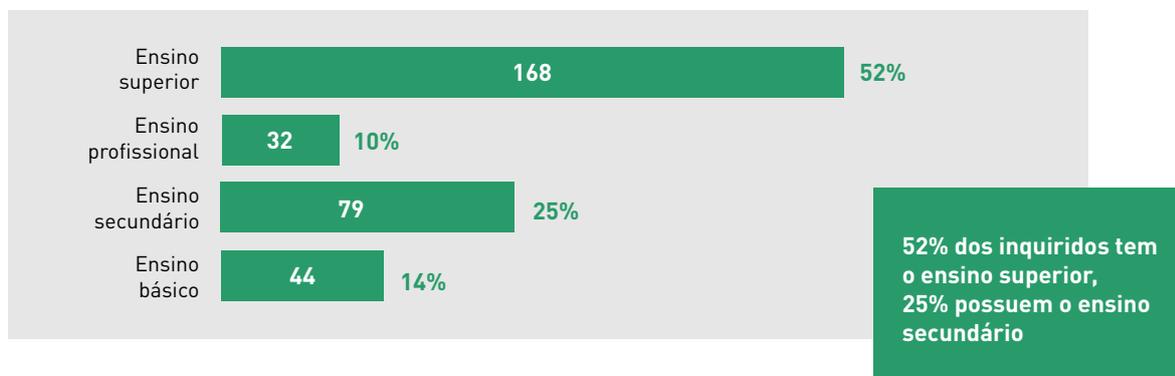
Em termos de repartição por sexo, a amostra é bastante equilibrada



59% dos respondentes residem nas freguesias de S. Lázaro, S. Vítor, S. Vicente, Sé e Gualtar



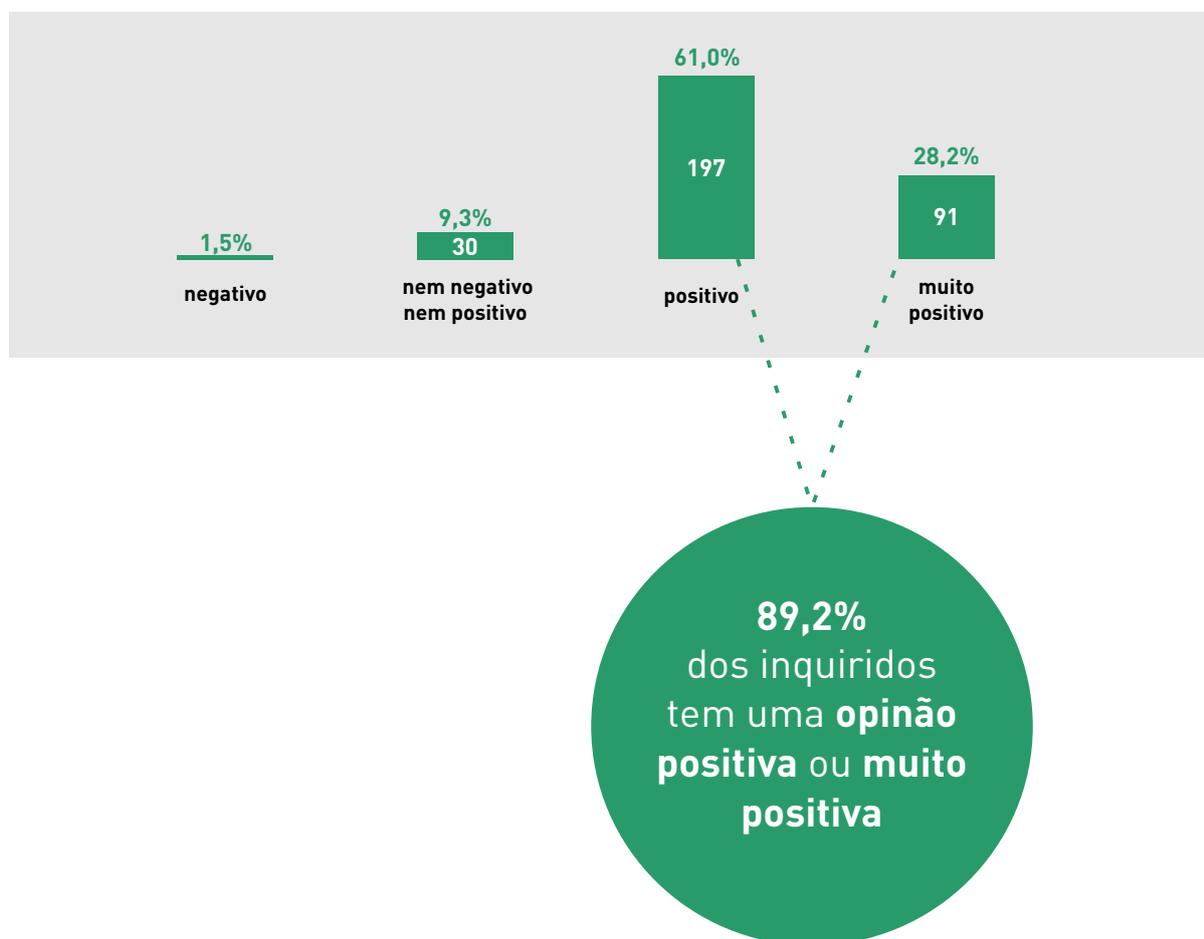
Dos residentes que trabalham em Braga, 45% referem a zona de S. Lázaro



