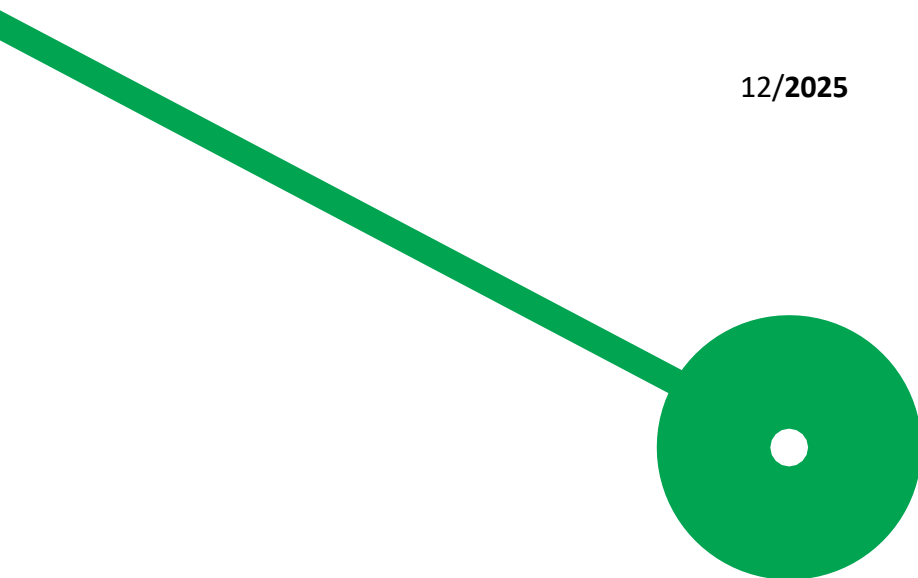


Turismo de aventura: Uma proposta de desenvolvimento de um pacote turístico temático para o concelho de Gondomar

Henrique Silva

12/2025



Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Henrique Manuel Cardoso da Silva

**Turismo de aventura: Uma proposta de desenvolvimento de um pacote turístico temático para o
concelho de Gondomar**

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Orientação:

Prof.^ª Doutora Sandra Vieira Vasconcelos

Prof.^º Doutor Pedro Manuel da Costa Liberato

Vila do Conde, dezembro de 2025

Henrique Manuel Cardoso da Silva

**Turismo de aventura: Uma proposta de desenvolvimento de um pacote turístico temático para o
concelho de Gondomar**

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Membros do Júri

Presidente

Prof.^ª Especialista Teresa Alexandra Azevedo Pataco

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal – Orientador

Prof.^ª Doutora Sandra Vieira Vasconcelos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal – Arguente

Prof.^ª Especialista Carla Isabel Barreto Salgueiro de Melo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Aos meus avós, Jesuíno e Alice, a razão por ser o Homem de H grande que hoje sou, nunca desistiram de lutar e acreditar em mim, todo o trabalho e esforço nesta caminhada acadêmica é por vocês.

A minha eterna gratidão por serem os melhores avós, pais e padrinhos que alguém poderia desejar.

AGRADECIMENTOS

Neste final de ciclo, é impossível não olhar para trás e refletir, porque não foi fácil chegar a este momento, onde vários obstáculos e dúvidas foram aparecendo pelo caminho, mas com determinação e vontade consegui ultrapassar.

Este trabalho é o culminar de 5 anos de um bonito percurso académico, repleto de sacrifícios, noites mal dormidas, horas de estudo, mas que posso dizer “valeu a pena”. Vivi momentos inesquecíveis, conheci pessoas incríveis e abriram-se portas que nunca pensei ser possível, além de me permitir conhecer-me melhor e ao que quero.

Aos meus avós, os meus pais desde pequenino, o sonho académico é nosso e todo este sacrifício é recompensado em deixar-vos orgulhosos. O meu agradecimento por todos os valores, toda a educação, todo o amor e todo o sacrifício que fizeram por mim.

Uma dedicatória especial para o meu afilhado Miguel, que apesar de não compreender esta jornada académica, foi uma das principais motivações pelas quais nunca desisti de obter o que quero.

Ao resto da minha família, primos, primas, tios, tias, o meu obrigado pelo apoio em momentos simples com palavras que demonstraram suporte e crença.

Aos meus colegas de mestrado e amigos, pelo apoio moral, pelas discussões construtivas e pelo espírito de partilha que sempre me motivou.

Agradeço aos meus orientadores, Professora Doutora Sandra Vieira Vasconcelos e ao Professor Doutor Pedro Manuel da Costa Liberato, pela orientação rigorosa, sugestões valiosas e incentivo constante ao longo de todas as etapas da investigação.

Quero agradecer a mim mesmo, por em momentos que parecia que iria desistir, nunca ter virado a cara à luta e ter persistido com o mesmo objetivo, mesmo em tempos e momentos difíceis. Apesar de não ser hábito me congratular pelas minhas conquistas, o sentimento de mais um sonho conquistado é impagável e incomparável.

A todos, o meu sincero obrigado.

RESUMO ANALÍTICO

O turismo de aventura tem-se consolidado como um dos segmentos mais dinâmicos e inovadores do setor turístico global, refletindo uma procura crescente por experiências autênticas, sustentáveis e em contacto direto com a natureza e as comunidades locais. Em Portugal, este segmento assume particular relevância pela diversidade dos recursos naturais e culturais disponíveis, bem como pela aposta estratégica do país na sustentabilidade e na valorização dos territórios de baixa densidade. O concelho de Gondomar, localizado na Área Metropolitana do Porto e caracterizado por uma forte ligação ao rio Douro, pela tradição da filigrana e por um património natural e mineiro de valor singular, apresenta condições propícias para o desenvolvimento de produtos turísticos diferenciadores neste domínio.

A presente dissertação tem como objetivo conceber um pacote temático de turismo de aventura “Gondomar4Walk”, inspirado na *4Daagse* de Nijmegen, mas adaptado à escala, identidade e recursos locais. O projeto visa estruturar um pacote turístico sustentável, centrado em quatro dias de caminhadas temáticas que exploram o património natural, cultural e identitário de Gondomar, potenciando a coesão territorial, o envolvimento comunitário e a diversificação da oferta turística.

Metodologicamente, o estudo assenta numa abordagem mista, combinando revisão de literatura, a análise de casos de referência nacionais e internacionais, entrevistas semiestruturadas a *stakeholders* locais e um inquérito por questionário online aplicado a potenciais participantes. A análise qualitativa recorreu ao método de análise temática, enquanto os dados quantitativos foram tratados através de estatística descritiva com recurso ao SPSS.

Os resultados evidenciam um elevado potencial turístico do concelho de Gondomar para a prática de turismo de aventura, sustentado na autenticidade dos recursos locais e na receptividade positiva do público-alvo. Os *stakeholders* destacaram como fatores críticos de sucesso o envolvimento comunitário, a sustentabilidade ambiental, a promoção digital e a coordenação institucional. O estudo revela ainda que o perfil dos potenciais participantes corresponde maioritariamente a adultos jovens urbanos, com elevada escolaridade e predisposição para atividades pedestres e culturais.

A proposta “Gondomar4Walk” estrutura-se em quatro rotas temáticas: “Caminho das Margens do Douro”, “Caminho da Filigrana”, “Caminho dos Moinhos de Jancido e Covelo” e “Caminho do Património Mineiro”. Estas rotas articulam natureza, cultura e tradição. O evento visa posicionar Gondomar como destino emergente de turismo ativo e sustentável, reforçando o sentimento de pertença local e a valorização económica das comunidades. Conclui-se que a iniciativa apresenta viabilidade técnica e territorial, podendo constituir um modelo replicável de desenvolvimento turístico sustentável em territórios periurbanos.

Palavras-chave: Turismo de aventura; Desenvolvimento local; Sustentabilidade; Caminhadas organizadas; Gondomar; Turismo de eventos.

ABSTRACT

Adventure tourism has become one of the most dynamic and innovative segments of the global tourism industry, driven by the growing demand for authentic and sustainable experiences in close contact with nature and local communities. In Portugal, this segment is particularly relevant due to the country's geographical and cultural diversity, as well as its strategic commitment to sustainability and the enhancement of low-density territories. The municipality of Gondomar, located in the Porto Metropolitan Area and characterized by its strong connection to the Douro River, its filigree craft tradition, and its unique natural and mining heritage, offers ideal conditions for the development of distinctive adventure tourism products.

This dissertation aims to design a thematic adventure tourism pack "Gondomar4Walk", inspired by the *4Daagse* of Nijmegen but adapted to the local scale, identity, and resources. The project proposes a sustainable tourism package structured around four thematic hiking routes that integrate natural, cultural, and heritage dimensions, fostering territorial cohesion, community engagement, and the diversification of the local tourism offer.

Methodologically, the research adopts a mixed-methods approach, combining a literature review, the analysis of national and international benchmark cases, semi-structured interviews with local *stakeholders*, and an online questionnaire administered to potential participants. Qualitative data were analyzed through thematic content analysis, whereas quantitative data were processed using descriptive statistics with SPSS software.

Findings highlight Gondomar's strong potential for adventure tourism development, supported by its authentic resources and positive market response. *Stakeholders* emphasized the importance of community involvement, environmental sustainability, digital promotion, and institutional coordination as key success factors. The potential participants' profile is mainly composed of young, educated urban adults interested in hiking and cultural experiences.

The "Gondomar4Walk" proposal comprises four thematic routes: "Douro Riverside Trail," "Filigree Trail," "Jancido Mills Trail," and "Mining Heritage Trail",

combining nature, culture, and tradition. The event aims to position Gondomar as an emerging destination for sustainable and active tourism, reinforcing local identity and generating positive social, economic, and environmental impacts. Overall, the study concludes that the project is feasible and transferable, representing a replicable model for sustainable tourism development in peri-urban territories.

Keywords: Adventure tourism; Local development; Sustainability; Organized hiking; Gondomar; Event tourism.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	5
RESUMO ANALÍTICO.....	6
Lista de Siglas	12
Lista de Figuras	14
Lista de Tabelas.....	15
INTRODUÇÃO.....	16
1. REVISÃO DE LITERATURA.....	18
1.1 Turismo de Aventura.....	18
1.2 A Importância Económica e Social do Turismo de Aventura	19
1.3 Turismo de aventura sustentável e desenvolvimento local	20
1.4 O perfil e as expectativas do Turista de Aventura.....	22
1.5 O desenvolvimento de Pacotes Temáticos.....	23
1.6 Turismo de Eventos e as Caminhadas Organizadas	23
2. ESTUDOS DE REFERÊNCIA.....	26
2.1 Tirol (Áustria)	26
2.2 Dolomitas (Itália).....	26
2.3 Parque Nacional de Plitvice (Croácia)	27
2.4 Rota Vicentina – Sudoeste Alentejano	29
2.5 Walking Festival do Ameixial – Algarve Serrano	29
2.6 Aldeias do Xisto – Caminhadas e Experiências	30
2.7 O caso da 4Daagse	31
3. CONTEXTO TERRITORIAL – MUNICÍPIO DE GONDOMAR	33
3.1 Turismo no Município de Gondomar	35
4. METODOLOGIA	36
4.1 Objetivo e problema da investigação.....	36
4.1.1 Objetivos específicos	36
4.2 Instrumentos de Recolha de Dados	37
4.2.2 Inquérito por Questionário a Potenciais Participantes.....	38
4.2.3 Análise de Estudos de Referência	38
4.3 Técnicas de Análise de Dados	39
4.4 População, Amostragem e Limitações	41
4.5 Validação e Priorização dos resultados	42

4.6 Cronograma de Execução (out. 2024 – out. 2025)	42
5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	45
5.1 Caracterização dos entrevistados	45
5.3 Resultados do Inquérito a Potenciais Participantes	51
6. PROPOSTA DE INTERVENÇÃO: GONDOMAR4WALK	58
6.1 Conceito e Estrutura	58
6.2 Organização e Logística	63
6.3 Envolvimento da Comunidade Local.....	63
6.4 Modelos de Gestão e Governança do Evento.....	64
6.5 Viabilidade operacional e financeira.....	66
6.6 Plano de Promoção e Comunicação.....	70
6.7 Turismo e Políticas Públicas Locais.....	73
6.8 Análise SWOT do projeto.....	80
6.9 A Experiência do Participante e Inclusão Social	86
6.10 Resultados Esperados e Legado	92
7. CONCLUSÕES	94
7.1 Discussão dos resultados qualitativos.....	94
7.2 Discussão dos resultados quantitativos	96
7.3 Integração dos resultados e cruzamento com a literatura.....	97
7.4 Limitações do estudo	99
7.5 Recomendações para futuros estudos.....	100
7.6 Conclusão Final	102
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
ANEXOS.....	114
Anexo B – Estrutura do Questionário Online a Potenciais Participantes	116
Anexo C – Cronograma de execução do estudo.....	122
Anexo D – Flyer do Gondomar4Walk.....	123

Lista de Siglas

A43 – Autoestrada 43 (Portugal)

ADXTUR – Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

AMP – Área Metropolitana do Porto

ATC – Appalachian Trail Conservancy

ATTA – Adventure Travel Trade Association

CCDR-N – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte

CINDOR – Centro de Formação Profissional da Indústria de Ourivesaria e Relojoaria

CM – Câmara Municipal

EN108 – Estrada Nacional 108

GEE – Gabinete de Estratégia e Estudos (Ministério da Economia e do Mar)

GR – Grande Rota (Percurso Pedestres de Longa Distância)

GR22 – Grande Rota das Aldeias Históricas

ICNF – Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas

INE – Instituto Nacional de Estatística

INR – Instituto Nacional para a Reabilitação

IPDJ – Instituto Português do Desporto e Juventude

IPSS – Instituições Particulares de Solidariedade Social

ISO – International Organization for Standardization

KC – Kotler, Keller & Chernev (autores citados em bibliografia)

NBTC – Netherlands Board of Tourism & Conventions

NORTE – Programa Regional NORTE 2030

NPS – Net Promoter Score

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PNPOT – Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território

PROVERE – Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos

PRR – Plano de Recuperação e Resiliência

PSP/GNR – Polícia de Segurança Pública / Guarda Nacional Republicana

QR – Quick Response (código QR)

QRER – Cooperativa QRER – Inovação Social

ROI – Return on Investment

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Análise SWOT)

TOWS – Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths (Extensão estratégica da análise SWOT)

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

Lista de Figuras

Figura 1 - Perspetiva do crescimento do Mercado do Turismo de Aventura entre 2023 e 2030	18
Figura 2 - Mapa do Distrito do Porto	33
Figura 3 - Distribuição por representação de género.....	51
Figura 4 - Distribuição por faixa etária dos respondentes.....	52
Figura 5 - Distribuição por escolaridade dos respondentes	53
Figura 6 - Distribuição por residência dos respondentes	54
Figura 7 - Distribuição por ocupação dos respondentes	55
Figura 8 - Distribuição por frequência de caminhada dos respondentes.....	56
Figura 9 - As principais motivações dos respondentes.....	57
Figura 10 - Disponibilidade financeira dos respondentes	57
Figura 11 - Mapa do Caminho das Margens do Douro.....	59
Figura 12 - Mapa do Caminho da Filigrana	60
Figura 13 - Mapa do Caminho dos Moinhos de Jancido – Covelo	61
Figura 14 - Mapa do Caminho do Património Mineiro.....	62

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Diferenças entre caminhadas organizadas e caminhadas de longa distância	25
Tabela 2 - Diferenças e semelhanças entre os 3 exemplos internacionais	28
Tabela 3 - Ficha técnica da amostra	40
Tabela 4 - Perfil dos entrevistados	45
Tabela 5 - Conclusões das Entrevistas	49
Tabela 6 - Frequência de género	51
Tabela 7 - Frequência por faixa etária	52
Tabela 8 - Frequência de nível de escolaridade	53
Tabela 9 - Frequência do local de residência	54
Tabela 10 - Frequência de ocupação profissional	55
Tabela 11 - Frequência de Caminhadas	56
Tabela 12 - Estrutura.....	58
Tabela 13 - Etapas e prazos para organização do evento.....	66
Tabela 14 - Estimativa orçamental para a primeira edição (3 meses de operação)	67
Tabela 15 - Matriz de risco simplificada	69
Tabela 16 - Matriz gráfica TOWS do projeto “Gondomar4Walk”	86

INTRODUÇÃO

O turismo de aventura firmou-se como um dos segmentos mais proeminentes e inovadores a nível mundial nas últimas décadas. Este crescimento exponencial não é por acaso, mas sim o reflexo da mudança do consumidor: o viajante de hoje exige ativamente experiências que sejam autênticas, imersivas e, sobretudo, sustentáveis. O foco da procura está no contacto direto com a natureza, no desenvolvimento pessoal e no envolvimento real com as comunidades anfitriãs. Os números da Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2025) são claros, classificando-o como uma das áreas de maior crescimento do globo, impulsionado por uma nova consciência social e ambiental que domina as escolhas de consumo turístico.

Em Portugal, o turismo de aventura ganha uma relevância estratégica particular. O território nacional é inegavelmente apto, apresentando uma riqueza e diversidade geográfica, cultural e patrimonial notáveis que favorecem as atividades de natureza. Estas condições são amplificadas por um clima favorável e por uma rede de percursos pedestres e cicláveis em expansão. Importa salientar que esta dinâmica encontra apoio numa política pública explícita que se direciona para a sustentabilidade e para a valorização dos territórios de baixa densidade (PENT, 2027; Turismo de Portugal, 2024). No entanto, e apesar de todas as vantagens, persistem lacunas estruturais que nos obrigam a ser críticos. Destaca-se a falta de estratégias de diversificação que preservem a autenticidade local, a necessidade premente de inovação contínua na oferta de produtos e, fundamentalmente, a insuficiente colaboração das comunidades na génese e gestão da experiência turística.

Situado na Área Metropolitana do Porto, o concelho de Gondomar é um dos concelhos com maior potencial para assumir uma posição mais relevante no âmbito, no panorama do turismo de aventura nacional. Dispõe de uma privilegiada posição geográfica que lhe concede uma forte ligação ao rio Douro, além de ter uma história artesanal que é reconhecida a nível internacional, graças à consagrada filigrana e aos seus filigraneiros, e sendo este concelho um dos maiores da AMP, além da disponibilidade do rio, tem também ao seu dispor um enorme território natural que deve ser aproveitado. Desenvolvimentos desta natureza poderão permitir que Gondomar seja visto, não apenas enquanto um concelho adjacente à cidade do Porto,

mas sim como um destino turístico competitivo e com características diferenciadoras. Para tal, a criação de um produto turístico atrativo e acolhedor, irá ajudar a alavancar o concelho a nível estratégico no mercado turístico e dinamizar os fatores económicos, sociais e culturais do mesmo.

O ponto fulcral da presente dissertação prende-se com o enquadramento anteriormente apresentado, a necessidade de desenvolver um produto turístico em Gondomar. Neste contexto, propõe-se o desenvolvimento de um pacote temático de turismo de aventura com o nome de “Gondomar4Walk”, o qual foi inspirado em eventos internacionais e nacionais. Este projeto tem como meta aliar o evento e os seus caminhos pedestres, a experiências temáticas pelo concelho, de modo a promover toda a história dos locais gondomarenses.

Este trabalho adota uma metodologia mista, assente na combinação de métodos qualitativos, com recurso a entrevistas a *stakeholders*, e métodos quantitativos com recurso a um questionário a possíveis participantes. Assim, serão feitas análises mais completas sobre as perceções, motivações e expectativas dos respondentes, com vista a avaliar a aplicabilidade do projeto.

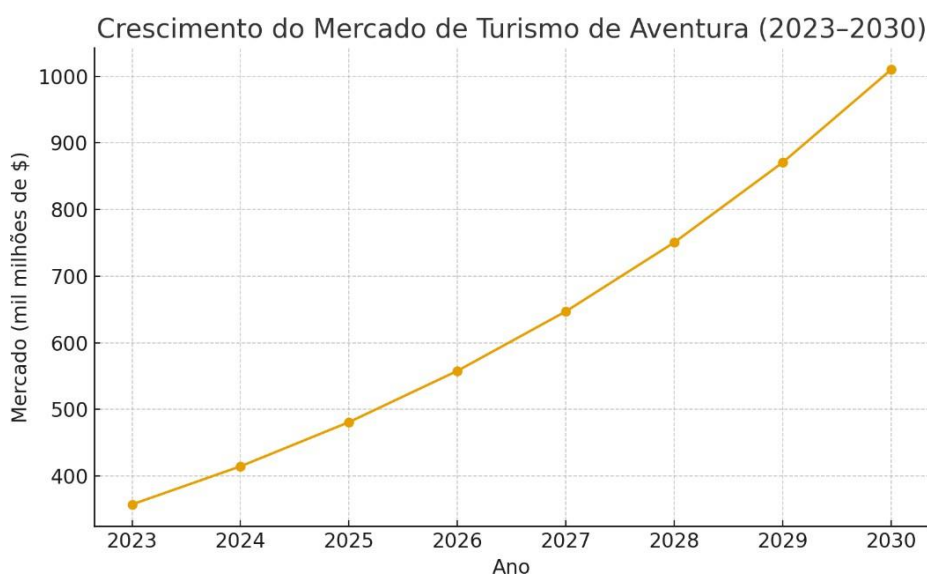
A dissertação está estruturada de forma a seguir uma lógica de pensamento, a iniciar-se com a revisão de literatura, na qual se reflete sobre o conceito de turismo de aventura e a sua importância a nível económico, social, bem como a relação com a sustentabilidade. Esta revisão incide sobre o turista de aventura e os conceitos de pacotes temáticos e turismo de eventos. De seguida, apresenta-se o enquadramento territorial do concelho de Gondomar e alguns estudos de referência que inspiraram o pacote temático desenvolvido no âmbito do trabalho. Consecutivamente, são expostos os objetivos e a metodologia, seguindo-se a proposta de intervenção e as conclusões.

1. REVISÃO DE LITERATURA

1.1 Turismo de Aventura

O turismo de aventura assume uma posição consolidada no setor turístico internacional, tratando-se de um segmento em expansão e com potencial para crescer ainda mais. Como se observa na Figura 1, segundo a Grand View Research (2024), em 2023 este tipo de turismo movimentou 357.5 mil milhões de dólares, havendo a expectativa de que até 2030, prevendo-se uma taxa de crescimento anual de 16%, estes valores poderão ascender a 1 bilhão de dólares, sendo que um dos grandes fatores para este crescimento é a maior procura pela autenticidade e pela natureza.

Figura 1 - Perspetiva do crescimento do Mercado do Turismo de Aventura entre 2023 e 2030



Fonte: Elaboração própria, com base nas previsões da Grand View Research (2024)

O conceito de turismo de aventura pode, então, associar-se ao turismo de natureza, já que, coincidentemente, ambos envolvem atividades que exigem esforço físico, em espaços naturais, o que contribui para a distinção destas experiências se distingam pelo turista superar determinadas dificuldades pessoais, num ambiente onde se privilegia a segurança e o uso de equipamento e instruções adequadas (Lopes, Seabra & Vicente, 2014; Silva, 2016).

A criação de pacotes turísticos temáticos de aventura é uma resposta clara às tendências globais atuais, que exigem experiências autênticas, diversificadas e

profundamente imersivas a nível cultural. O relatório mais recente da Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2025) confirma que o crescimento deste setor está consolidado e demonstra a sua elevada relevância económica: os itinerários mais procurados registam um preço mediano de 3.000 dólares para oito noites, estimando-se que 76% deste valor reverte diretamente para fornecedores locais. Estes números demonstram não só o impacto financeiro do setor, mas também a sua capacidade de impulsionar o desenvolvimento comunitário e promover práticas de sustentabilidade. A ATTA (2025) sublinha que os viajantes são motivados pela procura de experiências inovadoras, pela preferência por destinos que fujam dos circuitos massificados e pela valorização da vivência "como um local". Consequentemente, o turismo de aventura revela-se ideal para territórios menos centralizados, onde os recursos naturais e culturais podem ser transformados em produtos turísticos diferenciadores e altamente competitivos no mercado internacional.

1.2 A Importância Económica e Social do Turismo de Aventura

O Turismo, de modo geral, fortalece os aspetos económicos e sociais de um determinado território, principalmente, em locais pouco explorados. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2014), o turismo de aventura tem influência económica nos territórios já que cria postos de trabalho, ajudando os moradores locais, traduzindo-se num maior investimento nas infraestruturas, mas também em apoios à preservação dos recursos naturais. Adicionalmente, identificam-se outros impactos positivos, como a união das comunidades no produto turístico, o que reforça a identidade cultural e a práticas mais protetoras do ambiente (UNWTO, 2018).

