UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE CIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE BIOLOGIA ANIMAL

Caraterização da oferta de *birdwatching* em Portugal Continental e análise do caso de estudo da Reserva da Biosfera de Castro Verde

Eva Leonor Rodrigues Alves

Mestrado em Ecologia e Gestão Ambiental

Dissertação orientada por:
Professor Doutor Rui Rebelo
Professor Doutor Carlos Pereira Silva

2020

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer ao meu orientador, o Professor Rui Rebelo, pela sua disponibilidade, sugestões e pela paciência em ler as inúmeras versões deste trabalho.

Um agradecimento também ao professor Professor Carlos Silva que aceitou co-orientar esta dissertação.

Ao Ricardo, que se mostrou sempre disponível para todas as dúvidas e esclarecimentos, pelo material cedido, pelo incentivo e entusiasmo em fazer e apresentar um bom trabalho.

Agradecer a toda a equipa da LPN, de forma particular à Rita Alcazar, pelo acolhimento no Centro de Educação Ambiental do Vale Gonçalinho, pela disponibilidade de bibliografia e equipamento, ajuda na recolha dos dados dos contadores e pelo acompanhamento em Castro Verde.

Uma nota de agradecimento também às empresas que se disponibilizaram a responder aos inquéritos, pelo tempo dispendido no seu preenchimento, pelos comentários e sugestões e pelo encorajamento de alguns.

RESUMO

O turismo ornitológico é um segmento em crescimento em Portugal, que começa a ganhar destaque nas rotas dos *birdwatchers*. Muito embora não seja reconhecido como tal, o turismo ornitológico pode ter um papel determinante e diferenciador do país enquanto destino.

Reconhecendo a pouca literatura dedicada ao tema em Portugal e o desconhecimento da oferta atual procurou-se colmatar essa lacuna ao conhecer e caracterizar as empresas que desenvolvem atividades de *birdwatching* e os programas/itinerários por elas comercializados. Para isso consultou-se o Registo Nacional de Agentes de Animação Turística e a partir daí o *website* das operadoras.

Identificaram-se ao todo 112 empresas de *birdwatching*, mas na maioria destas o *birdwatching* não é o foco principal da oferta. A maioria das operadoras considera que o turismo ornitológico é apenas viável quando associado a outras ofertas de turismo de natureza. Grande parte das empresas estão sediadas no Sul de Portugal, onde a oferta de *birdwatching* é maior.

Foram identificados um total de 249 programas de 69 empresas diferentes, e 189 pontos com interesse para o *birdwatching*. Os locais visitados ocorrem na sua maioria em áreas com algum estatuto de classificação. A maioria dos programas é de curta duração, de meio dia a um dia.

Simultaneamente, foi analisado o *birdwatching* na área da Reserva da Biosfera de Castro Verde, que reúne condições para se assumir como um produto estratégico diferenciado. Perante o número crescente de visitantes na área, colocaram-se contadores automáticos de veículos de forma a conhecer e identificar padrões de visitação. A movimentação identificada na área é essencialmente de residentes e trabalhadores locais na sua deslocação diária. Porém, os resultados suportam a circulação de *birdwatchers* na reserva, e perante essa realidade pode justificar-se a necessidade de utilização de outros métodos de monitorização de visitantes para que haja uma correta gestão da atividade.

Como considerações finais fica patente o potencial de crescimento do *birdwatching* e a necessidade de um planeamento estratégico, assim como de uma maior rede de cooperação entre todas as entidades. O turismo ornitológico deve complementar outros produtos já existentes, enriquecendo a experiência turística e aumentando a visitação a locais pouco conhecidos ou sem outros atrativos. Exemplo disso é a Reserva da Biosfera de Castro Verde, onde o *birdwatching* tem condições para assumir um papel estruturante e diferenciador, já que a região se assume como um local de paragem obrigatória para os *birdwatchers*.

Palavras-Chave: Turismo ornitológico, Empresas de Animação Turística, Monitorização de visitantes, Análise espacial, Turismo de Natureza

ABSTRACT

Ornithological tourism is a growing segment in Portugal, increasingly recognized internationally. Although not seen as such, ornithological tourism has the ability to differentiate the country as a destination.

There are only a few works dedicated to birdwatching in Portugal and the lack of knowledge of the current touristic offer led to the objective of identifying and characterizing the companies that develop birdwatching activities, as well as their programs/itineraries. The National Register of Tourist Animation Agents was consulted and from there we obtained the website address of the companies.

A total of 112 birdwatching tour operatours were identified. In the majority of the companies the birdwatching is not the main focus of the touristic offer, and the operators considered that ornithological tourism is only viable when associated with other nature tourism activities.

A total of 249 programs from 69 different companies and 189 points of interest for birdwatching were identified. Most visited sites occur in areas with some protection status. Most of the itineraries take a short period, from a couple of hours to a day.

Simultaneously, the actvity of birdwatching was analyzed in the Castro Verde Biosphere Reserve, where this type of tourism has the conditions to become a differentiated strategic product. Because of the growing number of visitors in the area, automatic vehicle counters were used to identify and understand visitation patterns. The results revealed that the movements identified in the area are essentially of residents on their daily activities. However, the results support the circulation of birdwatchers in the reserve justifiying the need for other visitors monitoring methods in order to propose a proper management of the activity in the area.

This study reinforces the potential growth of birdwatching, the need for strategic planning and a greater cooperation network among all entities. Ornithological tourism should complement other existing products, enriching the tourist experience and increasing visitation to little known places or with no other attractions. An example of this is the Castro Verde Biosphere Reserve, where birdwatching can assume a structuring and differentiating role, since the region is a mandatory stopping place for birdwatchers.

***Keywords*:** Ornithological tourism, Tour operatours, Visitor monitoring, Spatial Analysis, Nature tourism

ÍNDICE

Agradecimentos ii
Resumo iii
Abstract iv
Índice v
Índice de Tabelas vi
Índice de Figuras vi
Lista de abreviaturas viii
Introdução 9
Birdwatching 9
Birdwatching em Portugal 10
A Reserva da Biosfera de Castro Verde 12
Objetivos 15
Metodologia 16
Caraterização das empresas de *birdwatching* 16
Inquérito às empresas 17
Caraterização e mapeamento da oferta 18
Ensaio da metodologia de monitorização dos visitantes da Reserva da Biosfera de Castro Verde 18
Resultados 20
Caraterização das empresas de *birdwatching* 20
Inquérito às empresas 27
Caraterização e mapeamento da oferta 35
Caraterização 35
Mapeamento 38
Reserva da Biosfera de Castro Verde 43
Ensaio da metodologia de monitorização dos visitantes da Reserva da Biosfera de Castro Verde 45
Discussão dos resultados 48
Caraterização das empresas de *birdwatching* 48
Inquéritos às empresas 49
Caraterização e mapeamento da oferta 51
Reserva da Biosfera de Castro Verde 52
Ensaio da metodologia de monitorização dos visitantes da Reserva da Biosfera de Castro Verde 53
Considerações Finais 55
Referências Bibliográficas 58
Anexo 1 60
Anexo 2 66

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Resultado da pesquisa online: indicação do website das empresas no RNAAT e menção do birdwatching no website das empresas (representa a procura empreendida também no facebook)* 16

Tabela 2: Número de programas de birdwatching por empresa 23

Tabela 3: Áreas classificadas mencionadas no website das empresas por NUTS II 25

Tabela 4: Tabela sumário de algumas questões do Inquérito 1 28

Tabela 5: Fatores onde as empresas com atividades de birdwatching consideram ser necessário um maior investimento (Inquérito 1) 32

Tabela 6: Fatores onde as empresas com atividades de birdwatching consideram ser necessário um maior investimento (Inquérito 2) 34

Tabela 7: Razões para a ausência de oferta de birdwatching (Inquérito 2) 34

Tabela 8: Frequência do número de programas de birdwatching por duração 35

Tabela 9: Número de programas, por empresa, com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde 43

Tabela 10: Caraterização dos programas de birdwatching com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde 44

Tabela 11: Número de veículos por mês registados pelos contadores 45

Anexo 1

Tabela A 1: Categorização das atividades segundo o RNAAT 60

Tabela A 2: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total por distrito 62

Tabela A 3: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em Áreas Protegidas 63

Tabela A 4: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em IBA's 64

Tabela A 5: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em ZPE's 65

Tabela A 6: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em Reservas da Biosfera 65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Grupos de atividades mais procuradas nos agentes de animação turística. Fonte: TP – Inquérito caraterização dos agentes de animação turística 2015 10

Figura 2: Localização da Reserva da Biosfera de Castro Verde em Portugal Continental 12

Figura 3: Reserva da Biosfera de Castro Verde 13

Figura 4: Localização dos contadores na Reserva da Biosfera de Castro Verde 19

Figura 5: Contador TRAFx; Localização do contador em Aracelis 19

Figura 6: Distribuição das empresas registadas no RNAAT (Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística) por tipo de atividade comercializada 20

Figura 7: Número de empresas de birdwatching (sedes) por distrito 21

Figura 8: Frequência dos vários idiomas nas páginas web das empresas (representa outros idiomas)* 21

Figura 9: Atividades comercializadas pelas empresas em estudo 22

Figura 10:Percentagem da oferta de programas de birdwatching face à oferta total 22

Figura 11: Nível de descrição da oferta de birdwatching na página web das empresas 23

Figura 12: Referência na página web ao acompanhamento de um guia nos programas de birdwatching 24

Figura 13: Presença e identificação das fotografias no website das empresas de birdwatching 24

Figura 14: Frequência do número de empresas por número de fotografias no website 25

Figura 15: Meios de divulgação indicados pelas empresas de birdwatching (Inquérito 1) 29

Figura 16: Duração dos programas de birdwatching das empresas questionadas (Inquérito 1) 29

Figura 17: Avaliação do estado do recurso birdwatching em Portugal (Inquérito 1) 30

Figura 18: Vantagens e desvantagens do turismo ornitológico (Inquérito 1) 30

Figura 19: Organização do recurso birdwatching (Inquérito 1) 31

Figura 20: Percepção da Reserva da Biosfera de Castro Verde (Inquérito 1) 31

Figura 21: Ano de formação das empresas (Inquérito 2) 32

Figura 22: Localização da sede das empresas (Inquérito 2) 33

Figura 23: Classificação do potencial de birdwatching em Portugal (Inquérito 2) 33

Figura 24: Disponibilidade da oferta de programas de birdwatching 36

Figura 25: Número de programas de birdwatching por mês (disponibilidade indicada "meses específicos") ... 36

Figura 26: Custo (por pessoa) tendo em conta a duração do programa (eixo vertical da esquerda – número de programas (linha); eixo vertical da direita – custo mínimo e máximo (barras)) 37

Figura 27: Relação entre custo (por pessoa) e duração dos programas de birdwatching 37

Figura 28: O que inclui o preço dos programas de birdwatching 38

Figura 29: Distribuição espacial dos pontos de interesse para o birdwatching em Portugal Continental (oferta total): e agrupados por distrito 39

Figura 30: Distribuição espacial dos pontos de interesse para o birdwatching em áreas classificadas 40

Figura 31: Distribuição espacial da oferta de programas de birdwatching (disponibilidade) 41

Figura 32: Distribuição espacial da oferta de programas de birdwatching (disponibilidade: meses específicos) 41

Figura 33: Distribuição espacial da oferta total de programas de birdwatching (modalidade) 42

Figura 34: Distribuição espacial da oferta total de programas de birdwatching (combinações modalidade) - não foram representadas todas as combinações existentes 43

Figura 35: Duração dos programas com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde 44

Figura 36: Itinerários de birdwatching com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde 45

Figura 37: Padrão diário de passagens nos quatro contadores da Reserva da Biosfera de Castro 46

Figura 38: Padrão semanal de passagens nos quatro contadores da Reserva da Biosfera de Castro Verde 47

LISTA DE ABREVIATURAS

AP – Área Protegida

EAT – Empresas de Animação Turística

FAPAS - Fundo para a Proteção dos Animais Selvagens

IBA – Important Bird Area

LPN – Liga para a Proteção da Natureza

ONGA – Organização Não Governamental de Ambiente

OMT – Operadores Marítimo Turísticos

RN 200 – Rede Natura 2000

RNAAT – Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística

RNAP – Rede Nacional de Áreas Protegidas

RSPB – Royal Society for the Protection of Birds

SPEA – Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves

ZPE – Zona de Proteção Especial

INTRODUÇÃO

BIRDWATCHING

O *birdwatching* corresponde à atividade de detecção, observação e identificação de aves no seu meio natural (Sekercioglu, 2002). Além da observação simples, com recurso a binóculos e telescópios de campo, tem outras variantes como a fotografia ou a ilustração (Luís et al., 2013;SPEA, 2015).

Desde os tempos pré-históricos que as aves fazem parte da vida do Homem. Inicialmente interessado em conhecer os hábitos e as características das aves tendo em vista a sua caça para alimentação, mais tarde assistiu-se ao crescimento do colecionismo de espécimes, e só mais recentemente se começou a associar esta prática ao lazer e recreio (Silvestre Ministro & Lopes, 2009).

É apenas em 1901 que surge pela primeira vez o conceito de *birdwatching*, turismo ornitológico, numa publicação de Edmund Selous. Na maioria das épocas não há *birdwatching* tal como ele é encarado hoje. Enquanto atividade turística a prática do *birdwatching* é relativamente recente (Costa, 2015).

O desenvolvimento do *birdwatching* não pode ser compreendido fora do contexto do próprio aparecimento e crescimento do fenómeno do turismo. O turismo teve a sua expansão a partir de meados do século XX, como resultado do crescimento económico, da evolução e melhoria das condições de vida das populações, do progresso registado no domínio dos meios de transporte e da diminuição dos custos das viagens (Cordeiro et al., 2015). O conjunto destas, e outras, condições levou à chamada massificação do turismo.

Perante o crescimento do setor, diversificou-se a oferta e as atividades disponibilizadas. Os movimentos ambientalistas começaram a surgir e a ganhar destaque a necessidade de mudança. Divergindo do *standard* do turismo massificado surgiram novos segmentos turísticos. Enquanto o turismo "tradicional" permaneceu, "novos" tipos de turismo alternativo foram aparecendo (Hawkins & Lamoureux, 2000). A alteração da oferta foi reflexo da alteração do perfil do próprio turista, que se foi tornando progressivamente mais consciente, seletivo e exigente, demonstrando novas motivações e preocupações (Cordeiro et al., 2015).

Explorado por praticantes de todo o mundo, o turismo ornitológico surge como resposta ao aumento de áreas urbanizadas, crescente consciencialização sobre a natureza e preocupações ambientais, tornando-se numa atividade em rápida expansão (Collins-Kreiner et al., 2013). A sua popularidade tem crescido, evoluindo de um mero passatempo para um importante setor do turismo internacional (Butler, 2000).

Os *birdwatchers*, observadores de aves, são na sua maioria descritos como possuindo uma boa educação e com rendimentos acima da média (Connell, 2009;Sekercioglu, 2002). Outras caraterísticas gerais incluem: a pertença a diferentes faixas etárias com maior representação na faixa dos 40-70 anos; geralmente com interesse noutros grupos de animais e plantas; muitos são membros de organizações locais de observadores de aves ou associações do ambiente; recorrem geralmente a livros/revistas/guias de aves e natureza ou recomendações de outros observadores ao decidirem onde ir fazer *birdwatching*; *birdwatchers* que façam viagens internacionais são mais propensos a viajarem sozinhos, em casal ou em pequenos grupos (CBI, 2015).

Embora se possam encontrar caraterísticas gerais comuns aos adeptos da atividade, cada vez mais se vão tornando num grupo diversificado em termos de idade, género, motivação e investimento dedicado à atividade em tempo e recursos (Connell, 2009).

Várias estimativas apontam a existência de cerca de 100 milhões de observadores de aves no mundo (Costa, 2015). Na Europa, o Reino Unido representa a maior fatia, onde o *birdwatching* provou ser uma atividade muito bem-sucedida (Pintar, 2017). Com mais de um milhão de membros a Royal Society for the Protection of Birds (RSPB) é a maior organização de estudo e observação de aves da Europa.

Fora da Europa, os Estados Unidos reúnem um grande número de adeptos, sendo o *birdwatching* frequentemente identificado como uma das atividades recreativas mais populares (Vas, 2017). O impacto económico da atividade representa cerca de 82000 milhões de dólares por ano e a criação de 670000 postos de trabalho (SPEA, 2015).

Mais recentemente, os países mediterrânicos têm conquistado maior espaço neste mercado, que ganhou importância em países como Espanha, Itália e Portugal (Pintar, 2017;Costa, 2015).

Tendo em conta a dimensão do mercado reconhece-se o potencial que a atividade tem de oferecer novas oportunidades de desenvolvimento, de melhorar o bem-estar financeiro e ambiental das comunidades, educar sobre o valor da biodiversidade e criar incentivos para a proteção e preservação de áreas naturais (Sekercioglu, 2002;Vas, 2012).

As vantagens de apostar no turismo ornitológico são diversas e o potencial de contribuição dos *birdwatchers* (social, económico e ambiental) torna este grupo num alvo de particular interesse para ser investigado (Chen & Chen, 2015).

BIRDWATCHING EM PORTUGAL

Em consequência do seu vasto e rico património natural e da sua fauna e flora ímpar, a natureza é reconhecida como um ativo estratégico diferenciador de Portugal.

Num inquérito realizado pelo Turismo de Portugal onde se procurou fazer a caraterização dos agentes de animação turística do Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT) concluiu-se que as atividades de turismo de ar livre/ turismo de natureza e aventura são as mais procuradas (62%; *Figura 1*, e que a região mais procurada para tal é o Algarve (Turismo de Portugal, 2015).

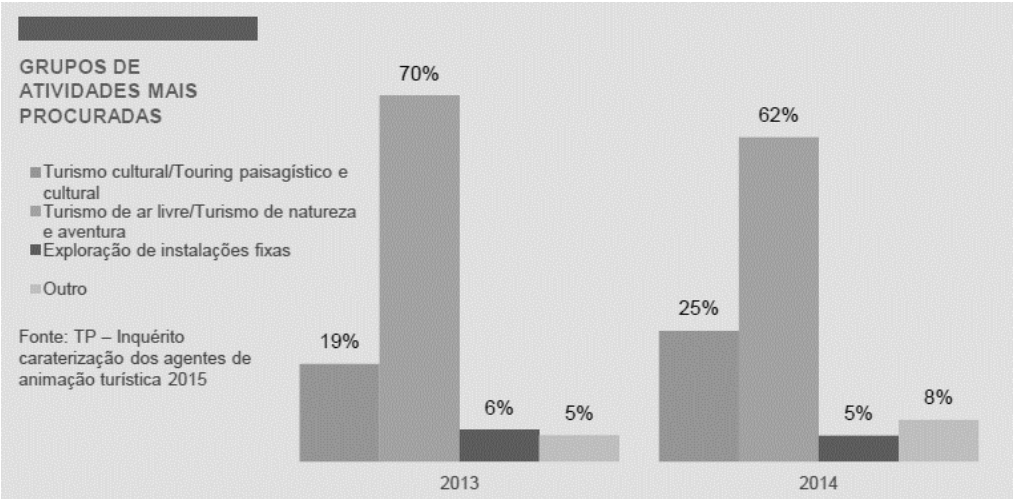


Figura 1: Grupos de atividades mais procuradas nos agentes de animação turística. Fonte: TP – Inquérito caraterização dos agentes de animação turística 2015

Inserido na região mediterrânica, uma das mais importantes para a biodiversidade à escala mundial, Portugal apresenta uma das maiores diversidades de aves da Europa com cerca de 360 espécies de

ocorrência regular, muitas delas com uma distribuição restrita na Europa e no mundo (Leitão et al., 2014;Luís et al., 2013).

Atualmente é considerado um dos destinos europeus mais interessantes para o *birdwatching*, possuindo um grande potencial para o desenvolvimento da atividade (Torres, 2011).

A grande variedade de paisagens e elevada diversidade de habitats naturais a uma curta distância de viagem a partir das principais cidades, permite a realização de programas de observação de aves em habitats muito distintos e com um grande número de espécies com facilidade e comodidade (Luís et al., 2013).

Esta diversidade de habitats inclui: lagoas, praias, dunas, falésias, estuários, estepe, florestas e montanhas, resultando na presença de vários grupos de avifauna. Além da riqueza de espécies residentes o país é também zona de passagem de espécies migradoras, invernantes e estivais (Leitão et al., 2014).

É certo que o número de pessoas que se interessam pela natureza e pelas aves em Portugal é ainda muito baixo, pelo menos quando comparado com outros países. Tal se confirma ao olharmos, por exemplo, para o número de sócios dos parceiros da BirdLife Internacional, organização que reúne várias entidades mundiais para a conservação da avifauna: lidera o Reino Unido (1049 000), seguindo-se a Alemanha (420000) e a Holanda (125000) enquanto em Portugal se estima cerca de 2700 a 5000 sócios (SPEA, 2015).

Comparativamente a esses países é possível afirmar que Portugal está ainda numa fase inicial em termos de desenvolvimento do produto *birdwatching* (Silvestre Ministro & Lopes, 2009).

Porém, o número de ornitólogos e observadores de aves aumentou nitidamente nos últimos anos, dando às organizações portuguesas algum incentivo para prosseguir o seu trabalho nesta importante área e várias iniciativas têm surgido ao longo do tempo. Também a publicação de diversos materiais informativos, como folhetos, brochuras e guias foram um importante contributo para cativar o público disponível para a atividade. Exemplo disso é o guia *Roteiros com as aves do Alentejo* publicado pelo Centro de Estudos da Avifauna Ibérica e o *Guia de Aves* da Editora Assírio & Alvim, que reúne informação detalhada sobre as espécies de aves da Europa, Norte de África e Médio Oriente.

Em Portugal o desenvolvimento do *birdwatching* está intimamente ligado às Organizações Não Governamentais de Ambiente (ONGA) que o têm dinamizado no âmbito das suas atuações, como uma importante ferramenta de educação e sensibilização ambiental (Silvestre Ministro & Lopes, 2009).

A Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA), uma das mais importantes organizações ambientais em Portugal, constata um aumento do interesse no *birdwatching*, a nível de praticantes nacionais e estrangeiros, de iniciativas e de operadores turísticos que comercializam este produto de natureza.

Em 2015, a SPEA realizou um estudo do turismo ornitológico em Portugal, através de um inquérito *online*, procurando analisar a atividade de observação de aves do ponto de vista comercial nas empresas de animação turística e operadores marítimo turísticos. Das 93 empresas que participaram, 35 (38%) indicaram a presença da oferta de observação de aves. Deste grupo, 32 correspondiam a empresas de animação turística e 5 a operadores marítimo turísticos. Um total de 31 operadores sem oferta de *birdwatching* demonstraram intenção de incluir a atividade na sua oferta até 2017.

Além da SPEA, destacam-se outras associações cujo papel também tem sido decisivo na preservação da biodiversidade e educação ambiental em Portugal, sem as quais a prática do *birdwatching* enquanto

atividade turística seria mais difícil. Para isso contribuem e trabalham associações como a LPN (Liga para a Proteção da Natureza), FAPAS (Fundo para a Proteção dos Animais Selvagens), a Quercus, entre outras, que desenvolvem projetos na área da conservação do ambiente.

A FAPAS tem a seu cargo a gestão de várias áreas naturais, nomeadamente uma reserva ornitológica (Mindelo). É uma das principais promotoras do *birdwatching* em Portugal. Nos anos 90, em parceria com a Câmara Municipal do Porto publicou o guia Aves de Portugal e da Europa, preenchendo uma importante lacuna literária na época.

A Quercus desenvolve vários projetos relacionados com a proteção da avifauna (e.g. conservação da gralha de bico vermelho na Serra dos Candeeiros, conservação das aves estepárias no Alentejo, medidas de combate às colisões entre linhas elétricas e aves).

A LPN, é a associação de defesa do ambiente mais antiga da Península Ibérica, e teve um contributo muito importante para o desenvolvimento do turismo ornitológico associado à estepe cerealífera na região de Castro Verde.