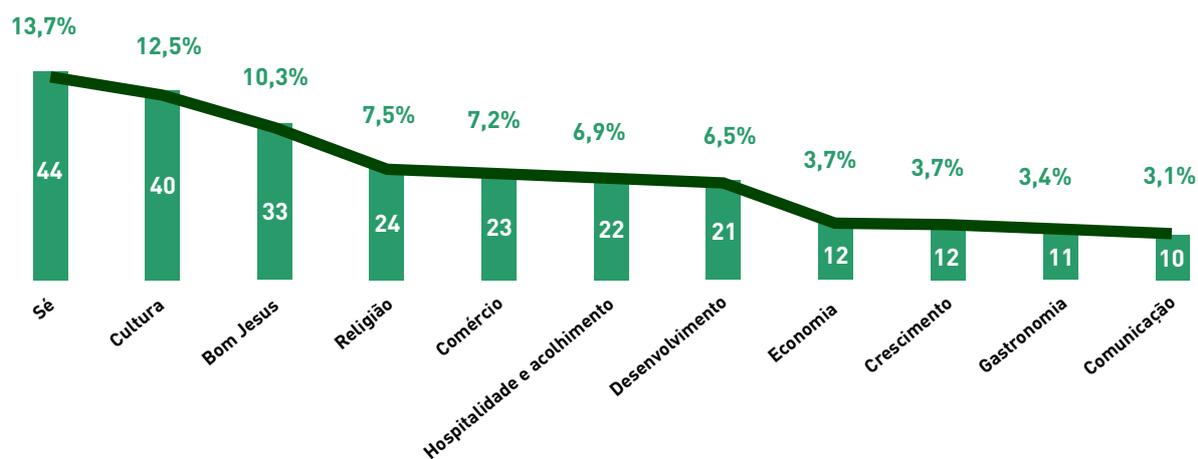
4.2. PERCEÇÃO GERAL SOBRE O TURISMO E A CIDADE

A percepção geral dos residentes sobre o turismo apresenta uma média de 4,16 (escala de 1 a 5). Em termos de frequências, mais de 89% dos respondentes considera o turismo positivo ou muito positivo para a cidade.

De uma maneira geral, considera que o turismo na cidade de Braga é:..