A criação de pacotes de turismo de aventura com foco na sustentabilidade transcendeu o estatuto de mera tendência, tornou-se uma estratégia inteligente para gerar benefícios concretos nas comunidades anfitriãs (Carvalho & Costa, 2022). A evidência empírica reforça esta perspetiva. Um estudo realizado na região de Annapurna, no Nepal, demonstrou que o ecoturismo de aventura contribuiu diretamente para o aumento do rendimento familiar e para a melhoria das infraestruturas comunitárias, ao mesmo tempo que preservava as tradições culturais e fortalecia os laços sociais e o capital humano (Tiwari, Thapa & Timilsina, 2025). Outro trabalho na mesma área destaca que, com um planeamento adequado, o ecoturismo

sustentável consegue equilibrar as dimensões social, económica e ambiental, respondendo a necessidades locais e fortalecendo a resiliência da comunidade (Bhattarai, Rawal & KC, 2024).

1.3 Turismo de aventura sustentável e desenvolvimento local

A sustentabilidade no Turismo, segundo a OMT, implica assegurar que depois de todas as práticas de turismo tenham sido realizadas e todos os benefícios sociais, económicos e ambientais tenham sido extraídos, seja possível olhar para o património protegido e estável, sem prejudicar futuras práticas e sem prejudicar as necessidades e expectativas dos turistas (UNWTO & UNEP, 2005).

Para haver um turismo sustentável, tem de existir um planeamento rigoroso e coeso, onde exista colaboração local para a gestão contínua dos impactos. Alguns princípios como a valorização do território, a inclusão social, a possibilidade económica e a conservação ambiental, são fundamentais para requalificação territorial (Weaver, 2001).

O turismo de aventura está rapidamente a tornar-se um pilar fundamental da oferta turística global, devido à procura de experiências mais genuínas, ativas e com ligação à natureza. Esta tendência é visível em Portugal, onde o crescimento do segmento é inegável, sendo alavancado pelas políticas que pretendem valorizar as regiões do interior e pelos investimentos feitos para promover estes destinos menos tradicionais a nível internacional (Turismo de Portugal, 2023). Contudo, a relevância do turismo de aventura vai além do mero crescimento, assumindo um papel crucial na sustentabilidade territorial, uma vez que obriga a uma utilização mais responsável dos recursos e injeta benefícios económicos diretamente nas comunidades locais, incentivando a conservação ambiental. A título exemplo, o sucesso dos Passadiços do Paiva demonstra como o turismo ativo pode ser estruturado de forma sustentável, integrando o selo das certificações ambientais e a participação ativa da comunidade (Carvalho, Marinho & Gonçalves, 2023). Esta dinâmica é corroborada pela literatura nacional, que destaca o potencial do ecoturismo e do turismo de aventura para promover práticas responsáveis e fortalecer o laço entre a visita turística e o desenvolvimento local (Lopes, 2024).

É amplamente reconhecido que Portugal se afirma, atualmente, como um destino de eleição para o turismo de natureza e aventura. Este estatuto é o resultado direto de uma estratégia nacional. O Plano Estratégico para o Turismo 2027 (PENT 2027) reconheceu o turismo ativo como um elemento-chave, não só para a atração de visitantes, mas também como um motor de coesão territorial. Esta política (Turismo de Portugal, 2017) reforça a sustentabilidade e enriquece a oferta, sinalizando uma aposta clara na diversificação e na valorização do interior do país.

As estatísticas confirmam esta predisposição de mercado. Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2022), os produtos turísticos de natureza e aventura registaram um crescimento anual médio de 8% desde 2016. Estes números validam a urgência em apostar e investir neste setor. Atividades como *trekking*, ciclismo, escalada, canoagem ou observação da natureza estão consistentemente entre as mais procuradas. Não é de surpreender que o Norte de Portugal esteja a ser um dos grandes beneficiários desta dinâmica: a sua notável diversidade paisagística e a vasta rede de áreas protegidas funcionam como um íman natural para este segmento de turismo ativo. Aliás, esta importância é reforçada a nível político: o turismo de aventura é um dos eixos centrais nas Estratégias de Eficiência Coletiva (PROVERE), que visam desenvolver produtos turísticos de base territorial, com um forte pendor sustentável e comunitário (CCDR-N, 2021).

A Área Metropolitana do Porto (AMP) é um caso interessante porque apesar de ser tipicamente associada ao turismo urbano, possui um conjunto notável de recursos naturais e culturais que estão à espera de ser integrados em experiências de turismo de aventura. Os rios, serras e as áreas rurais são capazes de ser ótimos instrumentos para o segmento, desde que haja um planeamento e uma promoção adequados. Observa-se que, nos últimos anos, os municípios da AMP têm respondido a este desafio. Estão ativamente a incluir a dimensão do turismo de natureza e aventura nas suas estratégias, com destaque para a aposta em programas de mobilidade suave e requalificação (NORTE 2030, 2022). Além disso, o momento é particularmente favorável ao nível do financiamento: o acesso a verbas de programas como o Portugal 2030 e o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) oferece uma alavanca financeira crucial para desenvolver produtos sustentáveis, que abrangem a economia circular, a digitalização e

a coesão territorial (AICEP, 2023). Portanto, percebe-se que o enquadramento estratégico nacional e regional é sólido, já que o turismo de aventura está em crescimento, tem apoio das políticas públicas, e o potencial da região Norte, especialmente na AMP, está finalmente a ser reconhecido.

1.4 O perfil e as expectativas do Turista de Aventura

Compreender o perfil do turista de aventura é fundamental para desenvolver pacotes turísticos relevantes e atrativos. Os dados disponíveis ajudam a desmistificar a ideia de que o turista de aventura procura apenas uma atividade ao ar livre. Na verdade, um estudo recente realizado no Geopark de Arouca revela uma motivação mais complexa. Os visitantes vão muito além da "simples descoberta", aquilo que realmente procuram é uma mistura de novidade, conhecimento, contacto com a natureza, socialização e adrenalina (Amaro et al., 2023). Estes aspetos são cruciais, pois são eles que moldam a experiência turística de forma decisiva. Assim, o turista de aventura procura ativamente uma combinação de envolvimento total com o espaço e de estímulo físico e mental, o que reforça a necessidade de produtos turísticos bem planeados.

Adicionalmente, estudos realizados em Portugal em contextos de espaços naturais confirmam que muitos turistas procuram escapar à rotina, motivados pelo relaxamento, pela imersão em ambientes naturais e pelo desejo de aventura sensorial. Por exemplo, Santos (2018) identificou motivações como “mudança de rotina e relaxamento”, “escape” e “autoconhecimento” entre quem visita espaços naturais. Um estudo de Costa, Antunes e Fernandes (2024) ressalta, igualmente, a importância do gosto pela aventura, liberdade/excitação e desafio pessoal na motivação para turismo de aventura. Em parques naturais como Montesinho e Douro Internacional, verifica-se que o visitante valoriza práticas sustentáveis, educação ambiental e uso racional dos recursos como condições associadas à qualidade da experiência natural.

A segmentação motivacional de visitantes de um geoparque europeu revela que um número significativo de visitantes se identifica como “*Sensation Seekers*”, motivados por sensações fortes, autonomia e escapismo enquanto outros são movidos por interesse cultural, socialização ou oferta relaxante (Amaro et al., 2023). Este perfil

diversificado reforça a ideia de que a construção de pacotes temáticos deve ser flexível, oferecendo múltiplas experiências adaptáveis aos diferentes públicos e níveis de desafio.

1.5 O desenvolvimento de Pacotes Temáticos

O desenvolvimento de pacotes turísticos temáticos é essencial para criar experiências coesas e direcionadas a públicos específicos. Estudos como os de Hudson (2003) afirmam que pacotes de aventura que incorporam uma variedade de atividades conseguem atrair um público mais amplo, promovendo uma experiência diversificada e ajustada aos interesses dos turistas. A combinação de atividades como caminhadas, canoagem e visitas culturais aumenta o valor do pacote, oferecendo opções para turistas de diferentes perfis (Swarbrooke et al., 2003).

Tangeland, Vennesland e Nybakk (2013) argumentam que destinos que promovem pacotes integrados e sustentáveis conseguem atrair um turismo de maior valor, que não apenas valoriza a experiência, mas que também contribui para o desenvolvimento e preservação da comunidade local.

1.6 Turismo de Eventos e as Caminhadas Organizadas

A opção por focarmo-nos no turismo de eventos justifica-se pelo facto de as caminhadas organizadas apresentarem as características fundamentais de um evento turístico. Quer se trate de iniciativas planeadas, temporárias ou de projetos que envolvam diversos agentes e produzem impactos territoriais significativos, o seu estatuto é claro. Em Portugal, este tipo de iniciativa tem vindo a ganhar notoriedade, funcionando como uma ferramenta poderosa de diferenciação e dinamização local. Este tipo de turismo contribui para a mitigação da sazonalidade, reforça a atratividade dos destinos e consegue mobilizar as comunidades (Carvalho & Alves, 2021; Duque & Martins, 2023).

O turismo de eventos é um subcampo em franco crescimento, onde a principal motivação da viagem é, precisamente, um evento específico, seja ele cultural ou desportivo (Getz, 2008). No contexto do turismo de aventura, muitos destes eventos traduzem-se em experiências ativas em contacto com a natureza, fortalecendo a tríade desafio físico, autenticidade e convívio. É aqui que as caminhadas de longa distância se destacam: surgem como um tipo específico de evento que combina de forma eficaz

exercício físico, lazer, convívio e a valorização concreta do território. Não faltam exemplos internacionais que comprovam este potencial: o *4Daagse de Nijmegen* (Países Baixos) ou o *Compostela Trail* (Espanha) mostram que este formato gera impactos consideráveis a nível económico, social e ambiental (Peters & Breuer, 2019).

As caminhadas organizadas são, essencialmente, iniciativas estruturadas e logísticas. Trata-se de eventos promovidos por operadores, autarquias ou associações e integram um pacote de serviços que pode incluir transporte, alojamento, guias e até mesmo o transporte de bagagens. Isto demonstra um esforço claro em facilitar a fruição ambiental sustentável e reforçar a atratividade dos territórios (Carvalho & Alves, 2021).

Segundo Carvalho e Alves (2021), a diversidade desta oferta é notável, englobando várias tipologias que traduzem diferentes níveis de autonomia e serviço:

- Férias com tudo incluído: O modelo mais estruturado, com guia, transporte e alojamento garantidos.
- Férias autoguiadas: Mantêm os serviços logísticos (como mapas e transporte de bagagem), mas oferecem maior autonomia, prescindindo do acompanhamento direto.
- Estadias fixas: O alojamento é mantido no mesmo local, combinando-o com saídas pedestres diárias.
- Percursos itinerantes: O modelo clássico de longa distância, onde o alojamento muda diariamente para acompanhar um traçado contínuo.

Estas modalidades, observadas em regiões como Pampilhosa da Serra, são perfeitamente transponíveis para outros contextos, incluindo eventos e festivais de caminhada. A sua relevância é confirmada em plataformas digitais como a *Outdooractive* (www.outdooractive.pt), que promovem produtos pedestres já com logística definida, respondendo à crescente procura por experiências seguras e estruturadas, pois corresponde à necessidade de encontrar novas rotas seja em que parte do mundo for, como saber mais sobre temas de caminhadas e criar rotas novas.

Eventos desta natureza, conforme apontado por Ritchie e Adair (2004), produzem um conjunto de benefícios sistémicos para o turismo como a redução da

sazonalidade turística, a promoção do turismo interno e de proximidade, o estímulo à prática desportiva e ao bem-estar e o aumento da circulação económica local.

Neste contexto, as caminhadas de longa distância ou *trekking*, no sentido mais internacional do termo, distinguem-se por percursos que se estendem por vários dias e exigem tipicamente uma elevada autonomia e preparação física avançada (Thule Portugal, n.d.). O *trekking* atrai um público mais experiente, obrigando ao transporte de mochilas volumosas (60 a 85 litros) com equipamento de pernoita e alimentação (Thule, n.d.). Alguns exemplos globais de referência de caminhadas longas incluem o famoso *Appalachian Trail* nos EUA (ATC, 2023), como em território nacional, as Grandes Rotas (GR), como a Rota Vicentina e a GR22 – Grande Rota das Aldeias Históricas (Turismo de Portugal, 2017).

Tabela 1 - Diferenças entre caminhadas organizadas e caminhadas de longa distância

Critério	Caminhadas organizadas	Caminhadas de longa distância
Logística	Apoio completo (transporte, alojamento, bagagem)	Autonomia total do caminhante
Duração	1 a 7 dias, com programação prévia	Semanas a meses
Estrutura	Guias, rotas definidas, grupos organizados	Percursos autoguiados ou com guias pontuais
Extensão	Geralmente < 100 km	≥ 300 km (ou 500 km)
Alojamento	Alojamento reservado e pré-organizado	Abrigos, tendas ou acampamento selvagem
Público-alvo	Famílias, caminhantes recreativos	Praticantes experientes, aventureiros

Fonte: Elaboração própria com base em Carvalho & Alves (2021) e Thule Portugal (n.d.)

A diferença entre caminhadas organizadas e de longa distância ou *trekking* reside, essencialmente, na duração, exigência e grau de isolamento. No entanto, como observado na Tabela 1, as diferenças também são notórias no público que atraem, nos alojamentos usados e na logística utilizada porque ambas exigem necessidades diferentes.

2. ESTUDOS DE REFERÊNCIA

Para atingir o objetivo principal do estudo que é o desenvolvimento de um pacote temático de turismo de aventura, é fundamental a análise de casos internacionais bem-sucedidos e nacionais, aferir as boas práticas de gestão e, crucialmente, identificar os elementos que são replicáveis em contextos locais, mas também reconhecer as limitações inerentes ao *benchmarking*, nomeadamente no que respeite à replicabilidade de modelos concebidos em contextos distintos de Gondomar. Este capítulo é dedicado a essa análise comparativa onde são examinados três destinos europeus que são referências absolutas no turismo de aventura sustentável, como também três exemplos nacionais, escolhidos em uma pesquisa no Google, onde foi possível os identificar como sendo mais populares. A vasta experiência acumulada por estes destinos fornece aprendizagens essenciais que serão aplicadas diretamente ao desenho e implementação do evento "Gondomar4Walk".

2.1 Tirol (Áustria)

A região do Tirol desenvolveu uma oferta diversificada de turismo de aventura, integrando trilhos de montanha, vias de escalada e parques de natureza. Destaca-se pelo modelo de gestão integrada entre autoridades regionais, operadores turísticos e a comunidade local. O uso de transportes públicos integrados (*Tirol Ticket*) e certificações ambientais para alojamentos e atividades são exemplos de boas práticas replicáveis (Visit Tirol, 2022).

Contudo, este modelo assenta numa forte capacidade financeira, numa cultura consolidada de mobilidade sustentável e numa longa tradição turística, fatores que não são diretamente transferíveis para realidades territoriais de menor escala. Adicionalmente, a elevada pressão turística em períodos de pico tem gerado desafios relacionados com a sobrecarga de infraestruturas e o aumento do custo de vida local, colocando em causa a aceitação social do turismo (Peeters et al., 2018).

2.2 Dolomitas (Itália)

O reconhecimento das Dolomitas como Património Mundial da UNESCO atesta a sua importância, mas é a forma como gerem o turismo que realmente interessa. Esta região é um polo de atração para o *trekking*, o ciclismo e a escalada, inserido num ambiente de montanha rigorosamente protegido. O modelo é exemplar já que a gestão

turística é baseada em medidas práticas, como estratégias de proteção ambiental, a restrição de veículos motorizados e o recurso a parcerias com a comunidade científica. O sucesso desta região demonstra que a sustentabilidade ambiental é perfeitamente compatível com o turismo de aventura de alto valor. O investimento em sinalética interpretativa e centros de apoio ao visitante garante a segurança e a qualidade da experiência (UNESCO, 2019).

Apesar do seu sucesso, diversos estudos apontam para problemas de massificação turística, sobretudo em áreas mais acessíveis, originando conflitos de uso do solo, degradação ambiental localizada e dependência económica excessiva do turismo (Seraphin et al., 2018). Estes fatores evidenciam a necessidade de cautela na adoção de modelos excessivamente orientados para a notoriedade internacional.

2.3 Parque Nacional de Plitvice (Croácia)

Conhecido pelos seus lagos interligados por passadiços de madeira, o Parque Nacional de Plitvice é um modelo de controlo de capacidade de carga e turismo ecológico. A limitação do número de visitantes, os bilhetes com horário marcado e o programa de monitorização ambiental permitiram preservar o ecossistema e, simultaneamente, manter uma elevada atratividade turística (Marli et al., 2020).

Todavia, este modelo altamente restritivo implica elevados custos operacionais e pode gerar efeitos de exclusão social, nomeadamente através do aumento do preço dos bilhetes e da redução do acesso espontâneo ao território. Acresce que a excessiva regulamentação pode comprometer a experiência do visitante, caso não seja acompanhada por uma comunicação clara e infraestruturas adequadas (Eagles et al., 2019).

Conclusões do estudo dos casos de *benchmarking* internacionais

A tabela 2 faz uma comparação entre estes 3 exemplos internacionais, onde é possível reparar as suas diferenças, mas também as suas semelhanças.

Tabela 2 - Diferenças e semelhanças entre os 3 exemplos internacionais

Critério	Tirol (AT)	Dolomitas (IT)	Plitvice (HR)
Tipo de atividades	Caminhadas, ski	Caminhadas, escalada	Caminhadas, passadiços
Gestão de fluxos turísticos	Transporte público	Limitação rodoviária	Bilhetes controlados
Sustentabilidade certificada	Sim	Sim	Parcial
Envolvimento comunitário	Alto	Médio	Moderado
Monitorização ambiental	Permanente	Permanente	Sazonal

Fonte: Elaboração própria baseada nos três casos de estudo internacionais

Os casos internacionais analisados demonstram a viabilidade de articular turismo de aventura, proteção ambiental e desenvolvimento territorial. No entanto, evidenciam igualmente limitações relevantes, como diferenças de escala, dependência de financiamento robusto, riscos de massificação e desafios na aceitação social. Para Gondomar, a principal lição reside na necessidade de adaptação seletiva das práticas observadas, privilegiando soluções compatíveis com a sua dimensão territorial, capacidade institucional e identidade local.

A análise de *benchmarking* é fundamental porque permite comparar o “Gondomar4Walk” com outras iniciativas semelhantes e perceber o que tem funcionado bem noutros contextos. Esta comparação ajuda a identificar práticas eficazes que podem ser adaptadas à realidade local e a evitar erros já cometidos por outros projetos (Bramwell & Lane, 2019). Assim, o *benchmarking* reforça a validade da proposta e oferece um referencial concreto para a sua adaptação à escala de Gondomar. A

replicação de elementos como a sinalização ecológica, o envolvimento comunitário e o controlo de fluxos pode elevar o padrão de qualidade do evento e contribuir para a sua consolidação como uma referência nacional.

Embora o “Gondomar4Walk” tenha encontrado inspiração em iniciativas internacionais, como a 4Daagse de Nijmegen, é igualmente pertinente analisar eventos de caminhada realizados em Portugal, que têm contribuído para o desenvolvimento sustentável do turismo de natureza em territórios de baixa densidade. Este capítulo apresenta três casos relevantes, cujas boas práticas servem de base comparativa para o aperfeiçoamento do modelo proposto.

2.4 Rota Vicentina – Sudoeste Alentejano

A Rota Vicentina é um dos sucessos nacionais mais reconhecidos a nível do turismo de aventura, já que conta com mais de 750km de trilhos, devidamente sinalizados e, conseqüentemente, tem vindo a dinamizar a economia do Sudoeste Alentejano. As grandes apostas são na contínua manutenção dos trilhos e das suas sinalizações; as parcerias de envolvimento de restaurantes, guias e alojamentos; a promoção internacional com certificação de ser um destino de turismo sustentável, o que garante qualidade, confiança e segurança (Travelife).

Além disso, a Rota organiza o Festival de Caminhadas da Costa Alentejana, que inclui workshops, atividades culturais e trilhos temáticos (Rota Vicentina, 2021).

Não obstante, a dependência significativa do voluntariado e de financiamento externo levanta questões quanto à sustentabilidade económica do modelo a longo prazo. Alguns autores alertam ainda para o risco de homogeneização da oferta e para a pressão crescente sobre trilhos mais populares, exigindo uma gestão contínua e recursos técnicos especializados (Silva & Henriques, 2020).

2.5 Walking Festival do Ameixial – Algarve Serrano

Este festival teve início em 2013, tendo sido impulsionado pela Cooperativa QRER e pela Proactivetur, o que levou a um grande interesse e atração do público à aldeia do Ameixial. Este evento deixa marcas importantes como a colaboração com universidades para ajudar na investigação e monitorização; a criação de programas para capacitar e

evoluir os guias locais já que o turismo é mais científico e de interpretação ambiental; valoriza também a cultura serrana.

Segundo Oliveira e Almeida (2020), o evento contribuiu para mitigar a sazonalidade, promover o orgulho local e incentivar jovens a regressarem à terra.

Contudo, a sua forte dependência de apoios institucionais e a limitação da capacidade de alojamento local condicionam o crescimento do evento, tornando-o vulnerável a flutuações no financiamento público e à rotatividade do público participante.

2.6 Aldeias do Xisto – Caminhadas e Experiências

A experiência da Rede das Aldeias do Xisto é notável, devido à forma como tem implementado os trilhos pedestres, já que a sua estratégia passa claramente pela diversificação. A ADXTUR (Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto), desenvolveu um modelo que assenta em vários pilares inovadores que tanto enriquecem a oferta com trilhos temáticos ligados às histórias e ao património imaterial da região, como usam *apps* para melhorar a experiência do utilizador na orientação dos percursos. Esta aposta é complementada pela organização de eventos pontuais como as “Caminhadas ao Luar” e pela ligação como marca de qualidade reconhecido como “*Bike Friendly*” e “*Dark Sky*”. Esta abordagem confirma uma gestão integrada e inovadora que valoriza o território.

Apesar do reconhecimento da marca, alguns estudos apontam para desafios relacionados com a coordenação entre os diversos atores locais e com a concentração de visitantes em determinadas aldeias, o que pode gerar assimetrias territoriais e pressão sobre recursos locais (Carvalho & Costa, 2019).

Conclusões do estudo dos casos de *benchmarking* nacionais

Estes casos nacionais, demonstram que é possível criar eventos de turismo de aventura, com impactos positivos para as populações, no entanto é sempre necessário realçar o planeamento sério e cuidadoso para o sucesso. É possível retirar lições relevantes para o “Gondomar4Walk”, como haver sempre todo o tipo de sinalização nos trilhos; o envolvimento da população para adicionar mais autenticidade territorial; colaboração com grandes empresas de turismo com certificações de qualidade.

2.7 O caso da 4Daagse

4Daagse de Nijmegen, nos Países Baixos, é um evento internacional considerado o maior festival de caminhadas do mundo, que atrai anualmente mais de 45000 participantes de todo o globo. Com mais de um século de história, a 4Daagse não é apenas uma prova de resistência; tornou-se um caso de sucesso paradigmático. O seu mérito está na forma como soube promover o turismo ativo, mobilizar a comunidade e valorizar o seu território.

Apesar do seu sucesso, a literatura refere que eventos desta dimensão implicam elevados custos organizacionais, forte dependência de voluntariado e riscos associados à segurança, à gestão de multidões e à saturação urbana durante o período do evento (Getz & Page, 2016). Estes fatores tornam inviável a replicação integral do modelo em contextos de menor escala.

Neste enquadramento, a proposta do “Gondomar4Walk” inspira-se na lógica estrutural da 4Daagse, mas assume uma adaptação crítica, respeitando a escala local, a capacidade logística e a identidade territorial. O *benchmarking* é, assim, utilizado como instrumento de aprendizagem estratégica e não como modelo de replicação direta, permitindo maximizar benefícios e mitigar riscos associados à implementação do evento.

A 4Daagse começou em 1909, originalmente como um desafio de resistência para militares holandeses. No entanto, o evento rapidamente se transformou numa celebração civil de grande escala, estabelecendo a sua ligação com a cidade de Nijmegen a partir de 1925. Atualmente, a organização é assegurada pela *Stichting DE 4DAAGSE*, dependendo do apoio crucial de forças de segurança, bombeiros, voluntários e, essencialmente, da própria população local (Kuyper, 2017).