Entre a riqueza de habitats que podemos encontrar em Portugal, a estepe é um habitat singular com espécies únicas, e Castro Verde é considerado um dos melhores locais do mundo para observar aves estepárias (Alcazar et al., 2016). Recentemente classificada como Reserva da Biosfera (2017), a área começa a ser reconhecida internacionalmente no meio *birdwatcher*.

A RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

Castro Verde, situa-se no distrito de Beja na região do Baixo Alentejo interior (*Figura 2*) (Marta-Pedroso et al., 2009).

Figura 2: Localização da Reserva da Biosfera de Castro Verde em Portugal Continental

Devido à riqueza biológica elevada da área, nomeadamente pela ocorrência, raridade e importância das aves estepárias, foi criada em 1999 no âmbito da RN 2000 a Zona de Proteção Especial de Castro Verde

(Marta-Pedroso et al., 2009;Lecoq, 2002). A área está ainda classificada como uma IBA (do inglês Important Bird Area) pela BirdLife International, estatuto que reforça a importância deste lugar para a conservação de populações de aves, e dos habitats que as suportam, à escala global (Alcazar et al., 2016).

Os limites das áreas classificadas da região da Reserva da Biosfera de Castro Verde, cuja área coincide com os limites do concelho, assim como a rede viária e as principais áreas urbanas estão representados na *Figura 3*.

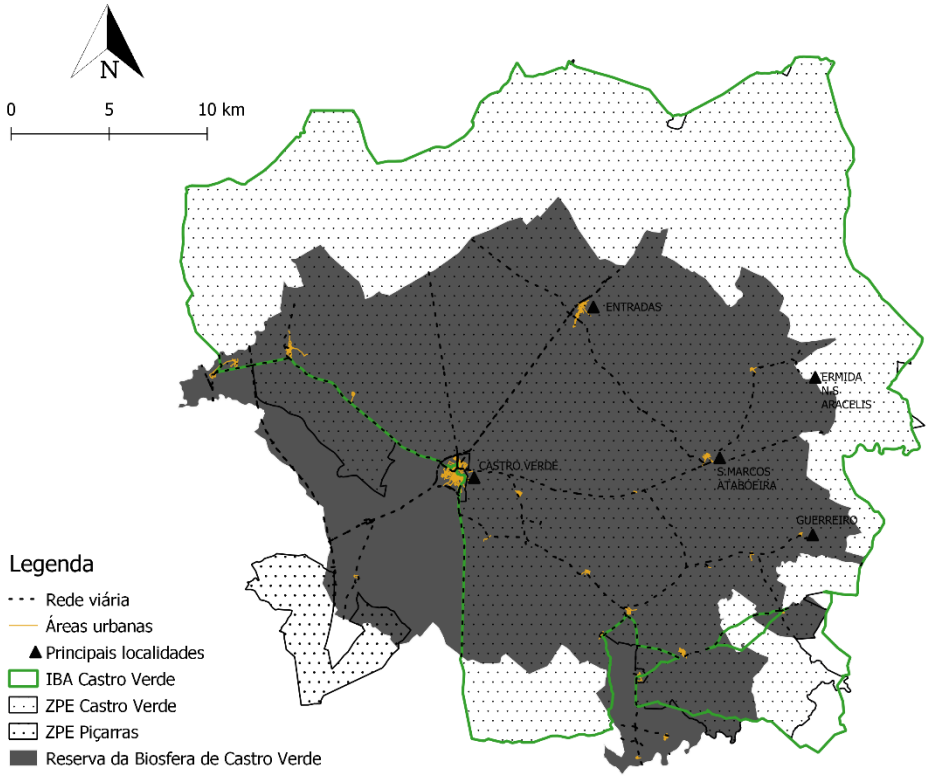


Figura 3: Reserva da Biosfera de Castro Verde

Em Castro Verde encontra-se a mais importante área de estepe cerealífera de Portugal que, considerada uma das paisagens rurais mais ameaçadas da região Mediterrânica, é uma das mais representativas da Península Ibérica e da Europa (Alcazar et al., 2016).

Este habitat, que se estende da bacia do Danúbio até à Mongólia e China, caracteriza-se por vastas planícies com domínio de plantas herbáceas e pela quase ausência de árvores (Alcazar et al., 2016;Lecoq, 2002). Em Portugal, este habitat não ocorre naturalmente e é resultado da intervenção do Homem ao longo de gerações através da prática de um tipo de agricultura muito particular, baseada na na rotação entre culturas de cereal de sequeiro (trigo, cevada, aveia) e pousios (Luís & Fragoso, 2013). Devido à similaridade do coberto e características de relevo, o termo estepe cerealífera ou pseudo-estepe é, assim, usado para descrever o ecossistema seminatural que ocorre na região Mediterrânica, onde as culturas de cereais se assemelham à vegetação espontânea das estepes naturais euroasiáticas (Alcazar et al., 2016;Lecoq, 2002).

No centro da riqueza biológica que se pode encontrar em Castro Verde destaca-se a avifauna, que usa o local para alimentação, reprodução e refúgio (Alcazar et al., 2016). A principal atração ornitológica de Castro Verde é a comunidade de aves estepárias, assim designadas por serem tipicamente encontradas nas estepes naturais (Luís & Fragoso, 2013).

Os habitats estepários estão atualmente em declínio na Europa, apresentando igualmente uma tendência de regressão em Portugal (Luís & Fragoso, 2013). As espécies que os habitam são particularmente sensíveis a alterações do meio e perturbações, tendo-se já verificado diminuições dos efetivos num grande número de espécies de aves das áreas estepárias do Alentejo (Luís & Fragoso, 2013). O desenvolvimento do turismo, por iniciativa privada ou parceria público-privada, é referenciado como uma resposta às ameaças promotoras deste declínio (Marta-Pedroso et al., 2009).

De entre os diferentes segmentos de turismo existentes na região, o turismo de natureza, centrado na fruição do património natural, nos percursos de natureza e na observação de aves, constitui o maior recurso turístico de Castro Verde (Alcazar et al., 2016).

Embora ainda numa fase inicial, o território da Reserva da Biosfera de Castro Verde é hoje, cada vez mais, um importante destino nacional e internacional de turismo de *birdwatching*, cuja prática surge como relevante e crescente na maioria das ofertas de ecoturismo em áreas rurais (Alcazar et al., 2016;Butler, 2000).

Apesar de o *birdwatching* ser considerado, na sua maioria, como uma atividade com reduzido impacto ambiental, as expectativas altas de muitos observadores podem ser prejudiciais quando a determinação excessiva para ver ou fotografar certas espécies pode resultar na sua perturbação (Sekercioglu, 2002). As aves são sensíveis a interferências externas, e o turismo pode interromper padrões de migração, reprodução e alimentação, e talvez até levar à habituação (Connell, 2009).

OBJETIVOS

Apesar das mais valias da aposta no mercado de turismo ornitológico e do potencial do país para desenvolver este tipo de produto, não existe um reconhecimento de que o *birdwatching* pode ser uma marca do turismo de natureza em Portugal, capaz de o diferenciar enquanto destino.

De forma a conhecer o estado do recurso "turismo ornitológico" em Portugal Continental foi estabelecido como objetivo desta tese a caraterização da oferta de *birdwatching* a nível nacional. Por um lado, esta consistiu mais especificamente na caraterização das empresas que disponibilizam programas de *birdwatching* no país. Por outro, foi feita a caraterização e mapeamento da própria oferta no sentido de perceber que tipo de programas são comercializados e quais as regiões com maior importância para a atividade.

Adotou-se ainda por objetivo o desenvolvimento de uma metodologia de avaliação da intensidade de visitação da área de Castro Verde. Este segundo objetivo resulta da sua classificação recente como Reserva da Biosfera e do crescente número de turistas motivados pela observação de aves que a visita.

METODOLOGIA

CARATERIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE *BIRDWATCHING*

Para identificar as empresas em Portugal que prestam serviços de *birdwatching* foi usado como fonte de informação o Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), da responsabilidade do Turismo de Portugal, que reúne e disponibiliza informação sobre as empresas em atuação no território (Cordeiro et al., 2015;SPEA, 2015).

O *download* dos dados foi realizado a 23 de julho de 2018, totalizando 7327 empresas registadas à data.

O RNAAT tem os dados organizados por 3 categorias: Atividades Ar Livre/ Natureza e Aventura, Atividades Marítimo-Turísticas e Atividades Cultural/ Turismo de Paisagem e Cultural. A *Tabela A 1* (Anexo 1) ilustra o conjunto de atividades incluídas em cada categoria. A observação de aves inclui-se na primeira: Ar Livre/ Natureza e Aventura.

Para poderem empreender atividade de observação de aves as empresas necessitam de uma autorização. Porém, nem todas as empresas licenciadas desenvolvem *birdwatching*. Deste modo, foram verificados os 865 resultados da procura no RNAAT através do termo "observação de aves".

Uma das principais formas de promoção e divulgação de qualquer empresa de turismo passa pela existência de uma página *online*. Razão pela qual se optou por consultar os *websites* das empresas como principal fonte de informação, identificando quais as que mencionavam o *birdwatching* como oferta. Esta verificação decorreu entre 23 e 29 janeiro de 2019.

Foi possível aceder à página *web* de 600 empresas (69% do total). Destas, 426 não mencionam turismo ornitológico e 14 referem de forma geral observação da fauna e flora. Tendo em conta a preferência atual de alguns operadores em divulgar a sua oferta através das redes sociais, foi também empreendida uma busca na plataforma *facebook* (*). Apenas se identificaram mais 5 empresas, cujo *website* não estava indicado no RNAAT.

No total, 100 empresas indicam o *birdwatching* como oferta. A *Tabela 1* resume a pesquisa empreendida.

Tabela 1: Resultado da pesquisa online: indicação do website das empresas no RNAAT e menção do birdwatching no website das empresas (representa a procura empreendida também no facebook)*

		Número de empresas
Indicação do *website* das empresa no RNAAT	*Link* indicado	600
	Link não indicado	249*
	Empresa não surge no RNAAT/ Erro interno	16*
	Total	**865**
Menção de *birdwatching* no *website* das empresas	Não foi possível aceder ao *website*	65*
	Não menciona oferta de *birdwatching*	426
	Menciona observação da fauna e flora	14
	Menciona oferta de *birdwatching*	95
	Total	**600**

Das 100 operadoras consideradas, uma não é realmente uma empresa de animação turística, mas antes uma organização não governamental do ambiente, a SPEA. Como já referido, é uma associação

especialmente dedicada à conservação da avifauna, que também disponibiliza formações e programas de *birdwatching* para os seus sócios pelo que também foi incluída na análise.

A partir deste grupo de 100 empresas procedeu-se à recolecção da seguinte informação a partir do *website*/*facebook*:

- Localização da sede da empresa (distrito e concelho);
- Idiomas disponíveis da página *web*, que de alguma forma podem refletir o público alvo;
- Todas as atividades disponibilizadas de acordo com a classificação da *Tabela A 1*;
- Número de programas total versus o número de programas dedicados ao turismo ornitológico, de forma a avaliar o investimento da empresa no *birdwatching* em comparação com as outras atividades;
- Classificação da descrição da oferta em quatro níveis : i) ausência de descrição, no caso de referir apenas a existência do produto; ii) indicação da região onde decorrem os itinerários; iii) descrição da área onde se realiza o itinerário, não identificando os locais de paragem/passagem; iv) descrição da área onde se realiza o itinerário e identificação dos locais de paragem/passagem;
- Indicação de acompanhamento por parte de um guia em três níveis: i) menção; ii) identificação (nome); iii) descrição (habilitações/formação/experiência);
- Considerando que na procura de uma operadora a menção das espécies que podem ser observadas na área e/ou no itinerário pode ser um fator importante para a atração de clientes, registou-se a também a menção das espécies passíveis de observar nos programas de *birdwatching* disponibilizados;
- No seguimento do ponto anterior também foi analisada a existência de fotografias das espécies e em caso disso, o número de fotografias;
- Referência a preços da oferta;
- Visto que grande parte da observação de aves é efetuada em áreas classificadas analisou-se a menção de áreas com estatuto de proteção.

INQUÉRITO ÀS EMPRESAS

Para traçar o panorama atual da oferta de *birdwatching* considerou-se que a consulta das páginas *online* das empresas de animação turística devia ser a primeira abordagem, visto que esta corresponde à imagem com que se depara o visitante/turista na procura de informações sobre operadoras de turismo ornitológico em Portugal.

Contudo, em muitos casos verificou-se que muitas das empresas preferem que os visitantes empreendam um contato mais direto (e.g. *e-mail*, número telefone) para mais informações em termos de programas oferecidos, itinerários disponíveis, preços, etc.

Por essa razão e também de forma a complementar a informação recolhida através do *website* e aceder a informação de outra forma impossível de obter optou-se por contactar as 99 empresas identificadas como disponibilizando programas de *birdwatching* (não foi incluída a SPEA).

Foi elaborado um inquérito anónimo, criado na plataforma *KoboToolbox* (*www.kobotoolbox.org*), com um total de 23 perguntas. O envio do inquérito foi realizado via e-mail a 23 de julho de 2019.

Para além deste inquérito, enviou-se um segundo às 764 empresas (excepto a LPN, pela mesma razão indicada para a SPEA) para as quais se considerou, através da consulta da sua página *online*, não terem programas de turismo ornitológico. Este segundo inquérito, mais curto e com apenas 6 questões, teve

como objetivo principal confirmar a correta identificação das operadoras, e como objetivo secundário averiguar se havia alguma intenção em incluir este produto na oferta da empresa.

Este segundo inquérito foi enviado entre 24 e 26 de julho de 2019, também via *e-mail*.

Os inquéritos encontram-se no Anexo 2.

Algumas das questões foram adaptadas de um inquérito efetuado pela SPEA em 2015 (SPEA, 2015).

CARATERIZAÇÃO E MAPEAMENTO DA OFERTA

Foi também recolhida informação referente à oferta de *birdwatching* disponibilizada a partir da página *web* das empresas, nomeadamente em termos de programas/itinerários ornitológicos.

Informação recolhida:

- Nome do programa;
- Disponibilidade da oferta: i) todo o ano; ii) datas pré-definidas; iii) meses específicos do ano; iv) não indicado;
- Duração do programa (em dias);
- Modalidade do programa: pedestre, viatura, esconderijo para observação e fotografia, passeio de barco, outro(s);
- Indicação de limite do número de participantes (mínimo e máximo);
- Custo da oferta;
- O que inclui o preço;

Para o mapeamento da oferta registou-se também os locais de paragem e/ou passagem para observação de aves de cada programa. Na descrição dos itinerários a maioria das empresas indica estes locais enquanto áreas. Para facilitar a análise dos dados foram usados pontos – pontos com interesse para o *birdwatching* – com coordenadas atribuídas através do *software Google Earth* e duas páginas *online* que reúnem informação sobre *hotspots* de observação de aves: *ebird* (*ebird.org/home*) e *walkalgarve* (*www.walkalgarve.com/algarve-birdwatching-bird-hotspots*).

ENSAIO DA METODOLOGIA DE MONITORIZAÇÃO DOS VISITANTES DA RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

A visitação, motivada pelo *birdwatching*, na área da Reserva da Biosfera de Castro Verde é efetuada maioritariamente de veículo. Deste modo, a metodologia escolhida para avaliar a intensidade de visitação na área consistiu na utilização de contadores automáticos que recolhem como dados o número de veículos por hora e a respetiva data.

A partir das contagens dos veículos pretendeu-se identificar padrões de visitação e alturas de maior pressão humana, que pudessem ser explicados pela presença e deslocação de *birdwatchers*, cada vez mais comuns na região. As principais métricas, aplicadas a cada local, consistiram no número de veículos por mês, número de veículos por dia da semana e número de veículos por hora.

Os locais onde posicionar os contadores foram sugeridos pela equipa da LPN de Castro Verde, que reúne conhecimento da área e da sua dinâmica de visitação. Foram colocados ao todo 4 equipamentos junto a estradas de passagem de visitantes: Estrada Nacional 123 (C1), Entradas (C2), Cruz Guerreiro (C3) e ermida de Nossa Senhora de Aracelis (C4) (*Figura 4*):

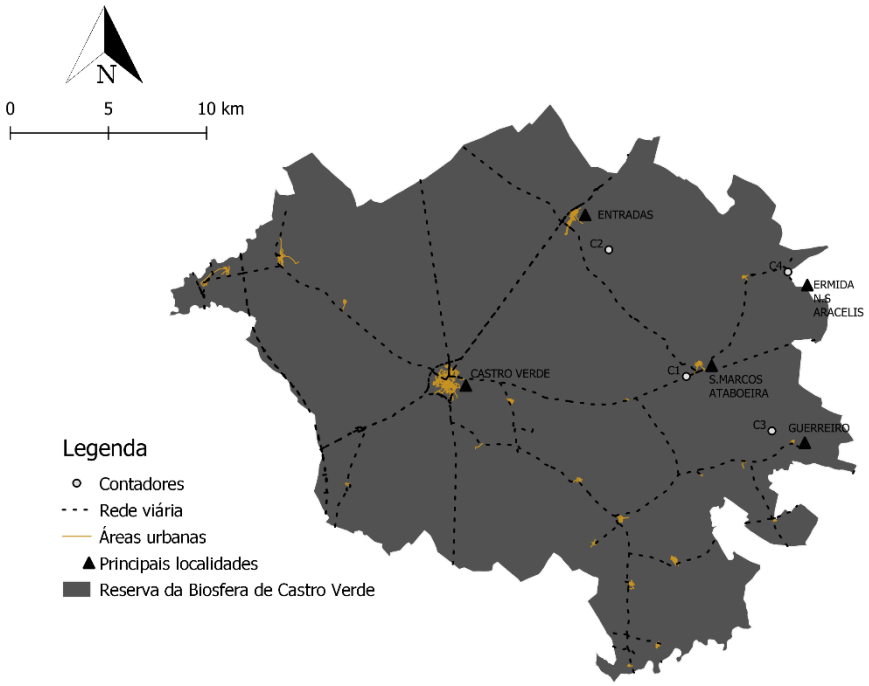


Figura 4: Localização dos contadores na Reserva da Biosfera de Castro Verde

O equipamento utilizado foi o contador TRAFx (*www.trafx.net/*). Os contadores - configurados para detetar a passagem de veículos até 8 metros de ambos os lados da via - foram colocados na berma da estrada, camuflados no solo com terra e pedras. A *Figura 5* ilustra o equipamento e a localização de um dos contadores.

Figura 5: Contador TRAFx; Localização do contador em Aracelis

A instalação dos contadores nos locais indicados foi realizada a 22 de março de 2019. A época escolhida para a colocação dos equipamentos deveu-se ao facto de o pico de visitação se verificar nos períodos de final do inverno e início da primavera. Essa, é a altura do ano mais interessante para esta atividade, pois decorre no período em que as aves invernantes ainda estão presentes e as nidificantes estão a chegar ao território (Alcazar et al., 2016). Optou-se por manter os contadores para além deste período de modo a abranger a época de reprodução da maioria das espécies e deste modo, os contadores foram mantidos no local entre 22 de março e 4 de outubro, totalizando 6 meses de contagens.

RESULTADOS

CARATERIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE *BIRDWATCHING*

Das 7327 empresas registadas no RNAAT à data do *download* dos dados verifica-se que um total de 5177 empresas, mais de metade, inclui Atividades Culturais na sua oferta turística. As Atividades Marítimo-Turísticas são empreendidas por 1977 empresas e 2169 disponibilizam Atividades de Ar Livre/ Natureza e Aventura.

Numa segunda análise, sumarizada na *Figura 6*, 3810 empresas, cerca de 52%, comercializam unicamente atividades culturais. Logo a seguir 1278 empresas, cerca de 17%, oferecem exclusivamente atividades marítimas e 464 oferecem apenas atividades de ar livre/ natureza e aventura.

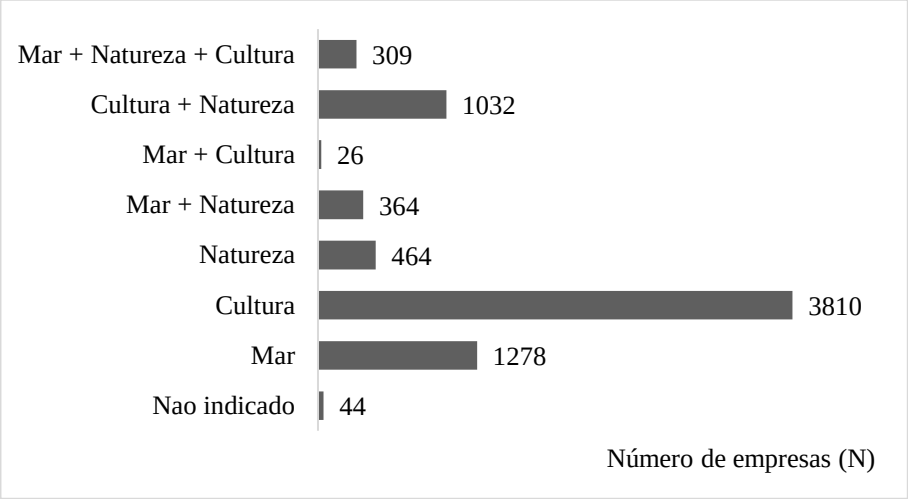


Figura 6: Distribuição das empresas registadas no RNAAT (Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística) por tipo de atividade comercializada

A grande maioria das empresas é de animação turística (N=6074) e apenas 1253, cerca de 17%, consiste em operadores marítimo turísticos.

A partir da base inicial das 7327 empresas no RNAAT, chegou-se ao número final de 100 operadoras com programas de *birdwatching*. A totalidade destas empresas em análise corresponde a Empresas de Animação Turística (EAT).

A sede da maioria das empresas situa-se no sul de Portugal (*Figura 7*). Com 35 empresas no distrito de Faro, o Algarve destaca-se das restantes regiões, seguido dos distritos de Setúbal e Lisboa que registam respetivamente 16 e 11 empresas. Apenas o distrito de Vila Real não regista nenhuma empresa de *birdwatching* sediada. Os arquipélagos contabilizam 3 empresas. Muito embora com sede nas ilhas, algumas empresas desenvolvem programas de *birdwatching* no continente.

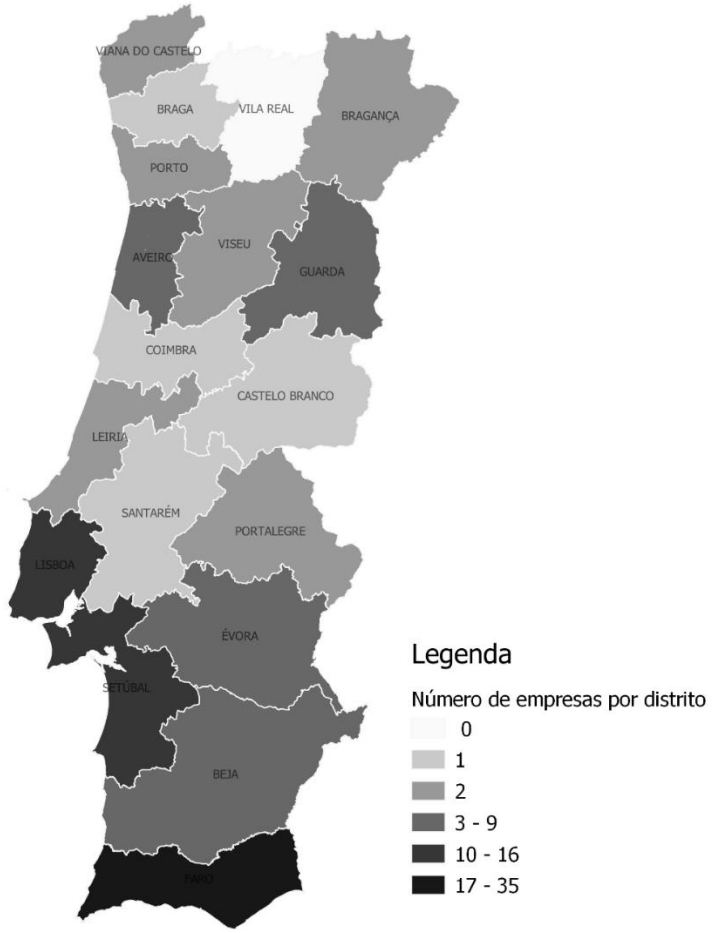


Figura 7: Número de empresas de birdwatching (sedes) por distrito

Apenas 18% das empresas têm o *website* unicamente em português, 37% têm o *website* em português e inglês e 31% têm ambos os idiomas e ainda uma ou mais línguas adicionais, de entre as quais o francês, espanhol, alemão. Um total de 14 páginas *online* não estão traduzidas para o português (*Figura 8*).