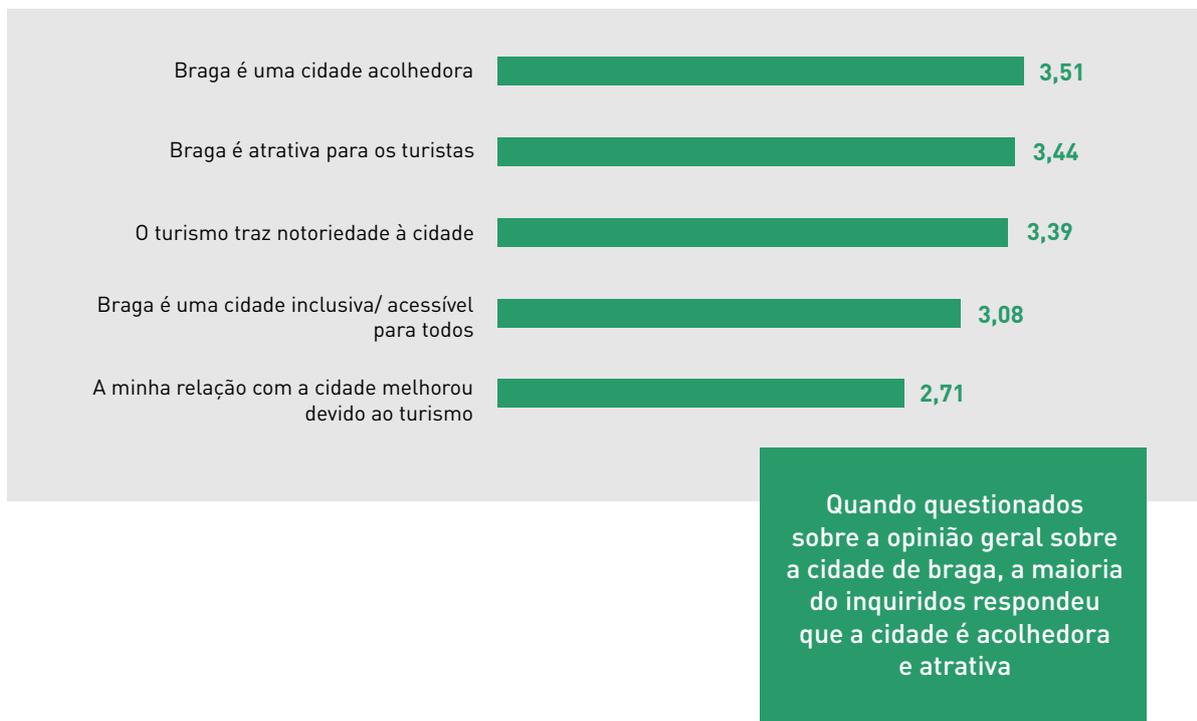
Quando pensa em Turismo na cidade de Braga, quais são as duas primeiras palavras que lhe surgem?



O Património Cultural e Religioso e os benefícios económicos são os fatores que os residentes inquiridos mais associam ao turismo



Opinião sobre a cidade



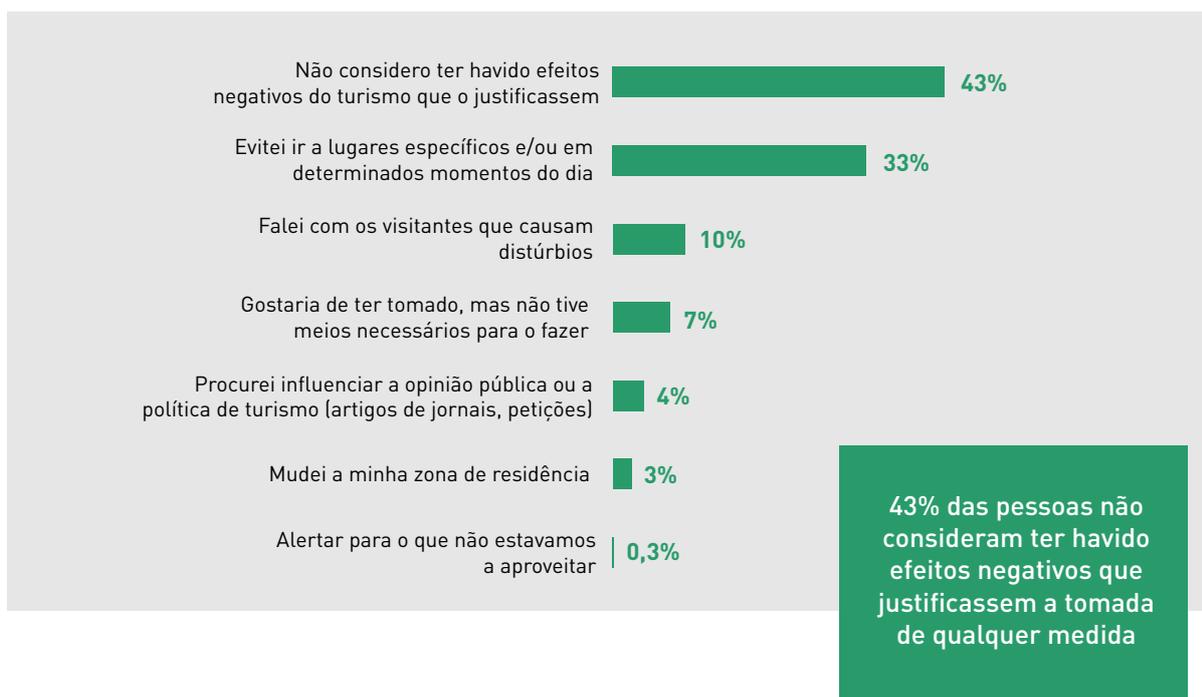
Correlações entre as diferentes opiniões