O evento está inserido na Semana Internacional de Nijmegen, um período que integra atividades culturais, musicais e desportivas. Isto transforma a cidade num verdadeiro centro efervescente de convívio intercultural. Os participantes têm a opção de escolher entre percursos diários de 30, 40 ou 50 km, ao longo de quatro dias consecutivos, sendo a conclusão recompensada com medalhas oficiais.

A estrutura logística e de apoio é impressionante. Inclui percursos claramente

demarcados com postos de controlo e abastecimento, um sistema digital de registo e validação de passagens e uma rede robusta de apoio médico, segurança e animação ao longo de todo o trajeto. Para além de materiais oficiais como *merchandising*, mochilas e *t-shirts*, a força do evento reside no forte envolvimento da comunidade residente, que atua como voluntária e anfitriã.

Tem um impacto económico direto superior a 35 milhões de euros na região de Nijmegen (NBTC, 2022). Contudo, a sua relevância vai além da expressão financeira. O evento é amplamente reconhecido por valorizar a imagem da cidade como um destino associado à saúde e ao bem-estar e por dinamizar a economia local, sobretudo na hotelaria, comércio e transportes. Contribui ainda para a promoção de estilos de vida ativos e inclusivos. Outro aspeto considerado vital é o reforço do sentimento de pertença e coesão da comunidade residente, que participa ativamente na organização e na experiência do festival.

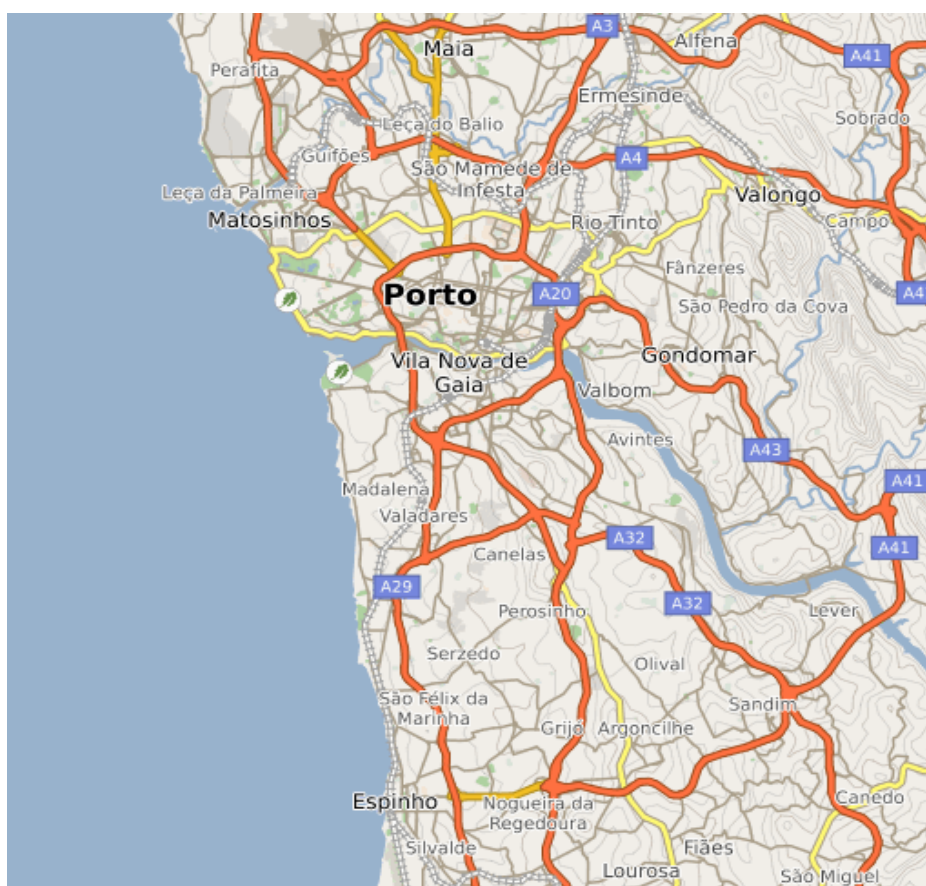
É um exemplo paradigmático de como um evento de caminhadas pode ser um verdadeiro agente de transformação territorial, articulando benefícios económicos, sociais e culturais. No caso de Gondomar, é possível extrair vários elementos com elevado potencial de adaptação. Destaca-se o formato progressivo assente em quatro dias de percursos distintos, a certificação da participação como incentivo à repetição, a integração de animação cultural nos itinerários, a aposta numa comunicação digital e numa imagem de marca territorial coerente, e a coorganização com entidades locais e uma sólida estrutura de voluntariado.

Neste enquadramento, Gondomar apresenta as condições paisagísticas, culturais e logísticas necessárias para a implementação de um evento semelhante. A diversidade dos percursos (ribeiros e serranos), a proximidade ao Porto, a crescente oferta de alojamento e os equipamentos de apoio (como a Quinta do Passal) configuram um contexto propício ao "Gondomar4Walk". Embora a proposta se inspire no modelo da 4Daagse, é crucial que respeite a escala e a identidade local, assumindo uma estrutura modular, ancorada no envolvimento comunitário e na preocupação ambiental. A experiência holandesa oferece, portanto, um referencial inspirador, demonstrando que caminhadas de longa distância podem ser um pilar central no turismo de aventura sustentável, reforçando o vínculo entre território, população e visitantes.

3. CONTEXTO TERRITORIAL – MUNICÍPIO DE GONDOMAR

Localizado na Área Metropolitana do Porto (AMP), o concelho de Gondomar destaca-se pela sua posição geográfica estratégica, beneficiando da proximidade ao centro do Porto, como é possível observar na figura 2 e de uma rede de acessos bem desenvolvida, tanto rodoviária como fluvial. Apesar de estar inserido numa área de grande influência, destaca-se pela preservação de um património natural e rico e de um território significativo, mas que estão ainda pouco explorados em termos turísticos (Câmara Municipal de Gondomar, 2023).

Figura 2 - Mapa do Distrito do Porto



Fonte: All About Portugal, “Gondomar”, consultado em 2025, disponível em <https://www.allaboutportugal.pt/pt/gondomar>

O município ocupa a margem direita do Rio Douro e integra plenamente a AMP, possuindo uma área aproximada de 132 km² e uma população superior a 164 mil habitantes, distribuída por sete freguesias (CM Gondomar, 2022; Instituto Nacional de Estatística, 2021). Esta estrutura demográfica revela um território densamente povoado, mas diversificado, onde se combinam paisagens ribeirinhas, zonas florestais e áreas

urbanas históricas. A curta distância em relação ao Porto constitui um fator competitivo importante, pois facilita o acesso de visitantes e potencia a atração de fluxos turísticos que procuram destinos mais tranquilos e sustentáveis (CM Gondomar, 2023).

Os recursos naturais de Gondomar oferecem amplas possibilidades para o desenvolvimento do turismo de natureza e aventura. O Rio Douro e os seus afluentes, como o Rio Tinto e o Rio Sousa, são propícios à prática de atividades como canoagem, caminhadas e observação de fauna e flora. A Serra de Santa Justa, por sua vez, proporciona trilhos pedestres, miradouros e zonas de vegetação autóctone, tornando-se um espaço privilegiado para experiências ao ar livre (CM Gondomar, 2023). Além disso, as ecopistas e percursos pedonais, como a Ecopista do Douro, reforçam a mobilidade suave e sustentável dentro do concelho. Um exemplo de boa prática ambiental é a Quinta do Passal, um espaço municipal vocacionado para a educação ambiental e o lazer (Plano Local de Saúde – ACES Gondomar, 2017).

No plano cultural, Gondomar distingue-se pela diversidade e riqueza das suas tradições. A filigrana, arte de ourivesaria minuciosa e centenária, é um dos símbolos mais fortes da identidade local. O património industrial tem também grande relevância, com destaque para o Complexo Mineiro de São Pedro da Cova, que testemunha o passado mineiro e a memória coletiva da região (Museu Mineiro de São Pedro da Cova, 2019).

As festividades religiosas e populares, como o São Brás ou a Festa da Senhora da Saúde, reforçam o sentimento de pertença e podem ser integradas em iniciativas turísticas de carácter temático (CM Gondomar, 2023).

No que toca ao caso da acessibilidade e das infraestruturas, Gondomar encontra-se bem servido em termos de mobilidade. Os principais acessos rodoviários como a EN108, A43 e A41 asseguram ligações rápidas ao Porto e a outros municípios da AMP. O concelho conta ainda com transporte público eficiente, nomeadamente a linha F do Metro do Porto e uma rede de autocarros que cobre várias freguesias e acessos a outros concelhos. A oferta de alojamento tem crescido, sobretudo através de unidades de turismo rural e alojamento local, embora exista margem para reforçar a capacidade hoteleira e a promoção integrada do destino (CM Gondomar, 2023).

Combinando riqueza natural, património cultural, boa acessibilidade e dinamismo institucional, Gondomar reúne condições ideais para acolher um evento de

caminhadas de longa distância com impacto regional. A diversidade do território permite conceber percursos temáticos que valorizam o contacto com a natureza e a cultura local, ao mesmo tempo que promovem práticas turísticas responsáveis. Assim, Gondomar afirma-se como um território com potencial para se destacar no panorama do turismo de natureza em Portugal, pela proximidade urbana, autenticidade cultural e compromisso com a sustentabilidade.

3.1 Turismo no Município de Gondomar

A análise da atividade turística de Gondomar, tem como base dados retirados de plataformas de tratamento de dados como o PorData e do Instituto Nacional de Estatística (INE), que dão uma perceção do grande crescimento do setor no concelho.

De acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2024), disponíveis na base de dados PorData (PorData, 2024), no que toca ao nível de dormidas de turistas em 2024, Gondomar obteve um número total de 106503, que em relação a 2019 apresentou uma taxa de variação significativa de 643.7%, sendo o município a nível nacional a apresentar o maior aumento. Para contribuir por este aumento deveu-se da capacidade do número de camas disponíveis nos alojamentos do concelho que teve um aumento de 404 camas de 2019 para 2024 para totalizar 566 camas. A estada média no município foi de 1.7 noites.

Entre os principais produtos turísticos locais destaca-se o turismo cultural e industrial, com ênfase para a filigrana. Nesse ramo, é importante mencionar, o Museu Municipal da Filigrana, inaugurado em maio de 2022, ultrapassou os 3000 visitantes desde a sua inauguração, e junto com a iniciativa da Rota da Filigrana, onde os visitantes podem visitar o Museu e, de seguida visitar uma oficina de filigrana e ver a peça a ser construída passo a passo, ajudou a atrair mais visitantes (Câmara Municipal de Gondomar, n.d.). O Rio Douro também tem influência, no entanto, a ausência de dados sobre no que toca ao alojamento local, hotelaria e turismo do espaço rural e habitação, aliado ao mesmo problema sobre o turismo fluvial, não deixa ser possível ter uma precisão exata do número de visitantes que dormiram em determinados alojamentos e as suas motivações para explorar Gondomar.

Os indicadores evidenciam que o investimento turístico em Gondomar é estratégico, existindo ainda margem para reforçar o potencial do concelho.

4. METODOLOGIA

4.1 Objetivo e problema da investigação

Com o potencial já identificado do concelho de Gondomar, constata-se uma lacuna no que concerne o turismo de aventura que traga benefícios para a região. Como não há uma proposta, neste segmento de turismo, não é possível atrair mais visitantes ao concelho e de o afirmar como um destino de referência no turismo de aventura. No sentido de colmatar este vazio, assume-se como relevante conceber um projeto que associe o turismo de aventura a Gondomar e dinamize todo o seu território e comunidade.

Desta forma, a dissertação tem o objetivo principal e fulcral de desenvolver um pacote temático de turismo de aventura, com a criação de um evento inspirado internacionalmente, mas com os ajustes necessários a Gondomar e aos seus recursos.

4.1.1 Objetivos específicos

- Compreender e sistematizar os fundamentos teóricos que sustentam o turismo de aventura e o turismo de eventos, destacando a sua crescente relevância no panorama atual do setor;
- Conduzir um processo de *benchmarking* com eventos internacionais de caminhada de longa distância, para identificar as melhores práticas com potencial de adaptação e implementação estratégica em Gondomar;
- Recolher perceções, motivações e expectativas de potenciais participantes e entidades locais, com vista à integração da comunidade e à adequação da proposta;
- Desenvolver uma proposta estruturada e sustentável do evento “Gondomar4Walk”, incorporando práticas de turismo responsável e estratégias de promoção multiplataforma.

Academicamente, esta investigação representa uma oportunidade clara de ir além do básico e aprofundar o conhecimento sobre o turismo de aventura e o turismo de eventos, encarando-os como ferramentas cruciais de desenvolvimento local sustentável.

A nível social e territorial, a proposta gera um impacto direto e positivo no município. Ao valorizar o património natural e cultural de Gondomar, incentiva práticas sustentáveis, a promover a atividade física e, o mais importante, a mobilizar a comunidade local para que esta se torne parte ativa na criação de uma oferta turística nova e diferenciadora.

A presente investigação enquadra-se num estudo de natureza aplicada, com carácter exploratório e descritivo. Para garantir a robustez necessária, adotou-se uma abordagem mista (Creswell & Plano Clark, 2017). Esta opção permite combinar dados qualitativos que foram obtidos através de entrevistas semiestruturadas, com dados quantitativos recolhidos via inquérito por questionário. Esta é uma estratégia essencial, pois o cruzamento de dados não só complementa a informação, como é a base para a triangulação metodológica e a validação cruzada dos resultados.

4.2 Instrumentos de Recolha de Dados

4.2.1 Entrevistas a *Stakeholders* Locais

Para recolher dados primários mais robustos, foram realizadas 10 entrevistas semiestruturadas com *stakeholders* estratégicos. O painel incluiu representantes cruciais da Câmara Municipal de Gondomar, técnicos de turismo, operadores turísticos locais e elementos de associações culturais e ambientais. O objetivo era claro: obter perspetivas qualificadas sobre o potencial real do concelho para acolher eventos de turismo de aventura, identificar os recursos disponíveis no terreno e, fundamentalmente, mapear os desafios que o projeto *Gondomar4Walk* terá de enfrentar.

As entrevistas foram conduzidas de forma flexível e tiveram uma duração média de aproximadamente 45 minutos. Logo após a gravação e recolha do material, procedeu-se logo à sua análise através da análise temática (Bardin, 2011), o que permitiu organizar e interpretar os dados recolhidos. O guião destas entrevistas pode ser consultado no Anexo A.

4.2.2 Inquérito por Questionário a Potenciais Participantes

Para a recolha dos dados quantitativos, foi desenvolvido um questionário online aplicado a uma amostra de 420 indivíduos, de forma a perceber o perfil dos potenciais participantes no evento. Foi uma escolha estratégica, já que permitiu abranger um número elevado de participantes, de modo a garantir a comparabilidade dos resultados, tal como defendido por Creswell e Plano Clark (2017).

A divulgação ocorreu através de redes sociais e de *emailing lists* direcionadas a grupos de aventureiros, *fitness* e viajantes. O instrumento de recolha foi concebido para ser o mais objetivo possível, sendo o questionário composto por perguntas de resposta fechada e por escalas do tipo Likert de 5 pontos, permitindo assim, avaliar o grau de concordância dos participantes em relação a várias afirmações. O questionário está disponível no Anexo B e foi organizado em cinco blocos para recolher a informação considerada essencial: Bloco 1 – Perfil Sociodemográfico; Bloco 2 – Hábitos de Consumo Turístico; Bloco 3 – Motivações; Bloco 4 – Interesse e Disponibilidade; Bloco 5 – Sustentabilidade.

4.2.3 Análise de Estudos de Referência

Para enriquecer a proposta e ir além dos dados empíricos, as entrevistas e o inquérito foram complementados com uma análise estratégica de casos de referência no turismo de aventura sustentável, a nível internacional e nacional (cf. capítulo 3). Esta análise foi essencial para identificar boas práticas, modelos de gestão eficazes e soluções transponíveis que servissem de inspiração e de fundamentação robusta à proposta "Gondomar4Walk".

Estes destinos foram escolhidos não apenas pelo seu prestígio, mas, sobretudo, por apresentarem características diretamente transponíveis para a realidade de Gondomar, nomeadamente a gestão integrada de percursos, o equilíbrio delicado entre turismo e conservação ambiental, e o envolvimento comunitário como motor de sustentabilidade. Estes elementos oferecem aprendizagens que reforçam a pertinência do modelo desenvolvido neste trabalho.

Foram selecionados seis casos de estudo: Tirol, Dolomitas e Parque Nacional de Plitvice no plano internacional, e a Rota Vicentina, o Walking Festival do Ameixial e a

Rede das Aldeias do Xisto no plano nacional. A relevância da escolha reside na sua demonstração de sucesso na articulação entre conservação ambiental e desenvolvimento económico, sendo reconhecidos pelo impacto positivo nas comunidades locais. O Tirol (Visit Tirol, 2022) destaca-se pelo seu modelo integrado de gestão de trilhos e forte marca territorial. As Dolomitas (UNESCO, 2019) são um exemplo paradigmático de um sítio UNESCO que implementou uma estratégia de turismo sustentável focada na valorização cultural e preservação. Já o Parque Nacional de Plitvice (Marušić et al., 2020) é uma referência crucial na gestão de grandes fluxos de visitantes em áreas de alta pressão, garantindo a sustentabilidade da experiência.

Esta análise comparativa permitiu extrair recomendações práticas, validando a pertinência da proposta. A constatação de que estes modelos são transponíveis, particularmente na gestão integrada de percursos, no equilíbrio entre conservação e fruição, e no envolvimento comunitário reforça a sua aplicabilidade. Esta componente metodológica articula-se, assim, de forma sólida com os resultados empíricos, assegurando uma abordagem mais robusta e fundamentada.

4.3 Técnicas de Análise de Dados

A análise desenvolvida combinou o tratamento de dados qualitativos e quantitativos, para garantir uma visão completa das temáticas tratadas:

Análise Qualitativa: Os dados recolhidos nas entrevistas foram analisados seguindo o método de Bardin (2011). Recorreu-se à codificação e categorização temática para organizar e interpretar as perspetivas dos *stakeholders*, de modo a transformar o material discursivo em informação estruturada.

Análise Quantitativa: O tratamento dos dados obtidos através da aplicação do inquérito por questionário foi realizado com recurso ao *software* SPSS. Foi aplicada a estatística descritiva e utilizadas análises cruzadas para ir além do básico, de modo a conseguir, identificar os padrões de preferência e os comportamentos mais relevantes da amostra.

Tabela 3 - Ficha técnica da amostra

Características	Pesquisa
Universo em estudo	População residente e visitantes potenciais do concelho de Gondomar com interesse em turismo de natureza e atividades de caminhada, bem como <i>stakeholders</i> institucionais ligados ao setor turístico e ambiental.
Cobertura geográfica	Concelho de Gondomar (distrito do Porto), com participação maioritária de residentes na Área Metropolitana do Porto e contributos de outras regiões de Portugal continental e ilhas.
Cobertura temática	Potencial turístico do concelho de Gondomar; perceções e expectativas sobre o projeto “Gondomar4Walk”; práticas e motivações associadas ao turismo de natureza e à caminhada; sustentabilidade e envolvimento comunitário.
Dimensão da amostra	420 respondentes ao inquérito online e 10 entrevistados no estudo qualitativo (<i>stakeholders</i> representativos de entidades públicas, privadas e associativas).
Erro da amostra	4,78%
Nível de confiança	95%
Tipo de amostra	Não probabilística, por conveniência no caso do inquérito e por seleção intencional no caso das entrevistas (amostragem intencional de <i>stakeholders</i> relevantes).

Tipo de estudo	Estudo exploratório e descritivo, de natureza mista (qualitativa e quantitativa), com abordagem transversal.
Método de recolha de dados	Qualitativo: entrevistas semiestruturadas realizadas presencialmente e por videoconferência; Quantitativo: inquérito por questionário administrado online via <i>Google Forms</i> .
Método de tratamento de dados	Qualitativo: análise de conteúdo temática (Bardin, 2011), com categorização e interpretação das unidades de registo; Quantitativo: análise estatística descritiva (frequências e percentagens) e representação gráfica das distribuições.
Datas de recolha de dados	Entrevistas: entre 10 de fevereiro e 15 de março de 2025; Inquérito online: entre 20 de março e 10 de abril de 2025.

Fonte: Elaboração Própria

4.4 População, Amostragem e Limitações

A amostragem utilizada na investigação foi pensada para servir os objetivos específicos do estudo. No inquérito, foi adotada uma amostragem não probabilística por conveniência, o que significa que foi restringida, ao universo digital e a um público já interessado em atividades de natureza. Por outro lado, para as entrevistas, foi selecionada uma amostra intencional, para garantir a diversidade dos atores e, acima de tudo, a inclusão de participantes com um conhecimento específico e aprofundado sobre o território de Gondomar.

É importante sublinhar, no entanto, que esta abordagem metodológica tem as suas limitações inerentes. As principais restrições identificadas incluem a reduzida capacidade de generalização dos resultados obtidos. Além disso, existe um potencial

enviesamento nos inquéritos, dada a autosseleção dos respondentes e a dependência da disponibilidade dos *stakeholders* para a realização das entrevistas.

Apesar das limitações apresentadas, foi respeitada a identidade de todos os participantes, sendo que estes foram informados sobre os objetivos do estudo e com as suas autorizações, consentiram a sua participação. O anonimato foi aplicado e os dados foram devidamente protegidos e respeitados.

Em conclusão, a metodologia adotada permitiu recolher dados válidos e pertinentes tanto sobre o potencial turístico de Gondomar, como sobre a receptividade do público-alvo à proposta “Gondomar4Walk”. A escolha de utilizar a triangulação metodológica é o que reforça a robustez da análise e sustenta de forma sólida todas as opções estratégicas que são apresentados nos capítulos seguintes.

4.5 Validação e Priorização dos resultados

1. Pontuação: pedir a 8–12 *stakeholders* (Câmara, Juntas, associações, operadores turísticos) que pontuem cada item SWOT em *Impacto* (1–5) e *Probabilidade* (1–5).
2. Cálculo do risco/prioridade: multiplicar Impacto × Probabilidade para cada item; ordenar por *score*.
3. Workshop de validação: reunir *stakeholders* para rever os resultados, ajustar prioridades e co desenhar 6–8 ações prioritárias.
4. Indicadores e metas: para cada ação priorizada definir 1–3 KPI, meta (curto/médio prazo) e responsável.
5. Monitorização: avaliação pós-edição (relatório com lições aprendidas) e revisão anual do plano TOWS.

4.6 Cronograma de Execução (out. 2024 – out. 2025)

Fase 1 – Planeamento e enquadramento (outubro – dezembro 2024)

- Definição do tema e objetivos do estudo.
- Revisão da literatura (turismo de natureza, eventos, sustentabilidade).

- Análise de casos de referência (Ameixial Walking Festival, Nijmegen 4Daagse, Rota Vicentina).
- Estruturação preliminar do projeto *Gondomar4Walk*.

Fase 2 – Metodologia e instrumentos (janeiro – fevereiro 2025)

- Elaboração do questionário online e guião de entrevistas a *stakeholders*.
- Pré-teste do questionário (5 participantes) e ajustes finais.
- Validação pelo orientador.

Fase 3 – Recolha de dados (março – abril 2025)

- Lançamento e divulgação do questionário online.
- Recolha de respostas (n≈420).
- Realização de entrevistas semiestruturadas a *stakeholders* locais.

Fase 4 – Tratamento e análise (maio – junho 2025)

- Análise estatística descritiva dos inquéritos (percentagens, frequências).
- Análise de conteúdo das entrevistas.
- Triangulação com literatura e casos de referência.

Fase 5 – Discussão e proposta estratégica (julho – agosto 2025)

- Discussão dos resultados comparando inquéritos, entrevistas e literatura.
- Justificação das escolhas estratégicas (público-alvo, formato do evento, plano de comunicação).
- Elaboração da proposta final do *Gondomar4Walk*.

Fase 6 – Redação e finalização (setembro – outubro 2025)

- Redação final dos capítulos da dissertação.
- Normalização bibliográfica em normas APA (7.ª edição).
- Revisão pelo orientador e correções.

- Entrega e preparação para defesa pública.

O planeamento temporal das diferentes fases da investigação decorreu entre outubro de 2024 e outubro de 2025, conforme detalhado no Anexo C.