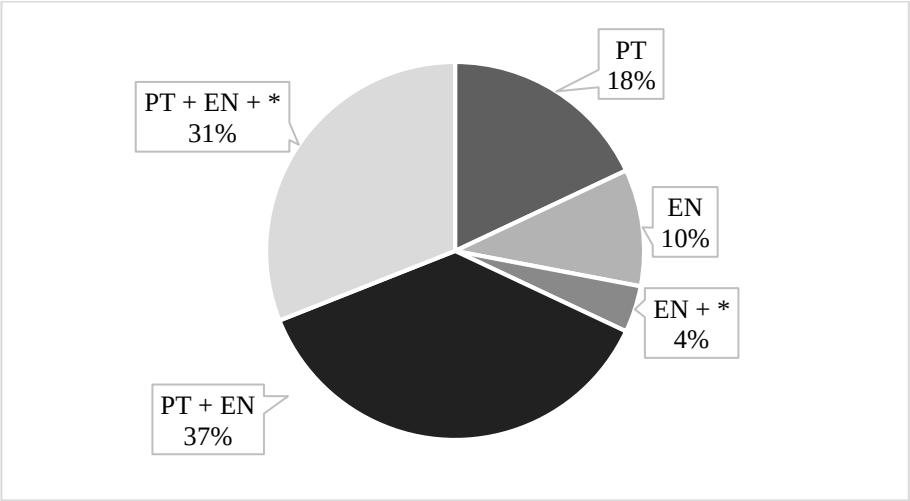


Figura 8: Frequência dos vários idiomas nas páginas web das empresas (representa outros idiomas)*

Apenas 10 das empresas em análise se dedicam unicamente ao turismo ornitológico. As restantes apresentam uma oferta mais ou menos diversa com predominância para a oferta de percursos pedestres,

atividades marítimo-turísticas e culturais (*Figura 9*). Quanto às atividades culturais e marítimo-turísticas os seus números não podem ser vistos sem referir que não se fez a distinção da oferta dentro destas duas categorias. A classificação usada refere-se mais uma vez à *Tabela A 1*.

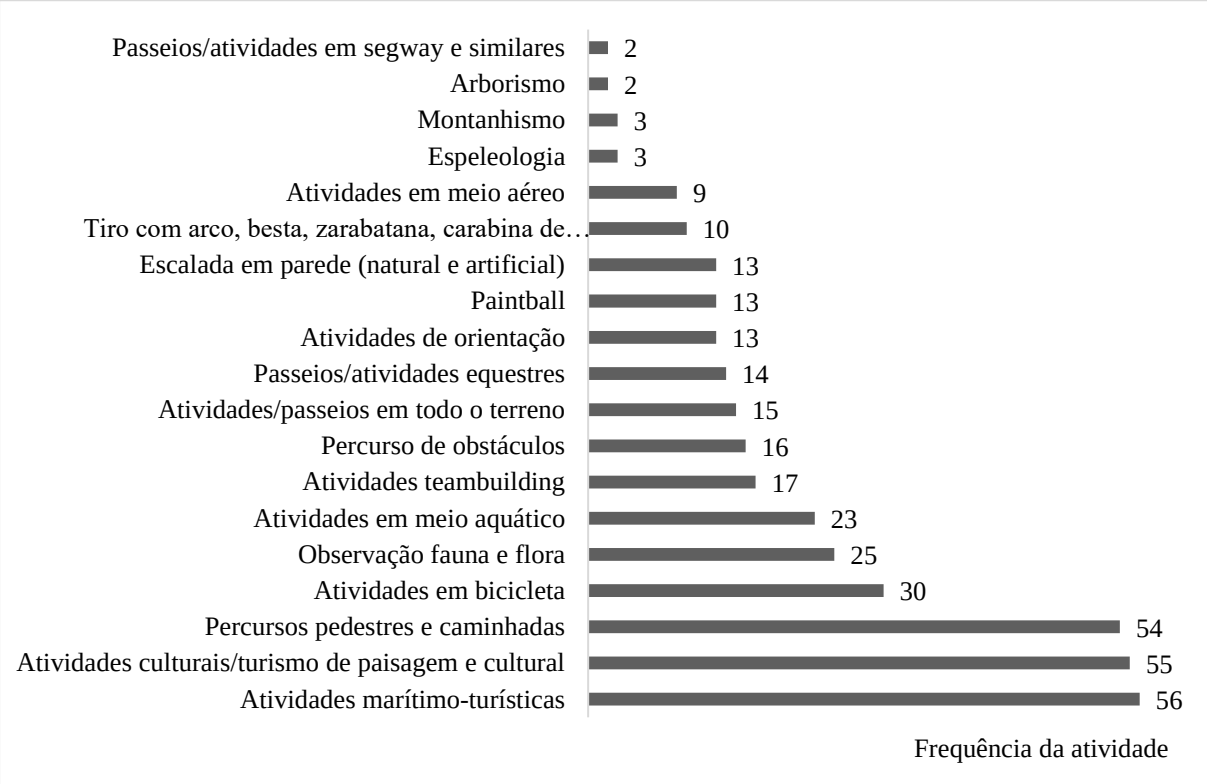


Figura 9: Atividades comercializadas pelas empresas em estudo

Neste cenário, a oferta de *birdwatching* perfaz uma pequena parte em comparação às restantes atividades, apenas considerando as 73 empresas onde se pôde contabilizar o número de programas comercializados. Verifica-se que na grande maioria das operadoras, cerca de metade, a oferta dedicada à observação de aves representa uma percentagem de apenas 20% (*Figura 10*).

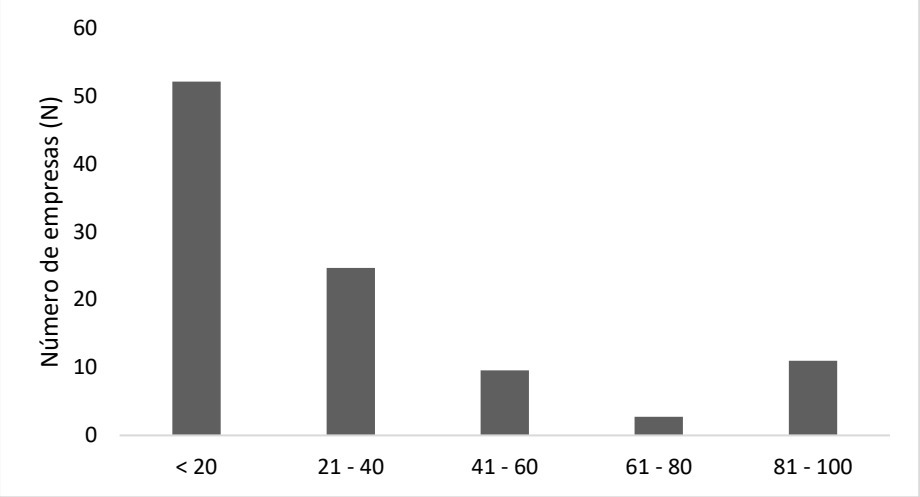


Figura 10:Percentagem da oferta de programas de birdwatching face à oferta total

A maioria das empresas com atividades de observação de aves descreve entre um e três programas na sua página online (*Tabela 2*).

Tabela 2: Número de programas de birdwatching por empresa

Número de programas	Número de empresas
1	29
2	15
3	9
4	5
5	4
6 a 10	7
11 a 15	2
mais de 15	2
	73

No que diz respeito ao nível de descrição da oferta no *website* das operadoras, na generalidade esta não é muito detalhada, como é indicado na *Figura 11*. Cerca de 62% das empresas ou não descrevem a oferta, mencionando apenas a existência do produto, ou apenas indicam a região onde operam e/ou disponibilizam itinerários. Apenas 24% das empresas faz uma descrição considerada mais extensiva, descrevendo a área onde se realiza o itinerário e identificando os locais de paragem/passagem.

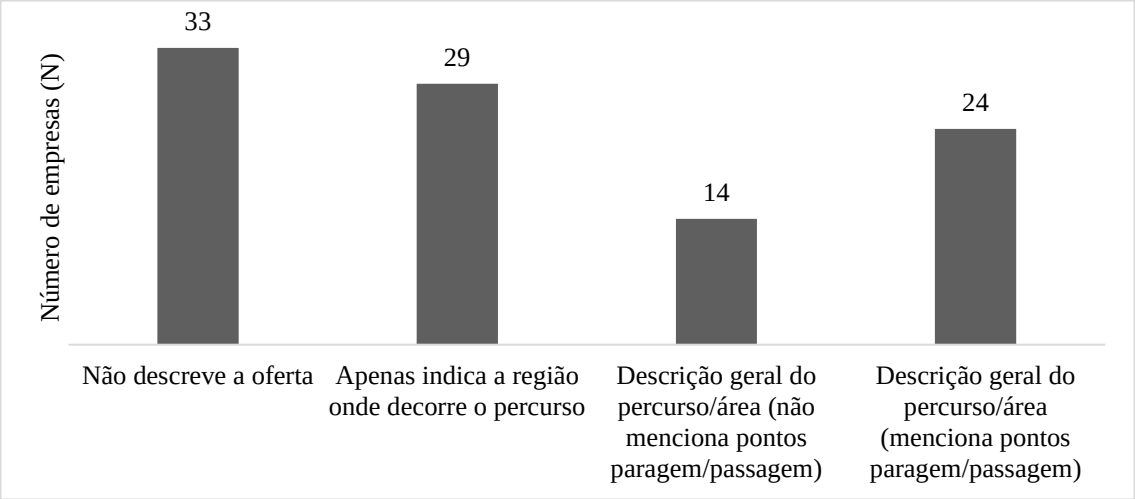


Figura 11: Nível de descrição da oferta de birdwatching na página web das empresas

No que diz respeito à indicação de acompanhamento do itinerário por parte de um guia, a *Figura 12* ilustra os resultados obtidos. Um total de 67 empresas menciona a existência de guias mas só uma pequena parte descreve a sua formação e experiência. Apenas 28 operadoras têm fotografias dos seus guias na página *web*.

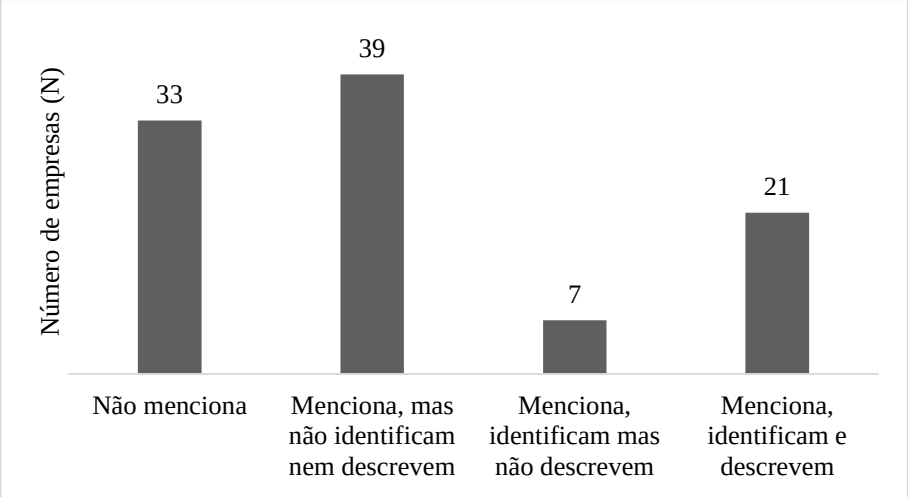


Figura 12: Referência na página web ao acompanhamento de um guia nos programas de birdwatching

No que se refere ao número de empresas que indica as espécies passíveis de observar nos programas de *birdwatching* comercializados verifica-se uma diferença, embora não muito marcada, entre a referência a espécies na área (N=46) e ao longo do itinerário (N=35). Em termos gerais, há um maior número de empresas a não fazer referência a esse aspeto (119 versus 81).

O *website* de 66 empresas apresenta fotografias de espécies da avifauna, contudo apenas 16 têm as fotografias identificadas com o nome da espécie (*Figura 13*). Na sua maioria o *website* das empresas não apresenta fotografias de muitas espécies. Apenas 6 empresas apresentam mais de 40 fotografias (*Figura 14*).

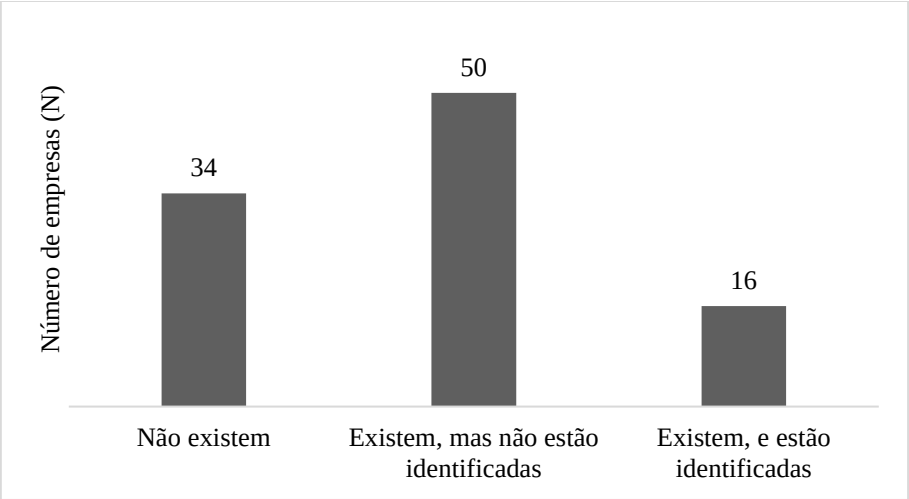


Figura 13: Presença e identificação das fotografias no website das empresas de birdwatching

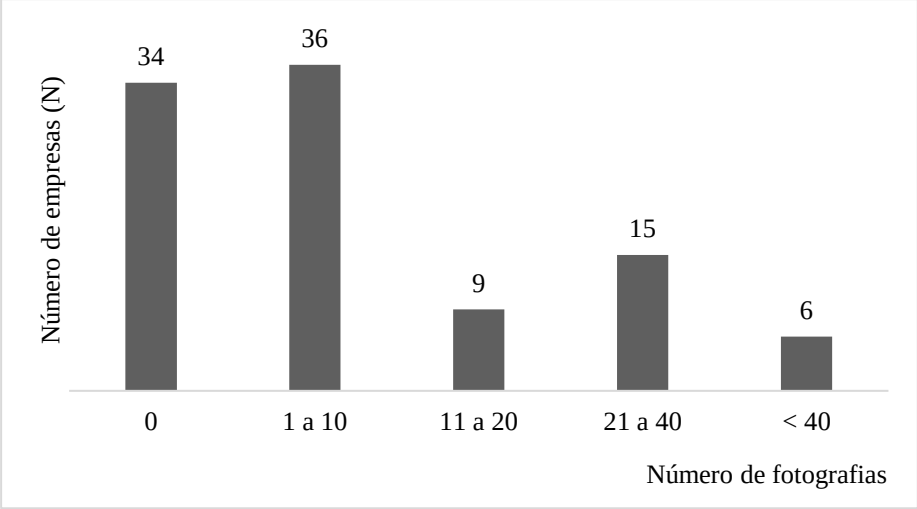


Figura 14: Frequência do número de empresas por número de fotografias no website

Pouco mais de metade das operadoras em análise (N=57) indica o preçário da oferta.

As áreas classificadas são referidas por 69% das empresas no seu *website*. No total são mencionadas 61 áreas diferentes, considerando as seguintes tipologias: 26 IBA, 13 ZPE e 22 Áreas Protegidas (entre as classificações de Parque Nacional, Parque Natural e Reserva Natural).

É a região alentejana que reúne o maior número de áreas diferentes referidas (N=20), seguida da região do centro (N=15), sendo que muitas das áreas acabam por ser coincidentes visto que se contabilizou as várias tipologias. Contudo, quando se olha à frequência total por NUTS II, é o Algarve que toma a liderança, seguido da Área Metropolitana de Lisboa (*Tabela 3*).

Na região norte a área mais referida corresponde ao Parque Natural do Douro Internacional (N=8); no centro não há destaque para nenhuma área específica; na região de Lisboa a Reserva Natural do Estuário do Sado (N=14), a Reserva Natural do Estuário do Tejo (N=12) e o Parque Natural da Arrábida (N=12) destacam-se; o Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina (N=8) corresponde à área mais referida na região do Alentejo embora este parque se prolongue na região algarvia onde, contudo, a principal área mencionada corresponde ao Parque Natural da Ria Formosa (N=27).

Tabela 3: Áreas classificadas mencionadas no website das empresas por NUTS II

NUTS II	Área Classificada	Frequência	Frequência total
Norte	PN Douro Internacional	8	27
	PNN Peneda Gerês	6	
	PN Montesinho	5	
	PN do Alvão	2	
	ZPE Douro Internacional e Vale do Águeda	2	
	IBA Serras da Peneda e Gerês	1	
	IBA Douro Internacional e Vale do Águeda	1	
	IBA Montesinho e Nogueira	1	
	ZPE Rio Sabor e Maçãs	1	
Centro	PN Tejo Internacional	4	35
	PN da Serra da Estrela	4	
	RN Dunas de São Jacinto	4	
	ZPE Ria de Aveiro	3	

NUTS II	Área Classificada	Frequência	Frequência total
	IBA Ria de Aveiro	3	
	PN das Serras de Aire e Candeeiros	3	
	RN Berlengas	3	
	ZPE Vale do Côa	2	
	ZPE Paul do Taipal	2	
	RN Serra da Malcata	2	
	IBA Vale do Côa	1	
	IBA Serra da Estrela	1	
	RN Paul da Arzila	1	
	IBA Tejo Internacional	1	
	IBA Berlenga e Farilhões	1	
Área Metropolitana de Lisboa	RN Estuário do Sado	14	51
	RN Estuário do Tejo	12	
	PN da Arrábida	12	
	ZPE Estuário do Tejo	4	
	ZPE Estuário do Sado	3	
	IBA Estuário do Sado	2	
	PN de Sintra-Cascais	2	
	IBA Estuário do Tejo	1	
	IBA Lagoa Pequena	1	
Alentejo	PN do Vale do Guadiana	7	35
	PN da Serra de São Mamede	5	
	RN Lagoas de Santo André e da Sancha	3	
	ZPE Castro Verde	3	
	ZPE do Vale do Guadiana	2	
	IBA Mourão, Moura e Barrancos	2	
	IBA Costa Sudoeste	1	
	IBA Lagoas de Santo André e da Sancha	1	
	IBA Torre da Bolsa	1	
	IBA São Vicente	1	
	IBA Alter do Chão	1	
	IBA Albufeira do Caia	1	
	RN Paul do Boquilobo	1	
	ZPE Açude da Murta	1	
	ZPE Mourão, Moura e Barrancos	1	
	IBA Campo Maior	1	
	IBA Planície de Monforte	1	
	IBA Castro Verde	1	
	IBA Vila Fernando/Veiros	1	
Algarve	PN Ria Formosa	27	61
	PN Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina	9	
	RN Sapal de Castro Marim e Vila Real de Santo António	9	
	ZPE Ria Formosa	6	
	IBA Ria Formosa	5	
	IBA Lagoa dos Salgados	2	
	IBA Sudoeste Alentejano e Costa Sudoeste	1	
	IBA Castro Marim	1	
	ZPE Castro Marim	1	

INQUÉRITO ÀS EMPRESAS

O número de respostas obtido em ambos os inquéritos foi muito inferior ao esperado e desejado. Contudo, optou-se por fazer na mesma a análise destes dados do ponto de vista qualitativo, considerando apesar de tudo que representam as percepções do mercado de *birdwatching*.

Inquérito 1

Das 99 empresas questionadas apenas se obteve 12 respostas. Não foi possível contactar uma das empresas devido a contatos não atualizados e uma outra indicou que suspendeu a atividade em dezembro de 2018.

A *Tabela 4* resume as respostas a algumas das questões iniciais.

Apenas cinco empresas identificaram o turismo ornitológico como o foco da sua empresa. Olhando ao ano de formação e de início de comercialização de atividades de *birdwatching* parece que este primeiro grupo, mais dedicado à atividade, está há mais tempo no mercado. Cinco empresas indicaram que a observação de aves complementa uma oferta mais generalizada e em duas representa uma pequena porção da oferta para turistas mais especializados.

Apenas duas empresas indicaram que não registaram um aumento na procura de atividades de observação de aves, cuja razão se deve certamente ao facto de apenas terem iniciado a sua comercialização em 2018. No entanto, o aumento referido pelas restantes empresas é na maioria caraterizado como pouco acentuado.

Apenas duas operadoras não têm programas de *birdwatching* em parceria com outras entidades e apenas três não têm por hábito participar em eventos promovidos por ONGA's. Onze empresas indicam que têm alguma iniciativa, parceria ou compromisso com alguma organização/associação do ambiente no sentido de apoiar e promover a conservação da natureza e biodiversidade.

No que diz respeito ao número de programas de *birdwatching* comercializados, como expectável, as empresas cujo foco é o turismo ornitológico disponibilizam um maior número embora este não seja muito diferente das empresas designadas menos dedicadas. Contudo, relativamente ao número de saídas que em média cada empresa realiza por ano é curioso notar que os valores mais altos (N=450, N=120) são indicados por empresas onde o *birdwatching* complementa uma oferta maior. Talvez estes valores possam ser justificados pela experiência destas empresas, que comparativamente às restantes, foram fundadas antes do ano 2000.

Tabela 4: Tabela sumário de algumas questões do Inquérito 1

Questões										
i	**ii**	**iii**	**Iv**	**v**	**vi**	**vii**	**viii**	**ix**	**x**	**xi**
2007	2007	É o foco da oferta	Sim, razoavelmente	Não	Não	Sim	Sim	Sim	6	50
2014	2015		Sim, mas muito pouco acentuado	Sim	Não	Não	Sim	Sim	1	30
Não indicado	2012		Sim, razoavelmente	Não	Não	Sim	Não	Sim	10	15
2015	2015		Sim, mas muito pouco acentuado	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	6	50
2014	2011		Sim, mas muito pouco acentuado	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	9	20
1836	2013	Complementa uma oferta mais generalizada	Sim, mas muito pouco acentuado	Não	Sim	Sim	Não	Sim	10	450
1987	1990		Sim, bastante acentuado	Não	Sim	Não	Sim	Sim	5	120
2015	2015		Sim, mas muito pouco acentuado	Não	Sim	Sim	Sim	Não	2	60
2017	2018		Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	4	8
2018	2018		Não	Sim	Sim	Sim		Sim	1	20
2015	Não indicado	Representa uma pequena porção da oferta para turistas mais especializados	Sim, mas muito pouco acentuado	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	3	20
2018	2018		Sim, mas muito pouco acentuado	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	2	2

i – Ano de formação; **ii –** Ano de início de comercialização de programas de birdwatching; **iii –** Tendo em conta as atividades que a empresa desenvolve, o birdwatching...; **iv –** Resposta a aumento na procura de atividades de observação de aves; **v –** Experiência prévia no segmento turístico em questão; **vi –** Na criação da oferta de birdwatching a empresa adotou algum modelo de negócio; **vii –** A empresa tem programas de birdwatching em parceria com outras entidades (ONGA's, outras empresas, etc); **viii –** A empresa tem por hábito participar em eventos promovidos por ONGA's (SPEA, LPN, etc); **ix –** A empresa tem alguma iniciativa, parceria ou compromisso com alguma organização/associação do ambiente no sentido de apoiar e promover a conservação da natureza e biodiversidade?; **x –** Quantos programas de birdwatching disponibilizam atualmente como oferta? ; **xi –** Em média, por ano, quantas atividades de observação de aves realizam?