De uma maneira geral, considera que o turista na cidade de Braga é:		Braga é uma cidade acolhedora	Braga é atrativa para os turistas	O turista traz notoriedade à cidade	Braga é uma cidade inclusiva/ acessível para todos	A minha relação com a cidade melhorou devido ao turismo
Correlação de Pearson	1	,349**	,346**	,378**	,252**	,286**
Sig. (2ext.)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
N	323	321	318	315	310	274

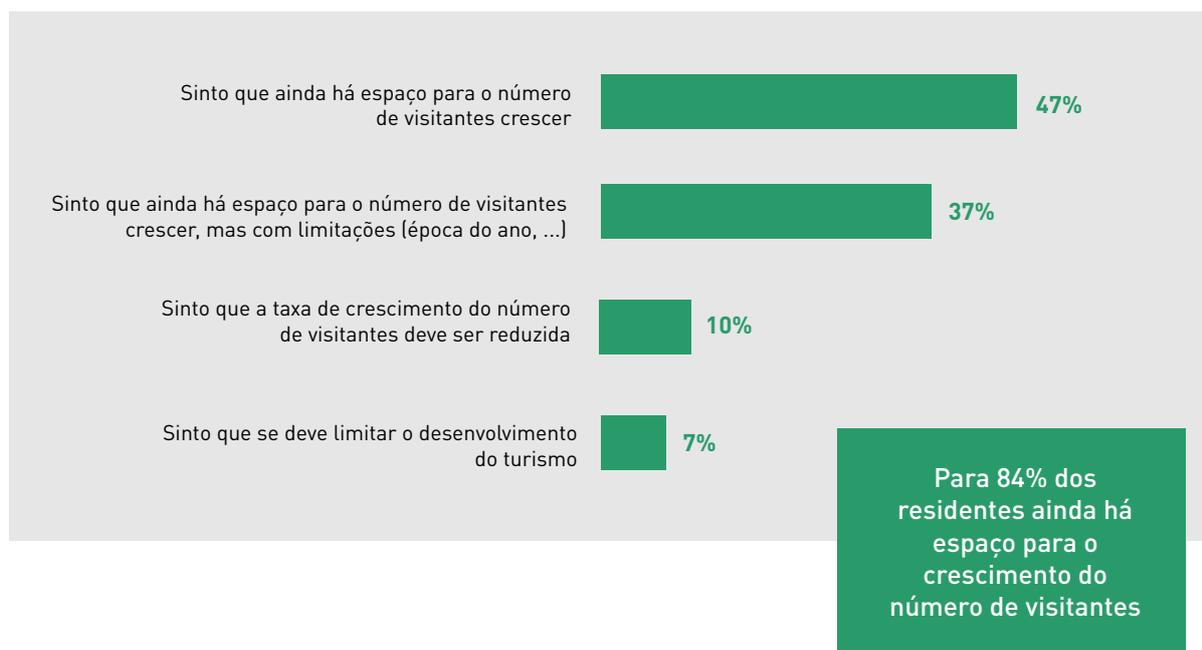
As correlações são todas significativas, com destaque para a notoriedade que o turismo traz à cidade

4.3. ATITUDES E OPINIÕES FACE AO TURISMO

Atitudes face ao turismo



Opinião sobre o crescimento do número de visitantes



4.4. IMPACTOS DO TURISMO

Impactos socioculturais: percepção dos residentes



Percepções positivas

A maioria dos residentes (85,4%) considera que o turismo trouxe à cidade um maior dinamismo cultural, enquanto menos de metade (44,5%) considera ter havido um efeito pouco significativo em termos de segurança pública.

Ranking dos Impactos positivos mais percebidos

- 1ª Aumento das atividades de lazer e eventos
- 2ª Revitalização de artes locais, artesanato e tradições
- 3ª Melhoria/Revitalização da vida social e cultural
- 4ª Aumento da qualidade de vida dos residentes
- 5ª Aumento da segurança pública



Constrangimentos

A sobrelotação dos espaços é a maior preocupação assinalada pelos residentes. Cerca de 83% acreditam que houve um impacto negativo nesse sentido.