5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

5.1 Caracterização dos entrevistados

A fase qualitativa da investigação assentou em entrevistas semiestruturadas que foram realizadas a diferentes *stakeholders*, ligados estrategicamente ao turismo, à administração pública e ao setor associativo local. Na Tabela 4 apresenta-se o perfil detalhado dos entrevistados, permitindo compreender a diversidade e o rigor das perspetivas que foram intencionalmente incluídas no presente estudo.

Tabela 4 - Perfil dos entrevistados

Código	Idade	Cargo/Área de Atuação	Experiência na área
E1	45	Turismo / Gestão Cultural	10 anos
E2	38	Associação Comunitária	8 anos
E3	50	Câmara Municipal / Planeamento	15 anos
E4	42	Turismo de Aventura / Eventos	12 anos
E5	35	Gestão Ambiental	7 anos
E6	48	Coletividade Local	20 anos
E7	40	Planeamento Urbano	14 anos
E8	37	Promoção Turística	9 anos
E9	46	Sustentabilidade / ONG	13 anos
E10	41	Cultura / Património	11 anos

Fonte: Elaboração própria

5.2 Resultados das Entrevistas aos *Stakeholders*

De forma a garantir o rigor na interpretação, as entrevistas foram transcritas na íntegra. A análise do material discursivo foi, então, efetuada de acordo com o método de análise temática de Bardin (2011). Este processo de organização e categorização dos dados, essencial para extrair as perspetivas dos *stakeholders*, envolveu as seguintes três fases:

1. Pré-análise: leitura flutuante das transcrições;
2. Exploração do material: codificação semântica das unidades de registo;

3. Tratamento dos resultados e interpretação: agrupamento das codificações em categorias temáticas recorrentes.

Esta abordagem permitiu identificar quatro grandes categorias temáticas, que se apresentam a seguir, com citações ilustrativas que representam o discurso dos entrevistados (identificados por códigos E1 a E10).

a) Potencial Turístico de Gondomar

É consensual entre os entrevistados o elevado potencial natural, paisagístico e cultural de Gondomar para o desenvolvimento de turismo de aventura e de natureza. A riqueza do concelho não se limita à frente ribeirinha e às serras. Foram também frequentemente mencionados os recursos culturais identitários, como a mundialmente reconhecida filigrana, o valioso património mineiro desativado e, crucialmente, a proximidade estratégica ao Porto. Esta articulação de recursos facilita enormemente a atração de visitantes, tanto a nível nacional como internacional.

"Temos uma frente ribeirinha belíssima, serras e património cultural que poucos conhecem, mas que têm muito valor turístico" (E3).

"O território tem condições únicas para caminhadas organizadas, falta é visibilidade e planeamento" (E7).

"A filigrana é um ícone que pode ser trabalhado como elemento de storytelling nos percursos." (E1).

"A paisagem natural e o contacto com o Douro são os grandes trunfos de Gondomar." (E10).

b) Barreiras Estruturais

As limitações estruturais foram amplamente referidas e incluem, sinalização insuficiente dos trilhos e percursos; falta de manutenção regular, o que leva à degradação e insegurança em alguns troços; promoção deficiente e escassa divulgação digital; desarticulação institucional entre entidades públicas e privadas; carência de financiamento e de recursos humanos especializados em turismo ativo.

"Há percursos muito interessantes, mas mal sinalizados e sem manutenção regular" (E5).

"Falta uma estratégia de promoção consistente e uma entidade que agregue esforços" (E8).

"A informação online é dispersa, o visitante não sabe por onde começar." (E2).

"Temos muitos atores a trabalhar isoladamente; falta coordenação." (E9).

c) Interesse no Projeto "Gondomar4Walk"

A proposta do evento "Gondomar4Walk" foi muito bem acolhida por todos os entrevistados, que a consideram uma iniciativa inovadora e adequada à realidade local. Estes destacaram de forma particular a originalidade do conceito, a viabilidade logística e a capacidade de mobilização comunitária do evento.

"Temos tudo para fazer algo como a 4Daagse, à nossa escala, com identidade local e envolvimento da comunidade" (E4).

"A proposta é inovadora e responde ao que os visitantes procuram hoje: natureza, saúde e autenticidade" (E2).

"Pode ser uma excelente oportunidade para afirmar Gondomar como destino ativo e saudável." (E5)

"Se for bem comunicado, tem potencial para crescer de forma sustentável." (E7)

d) Sustentabilidade e Envolvimento Comunitário

A sustentabilidade foi, sem dúvida, um dos temas prioritários nas entrevistas. Os *stakeholders* sublinharam que o evento deve obrigatoriamente gerar uma sustentabilidade tripla: benefícios ambientais, sociais e económicos. Para que tal se concretize, foram apontadas estratégias essenciais para um modelo participativo, incluindo o envolvimento das coletividades, a valorização de produtos endógenos e a articulação com associações desportivas e ambientais. A necessidade de assegurar um retorno direto para as comunidades locais foi repetidamente salientada como fator de sucesso.

"O envolvimento das coletividades é essencial, não podemos fazer turismo sem os habitantes" (E6).

"A sustentabilidade não pode ser só ambiental, tem de ser social e económica também" (E9).

“As associações locais podem ser as embaixadoras do projeto, garantindo autenticidade.” (E3).

“O evento deve deixar valor aqui, não apenas atrair visitantes de fora.” (E10).

Tabela 5 - Conclusões das Entrevistas

Tema	Subtemas Principais	Evidências / Citações	Interpretação / Implicações	Recomendações Práticas
Potencial Turístico	Recursos naturais e culturais; Filigrana; Património mineiro; Proximidade ao Porto	“Temos uma frente ribeirinha belíssima...” (E3); “A filigrana é um ícone...” (E1)	Gondomar tem condições singulares para turismo ativo e cultural; falta integração e promoção estratégica.	Mapear percursos; criar roteiros temáticos; usar filigrana e património como <i>storytelling</i> .
Barreiras Estruturais	Sinalização; Manutenção; Promoção; Coordenação; Financiamento	“Percursos mal sinalizados...” (E5); “Falta coordenação entre entidades.” (E9)	Problemas operacionais que comprometem a experiência do visitante.	Plano de sinalética e manutenção; criação de entidade coordenadora; captação de fundos.
Interesse no Projeto	Aceitação geral; Formato piloto 2–3 dias; Público regional; Identidade local	“Temos tudo para fazer algo como a 4Daagse...” (E4)	Entusiasmo e perceção de viabilidade; potencial de <i>branding territorial</i> .	Testar evento-piloto; diversificar níveis de percurso; comunicar identidade local.
Sustentabilidade e Comunidade	Ambiental, social e económica; Participação associativa; Benefícios locais	“O envolvimento das coletividades é essencial...” (E6)	Sustentabilidade percebida como tripla (ambiental-social-económica).	Protocolos com coletividades; capacitação local; modelo de partilha de benefícios.

Fonte: Elaboração própria

Em última análise, esta investigação concretizou o seu objetivo, permitindo obter uma compreensão integrada tanto do potencial turístico de Gondomar como das condições estruturais, sociais e institucionais que são indispensáveis para a implementação sustentável do projeto “Gondomar4Walk”. A estratégia de utilizar a combinação de métodos qualitativos e quantitativos provou ser a mais acertada. Revelou-se uma convergência altamente consistente entre as percepções dos *stakeholders* e o perfil dos potenciais participantes, o que valida empiricamente a pertinência e a viabilidade da proposta.

Os resultados obtidos são claros e mostram que Gondomar possui recursos naturais, culturais e identitários de grande valor turístico, e o mais importante é que há um público urbano e ativo claramente predisposto a aderir a experiências de turismo de natureza e bem-estar. Contudo, o estudo foi transparente ao evidenciar as fragilidades estruturais que exigem planeamento estratégico imediato: a insuficiente sinalização e manutenção dos trilhos e, crucialmente, a falta de articulação entre as entidades locais.

O trabalho contribui, assim, para o avanço do conhecimento científico no domínio do turismo sustentável, ao propor um modelo de evento de caminhada inovador, ancorado nos princípios da sustentabilidade tripla (ambiental, social e económica) e da governança participativa. Simultaneamente, oferecemos um conjunto de recomendações práticas e acionáveis que servem de guia para o município de Gondomar e para outros territórios que ambicionem desenvolver produtos turísticos de natureza com base comunitária.

Por fim, é inevitável reconhecer que existem fatores externos que não foram aqui analisados em profundidade como as condições meteorológicas, as dinâmicas políticas locais e o acesso a financiamento público e que podem influenciar a concretização do projeto. Contudo, apesar destas limitações, o estudo mantém uma robustez interpretativa inegável. Como nos lembram Creswell e Plano Clark (2017), a triangulação metodológica é a forma mais eficaz de mitigar as fraquezas de cada abordagem individual. Concluímos, pois, que as restrições identificadas não comprometem a relevância científica nem a utilidade prática das propostas.

5.3 Resultados do Inquérito a Potenciais Participantes

Perfil dos Respondentes

A amostra do inquérito foi composta por 420 participantes, com características sociodemográficas diversificadas, conforme apresentado nas tabelas e gráficos seguintes.

a) Género

Tabela 6 - Frequência de género

Género	Frequência	Percentagem
Feminino	227	54.1%
Masculino	193	45.9%

Fonte: Elaboração própria

Observa-se uma ligeira e sustentada predominância do género feminino (54.1%). Esta tendência é consistente com estudos de mercado que apontam para uma maior participação de mulheres em atividades de caminhada e turismo de natureza, e agora validada por uma amostra robusta de n=420.

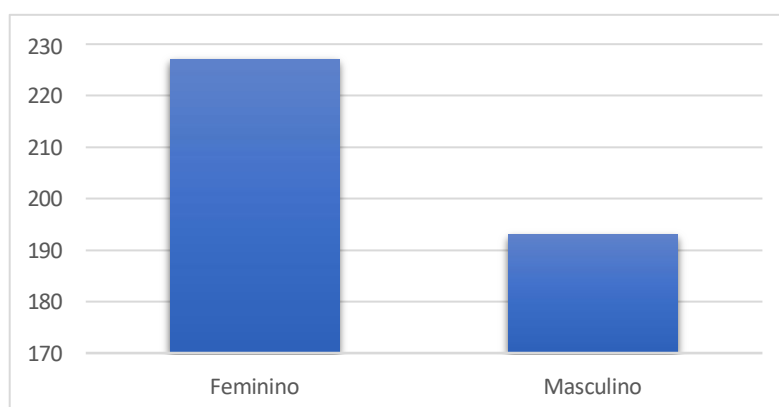


Figura 3 - Distribuição por representação de género

b) Faixa Etária

Tabela 7 - Frequência por faixa etária

Faixa Etária	Frequência	Porcentagem
18–25 anos	56	13.4%
26–35 anos	129	30.6%
36–45 anos	131	31.2%
46–55 anos	75	17.8%
>55 anos	29	7%

Fonte: Elaboração própria

A análise reforçada pela amostra de verifica uma concentração significativa de respondentes nas faixas etárias ativas, entre 26 e 45 anos (totalizando 61.8%) (cf. Tabela 7 e Figura 3). Este dado é crucial, pois esta é a faixa etária mais propensa à prática regular de lazer ativo e com maior poder de compra para pacotes turísticos temáticos.

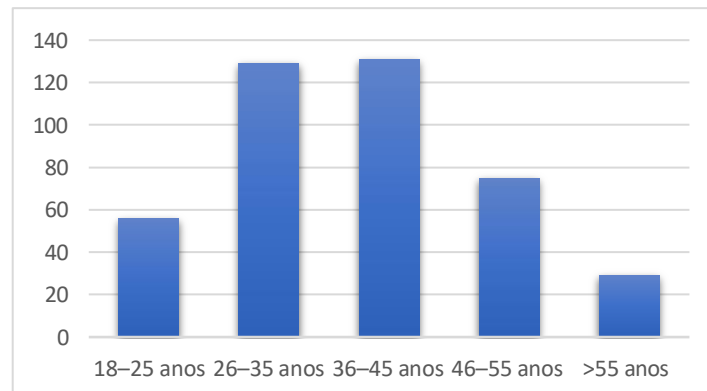


Figura 4 - Distribuição por faixa etária dos respondentes

c) Nível de Escolaridade dos respondentes

Tabela 8 - Frequência de nível de escolaridade

Escolaridade	Frequência	Porcentagem
Ensino básico	21	5.1%
Ensino secundário	96	22.9%
Ensino superior	303	72%

Fonte: Elaboração própria

A amostra confirmada em n=420 revela um elevado nível de instrução (72% com Ensino Superior). Este perfil não só sugere maior literacia ambiental, como também se alinha com o público-alvo de turismo de experiência e aventura, reforçando a adequação do produto "Gondomar4Walk".

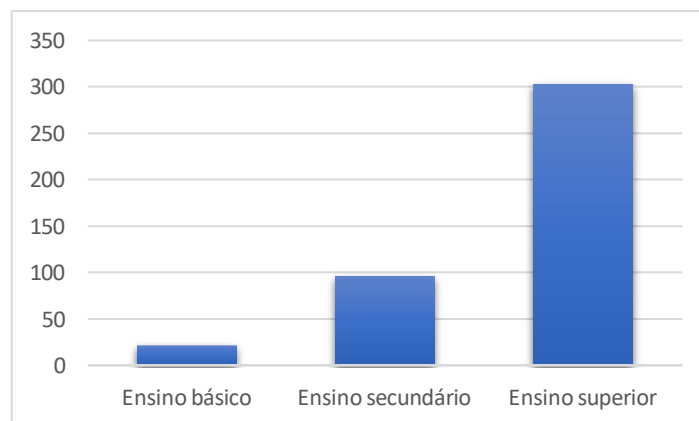


Figura 5 - Distribuição por escolaridade dos respondentes

d) Local de Residência

Tabela 9 - Frequência do local de residência

Local	Frequência	Porcentagem
Área Metropolitana do Porto	171	40.8%
Norte (fora AMP)	129	30.6%
Centro	72	17.2%
Sul / Ilhas	48	11.4%

Fonte: Elaboração própria

O inquérito demonstra que a origem regional próxima continua a predominar (71.4% da região Norte). A robustez da amostra de n=420 reforça o potencial do evento "Gondomar4Walk" para captar de forma prioritária e eficaz os públicos de curta e média distância.

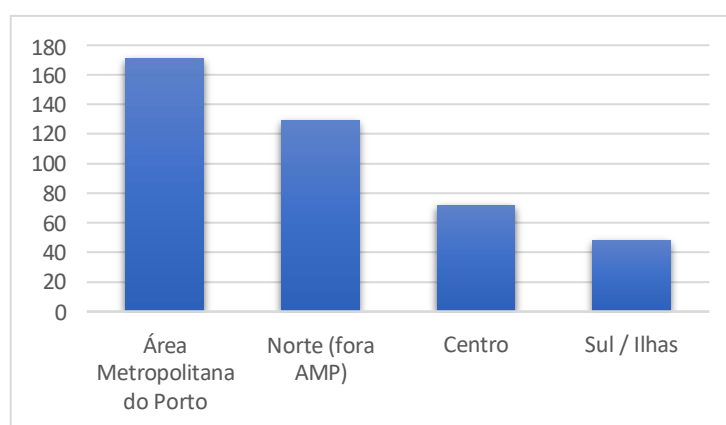


Figura 6 - Distribuição por residência dos respondentes

e) Ocupação Profissional

Tabela 10 - Frequência de ocupação profissional

Ocupação	Frequência	Porcentagem
Trabalhador por conta de outrem	193	45.9%
Trabalhador independente	56	13.4%
Estudante	67	15.9%
Desempregado / reformado	51	12.1%
Outros	53	12.7%

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos respondentes (59.3%) encontra-se empregada (por conta de outrem ou independente), como está retratado na Figura 6. Esta prevalência sugere uma potencial disponibilidade limitada de tempo, mas com capacidade financeira, o que valida o formato de curta duração (2 a 4 dias) proposto para o "Gondomar4Walk".

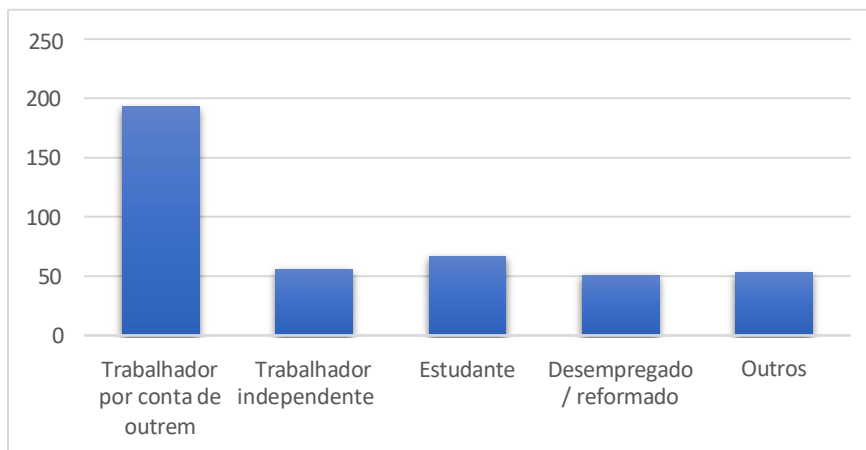


Figura 7 - Distribuição por ocupação dos respondentes

f) Frequência de Caminhadas / Atividades Outdoor

Tabela 11 - Frequência de Caminhadas

Frequência	Frequência Absoluta	Porcentagem
1x por semana	99	23.6%
2-3x por semana	150	35.7%
Ocasionalmente	123	29.3%
Raramente / nunca	48	11.4%

Fonte: Elaboração própria

O resultado por n=420 mostra que a prática regular ou frequente de caminhada e atividades *outdoor* atinge 59.3% dos inquiridos (2-3 vezes por semana e 1 vez por semana), como é visível na Figura 7. Esta forte afinidade do público-alvo com o conceito de turismo ativo reforça de forma inequívoca a adequação do formato e do produto "Gondomar4Walk".

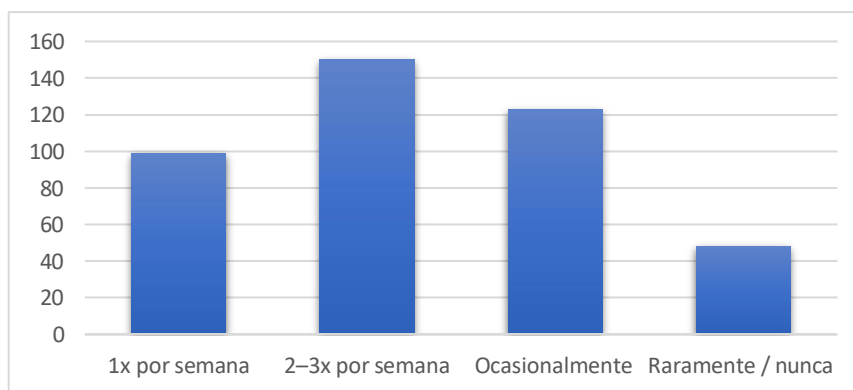


Figura 8 - Distribuição por frequência de caminhada dos respondentes

Este perfil sugere um público com maior literacia ambiental e predisposição para atividades ao ar livre, algo que é corroborado na literatura no trabalho de (Pomfret & Bramwell, 2016), que sugere que indivíduos com maior nível de escolaridade e familiaridade com temáticas ambientais tendem a valorizar experiências ao ar livre, turismo de aventura e eventos sustentáveis, alinhando-se com o conceito do "Gondomar4Walk".

Os resultados indicam uma forte receptividade ao projeto, sendo que o inquérito revela uma forte receptividade ao projeto, com 88% dos respondentes a demonstrarem interesse em participar em eventos de caminhadas temáticas em Gondomar, e 66% dão preferência a eventos com uma duração de 2 a 4 dias.

As principais motivações dos respondentes estão presentes na Figura 8, sendo que a maioria mostrar mais motivação pelo contacto com a natureza e também dão prioridade a sua saúde e bem-estar recorrendo à atividade física para tal.

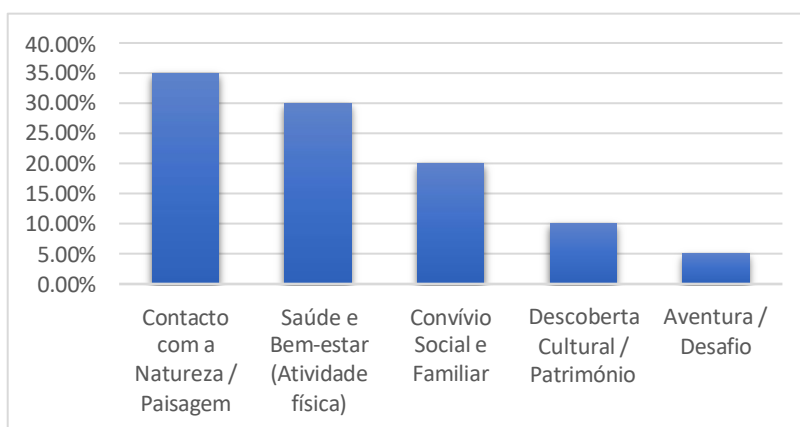


Figura 9 - As principais motivações dos respondentes

Por fim, a nível financeiro, podemos reparar na Figura 9, que a maioria das pessoas tem uma capacidade média-baixa, tendo uma disponibilidade financeira para gastar entre os 50 euros e os 150 euros, resultado 75%.

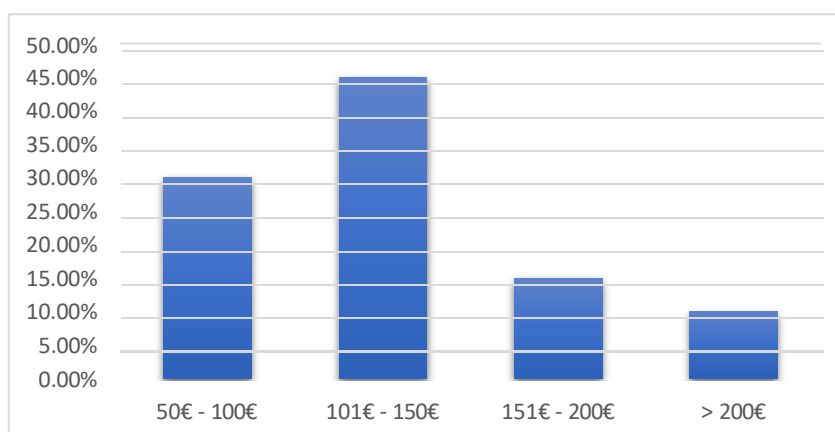


Figura 10 - Disponibilidade financeira dos respondentes

6. PROPOSTA DE INTERVENÇÃO: GONDOMAR4WALK

6.1 Conceito e Estrutura

O “Gondomar4Walk” é um evento que vai decorrer ao longo de 4 dias seguidos, em que os participantes têm um trilho diferente por cada dia a completar no concelho de Gondomar. Cada dia tem uma temática diferente, uma distância diferente e um local diferente (Tabela 12).

Objetivos principais:

- Valorizar os recursos naturais e culturais de Gondomar;
- Promover a prática de atividade física e estilos de vida saudáveis;
- Fomentar o turismo sustentável e de proximidade;
- Envolver a comunidade local e os seus agentes económicos.

Tabela 12 - Estrutura

Dia	Percurso	Temática	Distância	Localização Principal
1	Caminho das Margens do Douro	Cultura ribeirinha	20.7 km	Gondomar (centro), Valbom, São Cosme, Foz do Sousa
2	Caminho da Filigrana	Artesanato e identidade local	14.6 km	Gondomar (centro), Valbom, Jovim
3	Circuito Moinhos de Jancido – Covelo	Natureza e biodiversidade	20.1 km	Foz do Sousa, Covelo, Midões
4	Circuito do Património Mineiro	Memória industrial e paisagismo	19.6 km	Gondomar (Centro), São Pedro da Cova, Valongo, Fânzeres

Fonte: Elaboração própria

Itinerário: Os 4 dias de caminhada

Dia 1 – Caminho das Margens do Douro (20.7 km)

Temática: Cultura Ribeirinha e Paisagem

Localizações principais: Valbom, São Cosme, Foz do Sousa (Figura 10)

- Partida: Largo do Souto – Centro de Gondomar com uma cerimónia inaugural
- Ponto 1: Zona Gramido/Freixo à beira Douro
- Ponto 2: Capela da Senhora da Neves – paragem cultural e momento de silêncio/reflexão
- Ponto 3: Zona ribeirinha de Zebreiros – pontos de observação da fauna aquática e zona de descanso
- Chegada: Largo do Souto

Experiência: Percurso acessível e cénico, ideal para todos os públicos. Envolve património religioso, artístico e paisagístico.