A *Figura 15* indica os meios de divulgação utilizados pelas operadoras. Outros meios indicados foram: guias turísticos, cartas e *newsletter*; página de *web*, *blog*; posto turismo local; distribuição de *flyers* e contacto com alojamentos.

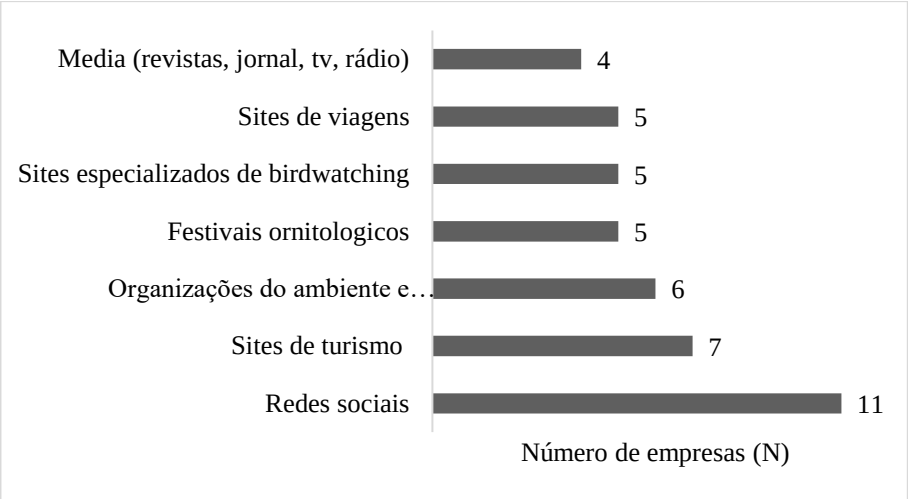


Figura 15: Meios de divulgação indicados pelas empresas de birdwatching (Inquérito 1)

A totalidade das operadoras que responderam ao inquérito indica que tem programas de meio dia de *birdwatching*. O número de empresas que comercializa programas de maior duração é menor (*Figura 16*).

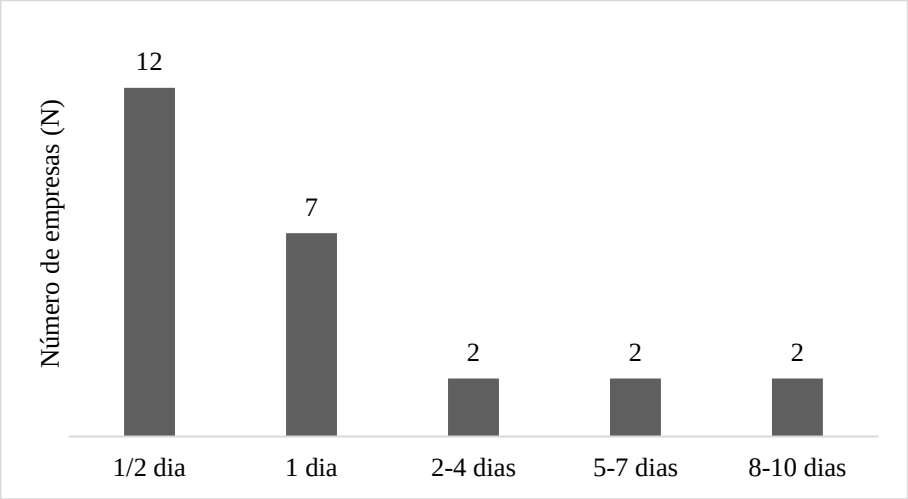


Figura 16: Duração dos programas de birdwatching das empresas questionadas (Inquérito 1)

Das 12 empresas que responderam, 10 têm programas de turismo ornitológico disponíveis todo o ano.

Cerca de 5 operadoras oferece rotineiramente os programas que tem disponíveis, permitindo simultaneamente que estes possam ser ajustados, no caso de o turista ter um interesse particular em ver uma determinada espécie. Três empresas apenas operam com os programas que têm disponibilizados e duas só com programas à medida.

Os programas comercializados pelas empresas cobrem os vários grupos de aves: estivais (N=10), migradoras (N=12), nidificantes (N=11), invernantes (N=11) e ainda aves residentes e outros grupos de fauna e flora.

Onze empresas desenvolvem a sua oferta somente na área/região onde a empresa está localizada sendo que dez assumem que não têm por hábito disponibilizar programas a nível internacional. Nove empresas operam no Alentejo e Algarve, duas em Lisboa e Centro e uma nos Açores (não simultaneamente).

Onze empresas indicam que são mais procuradas por turistas estrangeiros. Quando questionadas sobre a alteração dessa tendência a maioria das respostas é negativa.

Segundo oito empresas não há diferença em termos de preço na escolha dos programas de *birdwatching* entre portugueses e estrangeiros, sendo que as três empresas que responderam positivamente indicam que estes segundos estão dispostos a investir mais.

Apenas quatro empresas consideram a hipótese de aumentar a oferta de *birdwatching*.

Nove empresas consideram que o *birdwatching* é viável quando associado a outras ofertas de turismo da natureza; duas por si só; uma que este não é viável.

Quando questionadas relativamente ao turismo de *birdwatching* em Portugal, os resultados foram os seguintes (*Figura 17* a *Figura 20*):

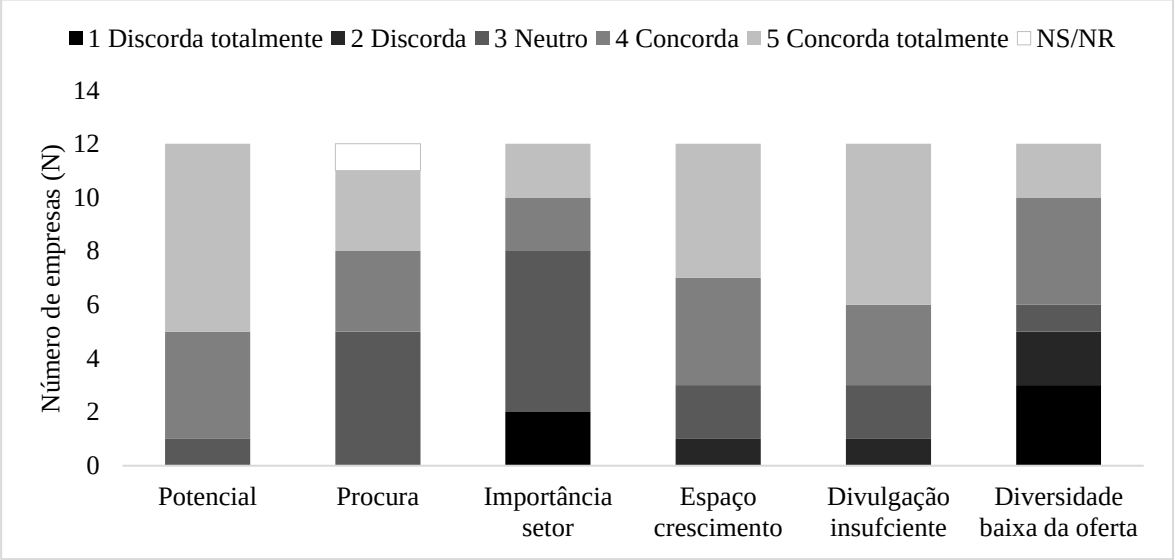


Figura 17: Avaliação do estado do recurso birdwatching em Portugal (Inquérito 1)

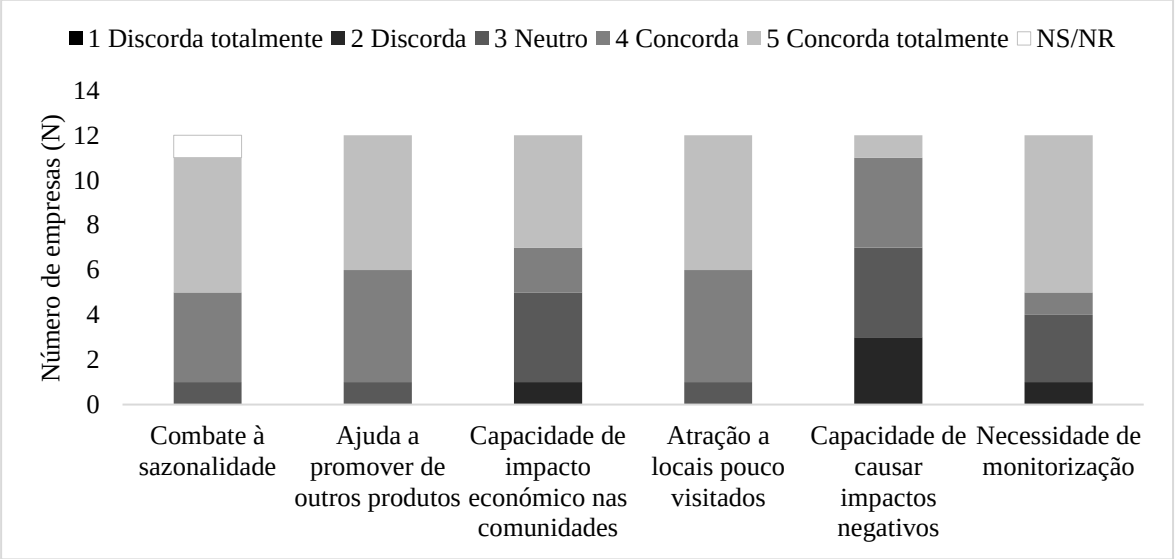


Figura 18: Vantagens e desvantagens do turismo ornitológico (Inquérito 1)

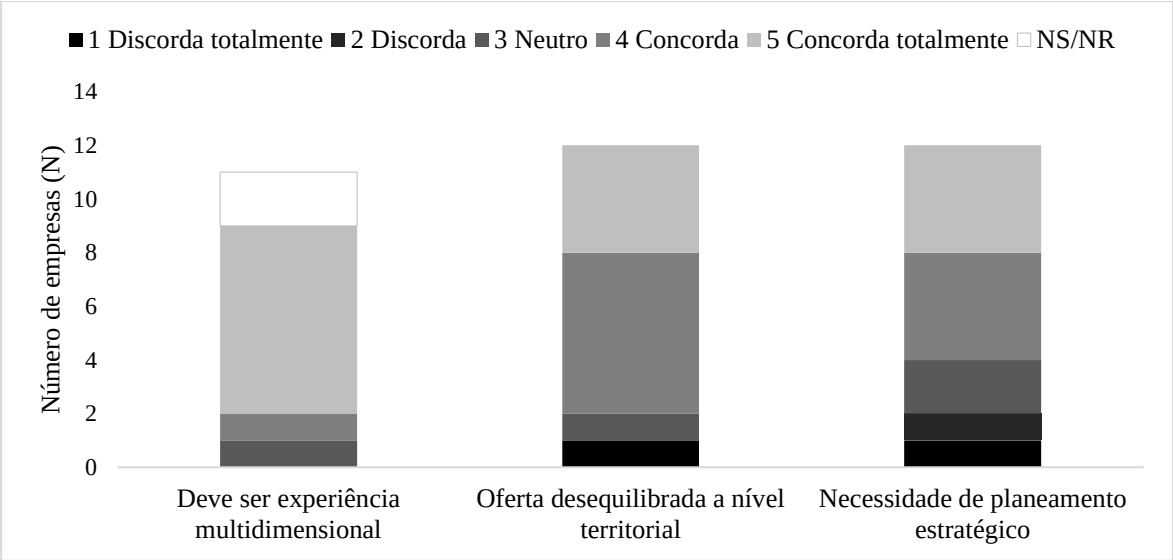


Figura 19: Organização do recurso birdwatching (Inquérito 1)

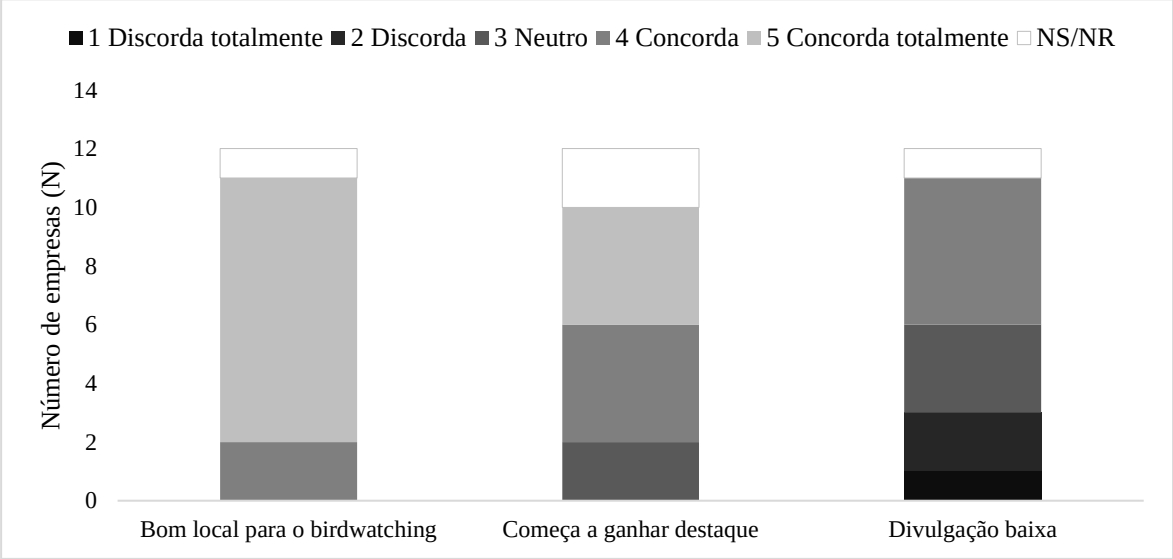


Figura 20: Percepção da Reserva da Biosfera de Castro Verde (Inquérito 1)

As doze empresas selecionaram as 3 principais opções onde consideram que é necessário mais investimento para o crescimento do produto *birdwatching*. As operadoras consideram que deve haver maior atenção à gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse assim como à valorização do setor e à promoção/divulgação (*Tabela 5*). De referir que esta questão não foi sempre respondida corretamente, havendo operadoras que selecionaram mais do que as três razões pedidas, contudo foram contabilizadas todas as respostas.

Tabela 5: Fatores onde as empresas com atividades de birdwatching consideram ser necessário um maior investimento (Inquérito 1)

Gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse	8
Valorização do segmento turístico	8
Promoção e divulgação	7
Infraestruturas de apoio à atividade	6
Apoio financeiro	4
Guias especializados	4
Sinalização locais interesse	3
Outro	1
	41

Ainda foi indicado na secção "outro" a necessidade de desenvolver um código de conduta obrigatório para a prática da atividade sem criar perturbação às espécies nomeadamente durante a nidificação.

Algumas empresas usaram o espaço dos comentários para deixar algumas notas (Anexo 2).

Inquérito 2

Obtiveram-se 38 respostas ao segundo inquérito, o que corresponde a cerca de 5% da população questionada, verificando-se que alguns dos contatos (N=40) estavam desatualizados.

A maioria das empresas que responderam ao inquérito são relativamente recentes; 58% tem menos de 8 anos (*Figura 21*).

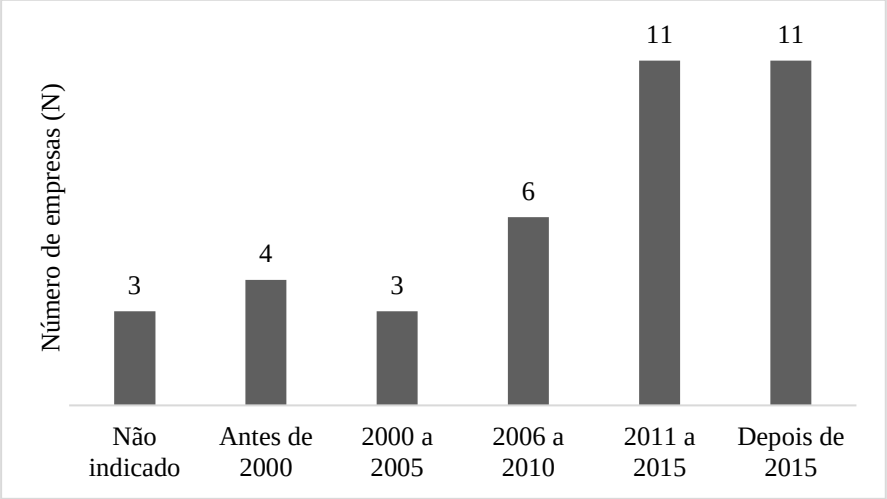


Figura 21: Ano de formação das empresas (Inquérito 2)

Em termos de localização da sede da empresa, a maioria (N=9) das participantes encontra-se sediada em Lisboa (*Figura 22*).

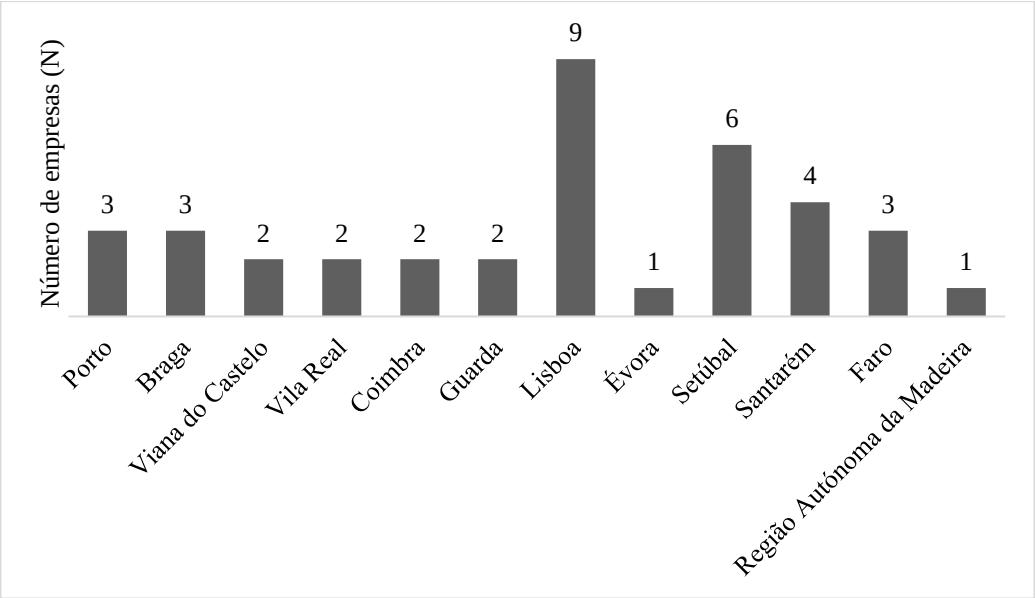


Figura 22: Localização da sede das empresas (Inquérito 2)

Quando questionadas sobre o potencial de Portugal enquanto destino para o *birdwatching*, as empresas reconhecem que é elevado (*Figura 23*). Há um consenso em valores mais altos; mais de metade das operadoras atribuem a classificação máxima.

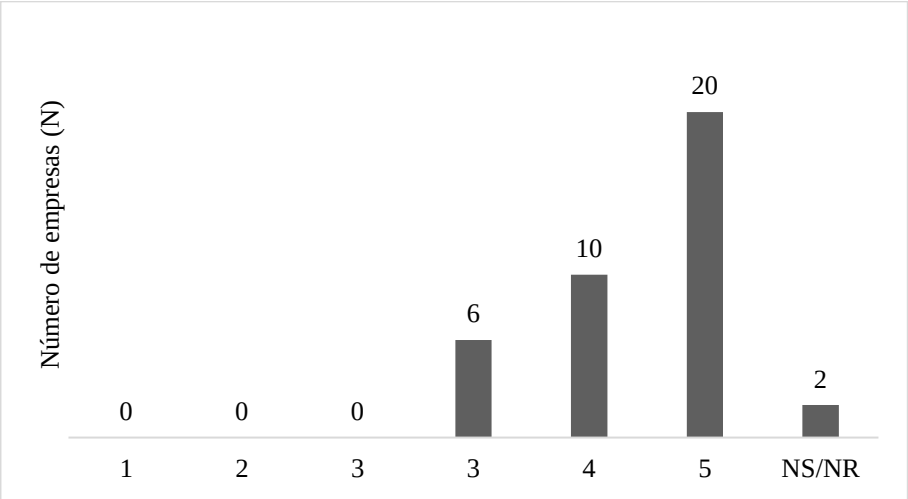


Figura 23: Classificação do potencial de birdwatching em Portugal (Inquérito 2)

Cerca de 32% (N=12) das empresas que participaram têm programas de *birdwatching*. Deste grupo, 6 começaram a comercializar atividades de observação de aves antes de 2015. A outra metade só comercializa este tipo de oferta mais recentemente, a partir de 2016. Comparando o ano de formação da empresa e o ano de início de comercialização de programas de *birdwatching*, apenas em cinco o ano é coincidente. Em dois casos o turismo ornitológico só surge como oferta em 2018, embora as empresas sejam respetivamente de 2005 e 2010. Parece haver uma maior aposta neste setor mais recentemente.

No que diz respeito à pergunta sobre qual deve ser a direção de investimento, a opinião dos questionados que já empreendem atividades de turismo ornitológico (N=12) recai sobre a necessidade de uma maior promoção/divulgação, infraestruturas de apoio à atividade e valorização do setor (*Tabela 6*). Salientar que também neste inquérito, a questão não foi bem respondida por algumas das empresas tendo em

conta duas situações: não selecionaram as 3 opções pedidas; selecionaram mais do que as 3 opções pedidas. Contabilizaram-se todas as respostas.

Tabela 6: Fatores onde as empresas com atividades de birdwatching consideram ser necessário um maior investimento (Inquérito 2)

Promoção e divulgação	11
Infraestruturas de apoio à atividade	7
Valorização do segmento turístico	6
Sinalização locais interesse	5
Gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse	4
Guias especializados	3
Apoio financeiro	1
Outro	0
	37

Aos operadores que responderam que não empreendiam atividades de observação de aves questionou-se sobre a possibilidade de incluírem este tipo de programas na sua oferta. Deste grupo de 26 empresas, 14 (cerca de 54%) indicaram que sim.

As que indicaram que não pretendiam incluir este tipo de atividades foram questionadas de modo a indicar as 3 principais razões para a ausência de oferta de *birdwatching*. As respostas mais vezes selecionadas foram que este tipo de produto não se enquadrava na estratégia da empresa e a falta de recursos humanos especializados (*Tabela 7*). Mais uma vez surge um problema nas respostas dadas a esta questão, nem todas as empresas selecionaram as 3 opções como foi pedido. Mais uma vez, foram contabilizadas todas as respostas.

Tabela 7: Razões para a ausência de oferta de birdwatching (Inquérito 2)

Não se enquadra na estratégia da empresa	9
Falta de recursos humanos especializados	7
Falta de informação sobre este setor de atividade	5
Procura insuficiente	3
Ausência de locais de interesse para observação de aves na área de atuação	3
Motivos económicos	2
Por se tratar sobretudo de um mercado internacional	1
Sazonalidade da atividade	1
Desvalorização deste segmento turístico	1
Outro(s)	1
Problemas de acessibilidade	0
Dificuldades na divulgação	0
Restrições normativas, regulamentares ou legais	0
Deficiências a nível de gestão, ordenamento e manutenção nos locais com potencial	0
	33

Quando questionadas sobre a viabilidade do *birdwatching* enquanto turismo, nenhuma das empresas considerou que esta atividade não era viável. Apenas 5 empresas (2 sem atividades de turismo ornitológico, mas com intenção de incluir e 3 já com oferta na área) indicaram que é viável por si só; as restantes 33 responderam que é viável quando associada a outras ofertas de turismo da natureza.

Algumas operadoras usaram o espaço de comentários (Anexo 2).

CARATERIZAÇÃO E MAPEAMENTO DA OFERTA

CARATERIZAÇÃO

Ao todo foram reunidos 249 programas de turismo ornitológico, de 69 empresas diferentes – as que descrevem na sua página *online* os programas de *birdwatching* disponíveis como oferta.