Ranking dos Impactos negativos mais percebidos

- 1ª Sobrelotação das lojas/restaurantes e espaços de lazer
- 2ª Perda da população residente no centro histórico
- 3ª Perda de autenticidade local
- 4ª Desgaste/deterioração do património arquitetónico
- 5ª Aumento da insegurança e criminalidade

Impactos económicos: percepção dos residentes



Perceções positivas

Os benefícios económicos gerados pelo turismo, como as oportunidades de emprego e o aumento da prosperidade, são bem acolhidos pela grande maioria dos residentes que aprecia o impacto positivo na comunidade local.

Ranking dos Impactos positivos mais percebidos

- 1ª Dinamização do comércio local
- 2º Aumento do investimento e criação de novos negócios
- 3º Mais oportunidades de emprego
- 4ª Melhoria das infraestruturas (estradas e estacionamento)
- 5ª Aumento do rendimento dos residentes



Constrangimentos

A maioria dos residentes mostra-se preocupada com as perturbações causadas pelo aumento da atividade turística, incluindo a especulação imobiliária e a diminuição de alojamento para residentes (86,6% e 85,1%, respetivamente).

Ranking dos Impactos negativos mais percebidos

- 1ª Aumento da especulação imobiliária
- 2º Diminuição de alojamento disponível para os residentes
- 3º Aumento dos preços das atividades turísticas
- 4ª Excessiva concentração de negócios
- 5ª Diminuição do emprego permanente não sazonal

Impactos ambientais: perceção dos residentes



Perceções positivas

Em termos ambientais, a revitalização e recuperação do património foi o impacto positivo mais percecionado, com 71,2% a reconhecer o efeito do turismo a este nível.

Ranking dos Impactos positivos mais percecionados

- 1ª Revitalização e recuperação do património
- 2ª Incentivo a novas medidas públicas para preservar o ambiente
- 3ª Melhoria da paisagem natural
- 4ª Melhoria dos comportamento dos residentes em matéria ambiental
- 5ª Aumento da consciencialização ambiental



Constrangimentos

O aumento do tráfego foi o impacto negativo mais percecionado, em termos ambientais, com quase 71% a reconhecer esse constrangimento. A destruição das zonas verdes causada pelos turistas, embora mencionada, registou uma média de respostas relativamente baixa (2,40, numa escala de 1 a 5).

Ranking dos Impactos negativos mais percecionados

- 1ª Aumento/ congestionamento do tráfego
- 2ª Aumento do ruído
- 3ª Aumento do lixo
- 4ª Aumento da poluição do ar
- 5ª Destruição de zonas verdes

4.5. RELAÇÃO ENTRE A PERCEÇÃO E OS IMPACTOS

Aferindo a contribuição dos impactos para a percepção geral sobre o turismo na cidade de Braga conclui-se que:

- ▶ Os impactos socioculturais positivos, ligados à qualidade de vida dos residentes, vida social, cultural, lazer e eventos, são os que mais contribuem para a percepção geral sobre o setor (15,1%).
- ▶ Seguidamente surge o impacto económico positivo ligado ao comércio (10,5%), e depois o impacto ambiental positivo ligado à revitalização e recuperação do património (7,5%).
- ▶ Os impactos negativos têm uma contribuição muito pouco significativa (entre 3,6% e 5,5%) para a percepção geral sobre o turismo na cidade.

Estas relações vêm corroborar os resultados apresentados anteriormente. Ou seja, as percepções sobre o turismo na cidade são na generalidade muito positivas.



4.5. DIFERENÇAS DE PERCEÇÕES

Considerando a percepção geral sobre o turismo, não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas de médias, relativamente ao nível de estudos, situação profissional e sexo.

Isto significa que a percepção geral dos residentes sobre o turismo não difere de acordo com as diferentes situações profissionais, o nível de estudo e o sexo dos respondentes.

Relativamente às restantes variáveis, foram encontradas as seguintes diferenças estatisticamente significativas:

- ▶ os residentes acima de 46 anos têm uma percepção mais favorável do turismo
- ▶ quem mora há mais tempo em Braga tem uma percepção mais favorável do turismo
- ▶ quem tem mais contacto com os turistas tem uma percepção mais favorável do turismo
- ▶ as percepções são também mais favoráveis quando comparadas com quem não tem ligação com o setor ou rendimento proveniente do turismo.