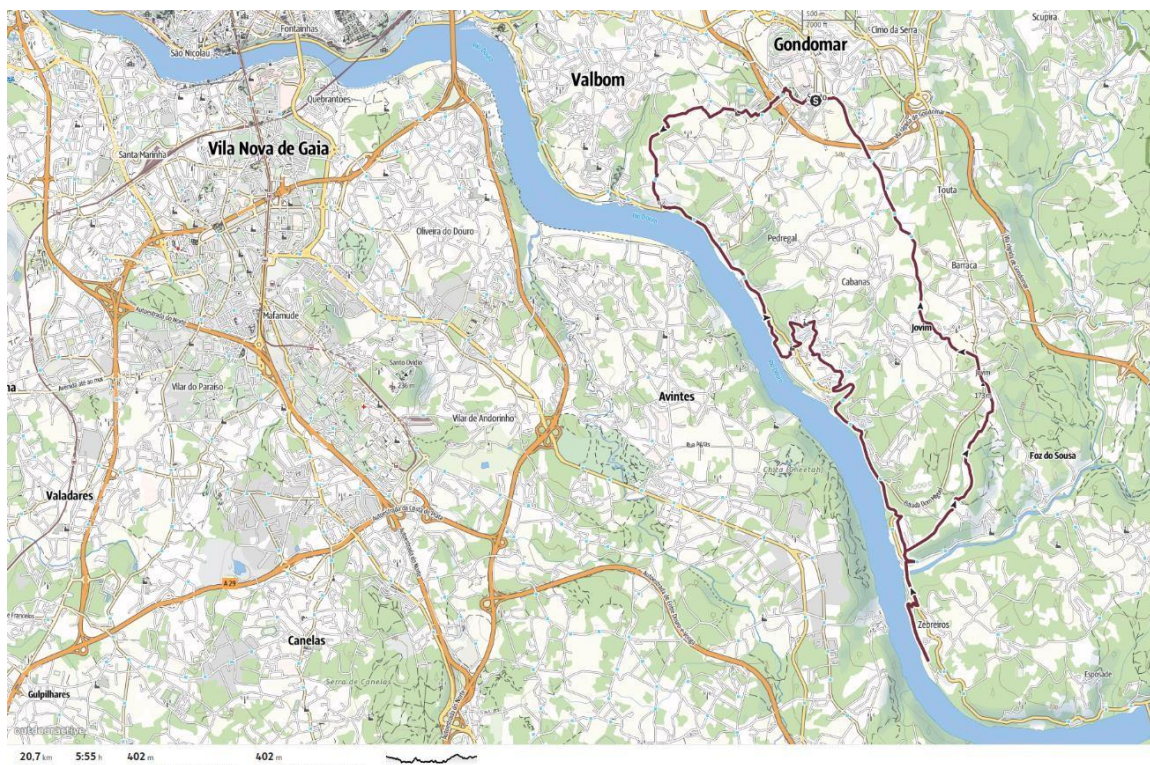


Figura 11 - Mapa do Caminho das Margens do Douro

Dia 3 – Circuito Moinhos de Jancido – Covelo (20.1 km)

Temática: Natureza e Biodiversidade

Localizações principais: Foz do Sousa, Covelo, Midões (Figura 12)

- Partida: Início do trilho dos Moinhos de Jancido, junto ao Estádio da União Desportiva Sousense
- Ponto 1: Áreas de carvalho autóctone – sensibilização ambiental com apoio de guias especializados
- Ponto 2: Zona dos Moinhos de Jancido e Cascatas – Interpretação do património, história das levadas, importância cultural da recuperação comunitária e momento fotográfico nas cascatas
- Ponto 3: Miradouro Natural do Vale do Sousa: Pausa panorâmica com explicação geológica e paisagística + pequena prova de produtos locais energéticos (frutos secos / barritas artesanais)
- Chegada: Freguesia de Covelo – ponto de convívio com animação musical e produtos locais

Experiência: Caminhada de nível difícil, com contacto intenso com a natureza. Piquete ambiental e postos de interpretação de flora e fauna.

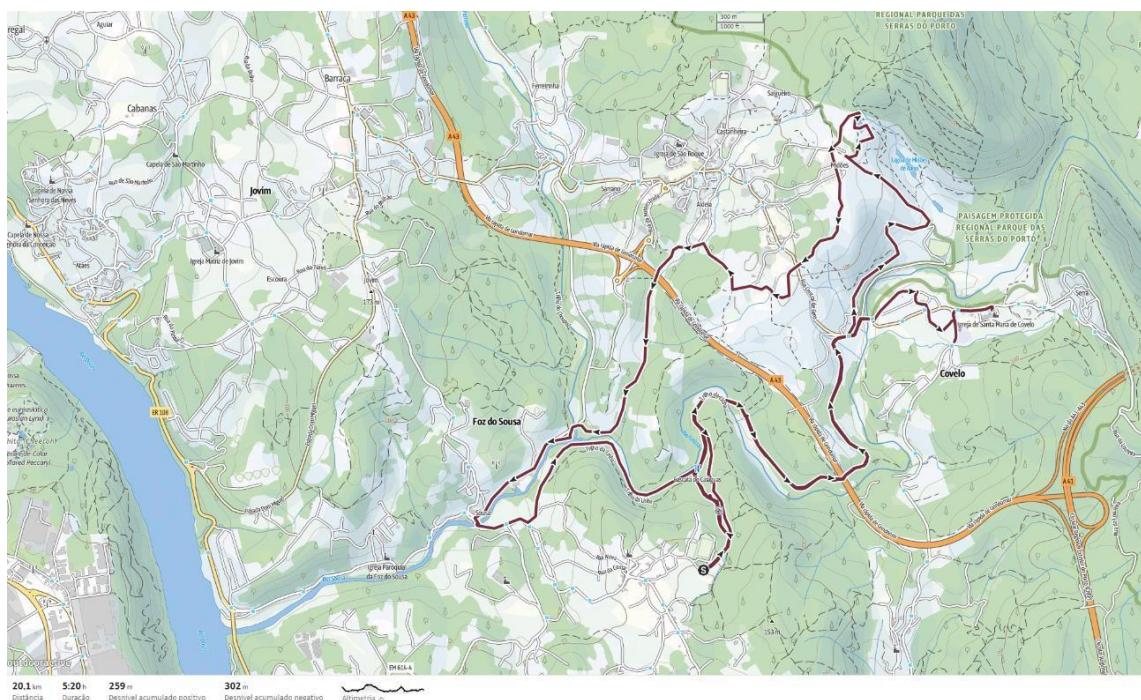


Figura 13 - Mapa do Caminho dos Moinhos de Jancido – Covelo

Dia 4 – Circuito do Património Mineiro (19.6 km)

Temática: Memória Industrial e Paisagem Humanizada

Localizações principais: Gondomar (Centro), São Pedro da Cova, Valongo, Fânzeres

(Figura 13)

- Partida: Largo do Souto – Centro de Gondomar
- Ponto 1: Museu Mineiro de São Pedro da Cova – contextualização histórica
- Ponto 2: Trono Romano do Miradouro de Santa Justa
- Ponto 3: Complexo de minas – visitas encenadas com figurantes e conteúdos educativos
- Chegada: Largo do Souto/ Igreja Matriz de Gondomar onde será realizada uma cerimónia de encerramento, juntamente com a entrega de certificados, com uma festa onde estarão barras de comércio e gastronómicas, mas também música.

Experiência: Percurso com simbolismo identitário, reforçando a ligação entre território, memória e futuro.



Figura 14 - Mapa do Caminho do Património Mineiro

Cada caminho do "Gondomar4Walk" oferece aos participantes uma imersão temática distinta, proporcionando uma leitura multifacetada do território. O planeamento dos itinerários valoriza a diversidade geográfica e cultural de Gondomar, promovendo uma experiência equilibrada entre desafio físico, descoberta e pertença.

O evento terá uma forte aposta na logística digital. O itinerário detalhado será disponibilizado em versão física e digital, mas com recursos inovadores: mapas, códigos QR e uma aplicação interativa dedicada que guiará os participantes ao longo dos quatro dias, garantindo segurança e uma interpretação rica dos percursos.

6.2 Organização e Logística

No que se refere à logística e à operacionalização deverá ser considerado os seguintes aspetos:

- Pontos de apoio: postos de hidratação, assistência médica, sinalização ecológica, zonas de descanso e controlo de passagem.
- Guias e voluntários: recrutamento local com formação em primeiros socorros, interpretação ambiental e gestão de grupos.
- Transporte e acessibilidade: parcerias com a rede de transportes locais e circuitos de *transfer* para os pontos de partida/chegada.
- Material de participante: t-shirt oficial, mapa com QR codes, passaporte de registo diário e certificado final.

6.3 Envolvimento da Comunidade Local

A literatura sobre turismo sustentável e de natureza destaca que o envolvimento das comunidades locais é um dos fatores mais determinantes para o sucesso e continuidade dos projetos turísticos (Bramwell & Lane, 2019; Carvalho & Costa, 2022). No caso do "Gondomar4Walk", tanto as entrevistas realizadas a entidades locais como os resultados do inquérito aos potenciais participantes confirmaram o interesse e a disponibilidade da população em colaborar no desenvolvimento de iniciativas deste tipo. Estes dados reforçam a importância de criar mecanismos de participação ativa e de valorização do património humano e cultural do território.

Com base nestes contributos, definiram-se as seguintes ações de envolvimento comunitário:

- Participação ativa de associações culturais, desportivas e ambientais na animação dos percursos;
- Oferta de produtos regionais ao longo dos trilhos (gastronomia, artesanato, souvenirs);
- Sessões de cocriação com a população e escolas locais (nomeação dos trilhos, histórias locais).

A proposta do “Gondomar4Walk” emerge assim como uma solução prática, realista e inovadora para consolidar uma oferta de turismo de aventura sustentável em Gondomar. O formato adaptado à escala local, a inspiração em boas práticas internacionais e o envolvimento comunitário são elementos-chave para o sucesso da sua implementação, detalhado nos próximos capítulos dedicados à análise de viabilidade e aos casos de benchmarking.

6.4 Modelos de Gestão e Governança do Evento

A sustentabilidade organizacional de um evento turístico como o “Gondomar4Walk” é totalmente dependente de uma estrutura de gestão que seja eficaz, participada e adaptável. Por esta razão, este capítulo dedica-se a explorar modelos de governação que se adequem ao evento, identificando as entidades-chave, propondo mecanismos de coordenação e definindo as formas de garantir a sua continuidade e a qualidade a longo prazo.

Da premissa de que a governação eficaz no turismo deve seguir princípios sólidos, conforme defendido por Bramwell e Lane (2011). Estes autores sublinham que a base conceptual deve assentar na transparência e responsabilização, na participação alargada dos *stakeholders*, num planeamento estratégico de longo prazo e numa articulação clara entre os diferentes níveis de poder. Igualmente essencial é a avaliação contínua, que permite uma gestão adaptativa. Estes princípios serão o alicerce para a definição do modelo de governação que proponho para o evento.

Para garantir o sucesso operacional, é vital criar um grupo de coordenação do “Gondomar4Walk” que reúna os principais atores locais. A sua composição deverá ser abrangente, de modo a integrar a Câmara Municipal de Gondomar e as juntas de

freguesia abrangidas pelos percursos. Deve incluir também uma associação de desenvolvimento local ou entidade gestora do turismo, bem como representantes das associações culturais e ambientais parceiras. A segurança e o apoio logístico serão assegurados pela inclusão de elemento da Proteção Civil, PSP/GNR e serviços de saúde, complementados por técnicos e voluntários experientes. A missão principal deste grupo será definir estratégias, assegurar a operacionalização do evento, gerir os recursos humanos e materiais e proceder à monitorização regular dos resultados.

A principal recomendação estratégica, a medio prazo, é a criação de uma associação promotora do “Gondomar4Walk”, dotada de autonomia jurídica e de estatutos próprios. Permite assim, formalizar parcerias e captar financiamento externo de forma mais eficaz, gerir recursos humanos e materiais de modo autónomo e garantir a realização de edições anuais com um planeamento multianual consistente. Além disso, facilita a implementação de políticas estruturadas de voluntariado e de formação continua.

A sustentabilidade financeira do evento deve assentar num modelo de financiamento diversificado para mitigar riscos e garantir resiliência. Sugere-se a combinação de cofinanciamento publico com apoios municipais, regionais e nacionais; apoio empresarial através de patrocínios de empresas locais e nacionais; receitas próprias com inscrições, *merchandising* e serviços complementares; fundos externos com a participação ativa em projetos europeus no âmbito do turismo.

Além da gestão e do financiamento, é muito essencial que seja garantida a participação cívica e o envolvimento ativo da comunidade. Para tal acontecer, é importante colocar instrumentos à prova, como fóruns comunitários anuais onde se possa recolher propostas da população; sessões de co-construção com o envolvimento de escolas; programas de voluntariado e voto participativo para a escolha das temáticas ou possíveis futuros percursos.

A qualidade e credibilidade do evento exigem um reforço através da certificação externa. Para que isso seja possível, é necessária uma candidatura ao selo “*Clean & Safe*” do Turismo de Portugal; a adoção de normas internacionais de gestão ambiental, como a ISSO 14001 e o sistema europeu EMAS; uma certificação para garantir um evento

acessível em parecia com o Instituto Nacional para a Reabilitação (INR); e por fim, a integração na Rede Portuguesa de Turismo Sustentável (Turismo de Portugal, 2022).

Neste contexto, o modelo de gestão proposto, exige estruturas formais, mas flexíveis, capazes de responder eficazmente aos desafios logísticos, sociais e ambientais inerentes a um evento desta dimensão. A criação de uma entidade promotora específica, aliada ao envolvimento ativo da comunidade e à adoção de boas praticas de governação e certificação, tem o potencial de transformar este evento numa referência nacional no turismo de aventura.

6.5 Viabilidade operacional e financeira

Mediante as propostas anteriores, é preciso ter uma estimativa dos custos e receitas, como também serem identificadas as fontes de financiamento, calendarizar as etapas de implementação e analisar os riscos associados à sua realização. Deste modo, foi elaborado um cronograma de implementação (Tabela 13), onde estão apresentados etapas e prazos para a organização do evento. Além disso também foram estimados os custos para a primeira edição (Tabela 14), idealizando um período de 3 meses de operação.

Tabela 13 - Etapas e prazos para organização do evento

Etapa	Entidade Responsável	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5
Constituição da equipa técnica	CM Gondomar + parceiros locais	X				
Validação e marcação dos percursos	Técnicos ambientais e culturais		X	X		
Capacitação dos voluntários e guias	Associações e IPSS locais		X	X		
Produção de materiais promocionais	Agência de comunicação			X	X	
Campanha de comunicação e inscrições	Equipa de comunicação			X	X	
Realização do evento-piloto	Organização + stakeholders				X	
Avaliação e relatório de execução	Equipa de coordenação					X

Fonte: Elaboração própria

Tabela 14 - Estimativa orçamental para a primeira edição (3 meses de operação)

Categoria	Valor Estimado (€)
Recursos humanos (coordenação, guias)	12000
Equipamento e materiais (kits, sinalética)	6000
Comunicação e promoção	5000
Logística (transportes, seguros, apoio)	4000
Alojamento e alimentação dos voluntários	3000
Reserva para imprevistos (10%)	3000
Total estimado	33000

Fonte: Elaboração própria

A estimativa orçamental que apresentada é o resultado de uma combinação de fatores rigorosa, onde foram usados valores de referência de mercado, dados de eventos de natureza semelhantes e informações obtidas em contactos preliminares com fornecedores locais. O montante destinado a recursos humanos (12000€) prevê a remuneração da pequena equipa de coordenação e dos guias especializados durante os três meses cruciais de preparação e execução. Os custos de equipamento e materiais (6000€) incluem a produção de *kits* para os participantes, a aquisição de sinalética temporária e outros suportes logísticos básicos. A rubrica de comunicação e promoção (5000€) baseia-se em orçamentos médios para campanhas digitais, materiais gráficos essenciais e assessoria de imprensa. A componente logística (4000€) abrange transportes, seguros e serviços de apoio. Além disso, o valor reservado para alojamento e alimentação dos voluntários (3000€) reflete os custos estimados de estadia e refeições. Finalmente, e para garantir a necessária flexibilidade financeira, incluímos uma reserva de 10% para Imprevistos (3000€), fundamental para cobrir variações de preços ou necessidades operacionais inesperadas.

A projeção das receitas baseia-se em três pilares: a procura potencial, as referências de mercado e os apoios institucionais, e surge do concretizar da meta de 500 participantes e de uma taxa de inscrição média de 50€:

- Total previsto: $500 \times 50€ = 25000€$

- Apoios institucionais e patrocínios (estimado): 10000€
 - Receita total prevista: 35000€
 - Margem operacional: 2000€ (a reinvestir na próxima edição)
- Participantes e taxa de inscrição – O valor de 500 participantes resulta da triangulação entre os dados do inquérito (88% de interesse, 66% preferem eventos de 2–4 dias), a capacidade logística do concelho e o *benchmarking* com festivais similares. A taxa de inscrição média de 50€ foi definida para garantir acessibilidade ao público identificado, tendo em conta a disponibilidade financeira reportada (maioritariamente média-baixa), e inclui custos diretos de kits, seguros e serviços básicos.
 - Patrocínios e apoios institucionais – A previsão de 10000€ apoia-se na prática habitual de eventos regionais comparáveis e na predisposição demonstrada por *stakeholders* locais. A Câmara Municipal de Gondomar já assegura suporte logístico e institucional, ao passo que programas nacionais e europeus de incentivo ao turismo ativo (ex.: Turismo de Portugal, Norte 2030) constituem fontes prováveis de financiamento.
 - Margem operacional – A estimativa de 2000€ de saldo positivo foi definida de forma conservadora, permitindo reinvestimento em edições futuras, consolidando a sustentabilidade financeira do evento.

Desta forma, a combinação entre receitas próprias e apoios externos garante equilíbrio financeiro à primeira edição, mitigando riscos de dependência exclusiva de inscrições, sendo que as fontes de financiamento são importantes e entre elas posso enumerar o apoio logístico, institucional e promocional da Câmara Municipal de Gondomar; o apoio de parcerias com empresas locais com equipamento, alimentação e brindes; com a candidatura a linhas de apoio promocional como o Turismo de Portugal / Norte 2030; e além das inscrições as vendas de *merchandising* e pacotes turísticos complementares.

A realização de um evento turístico desta natureza implica lidar com incertezas que podem comprometer a sua execução ou impacto. A identificação dos riscos mais prováveis resulta da análise de experiências anteriores em eventos de caminhada (Getz,

2008; UNWTO, 2018), bem como de discussões preliminares com *stakeholders* locais. Estes riscos foram classificados segundo a sua probabilidade e impacto, sendo posteriormente associadas estratégias de mitigação adequadas, como se pode reparar na Tabela 15.

Tabela 15 - Matriz de risco simplificada

Risco	Probabilidade	Impacto	Estratégia de Mitigação
Aderência inferior à esperada	Média	Alto	Campanha intensiva, <i>early bird</i> , parcerias
Condições meteorológicas adversas	Alta	Médio	Plano B com percursos indoor ou reduzidos
Desistência de patrocinadores	Baixa	Alto	Acordos formais e reserva orçamental
Incidentes de segurança nas caminhadas	Baixa	Alto	Seguro, formação e protocolos operacionais

Fonte: Elaboração própria

É fundamental definir um plano de contingência para aumentar a resiliência organizacional do evento e reduzir potenciais impactos negativos. É prioridade garantir um plano de resposta robusto para cenários adversos desde condições climatéricas desfavoráveis a questões de segurança ou de financiamento. Isto é o que irá transmitir confiança aos participantes, parceiros e entidades envolvidas, assegurando a continuidade e a credibilidade do *Gondomar4Walk*.

Indicadores Chave de Desempenho (KPIs)

Para monitorizar o sucesso e a qualidade, utilizaremos os seguintes Indicadores de Desempenho (KPIs):

- Participação efetiva: O número final de caminhantes.
- Grau de satisfação: Determinado através de um inquérito pós-evento.
- Impacto Económico: O volume de receitas diretas e indiretas geradas localmente.

- **Envolvimento Comunitário:** O número total de entidades e associações envolvidas.
- **Avaliação Ambiental:** A aferição da pegada ecológica do evento.

A análise efetuada permite-nos afirmar que o evento "Gondomar4Walk" é logisticamente exequível e financeiramente sustentável à escala local, apresentando um potencial de crescimento gradual e sustentado. A presença de parceiros estratégicos e a forte capacidade de mobilização do território reforçam a confiança na concretização do projeto. É a implementação rigorosa dos mecanismos de mitigação de riscos e a monitorização contínua dos indicadores de avaliação que irão garantir a qualidade e a longevidade da iniciativa.

6.6 Plano de Promoção e Comunicação

A comunicação estratégica é o motor para o sucesso de qualquer evento turístico, particularmente nas suas fases iniciais de implementação. O desafio não é só informar, é criar *engagement*, por isso, é necessário definir o plano de promoção e comunicação do "Gondomar4Walk". O objetivo é repartido em 3 partes: atrair participantes de forma eficaz, garantir um envolvimento genuíno da comunidade local e afirmar o evento no panorama do turismo de aventura nacional.

Objetivos da Comunicação

- Promover o evento junto do público-alvo identificado;
- Reforçar a imagem de Gondomar como destino de turismo ativo;
- Divulgar os valores do projeto (sustentabilidade, saúde, cultura);
- Envolver ativamente a população local e os parceiros institucionais.

Público-Alvo

- Caminhantes e praticantes de turismo de natureza (nacionais e estrangeiros);
- Famílias, seniores e jovens ativos da Área Metropolitana do Porto;
- Associações culturais, desportivas e escolares locais;
- Operadores turísticos e entidades do setor.

A definição do público-alvo assenta em evidências recolhidas na fase empírica (cap. 5) e no enquadramento teórico.

- Caminhantes e praticantes de turismo de natureza (nacionais e estrangeiros) – Este segmento é constituído por indivíduos que já estão familiarizados com atividades de pedestrianismo. A investigação revelou um dado crucial que 74.5% dos respondentes já tinham participado em caminhadas organizadas. Esta alta percentagem não só atesta a sua experiência como indica uma clara predisposição para aderir a novas iniciativas. Deste modo, o evento posiciona-se num segmento consolidado de turismo ativo, o que nos confere um potencial imediato de captação. É estratégico, a partir desta base, trabalhar também na atração de praticantes estrangeiros interessados em explorar destinos emergentes.
- Famílias, seniores e jovens ativos da Área Metropolitana do Porto – A proximidade geográfica constitui fator crítico, dado que 65% dos inquiridos residem na AMP. A diversidade etária justifica-se pelo formato acessível dos trilhos (15–20 km), que permite a participação tanto de jovens quanto de famílias e seniores, em consonância com as tendências de turismo de proximidade e de lazer saudável.
- Associações culturais, desportivas e escolares locais – Estas entidades são cruciais, pois funcionam como multiplicadores diretos da mobilização comunitária. Ao garantir o seu envolvimento, não só se reforça o sentimento de pertença da população, como se assegura a sustentabilidade social do evento. Esta estratégia está perfeitamente alinhada tanto com a literatura sobre turismo participativo como com a visão dos *stakeholders* locais, que defendem uma gestão de base comunitária.
- Operadores turísticos e entidades do setor – A integração destes atores do setor privado é crucial e justifica-se pela necessidade estratégica de amplificar a visibilidade do evento e, simultaneamente, estruturar pacotes complementares robustos (como alojamento, restauração e *merchandising*). Esta colaboração é o que garante um maior impacto económico direto no território.

Assim, a escolha destes públicos-alvo resulta de uma triangulação entre dados empíricos (perfil, motivações e práticas identificadas nos inquiridos), recomendações de *stakeholders* e tendências do turismo sustentável. Esta fundamentação reforça a adequação das estratégias de comunicação e promoção propostas.

Estratégias e Canais

- Identidade visual: logótipo, slogan, cores e tipografia associadas ao evento;
- Website oficial: com inscrições online, mapas dos percursos, testemunhos, regulamento e informações úteis;
- Redes sociais: *Instagram, Facebook, TikTok* (campanhas com influenciadores do setor de aventura);
- Imprensa e media locais: jornais, rádio, televisão regional;
- Eventos de ativação: caminhadas-piloto, workshops e sessões informativas em escolas, centros de saúde e IPSS.