De referir que um dos itinerários registados é *self-guided*, ou seja, a empresa disponibiliza todas as informações que o visitante necessita para que possa fazer o programa de forma autónoma. É de salvaguardar também que os programas considerados da SPEA são apenas para sócios e sete destes correspondem a sugestões de itinerários indicando os melhores locais a visitar. Finalmente, alguns dos programas de esconderijos de uma das empresas, não indicaram o local exato, pelo que foi usada a área mais perto do local indicado para o efeito.

A duração dos programas varia de um mínimo de meio dia (normalmente entre duas a quatro horas) a um máximo de 12 dias (*Tabela 8*). A maioria, cerca de 43%, é de meio dia e 33% correspondem a um dia (entre cinco a oito horas).

Tabela 8: Frequência do número de programas de birdwatching por duração

Duração (dia)	Frequência	Percentagem (%)
1/2	107	43,0
1	82	32,9
2	6	2,4
3	3	1,2
4	5	2,0
5	10	4,0
6	1	0,4
7	9	3,6
8	14	5,6
12	3	1,2
Não indicado	9	3,6
	249	**100**

Relativamente à disponibilidade da oferta referida pela página *web* das empresas, verifica-se que na grande parte dos programas não há indicação da mesma (44%). Apenas 32% dos itinerários têm informação de que estão disponíveis todo o ano; 21% apenas em meses específicos do ano e cerca de 4% ocorrem em datas pré-determinadas (*Figura 24*).

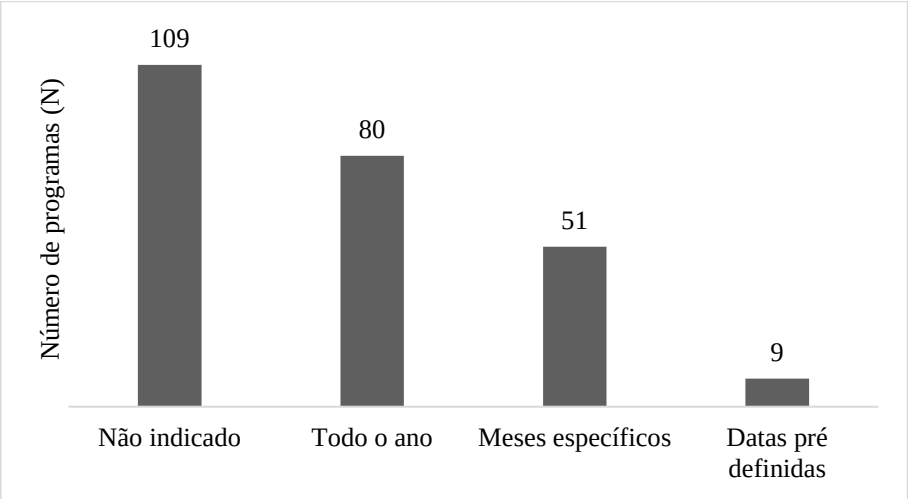


Figura 24: Disponibilidade da oferta de programas de birdwatching

Os 51 programas que indicavam ocorrer em meses específicos distribuem-se pelos vários meses como indicado na *Figura 25*. Constata-se um maior número de programas a ocorrer na primavera (N=54) e no inverno (N=44) versus o verão (N=26) e o outono (N=38).

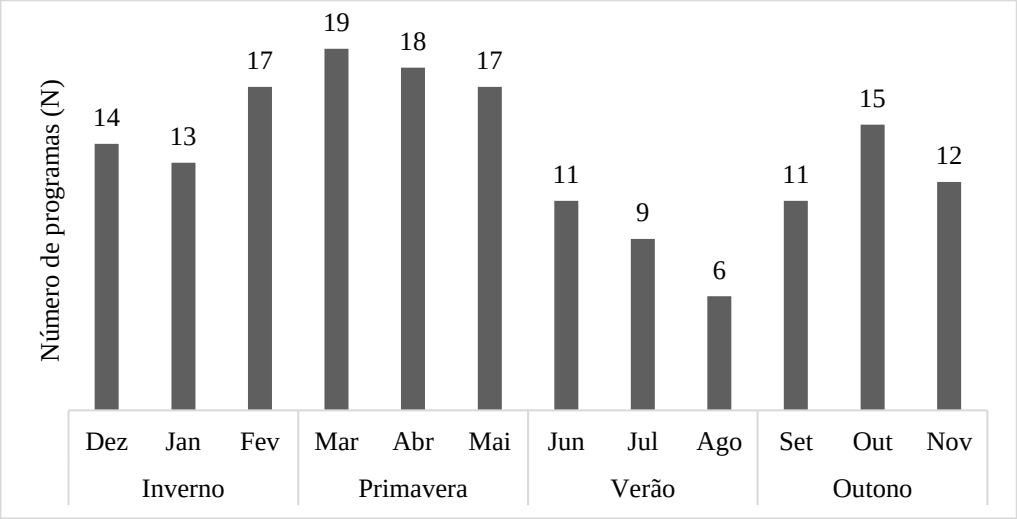


Figura 25: Número de programas de birdwatching por mês (disponibilidade indicada "meses específicos")

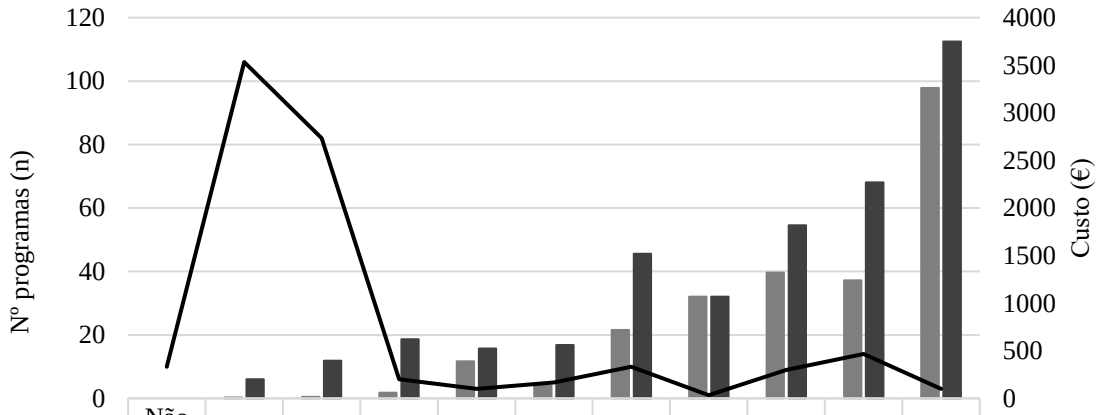
No que diz respeito à limitação do número de participantes verifica-se que cerca de 47% dos programas não indica a existência desse constrangimento. Os restantes têm limite do número de participantes, quer seja: mínimo (18%), máximo (16%) ou ambos (19%). O limite mínimo de participantes varia entre 1 a 10 e o máximo de 2 a 30. O número máximo equivale várias vezes ao limite do número de passageiros num veículo de transporte, que pode ser um todo o terreno ou um barco, no caso de um passeio marítimo.

Cerca de 23% (N=56) dos itinerários não apresentam informação sobre a modalidade do mesmo sendo que em aproximadamente 17% (N=42) não está indicado mas é perceptível (e.g. considerou-se que programas de mais de um dia são feitos de carro; programas de visita a ilhas correspondem a viagens de barco). Ao todo, 151 itinerários, cerca de 61%, indica expressamente a modalidade do programa.

Um total de 60 itinerários são realizados de barco ou incluem passeio de barco. Apenas 20 correspondem a esconderijos para observação e fotografia de avifauna. Os restantes consistem em programas pedestres (N=118) e/ou em viatura (N=86). Um dos programas é realizado em bicicleta e outro em *segway*.

Cerca de 83% (N=207) dos itinerários analisados têm a informação de custo associada.

Em 88% (N=182) dos casos o preço é indicado por pessoa. O valor mais baixo indicado por pessoa é de 10 euros e corresponde a um programa de meio dia. O valor mais alto é de 3750 e corresponde a um programa de 12 dias. A *Figura 26* resume o intervalo de valores de custo, mínimo e máximo, tendo em conta a duração do programa. Estes valores são apenas referentes a programas que indicam o preço por pessoa.



	Não Indicado	1/2 dia	1 dia	2 dias	3 dias	4 dias	5 dias	6 dias	7 dias	8 dias	12 dias
Min (€)		10	15	60	390	135	720	1070	1320	1240	3260
Max (€)		200	395	620	525	560	1520	1070	1820	2270	3750
Nº programas (n)	10	106	82	6	3	5	10	1	9	14	3

Figura 26: Custo (por pessoa) tendo em conta a duração do programa (eixo vertical da esquerda – número de programas (linha); eixo vertical da direita – custo mínimo e máximo (barras))

A *Figura 27* reflete a relação entre o custo (por pessoa) e a duração do programa. Há uma relação positiva clara entre estes dois parâmetros (r=0.97).

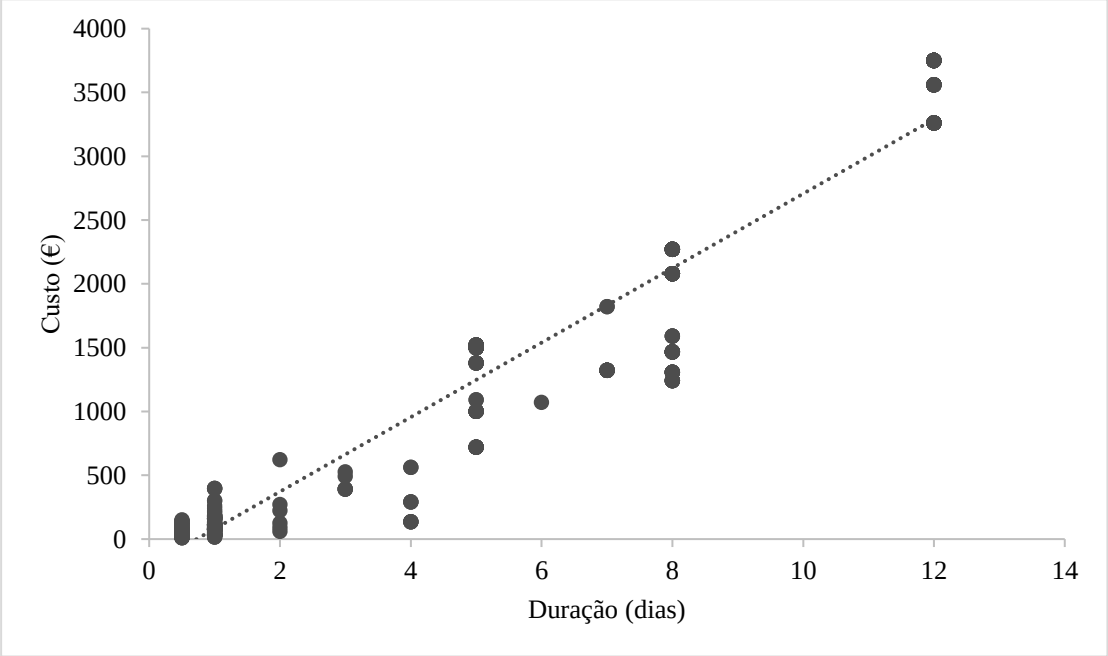


Figura 27: Relação entre custo (por pessoa) e duração dos programas de birdwatching

Relativamente aos preços de grupo, o valor mais baixo é de 30 € e o máximo de 200 €, com limite do número de pessoas entre 3 e 8.

Cerca de 74% dos programas de *birdwatching* indica o que o custo da oferta inclui (*Figura 28*). Cerca de 97% (N=178) dos itinerários analisados inclui um guia. No que concerne a material para a atividade, 53% asseguram equipamento para observação, 32% um guia de campo e apenas 11% uma lista das aves a ver. Somente em 4 programas ocorre uma taxa que reverte para a conservação da natureza.

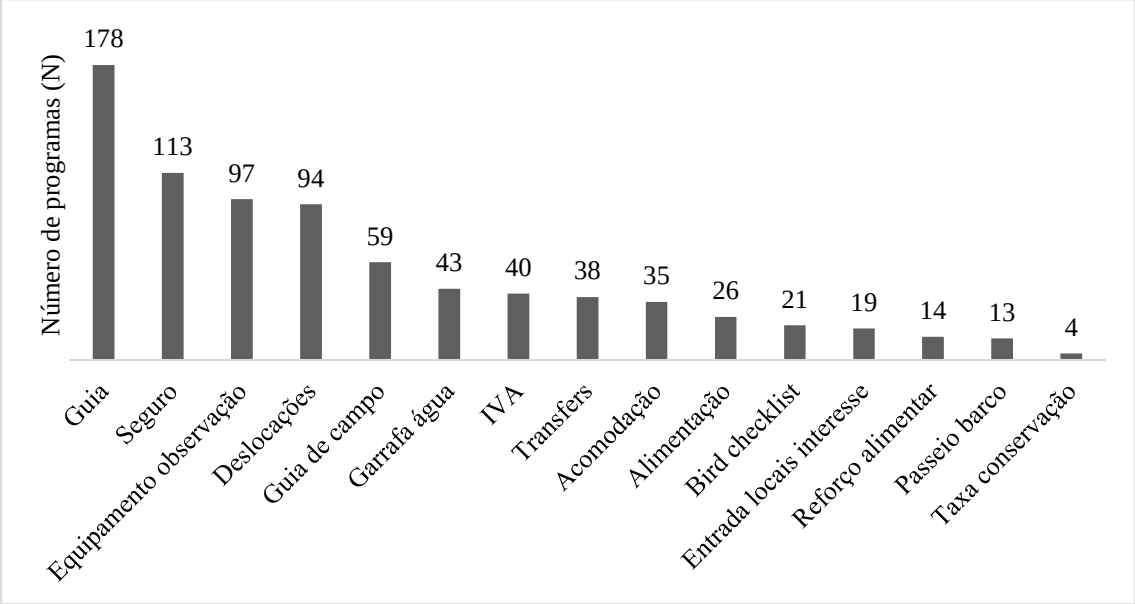


Figura 28: O que inclui o preço dos programas de birdwatching

MAPEAMENTO

Os 249 itinerários analisados contabilizaram uma oferta total de 632 pontos. Se não contabilizarmos os pontos repetidos, nesta análise identificam-se 189 pontos de interesse para o *birdwatching*.

Se analisarmos a distribuição dos pontos (oferta total) tendo em conta o distrito verifica-se que apenas em Braga não há nenhum. Há um destaque marcado para 3 distritos: Faro, Setúbal e Beja, que reúnem o maior número de pontos.

Os arquipélagos reúnem apenas 15 itinerários de *birdwatching*. Neste caso, o número de pontos corresponde ao número de programas na área em questão visto que não se distinguiu áreas diferentes nas ilhas. O mesmo sucede para Espanha, única região mencionada fora de Portugal, onde apenas se contabilizam 4 programas. Apenas se representou os programas de *birdwatching* que ocorrem em Portugal Continental, excluindo estes acima referidos.

A *Tabela A 2* (Anexo 1) sumariza a informação da oferta total e do número de pontos com interesse para o *birdwatching* por distrito.

A *Figura 29* ilustra estes resultados. No primeiro mapa, à esquerda, pode-se observar a oferta total de *birdwatching* distribuída ao longo do território. A intensidade da coloração dos pontos é proporcional ao número de vezes a que cada ponto de interesse é referido O mapa da direita corresponde ao agrupamento dos pontos por distrito.

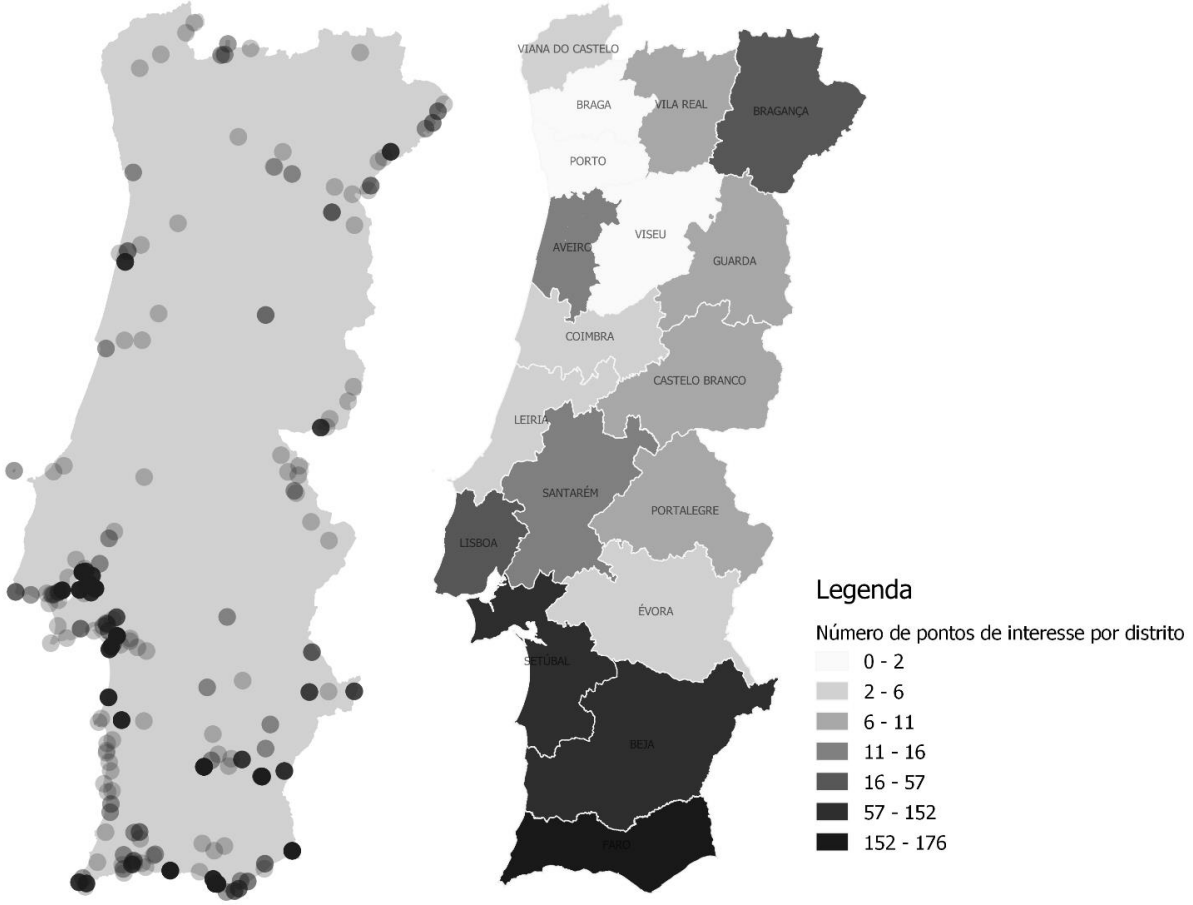


Figura 29: Distribuição espacial dos pontos de interesse para o birdwatching em Portugal Continental (oferta total): e agrupados por distrito

A mesma análise foi realizada para as áreas com estatuto de proteção (*Figura 30*): Áreas Protegidas (*Tabela A 3*), Important Bird Areas (*Tabela A 4*), Zonas de Proteção Especial (*Tabela A 5*) e Reservas da Biosfera (*Tabela A 6*).

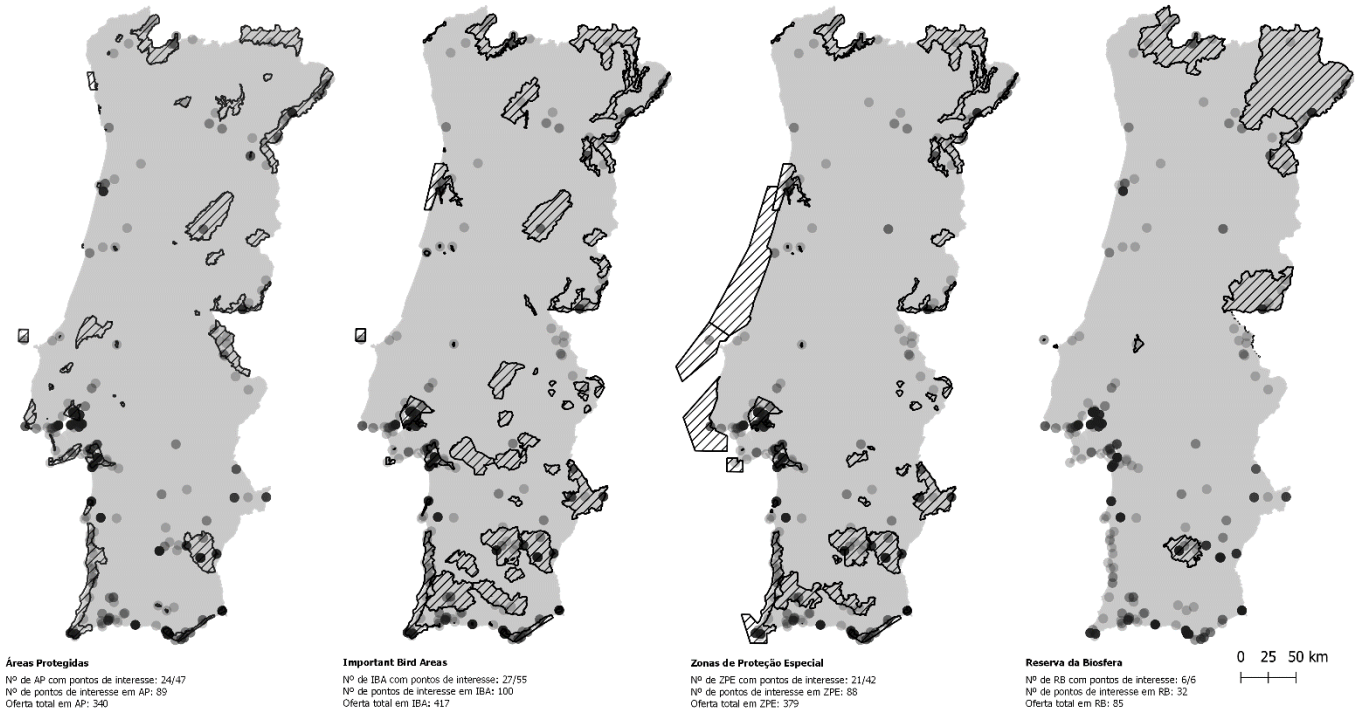


Figura 30: Distribuição espacial dos pontos de interesse para o birdwatching em áreas classificadas

Das 47 áreas protegidas da RNAP, 24 são identificadas como bons locais para o *birdwatching*, onde se contabilizam 89 pontos com interesse ornitológico. Porém, existem outros locais de interesse que não são explorados. Como por exemplo, o Monumento Natural das Portas de Ródão, que é dos melhores sítios para ver grifos, ainda que não tenha sido identificado pelo que mostram estes resultados, o mesmo se passa com o Litoral Norte, ou a Serra de Aires e Candeeiros e outras áreas.

A oferta total é maior no Parque Natural da Ria Formosa (N=85) contudo esta distribui-se por apenas 10 pontos com interesse ornitológico.

Tendo em conta a tipologia, a maioria dos pontos com interesse para o *birdwatching* ocorre em Parque Natural (N=213) ou Reserva Natural (N=11).

Em relação às Important Bird Areas, existem no continente 55 áreas com este estatuto. Contudo, em apenas 27 foram contabilizados pontos com interesse para o *birdwatching* (N=100). A oferta total nestas áreas é ligeiramente maior do que nas Áreas Protegidas (N=417).

Em ZPE foram contados 88 pontos com interesse ornitológico num total de 21 zonas, das 42 existentes em Portugal Continental em meio terrestre. Classificadas como Reservas da Biosfera apenas estão seis áreas. Um total de 32 pontos com interesse para o *birdwatching* ocorre nestas 6 regiões.

Aplicando uma análise espacial ao fator disponibilidade verificamos que os programas de *birdwatching* que ocorrem todo o ano passam essencialmente pelo sul do país, assim como os programas identificados a decorrer em datas pré-definidas (*Figura 31*).

Figura 31: Distribuição espacial da oferta de programas de birdwatching (disponibilidade)

Categorizando os pontos de interesse para o *birdwatching* segundo as estações, não se consegue perceber nenhum padrão – não há assim tanta sazonalidade na oferta (*Figura 32)*.