4.6. COMENTÁRIOS E SUGESTÕES DOS RESIDENTES

Quando solicitados para fazer comentários e/ou sugestões sobre o futuro do turismo, as respostas foram variadas. A preservação e promoção da identidade cultural, o reforço da acessibilidade, informação e comunicação foram algumas das sugestões apresentadas. Medidas para aumentar a estada média na visitante foi também mencionada. É de salientar que menos de 10% dos inquiridos respondeu a esta questão, que tinha carácter facultativo.

EXEMPLOS DE SUGESTÕES E COMENTÁRIOS DOS RESIDENTES

Não percam o que é nosso!

As artes/ artesanato, artistas locais e nacionais menos conhecidos

Há que promover as

dormidas, o negócio noturno, atrair turistas mais jovens

O ponto mais crítico é a limpeza da cidade, **dever-se-ia triplicar o número de funcionários da limpeza** durante esse período

Deveria **haver mais programas que beneficiassem não só os turistas, mas também os residentes**

O turismo é a alma da cidade

Parece-me que somos uma cidade de passagem para **os turistas, vem cá um dia e vão**

Falta um museu único sobre o barroco e outro sobre arte contemporânea

A aplicação de taxas em determinados sítios, como por exemplo Sé e Bom Jesus, **não se deviam aplicar aos residentes**

A cidade deve criar ferramentas para **melhorar as acessibilidade, as informações e as divulgações** de tudo que Braga tem para oferecer aos turistas

5

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS E RECOMENDAÇÕES



PRIORIDADES ESTRATÉGICAS & RECOMENDAÇÕES (P&R)

COMUNICAÇÃO & SENSIBILIZAÇÃO

1

ECONOMIA LOCAL

2

CONHECIMENTO

3

EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS

4

PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO
E INTERCÂMBIO CULTURAL

5

SUSTENTABILIDADE

6



1

COMUNICAÇÃO & SENSIBILIZAÇÃO

Realizar periodicamente campanhas de comunicação e sensibilização, incentivando as práticas de turismo responsável, o respeito e a compreensão mútua.

AÇÃO 01.1. PROGRAMA DE AÇÃO JUNTO DOS RESIDENTES

- Criar boletins informativos sobre a história, cultura e pontos de interesse da cidade, para que os residentes possam compartilhar essas informações com os visitantes.
- Realizar Workshops sobre a importância do turismo para a cidade e o papel dos residentes na promoção de uma experiência positiva para os visitantes.
- Reforçar dos canais de comunicação digital direta



AÇÃO 01.2. PROGRAMA DE AÇÃO JUNTO DOS RESIDENTES QUE TRABALHAM NO SETOR

- Realizar periodicamente ações de sensibilização/capacitação sobre hospitalidade (exemplos: atendimento ao cliente, comunicação eficaz e resolução de problemas para garantir que os visitantes se sintam bem-vindos e bem atendidos).



AÇÃO 01.3. PROGRAMA DE AÇÃO JUNTO DOS VISITANTES

- Colocar placas informativas sobre comportamento responsável em locais turísticos.
- Criar mensagens impactantes para divulgar em cartazes, vídeos, flyers e/ou vídeos.
- Realizar cursos de cultura local, tradições e questões ambientais.



2

ECONOMIA LOCAL

Criar um ambiente onde os visitantes são incentivados a apoiar a economia local, enquanto desfrutam de experiências enriquecedoras da cidade. E, ao mesmo tempo, criar nos residentes um sentimento de orgulho pela cidade e pelo seu património e um maior envolvimento nas atividades turísticas.

Ação 2.1. Cartão Braga para residentes

À semelhança do que acontece em outros destinos criar um cartão que permita aos residentes de Braga ter acesso a determinadas experiências e iniciativas do Município, a título gratuito ou com um preço especial de residente. O cartão deve incluir uma mensagem que possam criar sentimento de orgulho pela cidade.

Ação 2.2. Espaços “Pop-up”

Criar, em parcerias, espaço “Pop-up”, por um curto período de tempo, em locais movimentados da cidade, onde os visitantes poderão comprar produtos autênticos da região.



Ação 2.3. Eventos & Festivais

Organizar eventos regulares, como festivais culturais, desportivos, gastronómicos e musicais, que atraiam visitantes e incentivem as dormidas na cidade.

Ação 2.4. Rota Comércio com história

Dinamizar e promover a rota pedonal das lojas com história do projeto AEB.