Materiais de Comunicação

- Cartazes e folhetos em formato físico e digital;
- T-shirts, mochilas e brindes sustentáveis com a marca "Gondomar4Walk";
- QR *codes* nos trilhos com acesso a conteúdos multimédia;
- Campanha "Caminha por Gondomar" com histórias reais de participantes locais.

Para efeitos de ilustração da proposta, o material de comunicação apresentado (Anexo D) indica a realização do festival em julho de 2026. Esta data é meramente indicativa e visa exemplificar a calendarização possível do evento.

Parcerias Estratégicas

O sucesso e sustentabilidade do evento depende diretamente da capacidade de estabelecer uma rede robusta de parcerias estratégicas. Estas relações são vitais para assegurar o apoio institucional e técnico e o envolvimento territorial que seja necessário. Por isto, proponho uma estrutura de colaboração abrangente que inclui identidades-chave a todos os níveis como o Turismo de Portugal e a Entidade Regional de Turismo do

Porto e Norte; a Câmara Municipal de Gondomar e as juntas de freguesia; a participação de universidades e escolas profissionais de turismo; e a colaboração com associações de pedestrianismo e ONGs ambientais, que garantam o como fazer técnico e a credibilidade do projeto.

Calendarização da Campanha

- T0 (6 meses antes): desenvolvimento da identidade, parcerias e website;
- T1 (3 meses antes): lançamento nas redes, eventos de sensibilização;
- T2 (1 mês antes): campanha massiva online e offline;
- T3 (durante o evento): cobertura em tempo real e conteúdos ao vivo;
- T4 (após o evento): publicação de resultados e feedback dos participantes.

A comunicação eficaz é um pilar para garantir a adesão e o reconhecimento público do "Gondomar4Walk". Um plano multicanal, com narrativas autênticas e foco na proximidade, permitirá afirmar o evento como marca territorial e como prática transformadora para o concelho de Gondomar.

Comunicação e Identidade Visual

- Criação de uma marca visual: logótipo, slogan e identidade gráfica consistente.
- Website oficial com sistema de inscrições, mapas, vídeos promocionais e informações logísticas.
- Presença em redes sociais, com conteúdos dinâmicos e parcerias com influenciadores digitais da área de turismo e desporto.
- Campanha de comunicação multicanal: digital, outdoors locais, imprensa regional e presença em feiras de turismo.

6.7 Turismo e Políticas Públicas Locais

O turismo é um motor estratégico inegável para o desenvolvimento local e regional. A sua articulação crucial com políticas públicas eficazes permite alavancar a valorização do território, impulsionar a criação de emprego e reforçar a identidade

cultural das comunidades. Por esta razão, este capítulo propõe-se a analisar o enquadramento estratégico do projeto "Gondomar4Walk" à luz das políticas públicas em vigor sejam elas nacionais, regionais ou municipais. O objetivo é demonstrar o alinhamento total do projeto com os objetivos prioritários e as metas definidas para o setor turístico em Portugal.

O projeto está alinhado com a Estratégia Turismo 2027, que define uma visão de longo prazo para o setor em Portugal, assente em princípios como:

- Sustentabilidade ambiental e social;
- Coesão territorial e inclusão;
- Experiências turísticas diferenciadoras;
- Envolvimento das comunidades locais (Turismo de Portugal, 2017).

A "Gondomar4Walk" responde diretamente a várias das metas desta estratégia, nomeadamente o estímulo ao turismo de natureza, a valorização de territórios de baixa densidade e a promoção de estilos de vida saudáveis.

Também está alinhado com o Plano de Ação para o Turismo Sustentável 2020–2023 que operacionaliza objetivos concretos, apesar de já ser um planeamento passado, mas que serve como base para recolher ideias, através de medidas como:

- Dinamização de redes de trilhos e rotas;
- Apoio à certificação ambiental e à mobilidade sustentável;
- Valorização de eventos de base comunitária (Turismo de Portugal, 2020).

O evento proposto beneficia desta linha orientadora ao propor um formato participativo, ecológico e com potencial de repetição anual, reforçando o posicionamento da região como destino de turismo ativo e verde.

A Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região Norte (NORTE 2030) aponta o turismo de natureza e o desporto como vetores prioritários para a promoção de um crescimento inteligente e inclusivo. O "Gondomar4Walk" insere-se

neste contexto ao combinar atividades ao ar livre com a promoção do património local e do tecido económico de proximidade (CCDR-Norte, 2022).

Ao nível local, o Município de Gondomar tem vindo a adotar políticas públicas que valorizam a sustentabilidade, o desporto e a educação ambiental. Entre os documentos orientadores destacam-se:

- Plano Municipal de Desenvolvimento Sustentável;
- Plano Estratégico de Turismo (2023);
- Investimentos em espaços como a Quinta do Passal e em percursos pedestres locais (CM Gondomar, 2023).

O projeto "Gondomar4Walk" concretiza muitas das ações previstas nestes planos, ao promover o uso responsável do território, incentivar o associativismo e atrair visitantes fora dos centros urbanos tradicionais.

A proposta está alinhada com os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU:

- ODS 3: Saúde e bem-estar
- ODS 11: Cidades e comunidades sustentáveis
- ODS 12: Produção e consumo sustentáveis
- ODS 13: Ação climática

O "Gondomar4Walk" funciona como um catalisador local de políticas globais, contribuindo diretamente para a construção de um território mais equilibrado, resiliente e atrativo. É crucial sublinhar que o projeto não se limita a enquadrar-se nas principais estratégias nacionais e regionais para o turismo, mas também concretiza de forma prática várias metas políticas de sustentabilidade e desenvolvimento territorial. Esta articulação estratégica não só fortalece a sua legitimidade, mas também potencializa a sua capacidade de captar apoios públicos e privados, garantindo o seu sucesso e longevidade.

É impossível ignorar que a organização de eventos turísticos, especialmente quando decorrem em áreas naturais sensíveis, exige uma análise rigorosa e transparente dos impactos que podem gerar, tanto a nível ambiental quanto social. Sendo os riscos reais, a abordagem exige uma análise proativa. É necessário fazer um levantamento detalhado dos potenciais efeitos da implementação do evento no território. O propósito desta etapa é duplo: primeiro, identificar e quantificar esses efeitos; e, segundo, o mais importante, propor medidas concretas de mitigação que garantam a viabilidade e a sustentabilidade do projeto a curto e a longo prazo.

A realização de caminhadas organizadas pode ter impactos ambientais, tais como:

- Pisoteio da vegetação e compactação do solo;
- Geração de resíduos sólidos ao longo dos percursos;
- Poluição sonora e perturbação da fauna local;
- Erosão acelerada em zonas sensíveis e com declives acentuados.

A identificação precoce destes riscos é essencial para garantir a proteção dos ecossistemas e a continuidade dos recursos utilizados (Buckley, 2006). Para que futuros riscos sejam mitigados é preciso tomar certas medidas como:

- Definição de limites de carga por trilho e por dia;
- Instalação de sinalética ecológica e trilhos delimitados;
- Reforço da limpeza e recolha de resíduos com apoio de voluntários;
- Educação ambiental nos materiais de apoio e comunicação prévia;
- Parceria com entidades como o ICNF e associações ambientais locais.

Os impactos sociais de um evento como o "Gondomar4Walk" podem ser amplamente positivos, nomeadamente:

- Dinamização económica de base local;
- Fortalecimento do associativismo e do voluntariado;

- Reforço do sentimento de pertença e orgulho identitário;
- Promoção de estilos de vida ativos e saudáveis.

Contudo, também podem surgir efeitos negativos, como:

- Congestionamento temporário de vias e serviços;
- Ruído ou percepção de exclusão se a comunidade não for envolvida;
- Conflitos de uso em zonas de recreio ou de conservação restrita.

Estratégias de Gestão Social Sustentável

- Inclusão ativa das populações locais no planeamento e execução;
- Sessões públicas de esclarecimento e auscultação;
- Garantia de benefícios diretos para empresas, escolas e IPSS locais;
- Comunicação clara e transparente de objetivos, horários e percursos;
- Avaliação de satisfação dos residentes após cada edição.

Para uma boa organização do evento, é necessário existirem certas ferramentas de Monitorização e Avaliação como:

- Aplicação de grelhas de avaliação ambiental durante os dias do evento;
- Inquéritos de satisfação aplicados a participantes e moradores;
- Indicadores como volume de resíduos recolhidos, número de voluntários, retorno financeiro local e nível de ruído;
- Relatórios anuais públicos com análise comparativa e medidas de correção.

A viabilidade enquanto evento turístico sustentável não é acidental porque está intrinsecamente ligada à capacidade de prever, minimizar e monitorizar os seus potenciais impactos. É possível acreditar que se forem adotadas práticas rigorosas de prevenção, promovendo uma forte sensibilização ambiental e garantindo a inclusão ativada da comunidade, os benefícios irão superar os riscos.

Para garantir a qualidade e a longevidade do evento, é importante que seja adotado um sistema rigoroso de avaliação e monitorização. Portanto, proponho uma proposta de uma estrutura metodológica clara, desenhada especificamente para a recolha contínua de dados e para a análise de desempenho. Desta forma, consegue-se transformar a informação em indicadores acionáveis, permitindo que a gestão do evento seja sustentada por evidências e que a melhoria progressiva seja o princípio orientador.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2016), a monitorização sistemática de eventos turísticos permite:

- Avaliar os impactos sociais, económicos e ambientais;
- Garantir a transparência e a prestação de contas;
- Ajustar estratégias com base em resultados reais;
- Estimular a participação ativa dos *stakeholders*.

Indicadores de Desempenho (KPIs)

Os principais indicadores recomendados para o "Gondomar4Walk" incluem:

Ambientais:

- Volume de resíduos recolhidos por dia e por percurso;
- Grau de perturbação ambiental (áreas afetadas, flora danificada);
- Medidas de compensação e reflorestação adotadas.

Sociais:

- Número de participantes por faixa etária, género e condição física;
- Grau de satisfação da população residente;
- Volume de voluntariado local mobilizado.

Económicos:

- Receitas geradas localmente (alojamento, restauração, comércio);
- Taxa de ocupação das unidades de alojamento;

- Retorno do investimento (ROI) do evento.

Organizacionais:

- Pontualidade e eficiência dos serviços de apoio;
- Número de incidentes registados;
- Nível de adesão ao plano logístico e de segurança.

Ferramentas de Recolha de Dados

- Inquéritos pós-evento a participantes, residentes e parceiros;
- Observação direta nos pontos críticos dos percursos;
- Relatórios técnicos elaborados pelas equipas de apoio;
- Monitorização digital através de redes sociais e plataformas online;
- Análise de dados georreferenciados via app do evento (mobilidade, tempo de percurso, fluxos).

Envolvimento dos *Stakeholders* na Avaliação

A avaliação participada permite uma leitura mais holística e inclusiva:

- Reuniões pós-evento com associações locais e IPSS;
- Sessões públicas para partilha de resultados e sugestões;
- Criação de um conselho consultivo com representantes de diferentes setores.

Relatórios e Ciclo de Melhoria Contínua

- Elaboração de um Relatório de Avaliação Anual, com dados quantitativos e qualitativos;
- Publicação online e apresentação pública dos resultados;
- Identificação de áreas críticas e propostas de melhoria;
- Integração das recomendações na edição seguinte do evento.

A monitorização contínua do "Gondomar4Walk" assegura a sua evolução sustentável, promove a confiança entre os *stakeholders* e reforça a capacidade de

resposta às necessidades do território. A cultura de avaliação contribui não só para a eficiência organizacional, mas também para a construção de um legado turístico duradouro e replicável.

6.8 Análise SWOT do projeto

A Análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) por ser a ferramenta estratégica mais eficaz para avaliar a viabilidade deste projeto, permitindo delimitar os fatores internos e externos que, inevitavelmente, vão influenciar o sucesso. No contexto do “Gondomar4Walk”, esta análise está longe de ser um mero exercício teórico. Pelo contrário, foi fundamentada numa triangulação de fontes rigorosa, em que foi usada a revisão de literatura (nomeadamente Buhalis & Amaranggana, 2015; Pomfret & Bramwell, 2016; Marques, 2019), consultado o estudo de viabilidade da própria Câmara Municipal (CM Gondomar, 2023) e, crucialmente, integrados os dados empíricos recolhidos nas entrevistas com os *stakeholders* locais (Turismo de Portugal, 2024; ADXTUR, 2022). Esta combinação de dados permitiu obter uma compreensão integrada e fiável dos elementos que moldam o potencial deste evento.

Forças (Strengths)

- Localização privilegiada na Área Metropolitana do Porto;
- Diversidade paisagística (rio, serra, património);
- Identidade cultural forte (filigrana, memória industrial);
- Existência de percursos naturais e estruturas de apoio;
- Compromisso municipal com a sustentabilidade;
- Interesse real da comunidade e dos *stakeholders*.

Fraquezas (Weaknesses)

- Sinalização deficiente de alguns trilhos;
- Capacidade de alojamento ainda limitada;

- Debilidade da promoção turística externa;
- Dependência de financiamento externo para a 1.ª edição;
- Inexistência de experiência local com eventos deste tipo.

Oportunidades (Opportunities)

- Crescente procura por turismo ativo e sustentável;
- A existência de linhas de financiamento específicas para projetos de inovação e turismo de natureza constitui uma oportunidade robusta. Podemos candidatar-nos a programas-chave como o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT – Turismo de Portugal, 2017), o novo ciclo do Programa “Portugal 2030” (AICEP, 2023) e as iniciativas de valorização económica de recursos endógenos (PROVERE – CCDR-Norte, 2022). Isto garante um caminho claro para captar os apoios públicos necessários;

- Possibilidade de internacionalização gradual do evento;
- Envolvimento de empresas e instituições de ensino locais;
- Parcerias com entidades ambientais e culturais.

Ameaças (Threats)

- Concorrência de outros eventos nacionais ou internacionais;
- Risco de instabilidade meteorológica em datas-chave do evento;
- Constrangimentos orçamentais futuros;
- Desinteresse progressivo se não houver renovação anual;
- Potenciais impactos ambientais se não houver controlo rigoroso.

A análise SWOT evidencia que os pontos fortes e as oportunidades superam as fragilidades e ameaças, desde que haja planeamento adequado, articulação entre os atores locais e uma visão de médio prazo. O "Gondomar4Walk" apresenta um elevado potencial de sucesso, consolidando-se como um projeto territorial estratégico.

Análise TOWS (cruzamento da SWOT do *Gondomar4Walk*)

Códigos

S1 — Localização privilegiada na Área Metropolitana do Porto

S2 — Diversidade paisagística (rio, serra, património)

S3 — Identidade cultural forte (filigrana, memória industrial)

S4 — Existência de percursos naturais e estruturas de apoio

S5 — Compromisso municipal com a sustentabilidade

S6 — Interesse real da comunidade e dos *stakeholders*

W1 — Sinalização deficiente de alguns trilhos

W2 — Capacidade de alojamento ainda limitada

W3 — Necessidade de reforçar a promoção turística externa

W4 — Dependência de financiamento externo para a 1.ª edição

W5 — Inexistência de experiência local com eventos deste tipo

O1 — Crescente procura por turismo ativo e sustentável

O2 — Financiamento disponível para inovação / turismo natureza

O3 — Possibilidade de internacionalização gradual do evento

O4 — Envolvimento de empresas e instituições de ensino locais

O5 — Parcerias com entidades ambientais e culturais

T1 — Concorrência de outros eventos nacionais/internacionais

T2 — Instabilidade meteorológica em datas-chave

T3 — Constrangimentos orçamentais futuros

T4 — Desinteresse progressivo se não houver renovação anual

T5 — Impactos ambientais se não houver controlo rigoroso

Estratégias SO (usar Forças para aproveitar Oportunidades)

1. Marca territorial e produto (S1, S2, S3 → O1, O3)

- Ações: criar um pack de rotas “Assinatura Gondomar” destacando rio + serra + património; campanhas de *content* marketing que liguem identidade (filigrana) ao conceito saúde/aventura.
- Responsáveis: Grupo de Coordenação + equipa de comunicação municipal.

- Indicadores: aumento de tráfego web sobre rotas (+%), menções em redes, taxa de inscrição internacional (%).
2. Roteiros formativos e parcerias académicas (S4, S6 → O4, O5)
 - Ações: protocolos com universidades para trabalhos de campo; programas de voluntariado com formação prática para guias locais; projetos de monitorização ambiental com ONG.
 - Responsáveis: Associação Promotora / universidade local / ONG.
 - Indicadores: nº de protocolos assinados, nº de voluntários formados, relatórios de monitorização produzidos.
 3. Evento modular com certificação de sustentabilidade (S5 → O1, O2)
 - Ações: desenvolver selo local de boas práticas sustentáveis para o evento; candidaturas a fundos europeus para implementação de medidas ambientais.
 - Responsáveis: Câmara + Associação Promotora + serviços técnicos.
 - Indicadores: candidaturas aprovadas, certificações obtidas, redução de resíduos (%).
 4. Aproveitar interesse comunitário para amplificar oferta (S6 → O1, O4)
 - Ações: envolver coletividades em animação cultural dos percursos; criar experiências locais pagas (workshops, provas gastronómicas).
 - Responsáveis: Juntas de Freguesia + associações culturais.
 - Indicadores: nº de atividades locais comercializadas, satisfação comunitária.

Estratégias WO (usar Oportunidades para mitigar Fraquezas)

1. Plano de capacitação e certificação de guias (O4 → W5, W1)
 - Ações: cursos com instituições locais para formação de guias; produção de manuais de sinalética e manutenção.
 - Responsáveis: Associação Promotora + escolas profissionais.
 - Indicadores: nº de guias certificados, redução de reclamações sobre sinalização.
2. Parcerias de alojamento e produto integrado (O4, O2 → W2, W4)

- Ações: acordos com alojamentos locais para pacotes (*early bookings*); incentivos fiscais ou convenções para “*host family*” / Alojamento Local.
 - Responsáveis: Turismo local + Câmara + setor privado.
 - Indicadores: camas contratadas, taxa de ocupação durante o evento.
3. Plano de marketing apoiado por fundos e universidades (O2, O4 → W3, W4)
- Ações: candidatura a fundos para campanha inicial; projeto-piloto de marketing digital realizado por estudantes com supervisão.
 - Responsáveis: Associação Promotora + instituições de ensino.
 - Indicadores: ROI da campanha, nº de inscrições geradas por canais pagos.
4. Escalamento do evento (O1 → W4, W2)
- Ações: começar com uma edição piloto mais pequena (p.ex. 2 dias) para reduzir dependência financeira inicial e testar operacionalidade.
 - Responsáveis: Grupo de Coordenação.
 - Indicadores: variação custo/participante, lições aprendidas (relatório pós-evento).

Estratégias ST (usar Forças para mitigar Ameaças)

1. Diferenciação pelo património e bem-estar (S2, S3 → T1)
- Ações: comunicar experiência única (filigrana + percursos ribeirinhos) para posicionar Gondomar como distinto face a eventos concorrentes.
 - Responsáveis: equipa de marketing + parceiros culturais.
 - Indicadores: *share of voice* em pesquisas regionais, *bookings* repetidos.
2. Governança de sustentabilidade para reduzir impacto ambiental (S5, S4 → T5)

Ações: implementação de planos de gestão ambiental, limites de carga por trilho, monitorização ecológica.

Responsáveis: Proteção Civil + técnicos ambientais + ONG.

Indicadores: indicadores ambientais (erosão, biodiversidade), nº de não conformidades.

3. Rede de voluntariado e protocolos de segurança (S6, S4 → T2, T4)
 - Ações: formação de voluntários em gestão de risco; rotas alternativas definidas para mau tempo; comunicações de contingência.
 - Responsáveis: Proteção Civil + Associação Promotora.
 - Indicadores: tempos de resposta, incidências por 1000 participantes.
4. Plano de fidelização (S6 → T4)
 - Ações: certificação de participação, programas “repetidor” com desconto, *storytelling* dos participantes para criar comunidade.
 - Responsáveis: Associação Promotora + equipa de CRM.
 - Indicadores: % de participantes repetentes, NPS (Net Promoter Score).

Estratégias WT (reduzir Fraquezas e neutralizar Ameaças)

1. Fundo de contingência + acordos formais (W4, W1 → T3, T1)
 - Ações: criar reserva financeira obrigatória; exigir contratos formais com patrocinadores com cláusulas de continuidade.
 - Responsáveis: Associação Promotora + tesouraria municipal.
 - Indicadores: % de redução do risco financeiro, existência de cláusulas contratuais.
2. Design modular e escalonável do evento (W2, W5 → T2, T4)
 - Ações: estrutura que permita reduzir dias/participantes em função do risco meteorológico; *checklist* operacional para edições futuras.
 - Responsáveis: Grupo de Coordenação.
 - Indicadores: rapidez de escalonamento, custos evitados em cenários de corte.
3. Programa de acompanhamento pós-edição para manter interesse (W3 → T4)
 - Ações: *actions* pós-evento (newsletter, eventos *off-season*, formação contínua) para manter ligação com público e sponsors.
 - Responsáveis: equipa de comunicação.
 - Indicadores: taxa de leitura da newsletter, envolvimento em ações *off-season*.

4. Plano de mitigação ambiental e conformidade (W1, W5 → T5)

- Ações: elaborar e aplicar procedimentos de manutenção e conservação dos trilhos antes/depois dos eventos; capacitação local para manutenção contínua.
- Responsáveis: serviços ambientais municipais + voluntários.
- Indicadores: km de trilho recuperado/manutenção, auditorias ambientais.

Tabela 16 - Matriz gráfica TOWS do projeto “Gondomar4Walk”

Fatores Internos / Externos	Oportunidades (O)	Ameaças (T)
Forças (S)	Estratégias SO	Estratégias ST
	(Usar forças para aproveitar oportunidades)	(Usar forças para mitigar ameaças)
	SO1 - Marca territorial e produto (S1, S2, S3 - O1, O3)	ST1 - Diferenciação pelo património e bem-estar (S2, S3 - T1)
	SO2 - Roteiros formativos e parcerias académicas (S4, S6 - O4, O5)	ST2 - Governação de sustentabilidade (S5, S4 - T5)
	SO3 - Evento modular com certificação de sustentabilidade (S5 - O1, O2)	ST3 - Rede de voluntariado e segurança (S6, S4 - T2, T4)
	SO4 - Envolvimento comunitário e experiências locais (S6 - O1, O4)	ST4 - Plano de fidelização (S6 - T4)
Fraquezas (W)	Estratégias WO	Estratégias WT
	(Usar oportunidades para reduzir fraquezas)	(Reduzir fraquezas e neutralizar ameaças)
	WO1 - Capacitação e certificação de guias (O4 - W5, W1)	WT1 - Fundo de contingência e acordos formais (W4, W1 - T3, T1)
	WO2 - Parcerias de alojamento e produto integrado (O4, O2 - W2, W4)	WT2 - Design modular e organizado (W2, W5 - T2, T4)
	WO3 - Plano de marketing apoiado por fundos (O2, O4 - W3, W4)	WT3 - Acompanhamento pós-edição (W3 M- T4)
	WO4 - Escalamento do evento (O1 - W4, W2)	WT4 - Plano de mitigação ambiental (W1, W5 - T5)

Fonte: Elaboração própria, com base na análise SWOT e nas entrevistas

A análise TOWS, derivada da matriz SWOT, permitiu transformar as observações qualitativas em medidas estratégicas concretas. Por exemplo, a combinação entre a localização privilegiada e a diversidade paisagística (S1, S2) com a crescente procura por turismo ativo (O1) motiva a criação de uma oferta de rotas “assinatura” e de uma campanha de posicionamento internacional (SO1). Para colmatar fraquezas operacionais como a sinalização e a capacidade de alojamento (W1, W2), propõe-se um plano de capacitação de guias e parcerias com alojamento local apoiadas por fundos europeus (WO1/WO2). Do mesmo modo, a consolidação do compromisso municipal com a sustentabilidade (S5) foi definida como alavanca para mitigar riscos ambientais (T5), através da implementação de certificações e de monitorização ecológica. Estas estratégias, operacionalizadas em ações, responsáveis e indicadores, procuram assegurar que o *Gondomar4Walk* evolua de forma escalonada, sustentável e resiliente.

6.9 A Experiência do Participante e Inclusão Social

A qualidade da experiência turística é um fator determinante para a satisfação dos participantes e a fidelização em edições futuras. No contexto do evento

"Gondomar4Walk", compreender e planejar a jornada do participante é essencial para garantir uma vivência positiva, segura e memorável. Este capítulo explora os elementos-chave da experiência do utilizador e propõe estratégias de valorização da mesma.