Figura 32: Distribuição espacial da oferta de programas de birdwatching (disponibilidade: meses específicos)

Aplicando a mesma análise à modalidade dos itinerários, verifica-se alguns padrões interessantes como se pode ver pelas *Figura 33* e *Figura 34*.

Os itinerários efetuados apenas por viatura (N=14) ocorrem essencialmente nas regiões de Lisboa e Setúbal. Os programas de barco (N=48), comercializados pelo maior número de empresas, distribuem-se com um padrão semelhante mas também com ocorrência particular na costa algarvia. Apenas

comercializados por 3 empresas, os programas de *birdwatching* que consistem em esconderijos para observação e fotografia ganham maior destaque quando se combinam com passeios pedestres. Os programas mistos (N=60), que combinam deslocações pedestres e em viatura ocorrem por todo o país. Os programas que combinam os três meios de deslocação (N=11) são apenas oferta de 8 empresas e parecem ocorrer particularmente nas zonas costeiras, nomeadamente na costa vicentina, e limites fronteiriços do país.

Figura 33: Distribuição espacial da oferta total de programas de birdwatching (modalidade)

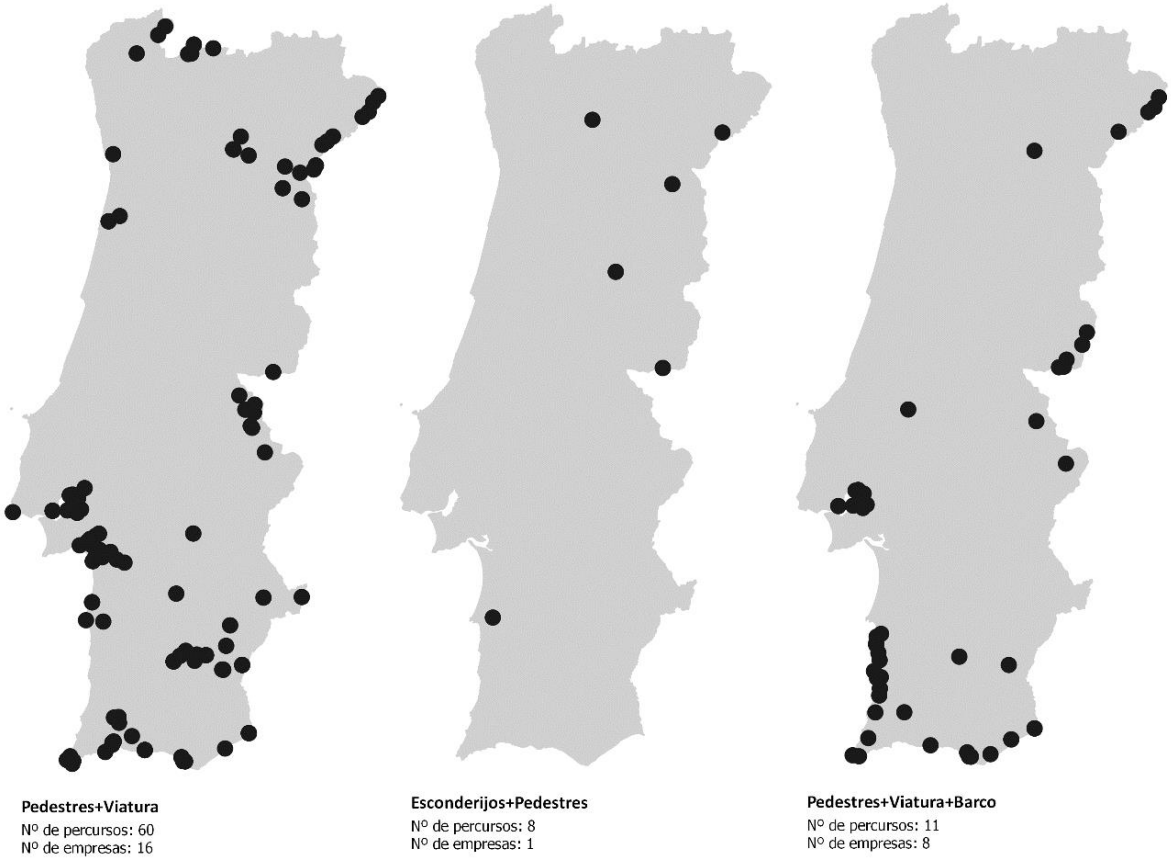


Figura 34: Distribuição espacial da oferta total de programas de birdwatching (combinações modalidade) - não foram representadas todas as combinações existentes

RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

Das 100 empresas identificadas, 12 desenvolvem programas de *birdwatching* na área da Reserva da Biosfera de Castro Verde.

Como já foi acima referido, existem 9 empresas sediadas no distrito de Beja. Destas, 3 encontram-se mais concretamente no concelho de Castro Verde.

Dos 249 programas listados, 28 (cerca de 11%) passam pela Reserva da Biosfera de Castro Verde. Contudo, a oferta total correspondeu a 32 pontos, ou seja, há programas em que os turistas ficam durante mais tempo na área. Em dois programas é mencionada a passagem pelo Vale Gonçalinho, sede da LPN no Alentejo.

Na sua maioria, como se pode ver pela *Tabela 9* , as empresas têm apenas um programa a ocorrer/passar na área em questão.

Tabela 9: Número de programas, por empresa, com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde

Número de programas	Número de empresas
1	7
2	2
3	1
7	2
Total	**12**

A *Figura 35* ilustra a duração dos 28 itinerários de *birdwatching* que cruzam a área da reserva. Destes itinerários, 5 correspondem exclusivamente à visita da Reserva da Biosfera de Castro Verde, cuja caraterização está sumarizada na *Tabela 10*.

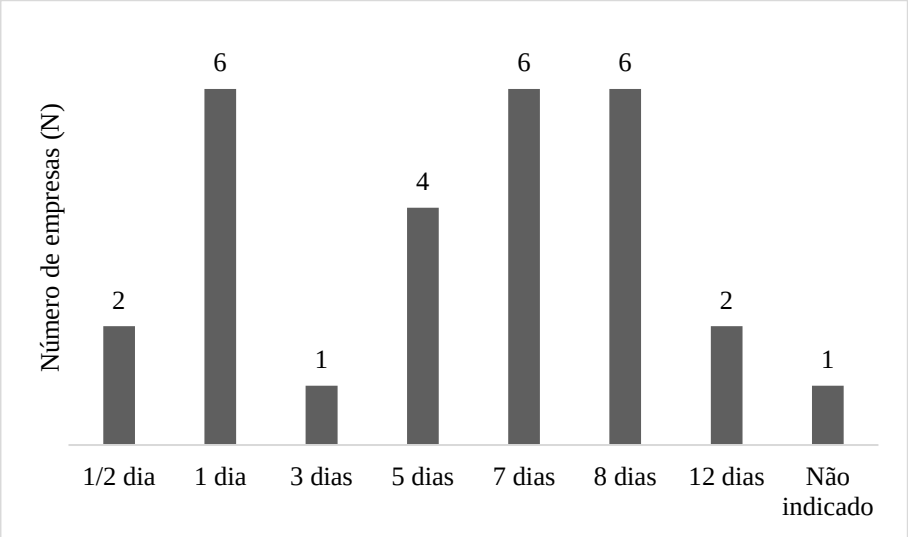


Figura 35: Duração dos programas com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde

Tabela 10: Caraterização dos programas de birdwatching com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde

Duração	Disponibilidade da oferta	Modalidade	Custo (por pessoa)
1 dia	Todo o ano	Misto	160 €
1/2 dia	Todo o ano	Misto	Não indicado
Não indicado	Não indicado	Não indicado	65 €
1 dia	Todo o ano	Não indicado	110 €
1 dia	Não indicado	Não indicado	Não indicado

Em termos espaciais, a união dos pontos com interesse para o *birdwatching* dos 28 programas que cruzam a área da Reserva da Biosfera de Castro Verde resultou na *Figura 36*. A reserva é essencialmente visitada a partir da região de Lisboa, de vários pontos do distrito de Faro e das regiões circundantes ao concelho, como Mértola.

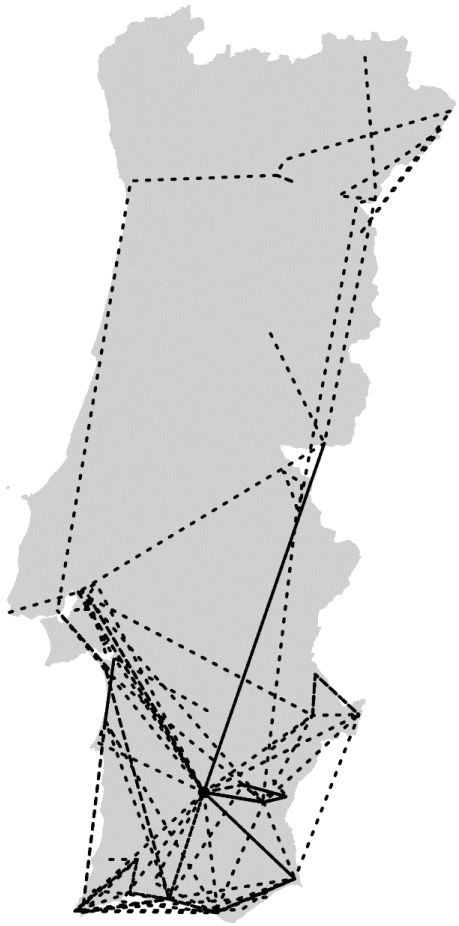


Figura 36: Itinerários de birdwatching com passagem pela Reserva da Biosfera de Castro Verde

ENSAIO DA METODOLOGIA DE MONITORIZAÇÃO DOS VISITANTES DA RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

A *Tabela 11* sumariza o número de veículos contabilizados pelos contadores em cada local ao longo dos seis meses de análise. Os resultados indicam sem surpresa que a Nacional 123 verifica o maior número de passagens. O monte Aracelis regista o menor número de veículos.

Tabela 11: Número de veículos por mês registados pelos contadores

	N123	Entradas	Cruz Guerreiro	Aracelis
Abril	21522	3704	3319	583
Maio	22531	3696	3100	716
Junho	24563	3575	2919	636
Julho	26282	3761	3026	657
Agosto	31277	3889	3059	515
Setembro	24498	3641	2778	1123
Total	**150673**	**22266**	**18201**	**4230**

A *Figura 37* ilustra o padrão diário de veículos em cada contador.

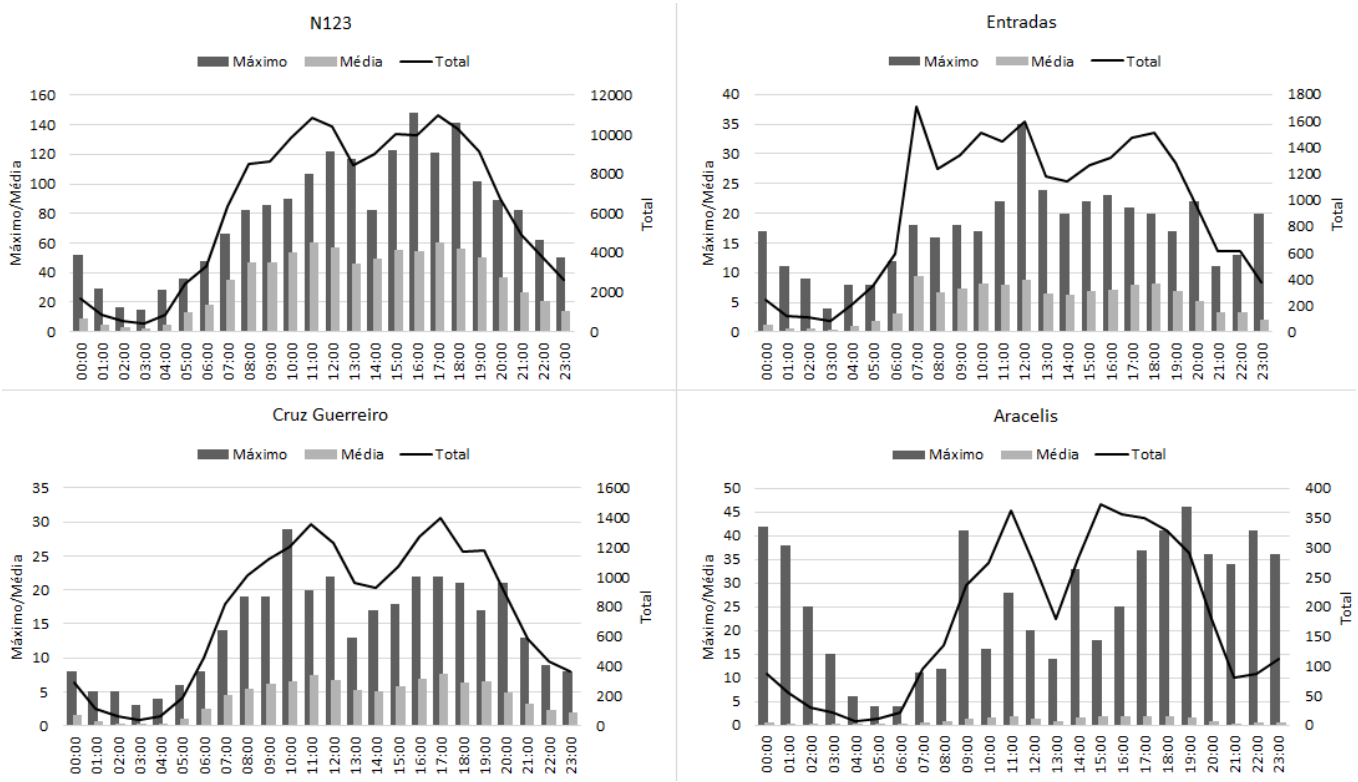


Figura 37: Padrão diário de passagens nos quatro contadores da Reserva da Biosfera de Castro

A estrada nacional 123 tem como número máximo de veículos registados num dia 1408 e 502 como número mínimo, valor muito superior ao máximo registado nos restantes contadores. O número máximo de veículos por hora ocorre às 16h (N= 148). Tendo em conta o período de um dia, os números máximos do total de veículos ocorrem às 11h (N=10883) e às 17h (N= 10978).

O estradão de Entradas ilustra um padrão mais irregular. É ao meio dia que se verifica o número máximo de veículos (N=35) porém, é às sete horas da manhã que ocorre o maior número de veículos (N=1712) tendo em conta todos os meses de amostragem. O número máximo de veículos registados num dia equivale a 198 e o valor mínimo a 69.

O contador localizado na povoação de Cruz Guerreiro apresenta um valor máximo de veículos por dia de 158 e valor mínimo 63. A hora que regista o máximo número de veículos é de manhã, às 10 horas (N=29), não destoando muito dos restantes valores. Em relação ao total, o máximo de veículos ocorre às 11h e 17h.

Na ermida de Aracelis, o número máximo de veículos contados num dia durante o período considerado foi 388 e o mínimo 2. Analisando o número máximo de veículos tendo em conta a hora, verifica-se que é às 19h que foi contabilizado o valor mais alto (N= 46). Quanto ao total de passagens, há um aumento a partir das seis da manhã com pico às 11h00 e depois por volta das 15h após o qual o número de veículos baixa rapidamente.

O contexto semanal encontra-se ilustrado na *Figura 38*.

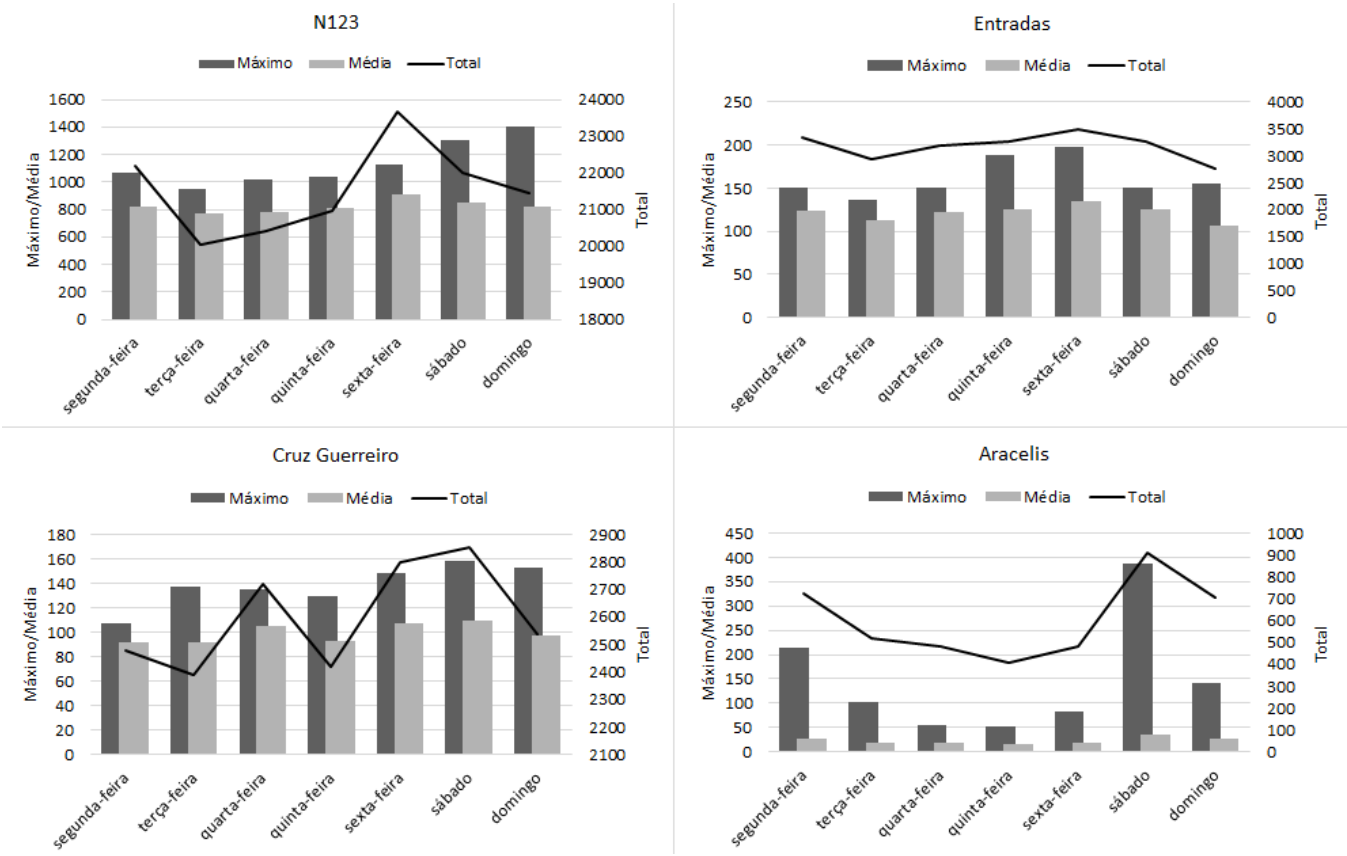


Figura 38: Padrão semanal de passagens nos quatro contadores da Reserva da Biosfera de Castro Verde

No contexto semanal, não parece haver muita diferença entre os dias de semana e os de fim de semana. A excepção é Aracelis, com um pico de veículos máximo e total ao sábado mais importante face ao que ocorre à semana. Estas visitas são intencionais visto que a ermida não é zona de passagem, e como tal, não se pode excluir a possibilidade de serem *birdwatchers* a visitar a região.

A Estrada Nacional parece ter maior número de veículos a ocorrer à sexta feira. Pode estar relacionado com a passagem de pessoas da região que vão passar o fim de semana ao Algarve e provavelmente pessoas de fora da região que estão em trânsito a circular e passam por Castro Verde.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

CARATERIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE *BIRDWATCHING*

A natureza é reconhecida como um ativo estratégico diferenciador do país. Todavia, este setor representa uma proporção muito pequena – apenas cerca de 6%, o equivalente a 464 empresas, comercializam exclusivamente atividades de ar livre/ natureza e aventura.

Este tipo de produto verifica maior oferta quando associado a atividades culturais como se comprova pelas 1032 empresas que combinam estas duas atividades.

É curioso, perante estes resultados, que noutro estudo o turismo de ar livre/turismo de natureza e aventura seja apresentado como a atividade mais procurada face ao turismo cultural (Turismo de Portugal, 2015). Sabendo que estes dados são referentes ao ano de 2013 e 2014 esta tendência poderá ter sofrido alterações.

Das 2169 empresas que incluem atividades relacionadas com a natureza, 100 (cerca de 4,6%) comercializam atividades de *birdwatching*. Parece que este tipo de oferta verificou um crescimento em Portugal, já que em 2013 se conheciam cerca de 40 empresas turísticas que incluíam a observação de aves na sua oferta (SPEA, 2015).

No inquérito aplicado pela SPEA em 2015 questionou-se um total de 93 empresas, das quais 35 indicaram desenvolver atividades de *birdwatching* (SPEA, 2015). Só uma pequena parte das empresas contactadas respondeu ao inquérito. Um resultado distinto consistiu no facto de no presente trabalho não ter sido identificado nenhum operador marítimo turístico com atividades de observação de aves; a SPEA contudo identificou três. Este resultado surpreende visto que muitos dos programas de *birdwatching* descritos dedicam-se exclusivamente à observação da avifauna marinha. Esta diferença pode ser também resultado de um aspeto metodológico.

Sem dados mais recentes para comparar a evolução do número de empresas com atividades de turismo ornitológico, um outro estudo apresenta valores para o ano de 2017 – 116 empresas estavam licenciadas para a atividade do *birdwatching* (Mateus, 2018). Desde 2001 a tendência de crescimento é positiva e traduz a crescente aposta num turismo orientado para a natureza.

Ao longo do território o número de empresas de *birdwatching* por distrito é mais ou menos uniforme. Com a excepção de Vila Real, cada distrito tem um mínimo de 1 a 3 empresas.

Embora estes dados apenas digam respeito à localização da sede da empresa e não necessariamente ao local onde operam, constata-se a partir de outros trabalhos, que na sua maioria a área é inclusiva ou coincidente (SPEA, 2015). A bibliografia consultada aponta o sul de Portugal (Lisboa, Alentejo, Algarve) como as áreas mais procuradas para o turismo de *birdwatching* e os resultados deste trabalho não diferem.

É expectável que os idiomas disponibilizados na página *online* reflitam, de alguma forma, o público alvo que se procura atrair como visitantes. Tendo em conta que o *birdwatching* é especialmente popular nos países escandinavos e anglo-saxónicos, e fora da Europa, particularmente nos Estados Unidos (SPEA, 2015) o inglês está disponível em mais de metade dos *websites*. Em 68% dos casos surge associado ao português, que apenas é o único idioma disponível em 18 empresas. O turismo ornitológico ainda está em crescimento em Portugal pelo que o mercado é sobretudo internacional e por isso essencialmente dirigido a estrangeiros. As 18 empresas cujo idioma no *website* é apenas o português

não se dedicam unicamente a comercializar programas de *birdwatching* e como tal supõe-se que devem investir mais no público português na sua oferta geral, onde os programas de ornitologia são mais um complemento à verdadeira oferta especializada.

Outros idiomas, de entre as quais o francês, espanhol, alemão e ainda o holandês, surgem apenas quando associados com o inglês. A nível do turismo internacional, não especificamente o ornitológico, os principais mercados provêm do Reino Unido, Espanha, França e Alemanha (SPEA, 2015), pelo que existe uma concordância em termos das operadoras de *birdwatching*.

Apenas 10 empresas em estudo comercializam unicamente atividades de *birdwatching*. Embora as empresas em questão não sejam as mesmas que do presente trabalho, parece haver uma concordância com os resultados apresentados pela SPEA (SPEA, 2015). A maioria das operadoras (com e sem programas de *birdwatching*) indicaram que a observação de aves apenas é viável quando associada a outras ofertas de turismo da natureza, não surpreendendo por isso o baixo número de empresas dedicadas exclusivamente ao turismo ornitológico.