3

CONHECIMENTO

Estabelecer um pacto para o conhecimento da atividade turística, estabelecendo uma parceria estratégica entre as Instituições de Ensino Superior e as entidades do tecido empresarial e institucional da Região para o desenvolvimento de estudos, estratégias e projetos que promovam a inovação, o empreendedorismo e a sustentabilidade em Braga.

Ação 3.1. Desenvolver estudos de capacidade de carga turística

Para a sustentabilidade do destino, com enfoque nos locais com maior intensidade turística e mais suscetíveis a impactos negativos sobre os valores naturais e/ou culturais em presença.

Ação 3.2. Avaliar e monitorizar periodicamente o nível de satisfação dos visitantes e dos residentes

apurando informação a essencial para melhoria contínua da atividade turística e, concomitantemente, para promover uma comunicação mais eficaz e eficiente a partir dos resultados encontrados.

Ação 3.3. Transferência de conhecimento através de ações de capacitação aos profissionais do setor em áreas diversas:

Marketing digital
Empreendedorismo
Sustentabilidade
Atendimento



4

EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS

Criar oportunidades que permitam ao visitante 'mergulhar' na vida cultural local, e ao mesmo tempo, contribuam para a preservação da cultura local e um maior envolvimento das comunidade

Ação 4.1. Artesanato e Oficinas Culturais

- Organização de oficinas de artesanato onde os visitantes possam aprender a criar produtos tradicionais da região e ao mesmo tempo os artesãos locais possam compartilhar os seus saberes.
- Organização de espaços onde os residentes possa partilhar histórias, lendas e experiências com os visitante (Museus, universidades, Espaços públicos).

Ação 4.2. Experiências gastronômicas Locais

- Promover experiências gastronômicas autênticas, como jantares em casas de família, aulas de culinária tradicional e visitas a mercados locais.



5

PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO E INTERCÂMBIO CULTURAL

Criar parcerias entre diversas organizações para fomentar programas específicos que promovam a boa relação entre residentes e visitantes.

AÇÃO 5.1. "BRAGA OPEN DOORS"

Programa de voluntário em que residentes e visitantes se possam voluntariar para apoiar projetos sociais, culturais e ambientais que façam a diferença em prol de um turismo mais responsável, participativo e inclusivo

Sub-ações:

- Criação de uma bolsa de voluntários para apoiar em eventos locais; limpeza de matas e/ou trabalhos de restauro do património.
- Bolsa de anfitriões locais para realizarem visitas à cidade e/ou património, nomeadamente nos roteiros da cidade.

AÇÃO 5.2. CRIAÇÃO DE NOVOS ROTEIROS

Visitas organizadas a espaços interiores e exteriores na companhia de especialistas e voluntários com vista à promoção do património edificado cultural e religioso

Sub-ações:

- Criação do Roteiro das Casas de Portas Abertas
- Consolidação do Roteiro da Igrejas/locais religiosos de Portas Abertas

AÇÃO 5.3. PROGRAMAS DE INTERCÂMBIO CULTURAL

Programas que ofereçam aos residentes e visitantes palestras, seminários e workshops sobre a história e cultura local, destacando eventos históricos e figuras importantes de Braga

Sub-ações:

- Realização de parcerias com instituições de ensino
- Promoção do intercâmbio de estudantes e artista

6

SUSTENTABILIDADE

Fomentar as boas práticas de sustentabilidade com o objetivo de promover um turismo responsável, culturalmente sensível e ecologicamente consciente.

- ▶ Usar a sustentabilidade como atributo diferenciador para posicionar as empresas e o destino.
- ▶ Dinamizar a carta de compromisso e boas práticas junto dos agentes económicos e junto dos visitantes através de um Manifesto de boas práticas para o Visitante

A adoção de manifestos de boas práticas para turistas tem sido adotada por várias cidades no mundo (Barcelona; Veneza; Amestrão; Kyoto, entre muitas outras), tendo sido a cidade do Porto uma das mais recentes a implementar o seu código de conduta, através do Tourist's Manifesto.



Tendo já Braga uma Carta de Compromisso e Boas Práticas, no âmbito do projeto: A Rua é de todos, recomenda-se uma maior dinamização da mesma junto dos agentes económicos, e que possa ser igualmente criado um código de conduta para ser entregue aos visitantes com o objetivo de os orientar e envolver nas práticas de um turismo sustentável da cidade de Braga.

O documento, a ser assinado/validado em formato digital pelos visitantes, deve ser curto e claro e, ao mesmo tempo, atrativo e inspirador, através de frases criativas e imagens da cidade. Estas frases podem e devem ser usadas em campanhas de sensibilização.