A experiência do participante inicia-se antes do evento e prolonga-se para além da sua conclusão. Para isto ser concretizado, tem de haver um plano para a jornada do participante que pode ser segmentada em cinco fases:

1. Pré-evento: pesquisa de informações, inscrição online, receção de materiais informativos e construção de expectativas;
2. Chegada: acolhimento, check-in, interação com o staff e primeiros contactos com o espaço físico;
3. Participação: vivência dos trilhos, uso de serviços de apoio, socialização com outros participantes, envolvimento emocional;
4. Encerramento: entrega de certificados, partilha de testemunhos, feedback e sentimento de pertença;
5. Pós-evento: memórias, recomendações, partilhas em redes sociais, repetição da participação.

A definição das fases da jornada do participante segue os princípios da economia da experiência, onde a valorização emocional, sensorial e social contribui para a satisfação e fidelização dos participantes (Pine & Gilmore, 1999; Getz, 2008; Pomfret & Bramwell, 2016).

A experiência do participante é construída a partir de múltiplas dimensões:

- Funcional: acessibilidade, sinalização, segurança, conforto;
- Sensorial: paisagem, sons, aromas, elementos naturais e culturais;
- Emocional: sentimento de conquista, superação, pertença;
- Social: convivência, reconhecimento, envolvimento comunitário;
- Simbólica: autenticidade, contacto com o território, identidade local.

Segundo Pine e Gilmore (1999), a economia da experiência exige que os eventos sejam desenhados não apenas como serviços, mas como vivências significativas que criam valor emocional.

Estratégias de Valorização da Experiência

- Desenvolvimento de uma narrativa temática para cada trilho;
- Entrega de um passaporte de caminhante, com carimbos por cada percurso realizado;
- Utilização de *storytelling* ambiental e cultural ao longo do trajeto;
- Instalação de pontos de pausa interpretativos com testemunhos locais;
- Criação de conteúdos digitais (podcasts, playlists, vídeos);
- Implementação de uma aplicação oficial com mapa interativo, mecânicas de jogo para envolvimento do participante e diário de bordo.

A recolha sistemática de feedback permite ajustar a experiência às expectativas reais e a uma melhoria contínua:

- Questionários pós-evento (online e presenciais);
- Análise de menções e comentários em redes sociais;
- *Focus groups* com participantes recorrentes;
- Indicadores de avaliação da experiência: NPS (Net Promoter Score), grau de satisfação, taxa de repetição.

A experiência do participante no "Gondomar4Walk" deve ser desenhada de forma holística, contemplando aspetos logísticos, emocionais, sociais e simbólicos. Uma experiência bem-sucedida promove não apenas a satisfação imediata, mas também o retorno, a recomendação e o envolvimento contínuo com o território.

Acessibilidade e Inclusão no Evento

A acessibilidade universal é uma componente essencial do turismo sustentável e inclusivo. Garantir que todos os cidadãos, independentemente das suas condições físicas, sensoriais, cognitivas ou socioeconómicas, possam usufruir em igualdade do

evento "Gondomar4Walk" constitui um compromisso ético e estratégico. Este capítulo aborda os princípios da acessibilidade e apresenta medidas concretas para tornar o evento inclusivo para todos os participantes.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2020), o turismo acessível visa "assegurar que todos possam participar em igualdade de condições, com dignidade e autonomia". Este conceito abrange:

- Pessoas com mobilidade reduzida;
- Cegos e pessoas com baixa visão;
- Surdos e pessoas com deficiência auditiva;
- Idosos, crianças e famílias;
- Pessoas com défice cognitivo ou temporariamente incapacitados.

A inclusão no turismo é também defendida pela Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência da ONU e pelo Plano de Ação da União Europeia para a Igualdade de Acesso.

Gondomar apresenta algumas limitações ao nível da acessibilidade nos espaços naturais e nas infraestruturas de apoio. Os principais desafios incluem:

- Percursos pedestres com desníveis acentuados ou solo irregular;
- Ausência de sinalética inclusiva (braille, pictogramas);
- Falta de casas de banho adaptadas em locais estratégicos;
- Dificuldades de transporte público para pessoas com mobilidade reduzida.

Para responder a estes desafios e mitigar a falta de acessibilidade, propõe-se a adoção das seguintes boas práticas:

- Seleção de pelo menos um percurso adaptado, com extensão reduzida, piso regular e sem grandes declives;
- Instalação de sinalética acessível (tátil, pictográfica, com contraste visual);

- Formação de voluntários em atendimento inclusivo e comunicação com pessoas com deficiência;
- Disponibilização de cadeiras *joëlette* para transporte assistido em trilhos;
- Desenvolvimento de conteúdos digitais acessíveis, como vídeos com legendas e interpretação em Língua Gestual Portuguesa;
- Articulação com entidades como o INR, IPSS locais e associações de pessoas com deficiência.

A inclusão vai além das barreiras físicas, portanto a nível socioeconómico também proponho:

- Política de preços acessíveis e escalonamento por escalões etários e situação económica;
- Participação gratuita para instituições de solidariedade social e escolas locais;
- Apoio ao transporte gratuito através de parcerias com operadores públicos;
- Oferta de alojamento solidário em *hostels*, escolas ou famílias de acolhimento.

Para avaliar o nível de acessibilidades e inclusão do evento é preciso adotar certas medidas como:

- Inquéritos específicos aplicados a participantes com necessidades especiais;
- Observação direta da experiência inclusiva no terreno;
- Indicadores: número de participantes com diversidade funcional, grau de satisfação, obstáculos detetados e resolvidos.

Integrar a acessibilidade no "Gondomar4Walk" não é apenas uma exigência legal ou ética, mas uma oportunidade para reforçar a imagem do evento como inclusivo, inovador e comprometido com a diversidade. Um evento verdadeiramente acessível enriquece toda a comunidade, amplia a base de participantes e contribui para um turismo mais justo e sustentável.

A adoção de percursos adaptados, sinalética inclusiva e conteúdos digitais acessíveis alinha-se com as diretrizes internacionais de turismo acessível, que

recomendam garantir participação em igualdade de condições, dignidade e autonomia a todos os cidadãos (UNWTO, 2020; ONU, 2006).

A qualificação dos recursos humanos locais é determinante para garantir a qualidade e a sustentabilidade do evento. Este capítulo propõe um plano de capacitação destinado a voluntários, técnicos e entidades envolvidas no "Gondomar4Walk".

Objetivos do Plano

- Aumentar a qualidade do acolhimento e da interpretação ambiental/cultural;
- Promover competências em primeiros socorros, segurança e acessibilidade;
- Reforçar o conhecimento sobre turismo sustentável;
- Estimular o empreendedorismo e o emprego local.

Públicos-Alvo

- Voluntários (jovens, seniores, escuteiros);
- Guias de natureza e monitores de caminhada;
- Técnicos municipais e autárquicos;
- Associações culturais, desportivas e ambientais;
- Pequenos empresários do setor turístico.

Estrutura de Formação

- Módulos teórico-práticos (20–40 horas);
- Certificação com apoio de escolas profissionais ou IEFP;
- Formação em:
 - Interpretação do património natural e cultural;
 - Primeiros socorros e segurança em trilhos;
 - Sustentabilidade e economia circular;
 - Atendimento acessível e inclusivo;
 - Comunicação e *storytelling*.

Parcerias Estratégicas

- Escolas profissionais (turismo, ambiente, animação);
- Universidade do Porto (Faculdade de Letras, Desporto e Ciências);
- IPDJ, INR, Cruz Vermelha e Proteção Civil;

- Turismo de Portugal e entidades certificadoras.

Resultados Esperados

- 50 a 100 pessoas formadas por edição;
- Criação de uma bolsa de guias e monitores locais;
- Melhoria contínua da experiência dos participantes;
- Geração de emprego e qualificação do tecido local.

O plano de formação para voluntários e técnicos apoia-se na literatura que indica que a qualificação de recursos humanos é determinante para a sustentabilidade de eventos de turismo de aventura e para a valorização do território (Bramwell & Lane, 2011; Pomfret & Bramwell, 2016; Getz, 2008)

Investir na formação local é investir na sustentabilidade do "Gondomar4Walk". O plano de capacitação propõe-se transformar o evento numa escola de boas práticas e num motor de desenvolvimento comunitário.

6.10 Resultados Esperados e Legado

A ambição do evento vai muito além do impacto imediato gerado durante a sua realização anual, o evento tem como objetivo deixar um legado duradouro no território, o que para isso seja tornado realidade é crucial promover práticas sustentáveis, criar infraestruturas permanentes e, fundamentalmente, reforçar o vínculo da comunidade com os recursos naturais e culturais. Assim, após cada edição, os percursos têm de ser mantidos como trilhos sinalizados e acessíveis em regime livre ou autoguiado. Adicionalmente, é sugerida a criação de um pequeno Centro de Interpretação e Memória, que possa funcionar como núcleo para reunir informação histórica, ambiental e fotográfica sobre o evento e os resultados alcançados pelos participantes. Este espaço será importante para acolher exposições temporárias, *workshops* e ações educativas.

A dimensão social também será permanente com um programa chamado "Voluntarios4Walk", que poderá operar durante todo o ano, articulando-se com escolas e associações. Desta forma, os voluntários apoiarão não só o evento em si, mas também participarão em ações contínuas de manutenção, reflorestação e acolhimento de caminhantes.

Em relação à logística, deve-se implementar princípios de economia circular, o que quer dizer que todos os materiais do evento, desde a sinalética a *kits*, serão desenhados para a reutilização em futuras edições e noutras iniciativas locais se houve necessidade.

O “Gondomar4Walk” ambiciona afirmar-se como muito mais do que um evento anual, mais sim como uma rede de valorização do território, como um projeto educativo e uma plataforma para o turismo que seja sustentável durante todo o ano.

Espera-se que este modelo resulte na participação anual de 500 a 1000 caminhantes, o que terá um impacto positivo no alojamento, restauração e comércio local. O projeto irá reforçar a imagem de Gondomar como destino turístico ativo e sustentável, criando um evento que serve como ancora com potencial de internacionalização progressiva e estimulando a valorização dos recursos locais e o orgulho identitários dos seus habitantes.

7. CONCLUSÕES

O objetivo central deste estudo centrou-se no desenvolvimento de um evento de turismo de aventura sustentável para o concelho de Gondomar, seguindo a inspiração do modelo de sucesso da 4Daagse de Nijmegen (Países Baixos). Através de uma metodologia de natureza mista, consegui recolher e analisar as perceções dos *stakeholders* locais e dos potenciais participantes, o que permitiu construir uma proposta fundamentada, acompanhada de uma reflexão crítica sobre a sua aplicabilidade no território.

Ao longo da dissertação, foram explorados os fundamentos teóricos do turismo de aventura e de eventos, a importância da sustentabilidade territorial e analisados exemplos de práticas internacionais e nacionais. Foi então obtida a conclusão inequívoca de que Gondomar reúne todas as condições geográficas, logísticas e sociais necessárias para acolher um evento desta natureza.

Do ponto de vista académico, este trabalho oferece uma contribuição valiosa, pois aprofundou a investigação sobre o turismo de aventura e eventos em territórios de media escala, e foi possível articular, de forma inovadora, os conceitos de sustentabilidade, identidade local e turismo ativo.

Em termos práticos, a proposta final não é apenas um relatório, mas apresenta um modelo de evento replicável com um potencial significativo e capaz de gerar valor económico, social e cultural, reforçando Gondomar no mapa do turismo em Portugal.

7.1 Discussão dos resultados qualitativos

A análise qualitativa das entrevistas foi crucial para compreender em profundidade as perceções dos *stakeholders* sobre o potencial turístico de Gondomar e, mais importante, sobre os pré-requisitos necessários para a concretização sustentável do projeto “Gondomar4Walk”. As respostas revelaram uma visão amplamente favorável à criação do evento, que se apoia na valorização dos recursos naturais e culturais do concelho e num claro reconhecimento do turismo de natureza como vetor estratégico de desenvolvimento local.

As categorias emergentes Potencial Turístico, Barreiras Estruturais, Interesse no Projeto e Sustentabilidade/Envolvimento Comunitário, evidenciam, aliás, um discurso

notavelmente consistente entre os diferentes intervenientes. O Potencial Turístico foi associado, de forma unânime, à riqueza paisagística (o rio Douro e as serras) e ao património cultural (filigrana e património mineiro). Estes elementos são vistos como recursos identitários e diferenciadores, o que valida a literatura sobre turismo sustentável e de base comunitária (Bramwell & Lane, 2019; Carvalho & Costa, 2022). Contudo, as Barreiras Estruturais identificadas como a insuficiente sinalização, a manutenção irregular dos trilhos e a falta de coordenação institucional, reforçam as conclusões de Dredge e Jamal (2015) sobre a necessidade de uma governança colaborativa. A ausência de um planeamento integrado é um risco operacional apontado, que pode, de facto, comprometer a experiência do visitante e a sustentabilidade. Apesar destes desafios, o Interesse no Projeto “Gondomar4Walk” é elevado: os entrevistados manifestaram entusiasmo e perceção de viabilidade, reconhecendo o carácter inovador do evento e o seu potencial para consolidar a imagem de Gondomar como um destino ativo e saudável. Esta visão é sustentada pela adequação do formato proposto, entre 2 e 4 dias, às práticas e expectativas dos públicos nacionais, em consonância com experiências de referência como o *Walking Festival Ameixial* e o *Nijmegen 4Daagse* (Oliveira & Almeida, 2020; Peters & Breuer, 2019).

A dimensão da Sustentabilidade e Envolvimento Comunitário emergiu como eixo central, sendo considerada condição indispensável para o êxito do projeto. Os *stakeholders* sublinharam que o turismo sustentável deve assentar numa abordagem tripla (ambiental, social e económica), e incluir a coprodução de experiências com as coletividades locais. Esta perspetiva encontra suporte teórico em Carvalho e Costa (2022), que destacam o papel da comunidade como agente ativo na criação de valor turístico e na manutenção da autenticidade territorial.

A análise qualitativa demonstra, de forma clara, que o projeto é percecionado como viável, desejável e pertinente no contexto do município. Contudo, os *stakeholders* foram unânimes, o sucesso do evento depende de dois fatores, um deles sendo a garantia de uma gestão participativa e o outro o investimento estruturado em infraestruturas básicas, comunicação e em coordenação institucional. O discurso recolhido confirma, a total convergência entre os princípios de sustentabilidade, a valorização da identidade local e a criação de experiências de turismo de curta duração, o que está alinhado com as práticas defendidas pela OMT (UNWTO, 2018).

7.2 Discussão dos resultados quantitativos

A análise quantitativa, baseada nas 420 respostas consolidadas ($n = 420$), permitiu-nos traçar um perfil detalhado e robusto do público potencial do "Gondomar4Walk". Apesar de a amostra ser não probabilística por conveniência, o seu volume ($n=420$) é estatisticamente adequado. Segundo Creswell e Plano Clark (2017), este número garante uma margem de erro inferior a 5%, conferindo um elevado nível de confiança e rigor para um estudo exploratório em turismo de nicho. Esta validade estatística reforçada permite-nos identificar tendências comportamentais e perceções com relevância prática e capacidade de generalização no contexto regional.

O perfil sociodemográfico dos participantes é notável: predominam indivíduos entre 26 e 45 anos, com altos níveis de escolaridade e residentes maioritariamente na Área Metropolitana do Porto. Estes resultados pintam o quadro de um público urbano, ativo e qualificado, o que está perfeitamente alinhado com as conclusões de Marques (2019) e Amaro et al. (2023), que apontam este segmento como o principal motor do turismo de natureza e aventura em Portugal.

Em termos de hábitos, a base de praticantes de pedestrianismo é robusta e regular: 36,3% dos inquiridos caminham semanalmente e 40,1% mensalmente. Mais ainda, 74,5% já participaram em caminhadas organizadas, o que confirma a aceitação e a familiaridade com o formato de evento proposto. Estes dados são consistentes com a tendência global de aumento da procura por atividades ao ar livre pós-pandemia (Miao et al., 2022), reforçando a viabilidade estatisticamente validada do projeto.

No que respeita às motivações, o interesse em participar em eventos de caminhada está fortemente ligado à saúde e bem-estar, ao contacto com a natureza e ao convívio social. Estas motivações confirmam a importância das dimensões emocionais e relacionais no turismo ativo, conforme destacado por Pomfret e Bramwell (2016) e Bastiaansen et al. (2019). Esta orientação espelha a prática de eventos de referência, como o *Walking Festival Ameixial* (Oliveira & Almeida, 2020), cuja comunicação privilegia exatamente esta ligação à natureza e à comunidade.

Quanto à estrutura e duração preferida, a maioria dos respondentes (66%) manifestou interesse em eventos com duração de dois a quatro dias, coincidindo com a visão dos *stakeholders* e com modelos de sucesso como o *Nijmegen 4Daagse* e o

Walking Festival Ameixial (Peters & Breuer, 2019; Oliveira & Almeida, 2020). Estes resultados validam empiricamente a escolha de um formato intermédio, adequado à disponibilidade temporal do público nacional e à escala do território.

A imagem percebida de Gondomar foi fortemente associada à natureza, ao rio Douro e à ourivesaria tradicional, revelando uma coerência notável com a identidade territorial evidenciada nas entrevistas e nos documentos estratégicos municipais (Câmara Municipal de Gondomar, 2023). Tal convergência confirma a pertinência do projeto como expressão autêntica do património local, em linha com as recomendações da UNWTO (2018) e com a literatura sobre diferenciação identitária em destinos sustentáveis (Bramwell & Lane, 2011).

De forma geral, os resultados quantitativos, adotados de rigor estatístico pela amostra e pela margem de erro controlada, demonstram uma forte correspondência entre o perfil e as motivações do público e a proposta do “Gondomar4Walk”, validando empiricamente a adequação do evento ao seu mercado-alvo. O inquérito reforça também a importância de estratégias de comunicação digital, uma vez que a recolha de dados decorreu exclusivamente *online*, revelando um público tecnologicamente ativo e recetivo a campanhas digitais.

7.3 Integração dos resultados e cruzamento com a literatura

A integração dos resultados qualitativos e quantitativos revela uma convergência notável entre as perceções dos *stakeholders* e o perfil dos potenciais participantes, o que não só reforça a validade interna do estudo, como atesta a coerência e pertinência do projeto “Gondomar4Walk”. A triangulação dos dados permitiu construir uma visão sistémica e completa do turismo de natureza em Gondomar, articulando de forma exemplar a identidade territorial, o comportamento do consumidor, a sustentabilidade e o planeamento participativo.

Tanto as entrevistas como o inquérito destacam, de forma inequívoca, o valor excecional dos recursos endógenos do concelho como o rio Douro, as serras, o património mineiro e a filigrana. Esta perceção alinha-se diretamente com o que Bramwell e Lane (2011, 2019) e a UNWTO (2018) defendem a valorização dos recursos locais como base para um desenvolvimento sustentável e competitivo. A coincidência entre o que os *stakeholders* ambicionam e o que os visitantes procuram demonstra uma

correspondência identitária perfeita entre oferta e procura, um elemento essencial para a autenticidade das experiências, como sublinha Getz (2008).

O perfil do público inquirido inclui jovens-adultos urbanos, com formação superior e hábitos regulares de caminhada, coincide integralmente com o público-alvo identificado nas entrevistas. Esta validação empírica da pertinência do projeto reflete a tendência de mercado já observada por Amaro et al. (2023) e Marques (2019), que veem neste segmento qualificado o principal dinamizador do turismo de natureza em Portugal. Adicionalmente, o alinhamento das motivações (centradas em saúde, bem-estar, natureza e convívio) confirma o potencial do “Gondomar4Walk” para responder às novas lógicas de consumo experiencial, onde o turismo é visto como um meio de autorrealização, tal como descrevem Bastiaansen et al. (2019) e Pomfret e Bramwell (2016).

A própria estrutura do evento é validada: a preferência generalizada por eventos de curta duração (2–4 dias), confirmada por 66% dos inquiridos, corrobora a viabilidade de um formato intermédio, perfeitamente adaptado ao contexto nacional e em linha com casos de sucesso como o *Walking Festival Ameixial* e o *Nijmegen 4Daagse*.

No plano da gestão, as duas vertentes de análise (qualitativa e quantitativa) convergem na necessidade de um modelo colaborativo de governança, envolvendo entidades públicas, privadas e a comunidade. Esta é uma premissa amplamente defendida por Dredge e Jamal (2015), e o sucesso da *Rota Vicentina* ilustra, a nível nacional, o impacto positivo desta participação na consolidação de produtos de base local.

Esta convergência metódica sustenta a validade ecológica do estudo, provando que o projeto responde simultaneamente às necessidades da procura, às oportunidades do território e às orientações da literatura especializada. Tal como defendem Creswell e Plano Clark (2017), a integração de métodos mistos reforçou a robustez interpretativa e permitiu uma compreensão verdadeiramente holística do fenómeno.

Considerando os objetivos delineados, o trabalho cumpre plenamente o propósito de desenvolver uma proposta de evento de turismo de aventura adaptada à realidade de Gondomar, respeitando os fundamentos teóricos e as boas práticas

internacionais. O levantamento e mapeamento dos recursos naturais, culturais e infraestruturais de Gondomar, combinados com os resultados empíricos e a literatura, resultaram numa proposta estruturada que prova que o “Gondomar4Walk” constitui uma iniciativa alinhada com as tendências contemporâneas do turismo sustentável, participativo e experiencial, combinando autenticidade, bem-estar e valorização comunitária. A sua implementação deverá, contudo, ser monitorizada de forma contínua e acompanhada de estratégias de comunicação coerentes com a identidade do território.

7.4 Limitações do estudo

Apesar da relevância dos resultados obtidos, é essencial reconhecer as limitações metodológicas e contextuais deste estudo, que condicionam o seu alcance e generalização.

Em primeiro lugar, a análise quantitativa baseou-se num universo de 420 respondentes (n=420). Este volume de inquéritos, ao garantir uma margem de erro amostral inferior a 5%, conferiu ao estudo um elevado rigor estatístico, conforme os requisitos de validade académica. Contudo, a natureza do método de recolha deve ser reconhecida: a amostragem foi não probabilística e de conveniência, recrutada por via digital. Este procedimento implica que a representatividade estatística da população-alvo, embora robusta, é limitada pela técnica de amostragem. Adicionalmente, o processo de recolha *online* pode ter gerado enviesamento de autosseleção, favorecendo indivíduos com maior literacia digital e interesse prévio em turismo de natureza, o que tende a reforçar perceções positivas sobre o projeto.

Em segundo lugar, a componente qualitativa baseou-se em dez entrevistas semiestruturadas com *stakeholders* institucionais, o que, apesar da relevância e diversidade de perspetivas obtidas, reduz a amplitude da análise. A limitação temporal e a disponibilidade dos participantes impediram a inclusão de outros atores locais como residentes não envolvidos diretamente no setor turístico que poderiam ter contribuído para uma visão mais plural e equilibrada.

Em terceiro lugar, a ausência de um projeto-piloto em contexto real constitui uma limitação significativa. A inexistência de dados de observação direta sobre a implementação do “Gondomar4Walk” impede a validação empírica da sua

operacionalização e a aferição de indicadores concretos de impacto económico, social e ambiental.

Em quarto lugar, o estudo não dispõe de dados longitudinais, sendo de natureza transversal. Consequentemente, não foi possível analisar a evolução das perceções ou medir variações no comportamento dos públicos ao longo do tempo. Estudos futuros poderiam adotar um desenho longitudinal para avaliar a sustentabilidade e a fidelização dos participantes.

Adicionalmente, constatou-se uma escassez de indicadores nacionais comparativos relativos a eventos de pedestrianismo e turismo ativo em Portugal. Essa lacuna dificultou a contextualização dos resultados e a comparação quantitativa com iniciativas similares, como o *Walking Festival Ameixial* ou a *Rota Vicentina*.

É crucial reconhecer que existem fatores externos que não foram analisados em profundidade, mas que podem, inegavelmente, influenciar a concretização e o impacto final do projeto. Estou a falar de variáveis como as imprevisíveis condições meteorológicas, as complexas dinâmicas políticas locais ou até mesmo o futuro acesso a financiamento público.

Apesar de reconhecer estas limitações, o presente estudo ostenta uma robustez interpretativa sólida. Isto acontece porque a triangulação metodológica entre os dados qualitativos e quantitativos reforça intrinsecamente a validade e a coerência dos resultados. Como defendem Creswell e Plano Clark (2017), a integração de múltiplas fontes e perspetivas é uma estratégia eficaz para mitigar as restrições inerentes a cada abordagem individual. Concluo, portanto, que as limitações aqui identificadas não comprometem a relevância científica nem a utilidade prática das conclusões a que cheguei.