Das 73 empresas onde se pôde contabilizar o número de programas comercializados chegou-se à conclusão de que em cerca de metade a oferta de *birdwatching* representa menos de 20% face à oferta total. Ademais, olhando ao número de programas de *birdwatching* divulgados na página *online*, cerca de 73% das empresas disponibiliza menos de 3 itinerários. Estes dados reforçam a noção de que o *birdwatching* não é na larga maioria das empresas o foco principal da oferta.

Relativamente à informação disponibilizada pelas empresas no seu *website*, verifica-se que nos vários aspetos analisados a informação não é muito detalhada. Contudo, esta informação pode ser importante na escolha de um turista visto que pode traduzir, de alguma forma, o nível de dedicação, conhecimento e experiência na oferta de *birdwatching* por parte da empresa, concedendo-lhe mais credibilidade na prestação do serviço em causa.

No entanto, é compreensível, na medida em que o *birdwatching*, tal como qualquer outra forma de turismo, é um setor competitivo. Saber os melhores locais para a atividade, as melhores épocas, como encontrar as espécies mais atrativas e desejadas pelos visitantes, desenhar os itinerários/programas mais interessantes, etc., assume-se como uma vantagem competitiva. Razão pela qual a empresa sugere/incentiva a um contato mais direto, através de *e-mail* ou número telefónico, para informações mais detalhadas e onde a própria operadora pode perceber melhor os objetivos do visitante e propor assim um programa mais à medida.

INQUÉRITOS ÀS EMPRESAS

Inquérito 1

Sumarizando e destacando os resultados mais interessantes face ao turismo ornitológico em Portugal, segundo a opinião das empresas que responderam ao questionário, constata-se que:

- As empresas consideram que o potencial de Portugal para o *birdwatching* é elevado;
- A importância do setor é classificada como intermédia, reconhecendo que há espaço de crescimento, classificando maioritariamente a divulgação como insuficiente;
- Há um reconhecimento das vantagens do turismo ornitológico, não havendo no entanto muito consenso na capacidade que este tipo de turismo tem de causar impactos negativos. Porém, a maioria considerou a monitorização uma necessidade;
- O *birdwatching* deve ser uma experiência multidimensional;

- A maioria das empresas considera que há um desequilíbrio territorial em termos da oferta e indica a necessidade de um planeamento estratégico;
- A Reserva da Biosfera de Castro Verde é considerado um bom local para o *birdwatching*.

Na sua maioria as empresas questionadas verificaram um crescimento da procura de atividades de *birdwatching*, embora não muito acentuado. A procura é principalmente internacional.

A quase totalidade das empresas indicaram que desenvolvem programas de *birdwatching* com outras empresas e/ou ONGAs, participam em eventos organizados por estas últimas e têm iniciativas com estas para a conservação da natureza. Parece assim haver alguma rede de comunicação já estabelecida.

As empresas consideram que deve haver um maior investimento na gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse. Este aspeto é realmente importante e deve ser acautelado visto que nalguns trabalhos é realçada esta preocupação e o estado de abandono de algumas áreas com interesse para a atividade. Também é indicado a necessidade de uma maior aposta na valorização do segmento turístico e na sua promoção/divulgação. Relativamente a estes dois aspetos, parece estar a haver um maior impulso na medida em que surgem vários iniciativas e projetos nesse sentido.

Inquérito 2

Um dos resultados a destacar deste inquérito, que verifica o mesmo problema que o anterior – baixo número de respostas – é que 12 empresas (cerca de 32%) indicaram que comercializam atividades de *birdwatching*. A metodologia adotada não incluiu estas operadoras visto que através da consulta das páginas *web* apenas foram contabilizadas 100 empresas. Como o inquérito foi anónimo não há possibilidade de identificar estas empresas e consultar estas páginas de forma a verificar se foi realmente um problema do método. O facto destas empresas não terem sido contabilizados pode ser resultado de outros fatores: pode haver empresas a explorar a actividade em parceria com outras, e não de forma autónoma; pode haver também empresas que exploram as oportunidades que lhes surgem, têm autorização mas não comercializam o *birdwatching*.

A percepção das empresas que responderam a este segundo inquérito face ao potencial do país para o turismo de *birdwatching* é claramente positiva. Perante este potencial confirmado pelas empresas é curioso não haver uma maior aposta neste mercado. Esta divergência indica que o potencial de exploração de um recurso não é suficiente por si só para construir e manter um produto turístico. Porventura, os fatores menos positivos indicados pelas empresas com *birdwatching* – divulgação insuficiente, pouca procura, segmento turístico pouco valorizado – além dos indicados por aquelas que não comercializam atividades de *birdwatching* – não se enquadra na estratégia da empresa, falta de recursos humanos especializados, falta de informação sobre este setor da atividade – podem justificar a falta de oferta.

Relativamente à questão do inquérito sobre qual deveria ser a direção de investimento para o crescimento do produto *birdwatching*, duas das três respostas mais frequentes foram semelhantes às do primeiro inquérito, colocando em destaque a promoção/divulgação e a valorização do segmento. A sinalização destes fatores reforça a necessidade de investimento nestes dois aspetos que segundo as operadoras é insuficiente.

Cerca de metade das empresas que não empreendem atividades de observação de aves responderam que estariam dispostas a incluir este tipo de oferta nas suas atividades (N=14), indicando uma oportunidade para o aumento da oferta no setor e vontade para investir.

Também se encontrou resultados concordantes entre os dois inquéritos relativamente à questão sobre a viabilidade do *birdwatching*. Neste, também a maioria das empresas considerou que a viabilidade só é possível quando associada a outras ofertas de turismo de natureza.

CARATERIZAÇÃO E MAPEAMENTO DA OFERTA

Dos 249 itinerários analisados, a maioria, cerca de 76%, corresponde a programas de meio dia ou de um dia. Embora haja ofertas de maior número de dias, esta assume pouca representação. Não surpreende visto que a grande parte das empresas em estudo não se dedica exclusivamente ao *birdwatching* e a aposta em programas mais completos/complexos dedicados à atividade é baixa. Contudo, há certamente espaço para uma maior exploração do território e para a elaboração de programas de maior duração. Para que tal aconteça, reconhece-se a necessidade de complementar a oferta de *birdwatching* com outras valências chave do território (gastronomia, cultura, história, etc.).

Esta aposta poderá resultar num impacto económico mais significativo nas regiões onde a atividade se desenvolve. Além disso verificou-se que o custo (por pessoa) do programa está fortemente relacionado com a duração: programas mais longos têm um preço mais elevado.

Cerca de 32% dos programas ocorrem todo o ano apoiando a ideia de que os *birdwatchers* visitam frequentemente locais fora da época turística e que este tipo de turismo pode ser mantido independentemente do fator sazonalidade (Connell, 2009;Sekercioglu, 2002). Isto constitui um aspeto muito positivo face a outras ofertas, restritas a determinadas épocas (e.g. produto sol e praia).

Na análise espacial, constata-se que no sul do país há um grande número de programas a ocorrer todo o ano. Os programas com datas pré-definidas também têm um padrão semelhante, mas é mais difícil de explicar visto que nesta classificação não há informação concreta das datas dos programas.

Cerca de 25% dos programas de *birdwatching* correspondem exclusivamente a passeios de barco – este tipo de programas é comercializado pelo maior número de empresas. Com uma diversidade de espécies facilmente observável ao longo da costa estes itinerários decorrem essencialmente nos estuários do Tejo e Sado e nas ilhas da região de Faro, costa algarvia.

Outra modalidade possível são os abrigos ou esconderijos para observação/fotografia. A vantagem deste tipo de programas é a presença num determinado local que reúne um grande número de espécies onde a observação é mais facilmente garantida. No entanto, esta prática, verificou uma menor representação (9%), compreensível na medida em que esta modalidade é mais específica e dispendiosa, exigindo material ótico de qualidade, muito vocacionada para a fotografia.

A grande maioria dos programas são, porém, mistos. Algo expectável, perante a dimensão do território e a vontade de visitar o maior número de locais e ver o maior número de espécies possíveis. O mais comum é os itinerários de *birdwatching* corresponderem a viagens de carro alternadas com períodos de paragem para observação. Por isso, é normal que estes ocorram um pouco por todo o país.

A oferta total identificada (N=632) reduz-se a 189 pontos de interesse para o *birdwatching* (cerca de 30% do total). Isto reflecte uma concentração da actividade da maioria das empresas nos mesmos locais. Locais esses, que à partida, serão aqueles em que o acesso para a obervação da avifauna ou as espécies que podem ser vistas são os mais interessantes para a atividade.

O maior número de pontos com interesse ornitológico verifica o mesmo padrão que a sede das empresas estudadas: Lisboa e/ou Beja, Setúbal, Faro, por esta ordem de importância, concluindo com maior

suporte que na maioria dos casos as empresas devem atuar preferencialmente na região onde estão sediadas.

Os resultados do mapeamento da oferta evidenciam, tal como a bibliografia, que os locais de maior relevância para a observação de aves concentram-se nas áreas protegidas - Parques e Reservas Naturais - Zonas de Proteção Especial e Important Bird Areas (SPEA, 2015).

Há claramente uma maior concentração de pontos de interesse para o *birdwatching* junto à fronteira do país, nomeadamente ao longo da costa desde Lisboa até ao Algarve. Como expectável, as zonas húmidas dos estuários do Tejo e Sado, particularmente ricas em aves aquáticas, onde facilmente se pode observar um grande número de espécies são das áreas mais visitadas pelas empresas.

Mais para sul, é no sudoeste alentejano que se verificam vários pontos de observação com interesse para o *birdwatching*, onde se podem observar facilmente um elevado número de espécies nas escarpas e arribas.

O Parque Natural da Ria Formosa é a área mais visitada pelas empresas. Tal é resultado não só da sua notável abundância de avifauna mas provavelmente também dos vários estudos realizados no Algarve sobre as potencialidades da região para a atividade, e da divulgação de vários materiais como guias e flyers, destacando a Ria Formosa como um dos melhores *hotspots* para o turismo ornitológico (Costa, 2015).

No que se refere a zonas mais procuradas em Portugal para o *birdwatching*, o Alentejo é também certamente uma das regiões mais importantes. Efetivamente verifica-se uma mancha de pontos de interesse na área do Parque Natural do Vale Guadiana, Castro Verde e arredores.

Muito embora a região Norte e Centro também verifiquem uma comunidade representativa, com diversas espécies emblemáticas, algumas das quais ameaçadas, a região não é tão explorada como destino ornitológico pelas empresas em estudo. Nesta zona do país é mais difícil garantir a observação da avifauna.

Relativamente às IBA's, estas contabilizam o maior número de pontos de interesse para o *birdwatching* num total de 27 áreas. Embora se contém pontos com interesse para o *birdwatching* em cerca de metade das IBA's existentes em Portugal Continental, a distribuição da frequência em cada uma é muito desigual, baixa na sua maioria. Tendo em conta que estes são locais privilegiados para a observação da avifauna surpreende que haja várias áreas em que não há visitação de todo. Um número razoável de IBA's na zona centro e alentejo não contabiliza pontos de interesse. A falta de acessos, a localização de algumas destas áreas em propriedade privada e a distância a que ficam de centros populacionais podem ser alguns dos fatores responsáveis pela ausência de visitação. Tendo em conta a diversidade que pode ser encontrada nestas áreas há um sub aproveitamento do recurso e a necessidade de uma maior valorização.

RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

Somente 3 empresas, das 100 consideradas inicialmente, estão sediadas no concelho de Castro Verde. Contudo, um número razoável de empresas (N=12) realiza atividades de *birdwatching* na área. Tendo em conta a singularidade das espécies existentes, considera-se que este número pode vir a ser muito superior.

Face aos 249 programas listados, o número de itinerários que passam na reserva (N=28) pode parecer pouco. No entanto, estes cerca de 11% correspondem à segunda área com maior oferta total contabilizada, ficando apenas atrás do Parque Natural da Ria Formosa.

Apesar disso, apenas 5 itinerários ocorrem exclusivamente na área da Reserva da Biosfera de Castro Verde e todos eles são de curta duração. A passagem pela reserva parece atualmente mais um ponto num itinerário do que um destino em si, integrada na rota de programas de maior ou menor duração que passam pelos grandes centros de Lisboa e Faro.

Independentemente do tempo de permanência, os resultados indicam que a região é um local de paragem obrigatória, considerando-se que há espaço para uma melhor exploração do produto *birdwatching* na área.

ENSAIO DA METODOLOGIA DE MONITORIZAÇÃO DOS VISITANTES DA RESERVA DA BIOSFERA DE CASTRO VERDE

Atualmente há um grande número de técnicas de monitorização de visitantes disponíveis (Muhar et al., 2002). Para o objetivo estabelecido escolheu-se o método de contagem de veículos através do uso de contadores automáticos, muito utilizado neste tipo de trabalhos, como forma de perceber o nível de tráfego dentro da área da Reserva da Biosfera de Castro Verde.

Neste tipo de trabalhos é comum a análise dos dados assentar na procura de três tipos de padrões: diário, semanal e anual.

Visto que o período de registo corresponde apenas a seis meses, a análise anual não é possível. Em termos semanais apenas Aracelis parece registar valores diferentes durante os dias úteis da semana versus ao fim de semana. É ao sábado que se verifica a passagem de maior número de veículos. Este resultado é expectável visto que a ermida é local de visita, procurada tanto internacionalmente como pelos locais, que aproveitam o fim de semana para visitar a região.

A análise diária também não permite tirar muitas conclusões com aplicação prática, neste caso, que possam servir para o desenvolvimento de uma estratégia de monitorização dos visitantes da reserva.

Supõem-se, pelo padrão dos dados, que a movimentação na área é essencialmente de residentes e trabalhores locais, na sua circulação do dia a dia. O padrão diário dos quatro contadores é muito semelhante e coincidente com a atividade local.

As povoações ficam distantes umas das outras e a população faz uso das estradas para se deslocar. Apenas se pode associar turismo a Aracelis, não necessariamente *birdwatching*, visto que não é zona de passagem.

Exceptuando algumas épocas de maior movimentação de veículos, que se pode explicar por festas/feriados municipais e regionais, não se conseguiu detectar nenhum padrão que possa explicar/descrever a passagem de turistas motivados pela observação de aves. O ideal teria sido recolher dados pelo menos durante um ano, não sendo possível, obteve-se esta caraterização base que carece de continuação e eventualmente de alguns ajustes na metodologia.

A dimensão e extensão da área da reserva comporta desafios mais complexos para uma vigilância e gestão eficaz. Visto que não é uma área “fechada” e não existem “portões” de entrada/saída, havendo múltiplos locais de acesso, a dificuldade em estabelecer um esquema de monitorização na área é maior.

Por ausência de meio de deslocação, não foi possível fazer a calibração dos contadores no terreno. De futuro, esta é uma importante forma de confirmar que a diferença entre o número de veículos real e o contado não é significativa. Sabe-se que pode ter havido algum erro na contagem, considerado mínimo, resultado da velocidade dos veículos ou devido à passagem de veículos em simultâneo, entre outras situações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram identificadas 12 empresas que comercializam programas de *birdwatching* com passagem pela região de Castro Verde e os resultados demonstram que a reserva é um dos principais pontos de atração de *birdwatching* no país, confirmando a presença e circulação de turistas motivados pela observação de aves na área da reserva.

Estes dados vão ao encontro da percepção atual da visitação na Reserva da Biosfera de Castro Verde, que recebe cada vez mais um maior número de visitantes; percorrem a região com operadoras turísticas ou de forma autónoma, alguns abandonam caminhos, entram em propriedade privada, aproximam-se demasiado de paredes de nidificação, ninhos, etc. Muito embora mais despertos para as questões ambientais, o universo de *birdwatchers* apresenta diferentes percepções relativas ao potencial impacto da atividade nas espécies (Nava & Neves, 2016). A observação de aves tem um efeito de perturbação, que é inevitável, ainda que esta seja reduzida a níveis mínimos (Sarmento & Alcazar, 2005;SPEA, 2015). A sensibilidade das espécies existentes na reserva requer, por isso, uma atenção particular do ponto de vista de gestão da área, nomeadamente em termos de visitação.

Perante o crescimento turístico que se tem observado – o turismo é, atualmente, uma das atividades económicas mais dinâmicas em todo o Mundo e Portugal tem acompanhado esta performance; onde a relevância económica do setor tem vindo a evidenciar-se – é premente montar uma estratégia de monitorização que tenha em conta o aspeto social, económico e ecológico do *birdwatching* (Turismo de Portugal, 2018).

A falta de dados sobre o número de visitantes representa um grande obstáculo para detectar, avaliar e gerir os impactos dos mesmos em áreas naturais (Hadwen et al., 2007). Entender o nível de tráfego na região, como este varia ao longo do tempo, identificar épocas de pressão, a movimentação de cada local, entre outros dados assume-se como uma ferramenta importante na gestão sustentável da área da reserva.

Os dados recolhidos dos contadores não permitiram detectar o padrão de visitação dos *birdwatchers* na Reserva da Biosfera de Castro Verde. Os resultados indicam que o tráfego medido corresponde provavelmente a deslocações diárias de residentes e trabalhores na área.

Os dados da monitorização estabelecem uma linha base para a continuação da caraterização da visitação na reserva. Porventura, pode ser necessário um maior esforço de amostragem, durante um período mais longo e com a utilização/distribuição de um maior número de contadores pela área. A associação com outros métodos de monitorização também pode ser justificável: a armadilhagem fotográfica pode ser útil e servir de alguma forma para calibração, embora o equipamento na área seja difícil de camuflar; a aplicação de um inquérito aos visitantes da área, no sentido de fazer a distinção entre tipos de visitantes e compreender melhor a dinâmica de visitação, como os utilizadores a percepcionam e utilizam, ficando em condições de adequar melhor a oferta já existente também pode ser interessante.

Neste momento, segundo os resultados desta dissertação, muito embora Castro Verde pareça ser um importante ponto de paragem para o *birdwatching*, não é um destino em si, sendo que o tempo de permanência dos visitantes na área é curto, de algumas horas a um dia. Contudo, considera-se que a reserva pode ser explorada a ponto de ser um verdadeiro destino sem comprometer a sua sustentabilidade.

A literatura dedicada ao tema parece enfatizar demais a avifauna como a única motivação dos *birdwatchers* porém o *birdwatching* é mais multidimensional do que se pensava, exigindo um

planeamento estratégico que incorpore todos os recursos necessários para tornar um destino de *birdwatching* numa experiência turística completa (Vas, 2017).

Esta exigência é percepcionada pelas empresas em estudo, já que a grande maioria indicou que a atividade de observação de aves não é viável por si só, mas quando associada a outras ofertas de turismo da natureza.

De facto, nos países com menor tradição de *birdwatching* é usual combinar a observação de aves com outras atividades (SPEA, 2015). Acresce o facto de que os *birdwatchers* são um grupo heterogéneo, resultando em níveis de interesse e dedicação à atividade distintos (Vas, 2017).

Isto deve revelar-se numa oferta mais diversificada, que permita alargar o público-alvo e aumentar a duração da permanência dos visitantes. O *birdwatching* pode ser associado a outros produtos já existentes e deve funcionar como cartão de visita para explorar o país, e regiões menos conhecidas e visitadas como a Reserva da Biosfera de Castro Verde. Para isso, é fundamental complementar com outros atrativos - região amigável, bons acessos, património cultural, bons preços, boa gastronomia e bons vinhos, entre outras caraterísticas, que formam um bom complemento à oferta (Alcazar et al., 2016). É necessário assim uma melhoria das redes de cooperação, entre os vários intervenientes: empresas de animação turística, ONGA's, alojamento, restauração...

Há potencial de crescimento deste mercado e as empresas estão dispostas a investir tal como se conclui pelas que consideram aumentar a oferta de *birdwatching* e as que não tendo a atividade como oferta indicaram que pode ser uma possibilidade.

Mas porque o potencial da atividade em si não basta, as operadoras que participaram nos inquéritos salientam quatro fatores onde é necessário um maior investimento: promoção e divulgação do setor; valorização do segmento turístico; gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse; infraestruturas de apoio à atividade.

Estes aspetos são coincidentes com as recomendações apontadas para o incremento da oferta no inquérito realizado em 2015 pela SPEA. Estas incluíam (SPEA, 2015):

- A implementação de planos de gestão e ordenamento – a necessidade de um planeamento estratégico continua bem presente;
- O reforço da vigilância em áreas classificadas ou de importância para a avifauna – são os principais locais de interesse para a atividade e a manutenção das áreas de visitação é fundamental;
- A manutenção das infraestruturas – o que inclui observatórios, esconderijos, painéis informativos, sinalização;
- Monitorização do estado das populações de aves e habitats – que deve ser acompanhada da monitorização dos próprios visitantes.

A bibliografia sobre o setor do *birdwatching* em Portugal é reduzida. Até ao presente, os poucos trabalhos feitos sobre o turismo de *birdwatching* consistiram essencialmente na caraterização dos visitantes nalgumas áreas classificadas, na avaliação do impacto socioeconómico da atividade e na análise do potencial do território, mais concretamente no Algarve.

Este trabalho pretendeu conhecer e caracterizar a oferta atual de turismo de *birdwatching* em Portugal Continental, através da identificação do número de empresas de turismo ornitológico em atividade e a oferta comercializada em termos de programas turísticos e os locais de visita.

A metodologia adotada para colmatar esta lacuna permitiu chegar a um total de 112 empresas de *birdwatching*, listar 249 programas de turismo ornitológico, de 69 operadoras diferentes, e identificar 189 pontos de interesse para o *birdwatching*.

Identificar e caracterizar as operadoras internacionais que atuam no nosso território também poderia ser interessante na medida em que se desconhece a dimensão do mercado de *birdwatchers* estrangeiros que desenvolvem esta atividade em Portugal (Silvestre Ministro & Lopes, 2009).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcazar, R., Nascimento, P., Fragoso, S., Pedro, C., Nobre, A., & Aparício, I. (2016). *Candidatura Castro Verde Reserva da Biosfera da UNESCO*.

Butler, R. W. (2000). Cap 27 - Rural Development. In *The Encyclopedia of Ecotourism*. https://doi.org/10.1079/9780851993683.0611

CBI. (2015). *CBI Product Factsheet : Birdwatching tourism from Europe*. https://www.cbi.eu/market-information/tourism/birdwatching-tourism/

Chen, L. J., & Chen, W. P. (2015). Push-pull factors in international birders' travel. *Tourism Management*, *48*, 416–425. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.011

Collins-Kreiner, N., Malkinson, D., Labinger, Z., & Shtainvarz, R. (2013). Are birders good for birds? Bird conservation through tourism management in the Hula Valley, Israel. *Tourism Management*, *38*, 31–42. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.009

Connell, J. (2009). Birdwatching, Twitching and Tourism: towards an Australian perspective. *Australian Geographer*, *40*(2), 203–217. https://doi.org/10.1080/00049180902964942

Cordeiro, B., Alves, L., & Carvalho, P. (2015). O ecoturismo em Portugal: Uma Análise exploratória aos agentes de animação turística e a sua particular relação com o ecobusiness. *Turismo y Desarrollo Local*, *8*(18), 19.

Costa, A. (2015). *Birdwatcher profile in the Ria Formosa Natural Park* [Universidade do Algarve]. https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/7624/1/Andreia Costa_Birdwatcher Tourist Profile in the Ria Formosa Natural Park.pdf

Hadwen, W. L., Hill, W., & Pickering, C. M. (2007). Icons under threat: Why monitoring visitors and their ecological impacts in protected areas matters. *Ecological Management & Restoration*, *8*(3), 177–181. https://doi.org/10.1111/j.1442-8903.2007.00364.x

Hawkins, D. E., & Lamoureux, K. (2000). Cap 4 - Global Growth and Magnitude of Ecotourism. In *The Encyclopedia of Ecotourism*. https://doi.org/10.1079/9780851993683.0000

Lecoq, N. (2002). *Unidades de Paisagem da Zona Castro Verde – Mértola*. Universidade Nova de Lisboa.

Leitão, D., Lopes, A., Fagundes, A. I., Gouveia, C., & Pereira, C. (2014). *Roteiro turístico para a observação de aves em Portugal*.

Luís, E., & Fragoso, S. (Edição). (2013). *Código de conduta para o visitante - Manual de boas práticas em áreas estepárias*.