CARTA DE COMPROMISSO E BOAS PRÁTICAS

AGENTES ECONÓMICOS

- ▶ DIREITO AO DESCANSO DOS RESIDENTES
- ▶ HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO DAS ESPLANADAS E DOS ESTABELECIMENTOS
- ▶ EMISSÃO DE RUÍDO
- ▶ DEPÓSITO DE LIXO E SEPARAÇÃO DE RESÍDUOS
- ▶ OCUPAÇÃO DE ESPAÇO PÚBLICO E IMAGEM URBANA

VISITANTES

- ▶ RESPEITO PELA CULTURA LOCAL
- ▶ RESPEITO PELOS HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO DAS ESPLANADAS E DOS ESTABELECIMENTOS
- ▶ RESPEITO PELO SILÊNCIO E DESCANSO DOS RESIDENTES
- ▶ RESPEITO PELO AMBIENTE
- ▶ RESPEITO PELOS ESPAÇOS

PREMISSA	OBJETIVO	SUGESTÕES DE FRASES A USAR:
<p>RESPEITO PELA CULTURA E ECONOMIA LOCAL</p>	<p>Fomentar o comércio local e o bom comportamento dos turistas</p>	<p>Our city has great stories to tell. Listen with respect and learn from the past.</p> <p>Invest in the communities you visit. Shop from local small businesses and artisans.</p> <p>Leave a 'thank you' wherever you go. And remember, you can always come back!</p>
<p>RESPEITO PELOS HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO DAS ESPLANADAS E DOS ESTABELECIMENTOS</p>	<p>Terminar com o barulho nas ruas após o fecho dos estabelecimentos</p>	<p>Embrace the Rhythm of Operating Hours: Respect Them and Return Tomorrow for More fun!</p> <p>Closing times exist for a reason. Stick to them and come back for more fun the next day!</p>
<p>RESPEITO PELO SILÊNCIO</p>	<p>Garantir o descanso dos residentes e visitantes</p>	<p>The night belongs to everyone: night time fun is shared by all. Be a good neighbour.</p> <p>Celebrate, don't disturb celebrate the night, but avoid disturbing others with excessive noise.</p> <p>Respect night time silence: keep the volume low and let everyone enjoy a good night's sleep.</p>
<p>RESPEITO PELOS ESPAÇOS</p>	<p>Evitar o uso indevido dos espaços</p>	<p>Show respect, find a toilet.</p> <p>Keep the streets clean and dry</p> <p>Save it for the toilet – keep our streets neat!</p>
<p>RESPEITO PELO AMBIENTE</p>	<p>Preservar a natureza e o ambiente</p>	<p>Walk in nature but leave no trace. Take photos, not things.</p> <p>Keep It In, Find a Bin!</p>

6

NOTA FINAL



Embora a percepção geral dos residentes sobre o turismo na cidade seja bastante positiva, à medida que Braga continua a atrair visitantes, é crucial encontrar um equilíbrio entre os benefícios do turismo e os desafios que este acarreta. A colaboração e comunicação entre as partes interessadas, as práticas sustentáveis e o envolvimento da comunidade são fundamentais para alcançar este delicado equilíbrio.



**TÍTULO**

IMPACTOS DO TURISMO NA CIDADE DE BRAGA NA PERSPETIVA DOS RESIDENTES

PROMOTOR

Associação Empresarial de Braga

EXECUÇÃO

Universidade Católica Portuguesa
Centro Regional de Braga

CO-FINANCIAMENTO

Linha de Apoio à Sustentabilidade promovida pelo
Turismo de Portugal, IP.

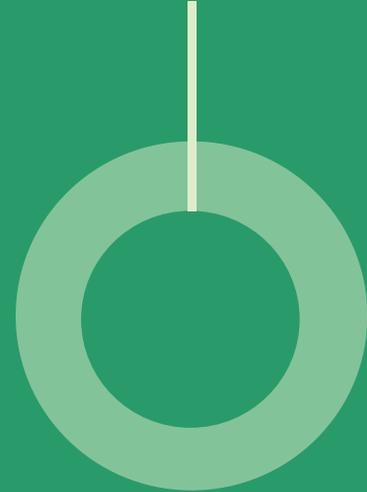
PUBLICAÇÃO

Outubro 2023

COPYRIGHT

Associação Empresarial de Braga





Promotor



Execução



Co-financiamento