Luís, E., Fragoso, S., & Alcazar, R. (2013). *Livro de comunicações dos Seminários organizados no âmbito do Projeto "Turismo em Áreas Rurais : Identificação , promoção e disseminação de boas práticas". LPN, Castro Verde*.

Marta-Pedroso, C., Freitas, H., & Domingos, T. (2009). A estepe cerealífera de Castro Verde. In *Ecossistemas e Bem-Estar Humano - Avaliação para Portugal do Millennium Ecosystem Assessment*.

Mateus, D. (2018). *Turismo ornitológico no Baixo Mondego : Proposta de um roteiro de observação de aves*. Universidade de Coimbra.

Muhar, A., Arnberger, A., & Brandenburg, C. (2002). Methods for Visitor Monitoring in Recreational and Protected Areas: An Overview. *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*.

Nava, C. P., & Neves, V. (2016). *Código de boas práticas para observação de aves. Projeto ROA - Rede de Observação de Aves*. Departamento de Oceanografia e Pescas, Universidade dos Açores.

Pintar, B. (2017). *BIRDADVISOR 360˚- A digital support for birdwatching tourism in Algarve*. Universidade do Algarve.

Sarmento, N., & Alcazar, R. (2005). *Acção E5 - Plano de Ordenamento Ecoturístico das áreas do Projecto Peneireiro-das-torres*.

Sekercioglu, C. H. (2002). Impacts of birdwatching on human and avian communities. *Environmental Conservation*, *29*(3), 282–289. https://doi.org/10.1017/S0376892902000206

Silvestre Ministro, J., & Lopes, A. (2009). *Birdwatching no Algarve - Propostas de estruturação e organização*.

SPEA. (2015). *Estudo do turismo ornitológico em Portugal – análise da actividade de observação de aves do ponto de vista comercial nas empresas de animação turística e operadores marítimo turísticos*.

Torres, M. (2011). *Impacte Socioeconómico da observação de aves no Baixo Alentejo: o caso da Zona de Proteção Especial de Castro Verde*. Universidade de Lisboa.

Turismo de Portugal. (2015). *Animação Turística em Portugal 2014 - Caraterização das Empresas e da Procura*. http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Análises/Atividades Turísticas/Caraterização Animação Turística_2014.pdf

Turismo de Portugal. (2018). *Relatório de atividades 2018*. https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/gestao/Informacao-de-Gestao/2018-relatorio-atividades.pdf

Vas, K. (2012). *Birding trail development from a tourism planning perspective*.

Vas, K. (2017). Birding blogs as indicators of birdwatcher characteristics and trip preferences: Implications for birding destination planning and development. *Journal of Destination Marketing & Management*, *6*(1), 33–45. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.001

Referências bibliográficas eletrónicas

https://www.lpn.pt/pt/sobre-nos/apresentacao - Acedido a: 13 de outubro de 2018

http://fatbirder.com/links_geo/europe/portugal.html - Acedido a: 7 de novembro de 2018

http://avesdeportugal.info/ - Acedido a: 3 de maio de 2019

ANEXO 1

Tabela A 1: Categorização das atividades segundo o RNAAT

Atividades ar livre/ natureza e aventura	**Atividades marítimo-turísticas**		**Atividades cultural/ tour.paisag.e cultural**
Paintball	Aluguer de embarcações com tripulação		Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património
Tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares	Aluguer de embarcações sem tripulação		Jogos populares e tradicionais
Percursos pedestres e caminhadas	Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo	Vela	Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos e cuja empresa, simultaneamente , se encontre isenta da obrigação da contratação dos seguros previstos no art.º 27º, nos termos da alínea b) do n.º 1 do art.º 28º
		Remo	
		Atividades náuticas similares	
		Surf	
		Bodyboard	
		Windsurf	
		Kitesurf	
		Skiming	
		Standup paddle boarding	
		Canoagem	
		Rafting	
Montanhismo	Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de caráter recreativo	Bananas	Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial
		Paraquedas	
		Esqui aquático	
Passeios/atividades em segway e similares	Passeios marítimo-turísticos		
Arborismo	Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados		
Percurso de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares)	Pesca turística		
Passeios/atividades equestres	Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo		
Escalada em parede (natural e artificial)			

Atividades ar livre/ natureza e aventura		**Atividades marítimo-turísticas**	**Atividades cultural/ tour.paisag.e cultural**
Espeleologia			
Observação da natureza	Rotas geológicas		
	Observação de aves		
Atividades de orientação	Percursos		
	Geocaching		
	Caça ao tesouro e similares		
Atividades de sobrevivência			
Atividades de teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre)			
Atividades em bicicleta	Cicloturismo		
	Btt		
Atividades e passeios em todo o terreno	Moto		
	Moto4		
	Viaturas 4x4		
	Kartcross		
Atividades de natureza aérea	Balonismo		
	Asa delta (com e sem motor)		
	Parapente		
	Paraquedismo		
Atividades em meio aquático	Mergulho		
	Snorkeling		
	Canoagem		
	Coasteering		
	Hidrospeed		
Atividades de turismo de ar livre			
Outras			

Tabela A 2: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total por distrito

Número de pontos de interesse por área	**Oferta total por área**	**Distrito**	**NUTS II**
6	16	Aveiro	**Norte**
1	2	Porto	
0	0	Braga	
1	2	Viseu	
11	24	Bragança	
4	4	Viana do Castelo	
8	11	Vila Real	
3	4	Leiria	**Centro**
6	11	Castelo Branco	
4	4	Coimbra	
6	10	Guarda	
17	57	Lisboa	**Área Metropolitana de Lisboa**
2	6	Évora	**Alentejo**
38	152	Setúbal	
5	15	Santarém	
26	110	Beja	
8	9	Portalegre	
40	176	Faro	**Algarve**
1	11	**Arquipélago da Madeira**	
1	4	**Arquipélago dos Açores**	
1	4	**Internacional (Espanha)**	
Total 189	**Total 632**		

Tabela A 3: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em Áreas Protegidas

Número de pontos de interesse por área	**Oferta total por área**	**Área Protegida**	**Tipologia**
Norte			
1	1	Alvão	Parque Natural
11	24	Douro Internacional*	Parque Natural
1	1	Montesinho	Parque Natural
4	8	Peneda-Gerês	Parque Nacional
Centro			
1	2	Berlengas	Reserva Natural
11	24	Douro Internacional*	Parque Natural
1	1	Dunas de São Jacinto	Reserva Natural
1	4	Faia Brava	Área Protegida Privada
1	1	Paul da Tornada	Reserva Natural Local
1	1	Paul de Arzila	Reserva Natural
1	1	Paul do Boquilobo*	Reserva Natural
3	8	Tejo Internacional	Parque Natural
2	3	Serra da Estrela	Parque Natural
Área Metropolitana de Lisboa			
2	4	Arrábida	Parque Natural
12	51	Estuário do Sado*	Reserva Natural
4	28	Estuário do Tejo	Reserva Natural
1	4	Sintra-Cascais	Parque Natural
Alentejo			
12	51	Estuário do Sado*	Reserva Natural
2	10	Lagoas de Santo André e Sancha	Reserva Natural
1	1	Paul do Boquilobo*	Reserva Natural
6	44	Vale do Guadiana	Parque Natural
15	32	Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina*	Parque Natural
6	7	Serra de São Mamede	Parque Natural
Algarve			
1	1	Fonte Benémola	Paisagem Protegida Local
1	1	Rocha da Pena	Paisagem Protegida Local
10	85	Ria Formosa	Parque Natural
1	18	Sapal de Castro Marim e Vila Real de Santo António	Reserva Natural
15	32	Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina*	Parque Natural
Total 89	**Total 340**		

Tabela A 4: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em IBA's

Número de pontos de interesse por área	**Oferta total por área**	**Importat Bird Area**
Norte		
5	8	Serras da Peneda e Gerês
1	1	Serras de Montesinho e Nogueira
1	1	Serras do Alvão e Marão
6	9	Douro Internacional e Vale do Águeda*
1	4	Vale do Coa*
Centro		
6	9	Douro Internacional e Vale do Águeda*
1	4	Vale do Coa*
3	13	Ria de Aveiro
1	1	Paul do Taipal
1	2	Berlenga e Farilhões
1	1	Paul do Boquilobo*
2	2	Estuário do Mondego
4	9	Tejo Internacional
2	3	Serra da Estrela
Área Metropolitana de Lisboa		
1	1	Cabo Espichel
10	75	Estuário do Tejo
11	51	Estuário do Sado*
Alentejo		
11	51	Estuário do Sado*
4	17	Mourão, Moura e Barrancos
2	10	Lagoas de Santo André e Sancha
1	1	Paul do Boquilobo*
4	5	Castro Verde
6	44	Rio Guadiana
1	1	Albufeira do Caia
2	2	Serra do Caldeirão*
3	6	Serra de Monchique*
15	32	Costa Sudoeste*
Algarve		
15	32	Costa Sudoeste*
10	85	Ria Formosa
1	18	Castro Marim
1	15	Lagoa dos Salgados
1	1	Ponta da Piedade
3	6	Serra de Monchique*
2	2	Serra do Caldeirão*
Total 100	**Total 417**	

Tabela A 5: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em ZPE's

Número de pontos de interesse por área	Oferta total por área	Zona de Proteção Especial
Norte		
5	8	Serra do Gerês
1	1	Montesinho/Nogueira
6	9	Douro Internacional e Vale do Águeda*
1	4	Vale do Côa*
Centro		
1	2	Ilhas Berlengas
3	13	Ria de Aveiro
1	1	Paul do Boquilobo*
2	7	Tejo Internacional, Erges e Pônsul
1	1	Paul do Taipal
6	9	Douro Internacional e Vale do Águeda*
1	4	Vale do Côa*
Área Metropolitana de Lisboa		
10	75	Estuário do Tejo*
11	51	Estuário do Sado*
1	1	Cabo Espichel
Alentejo		
10	75	Estuário do Tejo*
11	51	Estuário do Sado*
15	32	Costa Sudoeste*
4	17	Mourão/Moura/Barrancos
4	5	Castro Verde
6	44	Vale do Guadiana
3	6	Monchique*
1	1	Caldeirão*
2	10	Lagoa de Santo André
1	1	Paul do Boquilobo*
Algarve		
15	32	Costa Sudoeste*
9	73	Ria Formosa
1	18	Sapais de Castro Marim
3	6	Monchique*
1	1	Caldeirão*
Total 88	**Total 379**	

Tabela A 6: Número de pontos com interesse para o birdwatching e oferta total em Reservas da Biosfera

Número de pontos de interesse por área	Oferta total por área	Reserva da Biosfera
1	2	Berlengas
6	11	Tejo-Tajo
13	25	Meseta Ibérica
4	37	Castro Verde
1	1	Boquilobo
7	9	Gerês
Total 32	**Total 85**	

ANEXO 2

Inquérito 1

Turismo ornitológico em Portugal

Breves instruções de preenchimento: 1) Questões de "círculo" são de resposta única e as questões de "quadrado" são de resposta múltipla. 2) No final do preenchimento não se esqueça de carregar no "Validar".

Desde já, muito obrigada pela sua participação.

1. Em que ano foi fundada a empresa?

_____

2. Tendo em conta as atividades que a empresa desenvolve, o birdwatching:

- ◯ É o foco da oferta
- ◯ Complementa uma oferta mais generalizada
- ◯ Representa uma pequena porção da oferta para turistas mais especializados

3. Em que ano começou a comercializar programas de birdwatching?

_____

3.1.Desde que iniciou a atividade, verificou um aumento na procura de atividades de observação de aves?

- ◯ Não
- ◯ Sim, mas muito pouco acentuado
- ◯ Sim, razoavelmente
- ◯ Sim, bastante acentuado

4. Tinha experiência prévia no segmento turístico em questão?

◯ Sim ◯ Não

4.1. Que tipo de experiência?

- ☐ Enquanto observador de aves
- ☐ Na área da fotografia
- ☐ Na área do turismo
- ☐ Outro

4.1.1. Pode especificar?

_____

5. Na criação da oferta de birdwatching a empresa adotou algum modelo de negócio?

◯ Sim ◯ Não

6. Através de que meio(s) promovem e divulgam a vossa oferta?

- ☐ Redes sociais
- ☐ Festivais ornitológicos
- ☐ Media (revistas, jornal, tv, rádio)
- ☐ Organizações do ambiente e conservação da natureza
- ☐ Sites especializados de birdwatching
- ☐ Sites de turismo
- ☐ Sites de viagens
- ☐ Outro

6.1. Que outro(s)?

_____

7. A empresa tem programas de birdwatching em parceria com outras entidades (ONGAS, outras empresas, etc)?

◯ Sim ◯ Não

8. A empresa tem por hábito participar em eventos promovidos por ONGAS (SPEA, LPN, etc)?

◯ Sim ◯ Não

9. A empresa tem alguma iniciativa, parceria ou compromisso com alguma organização/associação do ambiente no sentido de apoiar e promover a conservação da natureza e biodiversidade?

◯ Sim ◯ Não

10. Quantos programas de birdwatching disponibilizam atualmente como oferta?

_____

11. Em média, por ano, quantas atividades de observação de aves realizam?

_____

12. Os programas de birdwatching disponibilizados têm a duração de:

- ☐ 1/2 dia
- ☐ 1 dia
- ☐ 2-4 dias
- ☐ 5-7 dias
- ☐ 8-10 dias
- ☐ Mais de 10 dias

13. A empresa tem programas de birdwatching durante todo o ano?

◯ Sim ◯ Não

14. Os programas disponibilizados cobrem que grupo(s) de aves?

- ☐ Invernantes
- ☐ Estivais
- ☐ Migradoras
- ☐ Nidificantes
- ☐ Outro

14.1. Que outro(s)?

_____

15. Os programas comercializados são realizados:

◯ Somente na área/região onde a empresa está localizada ◯ A nível nacional

16. Identifique a(s) área(s) em Portugal em que disponibiliza programas de birdwatching?

- ☐ Norte
- ☐ Centro
- ☐ Área Metropolitana de Lisboa
- ☐ Alentejo
- ☐ Algarve
- ☐ Região Autónoma dos Açores
- ☐ Região Autónoma da Madeira

16.1. Norte - Em que tipo de habitats são realizados os percursos?

- [ ] Montanha
- [ ] Litoral
- [ ] Floresta
- [ ] Outro

16.2. Centro - Em que tipo de habitats são realizados os percursos?

- [ ] Floresta
- [ ] Habitats de água doce
- [ ] Outro

16.3. Lisboa - Em que tipo de habitats são realizados os percursos?

- [ ] Estuário
- [ ] Sapal
- [ ] Habitats de água doce
- [ ] Outro

16.4. Alentejo - Em que tipo de habitats são realizados os percursos?

- [ ] Estepe cerealífera
- [ ] Montado
- [ ] Mato
- [ ] Habitats de água doce
- [ ] Outro

16.5. Algarve - Em que tipo de habitats são realizados os percursos?

- [ ] Sapal
- [ ] Lagoas
- [ ] Dunas
- [ ] Salinas
- [ ] Outro

17. A empresa tem por hábito disponibilizar programas de turismo ornitológico a nível internacional?

○ Sim ○ Não

18. Por norma, são mais procurados por turistas nacionais ou estrangeiros?

○ Nacionais ○ Estrangeiros

18.1. A tendência tem-se alterado? De que forma?

19. Há diferença em termos de preço na escolha dos programas de birdwatching entre portugueses e estrangeiros?

◯ Sim ◯ Não

19.1. Quem está disposto a investir mais?

◯ Portugueses ◯ Estrangeiros

20. Por norma, a empresa "trabalha" com os programas que tem disponíveis ou de acordo com a preferência do(s) turista(s) (programas à medida)?

21. Considera aumentar o número de programas de observação de aves como oferta?

◯ Sim ◯ Não

22. Considera que a observação de aves do ponto de vista comercial:

◯ É viável por si só ◯ É viável quando associada a outras ofertas de turismo da natureza ◯ Não é viável

23. Classifique o seu grau de concordância com as seguintes frases referentes ao turismo de birdwatching em Portugal.
(1 significa "discorda totalmente" e 5 "concorda totalmente")

23.1. Avaliação do estado do recurso birdwatching:	1	2	3	4	5	NS/NR
Portugal tem um imenso potencial para o turismo ornitológico	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Verifica-se uma procura crescente de Portugal como destino para o birdwatching	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Neste momento não é um setor importante do turismo	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Há espaço de crescimento para o recurso em questão em Portugal	◯	◯	◯	◯	◯	◯
O birdwatching enquanto atividade turística não é suficientemente divulgado	◯	◯	◯	◯	◯	◯

A oferta atual de birdwatching não é muito diversa	○	○	○	○	○	○
23.2. Vantagens e desvantagens do turismo ornitológico	1	2	3	4	5	NS/NR
O birdwatching tem a capacidade de combater a sazonalidade turística	○	○	○	○	○	○
O investimento no birdwatching promove o desenvolvimento de outros produtos	○	○	○	○	○	○
O turismo ornitológico poderá ter um impacto económico relevante para as populações	○	○	○	○	○	○
Atrai turistas a áreas que à partida não têm outro interesse particular	○	○	○	○	○	○
O birdwatching pode resultar em impactos negativos nas espécies e habitats	○	○	○	○	○	○
O birdwatching deve ser uma atividade monitorizada de forma a evitar impactos negativos	○	○	○	○	○	○
23.3. Organização do recurso	1	2	3	4	5	NS/NR
O birdwatching deve ser uma experiência multidimensional	○	○	○	○	○	○
Neste momento a oferta disponivel está desequilibrada em termos territoriais	○	○	○	○	○	○
É necessário um planeamento estratégico do recurso a nível nacional	○	○	○	○	○	○
23.4. Reserva da Biosfera de Castro Verde	1	2	3	4	5	NS/NR
Castro Verde é um bom local para o birdwatching	○	○	○	○	○	○
Castro Verde começa a ganhar destaque nas rotas de ornitólogos	○	○	○	○	○	○
A divulgação de Castro Verde enquanto destino para o birdwatching ainda é baixa	○	○	○	○	○	○

23.5. Selecione as 3 principais opções onde considera que é necessário mais investimento para o crescimento do produto birdwatching:

- [ ] Infra-estruturas de apoio à atividade
- [ ] Sinalização locais interesse
- [ ] Promoção e divulgação
- [ ] Gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse
- [ ] Guias especializados
- [ ] Apoio financeiro
- [ ] Valorização do segmento turístico
- [ ] Outro

23.5.1. Que outro?

24. Gostaria de deixar algum comentário:

O inquérito termina aqui. Muito obrigado pela sua colaboração.

Comentários Inquérito 1

- *Seria bom de contactar as pessoas pessoalmente em vez deste forma.*
- *Na estruturação do produto deve ser uma prioridade o criar um sentido de valor da atividade para a comunidade local só desse modo se poderá envolver as populações locais na defesa do património ornitológico, p. ex. associar restaurantes locais a circuitos ou adegas (visitas nas*

horas de calor). Outra questão a ter em atenção é as estruturas de apoio nomeadamente abrigos de observação, estes devem ser planeados em conjunto com as empresas de animação ou pessoal especializado de modo a garantir que os mesmos são adequados e colocados em áreas com verdadeiro interesse, também defendo que os mesmos devem ser de acesso reservado (pago) e a exploração atribuída a uma ONG local com o valor (mesmo que simbólico) destinado à manutenção do equipamento e dos habitats na envolvente.

- *As entidades públicas e oficiais inerentes ao setor não apoiam nem investem o necessário no setor Birdwatching e traem a aposta dos privados ao não concluírem e ao não levarem até à consolidação e gestão os projetos de certificação, participação em feiras internacionais, criação de redes de oferta e formação de agentes locais para que exista viabilidade para o negócio. Só quem tem capacidade para atuar global poderá ter viabilidade económica face aos investimentos necessários de equipamento e viaturas, divulgação e recursos humanos.*
- *Falta de infraestruturas bem feitos nos locais certos (construção deve incluir a consulta de especialistas e investimento). Importância de conservação de habitats de espécies e de locais com interesse particular (hot spots) como base desta atividade.*

Inquérito 2

Questionário - Turismo ornitológico em Portugal

Breves instruções de preenchimento: 1) Questões de "círculo" são de resposta única e as questões de "quadrado" são de resposta múltipla. 2) No final do preenchimento não se esqueça de carregar no "Validar".

Desde já, muito obrigada pela sua participação

1. Em que ano foi fundada a empresa?

_____

2. Indique a localização da sede da empresa:

- ☐ Aveiro
- ☐ Beja
- ☐ Braga
- ☐ Bragança
- ☐ Castelo Branco
- ☐ Coimbra
- ☐ Évora
- ☐ Faro
- ☐ Guarda
- ☐ Leiria
- ☐ Lisboa
- ☐ Portalegre
- ☐ Porto
- ☐ Santarém
- ☐ Setúbal
- ☐ Viana do Castelo
- ☐ Vila Real
- ☐ Viseu
- ☐ Região Autónoma da Madeira
- ☐ Região Autónoma dos Açores

3. Numa escala de 1 a 5 classifique o seu grau de concordância com a seguinte frase: "Portugal tem um imenso potencial para o turismo de birdwatching"

(1 significa "discorda totalmente" e 5 significa "concorda totalmente")

1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5 ○ NS/NR

4. A empresa disponibiliza programas de turismo ornitológico (birdwatching)?

○ Sim ○ Não

4.1. Em que ano começou a comercializar a observação de aves como produto turístico?

_____

4.2. Selecione as 3 principais opções onde considera que é necessário mais investimento para o crescimento do produto birdwatching:

- ☐ Infra-estruturas de apoio à atividade
- ☐ Sinalização locais interesse
- ☐ Promoção e divulgação
- ☐ Gestão, ordenamento e manutenção dos locais de interesse
- ☐ Guias especializados
- ☐ Apoio financeiro
- ☐ Valorização do segmento turístico
- ☐ Outro

5. Há intenção de incluir a observação de aves como oferta turística da empresa?

○ Sim ○ Não

5.1.De entre os motivos listados abaixo selecione os 3 mais relevantes para a ausência da oferta de programas de birdwatching:

- [ ] Procura insuficiente
- [ ] Ausência de locais de interesse para observação de aves na área de actuação
- [ ] Deficiências a nível de gestão, ordenamento e manutenção nos locais com potencial
- [ ] Problemas de acessibilidade
- [ ] Por se tratar sobretudo de um mercado internacional
- [ ] Falta de informação sobre este setor de atividade
- [ ] Dificuldades na divulgação
- [ ] Restrições normativas, regulamentares ou legais
- [ ] Sazonalidade da actividade
- [ ] Desvalorização deste segmento turístico
- [ ] Não se enquadra na estratégia da empresa
- [ ] Motivos económicos
- [ ] Falta de recursos humanos especializados
- [ ] Outro(s)

6. Considera que a observação de aves do ponto de vista comercial:

- ◯ É viável por si só
- ◯ É viável quando associada a outras ofertas de turismo da natureza
- ◯ Não é viável

Gostaria de deixar algum comentário?

O inquérito termina aqui. Muito obrigada pela colaboração.

Comentários Inquérito 2

- *No passado criamos um pack de alojamento + observação de aves mas talvez por má colocação no mercado, não tivemos procura.*
- *Distinguir e saber os spots de birdwatching e espécies por local, que tipo de aves encontramos em Portugal?*

- *O birdwatching é uma oferta turística com enorme potencial e que está a crescer, no entanto, é importante a preservação do habitat e o respeito pelas espécies.*
- *Há locais e zonas, a nível nacional com potencial para esta atividade.*
- *Falta de interesse (clientes nacionais) para esta atividade.*
- *A procura que conheço é de estrangeiros, mas em quantidade reduzida, que inviabiliza, por questões económicas, uma aposta nesta atividade.*
- *Falta de especialistas na área com know how, inviabilizam, também, apostas neste produto.*
- *O rio Sado (Estuário) tem um grande potencial para esta atividade*
- *A nossa oferta nesta área é bastante reduzida, pois só temos um programa onde integramos esta atividade na zona de Escaropim, com um operador local especializado neste tema com passeios de barco no Tejo.*