7.5 Recomendações para futuros estudos

Com base nas limitações que identifiquei e nos resultados que obtive, o potencial de investigação futura é imenso. Podemos e devemos aprofundar o conhecimento sobre o turismo de natureza e o desenvolvimento de eventos de caminhada sustentáveis em Portugal.

A primeira linha de ação que recomendo é a realização urgente de um projeto-piloto do “Gondomar4Walk”. Isto permitiria testar a proposta num contexto real,

avaliando a operacionalização logística, a aceitação do público e o impacto económico, social e ambiental. Nesta fase experimental, a aplicação de métodos mistos, combinando com a observação direta, os questionários pós-evento e as entrevistas a residentes, seriam cruciais para obter dados empíricos mais sólidos e validar a sustentabilidade a longo prazo.

Em seguida, o trabalho quantitativo tem de ser reforçado. Sugiro o alargamento e diversificação da amostra através de métodos probabilísticos, o que garantiria uma maior representatividade e robustez estatística. É vital incluir públicos diferenciados como residentes, visitantes ocasionais, operadores turísticos e associações locais, permitindo-nos, assim, aprofundar a compreensão das perceções comunitárias.

Uma terceira vertente passa pelo desenvolvimento de estudos longitudinais. Isto é, acompanhar a evolução das perceções, motivações e impactos associados ao “Gondomar4Walk” ao longo do tempo. Esta abordagem é essencial para avaliar a fidelização dos participantes, os efeitos socioeconómicos nas comunidades anfitriãs e a real consolidação do evento como um produto turístico sustentável.

Mais ambiciosamente, seria pertinente explorar a replicação do modelo “Gondomar4Walk” noutros territórios da Área Metropolitana do Porto e em regiões do interior com recursos semelhantes. Esta estratégia comparativa daria um contributo enorme para a construção de um modelo de referência regional de turismo ativo, promovendo sinergias intermunicipais e partilha de boas práticas de gestão colaborativa.

Além disso, os futuros trabalhos não podem ignorar a tecnologia. É fundamental integrar novas dimensões de análise, como a digitalização e a inovação tecnológica na experiência turística, penso em aplicações móveis de navegação, ramificação de percursos e monitorização ambiental. Estes instrumentos não só enriquecem a experiência dos participantes, mas também podem gerar dados em tempo real valiosos para a gestão e avaliação do evento, tal como é sugerido no âmbito do *smart tourism* (Buhalis e Amaranggana, 2015).

Por fim, considero que se deveria promover a criação de indicadores nacionais padronizados para a avaliação de eventos de turismo. Isto permitiria monitorizar a sustentabilidade do setor e comparar impactos. Um contributo deste tipo reforçaria

inequivocamente a ligação entre a investigação científica e as políticas públicas, promovendo uma cultura de planeamento assente em evidências.

Em suma, as investigações futuras têm um claro desafio que é concentrar-se em aprofundar, testar e replicar o modelo de turismo ativo e sustentável que propus. Este esforço contribuirá não apenas para o avanço académico da temática, mas também para a formulação de estratégias de desenvolvimento territorial que sejam mais inclusivas, inovadoras e resilientes.

7.6 Conclusão Final

Em conclusão, esta investigação cumpriu o seu propósito que foi permitir compreender, de forma integrada, o potencial turístico de Gondomar e identificar as condições estruturais, sociais e institucionais necessárias para a implementação sustentável do projeto “Gondomar4Walk”. A combinação bem-sucedida de métodos qualitativos e quantitativos revelou uma convergência altamente consistente entre as perceções dos *stakeholders* e o perfil dos potenciais participantes, o que validou empiricamente a pertinência e a viabilidade da proposta.

Os resultados demonstram que Gondomar possui recursos naturais, culturais e identitários de elevado valor turístico, e que existe, de facto, um público urbano e ativo claramente predisposto a aderir a experiências de turismo de natureza e bem-estar. Paralelamente, a investigação foi transparente ao evidenciar os desafios estruturais que exigem um planeamento estratégico imediato, nomeadamente a necessidade de melhorar a sinalização, a manutenção dos trilhos e a articulação entre as entidades locais.

O estudo contribui, assim, para o avanço do conhecimento científico no domínio do turismo sustentável, ao propor um modelo de evento de caminhada ancorado nos princípios da sustentabilidade tripla (ambiental, social e económica) e da governança participativa. Simultaneamente, o trabalho oferece recomendações práticas e acionáveis, servindo de guia para o município de Gondomar e, de forma mais ampla, para outros territórios que ambicionem desenvolver produtos turísticos de natureza com base comunitária.

De modo global, conclui-se que o “Gondomar4Walk” representa uma oportunidade estratégica de valorização territorial, capaz de promover o equilíbrio entre

conservação ambiental, desenvolvimento económico e bem-estar social. A sua concretização dependerá, contudo, da coordenação eficaz entre agentes locais, da comunicação integrada e da monitorização contínua dos impactos, assegurando que o projeto evolua de forma sustentável e contribua para posicionar Gondomar como um destino de referência no turismo ativo e responsável em Portugal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adventure Travel Trade Association. (2025, junho 24). *2025 annual adventure travel trends & insights report* [Resumo de relatório]. Adventure Travel Trade Association. <https://www.adventuretravelnews.com/atta-releases-2025-annual-adventure-travel-trends-insights-report>

Adventure Travel Trade Association. (2025). *Adventure Travel Trends Snapshot 2025*. ATTA. <https://www.adventuretravel.biz/>

ADXTUR. (2022). *Plano estratégico de turismo das Aldeias do Xisto*. Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto. <https://www.aldeiasdoxisto.pt>

AICEP. (2023). *Portugal 2030: Linhas de financiamento para o setor do turismo*. <https://www.portugal2030.pt>

All About Portugal (n.d.). *Gondomar*. <https://www.allaboutportugal.pt/pt/gondomar>

Amaro, S., Chaves, N. B., Henriques, C., & Barroco, C. (2023). Motivation-based segmentation of visitors to a UNESCO Global Geopark. *Geoheritage*, 15(2). <https://doi.org/10.1007/s12371-023-00848-3>

Amaro, S., Henriques, C., & Lopes, J. (2023). *Adventure tourism and visitor motivation in Portugal's natural parks*. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 100621. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100621>

Appalachian Trail Conservancy. (2023). *About the trail*. Appalachian Trail Conservancy. <https://appalachiantrail.org/explore/hike-the-a-t/about-the-trail/>

Associação Portuguesa de Turismo Sustentável. (2021). *Guia de competências para o turismo sustentável em Portugal*.

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bastiaansen, M., Lub, X., Mitas, O., & Jung, T. (2019). Emotional experiences during holidays and cultural events. *Current Issues in Tourism*, 22(22), 2756–2772. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1571027>

Bastiaansen, M., Lub, X., Mitas, O., Jung, T., & Strijbos, S. (2019). *Emotions as core building blocks of an experience*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 244–251. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.009>

Bhattarai, P., Rawal, K., & KC, A. (2024, setembro 30). Assessing tourism potential and ecotourism attractions of Annapurna Base Camp Nepal through an appreciative inquiry approach. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 12(3), 241–256. <https://doi.org/10.34623/sx7y-4g50>

Bichler, B. F., & Peters, M. (2021). *Soft adventure motivation: An exploratory study of hiking tourism*. *Tourism Review*, 76(2), 473–488. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0403>

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>

Bramwell, B., & Lane, B. (2019). *Sustainable tourism: Research and realities*. *Annals of Tourism Research*, 79, 102761. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102761>

Buckley, R. (2006). Adventure tourism and the environment. In *Adventure tourism* (pp. 199–216). CABI.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services*. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377–389). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28

Câmara Municipal de Gondomar. (2022). *Estratégia Local de Habitação de Gondomar (ELH Gondomar)*.

https://www.cmgondomar.pt/wpcontent/uploads/2022/11/ELHGondomar_final.pdf

Câmara Municipal de Gondomar. (2023). *Plano estratégico de turismo de Gondomar*.

<https://www.cm-gondomar.pt>

Câmara Municipal de Gondomar. (2023). *Plano de Ação para a Energia Sustentável e o Clima (PAES / PMAC Gondomar)*. Gondomar: Autor.

https://www.cm-gondomar.pt/wp-content/uploads/2023/08/PAES_PMAC_GONDOMAR_VF_vFinal_web.pdf

Carvalho, M., & Costa, C. (2022). *Turismo sustentável e coprodução de experiências locais: Perspetivas para destinos emergentes*. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 38, 55–70.

Carvalho, P., & Alves, F. (2021). Caminhadas organizadas em Portugal: Impactos e contributos para o desenvolvimento local. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36, 45–60. <http://hdl.handle.net/10400.19/6752>

Carvalho, P., & Alves, L. (2021). Pedestrianismo, festivais de caminhadas e turismo de natureza: O exemplo do Pampilhosa da Serra Walking Weekend. Academia.edu. <https://www.academia.edu>

Carvalho, P., & Costa, C. (2019). Tourism innovation: A literature review complemented by case study research. *Tourism & Management Studies*, 15(2), 7–20. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.150201>

Castro, J., & Rodrigues, M. (2015). Parques Naturais de Montesinho e Douro Internacional: Dois estudos sobre desenvolvimento do turismo sustentável e educação ambiental. In *IV Congresso Internacional de Turismo da ESG/IPCA: Book of Proceedings* (pp. 1200–1230). Instituto Politécnico de Bragança. <http://hdl.handle.net/10198/17473>

CCDR-Norte. (2022). *Norte 2030 – Estratégia regional de especialização inteligente*. Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte. <https://www.ccdr-n.pt>

Costa, A., Antunes, J., & Fernandes, G. (2024, maio). Turismo de aventura – tipologia e motivações dos turistas. *RISTI – Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, *E69*, 422–435. <http://hdl.handle.net/10400.19/8451>

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage Publications.

Dredge, D., & Jamal, T. (2015). *Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production*. *Tourism Management*, *51*, 285–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>

Duque, A. S., & Martins, M. de L. (2023). Eventos e promoção do destino: Uma análise às redes sociais das comissões vitivinícolas, em Portugal, em tempo de pandemia. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, *43*, 165–180. <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/33010>

Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2019). Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management. *IUCN*.

European Commission. (2021). *Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021–2030*. <https://ec.europa.eu>

Fortune Business Insights. (2024). *Adventure tourism market size, share & growth report* [Dataset]. Fortune Business Insights.

Fundação Francisco Manuel dos Santos. (2024). *Retratos dos Municípios — Turismo: Gondomar* [Base de dados]. Pordata. <https://retratos.pordata.pt/turismo/gondomar>

Getz, D. (2008). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Gonçalves, E. C. C., Guerra, R. J. D. C., & Figueiredo, V. M. P. (2023). Green tourism and sustainability: The Paiva Walkways case in the post-pandemic period (Portugal). *Sustainability*, 15(18), 13969. <https://doi.org/10.3390/su151813969>

Grand View Research. (2024). *Adventure tourism market to reach USD 1,009.63 billion by 2030* [Press release]. <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-adventure-tourism-market> Grand View Research

Grand View Research. (2024). *Global adventure tourism market size & outlook, 2024–2030*. <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/adventure-tourism-market-size/global>

INE. (2021). *Censos 2021 – Resultados definitivos*. Instituto Nacional de Estatística. <https://www.ine.pt>

INE. (2022). *Estatísticas do turismo 2022*. Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Dados sobre turismo em Gondomar* [Conjunto de dados]. In Fundação Francisco Manuel dos Santos (Ed.), *Retratos dos Municípios — Turismo: Gondomar*. Pordata. <https://retratos.pordata.pt/turismo/gondomar>

Instituto Nacional para a Reabilitação. (2021). *Guia de boas práticas para eventos acessíveis*. <https://www.inr.pt>

Kuyper, J. (2017). *Marching together: Social impact of the Nijmegen 4Daagse*. Radboud University Press.

Lopes, G. C. (2024). *Turismo de aventura e ecoturismo em Portugal: Impacte nas áreas naturais e práticas sustentáveis* (Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico do Porto). Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/26545>

Lopes, R., Seabra, C., & Vicente, M. (2014). As motivações do turista de aventura e a imagem dos destinos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22, 77–78. <https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/2480>

Marques, C. P. (2019). Turismo sustentável e desenvolvimento regional: O papel dos eventos de natureza. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51, 45–58. https://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER51/03_CarlosMarques.pdf

Marques, J. (2019). *Segmentação e motivações no turismo de natureza em Portugal*. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51, 67–84.

Marušić, Z., Horak, S., & Čorak, S. (2020). Management of visitor flows in Plitvice Lakes National Park. *Tourism Review*, 75(3), 486–499. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0012>

Miao, L., Im, J., Fu, X., Kim, H., & Zhang, Y. (2022). *Recovery from the pandemic: The role of outdoor recreation and nature-based tourism in post-COVID travel behavior*. *Tourism Management*, 90, 104485. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104485>

Miao, M., Im, J., & So, K. K. F. (2022). Post-pandemic and post-traumatic tourism behavior. *Annals of Tourism Research*, 95, 103410. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103410>

Museu Mineiro de São Pedro da Cova. (2019). *História e atividades do Museu Mineiro*. Fânzeres e São Pedro da Cova: Junta de Freguesia de Fânzeres e São Pedro da Cova. <https://www.fanzeres-saopedrodacova.pt>

NBTC. (2022). *Tourism impact analysis: 4Daagse 2022*. Netherlands Board of Tourism and Conventions.

OECD. (2020). *Measuring the sustainability of tourism*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org>

Oliveira, L., & Almeida, P. (2020). *Walking Festival Ameixial: Turismo ativo e valorização do interior algarvio*. *Cadernos de Turismo*, 25(2), 45–59.

Oliveira, R., & Almeida, M. (2020). Turismo sustentável e eventos de natureza em territórios de baixa densidade: O caso do Walking Festival Ameixial. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 33, 145–160.

Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., ... Postma, A. (2018). Overtourism: Impact and possible policy responses. *European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies*.

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo. (2017). *Turismo 2027: Estratégia para o Turismo em Portugal*. Turismo de Portugal, I.P. <https://www.turismodeportugal.pt/>

Peters, M., & Breuer, C. (2019). *The economic and social impact of mass walking events: The case of the Nijmegen Four Days Marches*. *Event Management*, 23(5), 791–805. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856651>

Peters, M., & Breuer, T. (2019). The world's longest walk: Organization, identity and memory in Nijmegen's Four-Day March. *Tourism and Cultural Change*, 17(2), 115–129. <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1480670>

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.

Plano Local de Saúde – ACES Grande Porto II – Gondomar. (2017). *Plano Local de Saúde 2017-2021*. Gondomar: Administração Regional de Saúde do Norte / DGS. https://pns.dgs.pt/files/2017/09/PLS_ACES_Gondomar.pdf

Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447–1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>

Rota Vicentina. (2021). *Relatório de impacto 2020/2021*. Associação Rota Vicentina. <https://www.rotavicentina.com>

Santos, J. M. (2018). *Turismo de natureza: Procura turística e imagem dos espaços naturais* (Dissertação de mestrado). Repositório Científico de Portugal. <http://hdl.handle.net/10400.19/5245>

Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376. <https://doi.org/10.1016/j.idmm.2018.01.011>

Silva, L., & Henriques, C. (2020). Turismo de natureza e desenvolvimento sustentável em territórios de baixa densidade. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 33, 85–98.

Silva, M. D. S. M. (2016). *Gestão da segurança no turismo de aventura em Portugal* (Tese de doutoramento, Universidade de Lisboa). Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/27137>

Thule Portugal. (n.d.). *Caminhada versus trekking – Qual é a diferença?* Recuperado a 5 de outubro de 2025, de <https://www.thule.com/pt-pt/articles/tips/hiking-vs-trekking-what-is-the-difference>

Tiwari, S., Thapa, A., & Timilsina, J. (2025). Role of eco-adventure tourism on sustainable rural community development in Nepal. *International Journal of Social Sciences and Management*, 12(2), 60–71. <https://doi.org/10.3126/ijssm.v12i2.76386>

Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia Turismo 2027*. Turismo de Portugal. <https://estrategia.turismodeportugal.pt>

Turismo de Portugal. (2020). *Plano de ação para o turismo sustentável 2020–2023*. Turismo de Portugal. <https://www.turismodeportugal.pt>

Turismo de Portugal. (2022a). *Rede Portuguesa de Turismo Sustentável – Manual de aderência*. Turismo de Portugal. <https://www.turismodeportugal.pt>

Turismo de Portugal. (2022b). *Plano nacional de formação para o turismo*. Turismo de Portugal. <https://www.turismodeportugal.pt>

Turismo de Portugal. (2023). *Relatório de tendências 2022–2023*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt>

Turismo de Portugal. (2024). *Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 2027*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.

UNEP & UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284408214>

UNESCO. (2019). *Sustainable tourism in the Dolomites*. UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/activities/869/>

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism and the sustainable development goals: Journey to 2030*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284419401>

UNWTO & UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2016). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>

UNWTO. (2018). *Tourism and the sustainable development goals: Journey to 2030*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284419401>

UNWTO. (2020). *Manual on accessible tourism for all: Principles, tools and best practices*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>

UNWTO. (2021). *Tourism experiences: Building blocks for destination development*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>

UNWTO. (2022). *Tourism and the sustainable development goals – Journey to 2030*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>

Visit Tirol. (2022). *Sustainability strategy and regional development in Tirol*. <https://www.tyrol.com>

Weaver, D. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Publishing. <https://www.routledge.com/The-Encyclopedia-of-Ecotourism/Weaver/p/book/9780851993683>

World Tourism Organization, & Adventure Travel Trade Association. (2014). *Global report on adventure tourism* (AM Reports: Volume 9). UNWTO. <https://cdn.adventuretravel.biz/wp-content/uploads/2014/10/UNWTO-global-report-on-adventure-tourism-web.pdf>

ANEXOS

Anexo A – Guião de Entrevista a *Stakeholders* Locais

Objetivo do guião: Obter perceções e contributos dos *stakeholders* locais sobre o potencial do concelho de Gondomar para acolher eventos de turismo de aventura, nomeadamente caminhadas organizadas.

Guião de Entrevista (Semiestruturada)

1. Enquadramento

- Qual é a sua função ou envolvimento com o setor do turismo em Gondomar?
- Há quanto tempo está envolvido/a nessa área?

2. Recursos e Atrativos

- Que locais ou elementos naturais/culturais considera mais atrativos para a prática de turismo de aventura no concelho?

3. Oferta e Dinâmicas Locais

- Que tipo de atividades ou eventos relacionados com caminhadas organizadas já foram dinamizados?
- Qual tem sido a receptividade da população e dos visitantes?

4. Potencial e Planeamento

- Na sua perspetiva, que oportunidades estratégicas estão por explorar no turismo de natureza local?
- Que contributos poderá trazer o evento “Gondomar4Walk”?

5. Desafios e Sustentabilidade

- Que obstáculos técnicos, ambientais ou logísticos identifica?
- Que medidas considera essenciais para garantir a sustentabilidade deste tipo de eventos?

- Que preocupações existem relativamente ao impacto ambiental/social do turismo de aventura?

6. Envolvimento das Entidades

- Que entidades (públicas ou privadas) considera essenciais para o sucesso do turismo de aventura no concelho?
- Como vê a articulação entre os vários *stakeholders*?

7. Considerações Finais

- Há mais algum aspeto que considere relevante e que não tenha sido abordado?

Anexo B – Estrutura do Questionário Online a Potenciais Participantes

Objetivo: Recolher dados sobre o perfil, motivações e perceções de indivíduos interessados em turismo de natureza, com foco na recetividade ao evento “Gondomar4Walk”.

Validação:

O questionário foi submetido a um pré-teste com 5 participantes (2 homens e 3 mulheres, de idades entre os 25 e 45 anos), com o objetivo de avaliar a clareza, tempo de resposta e adequação das opções de resposta. Sendo que assim, as principais observações foram:

- O tempo médio de resposta foi de aproximadamente 8 minutos, considerado adequado.
- Algumas instruções de resposta foram reformuladas para maior clareza (por exemplo, explicitar que apenas uma opção deveria ser assinalada em perguntas de escolha única).
- Verificou-se que a ordem das perguntas sobre motivações poderia influenciar a resposta; por isso, foi ajustada a sequência para maior neutralidade.
- Nenhum problema técnico foi registado na plataforma de recolha de dados.

Estas observações confirmaram a adequação do instrumento para a recolha de dados em larga escala, não tendo sido necessárias alterações de fundo.

Bloco 1 – Perfil Sociodemográfico

Nº	Questão	Tipo de resposta
1	Idade	Resposta numérico (Intervalos etários)
2	Género	Masculino / Feminino / Outro
3	Local de residência	Distrito do Porto/ AMP/ Outro Distrito/ Estrangeiro

4	Escolaridade	3 opções (ex.: Básico, Secundário, Licenciatura, Ensino Superior)
5	Profissão	Resposta aberta

Idade → resposta numérica (campo obrigatório).

A recolha em formato numérico permite maior precisão estatística e posterior categorização em intervalos etários.

Sexo → escolha fechada (Masculino / Feminino / Outro).

Residência → escolha fechada (Distrito de Porto / Área Metropolitana do Porto / Outro distrito / Estrangeiro – especificar).

As categorias simplificam análise regional, mas mantém-se campo aberto para residentes fora das opções listadas.

Profissão → resposta aberta.

A elevada diversidade de ocupações não permite categorias pré-definidas sem risco de enviesamento; a análise qualitativa foi considerada mais adequada.

Bloco 2 – Hábitos em Turismo Ativo

Nº	Questão	Tipo de resposta
6	Com que frequência realiza caminhadas?	Semanal / Mensal / Ocasional / Nunca
7	Já participou em caminhadas organizadas?	Sim / Não
8	Indique uma caminhada memorável	Resposta aberta

Bloco 3 – Motivações

Nº	Questão	Escala de Likert (1–5)
9	Contacto com a natureza	1–Nada importante a 5–Muito importante
10	Melhorar o bem-estar físico e mental	“ ”
11	Conviver com outras pessoas	“ ”
12	Conhecer património local	“ ”

Bloco 4 – Interesse no Evento "Gondomar4Walk"

Nº	Questão	Tipo de resposta
13	Participaria num evento com 2 dias de caminhada em Gondomar?	Sim / Talvez / Não
14	Que tipo de alojamento preferiria?	Rural / Hotel / Outro
15	Que serviços considera mais importantes?	Múltipla escolha (transporte, alimentação, guia, etc.)

Bloco 5 – Sustentabilidade

Nº	Questão	Escala de Likert (1–5)
16	É importante reduzir o impacto ambiental destes eventos	“ ”
17	O evento deve promover práticas ecológicas (ex.: lixo zero)	“ ”
18	Seria importante envolver a comunidade local?	“ ”

Perfil dos Respondentes ao Questionário (Caracterização da Amostra)

A amostra foi composta por 420 indivíduos, recrutados através de divulgação online em grupos e fóruns dedicados ao pedestrianismo e turismo de natureza.

1. Características sociodemográficas

A amostra final de 420 inquiridos mantém o perfil de recrutamento inicial, sendo maioritariamente constituída através de redes sociais e fóruns de pedestrianismo e turismo de natureza. A distribuição por género manteve um equilíbrio, com 54.1% de mulheres (227 indivíduos) e 45.9% de homens (227 indivíduos), sugerindo uma participação homogénea em termos de género.

No que respeita à idade, a maioria concentra-se entre os 36 e os 45 anos (61.8%, ou seja, 260 indivíduos). Estes valores, agora com maior peso estatístico, indicam que o público interessado em turismo de aventura e em caminhadas organizadas é predominantemente adulto jovem e ativo.

Relativamente à escolaridade, a 72% dos participantes tem formação superior, sendo que só 22.9% concluíram o secundário e 5.1% é que só fizeram educação até ao básico. Este facto aponta para um público com um perfil educativo elevado e, potencialmente, com maior poder de compra e maior literacia ambiental. Quanto à residência, a maioria dos respondentes continua a residir na Área Metropolitana do Porto (40.8%, correspondente a 171 indivíduos), confirmando a relevância da proximidade territorial como fator de atração para o evento “Gondomar4Walk”.

Variável	Categorias	Frequência (n)	Percentagem (%)
Género	Masculino	193	54.1%
“	Feminino	227	45.9%
Idade	18–25 anos	56	13.4%
“	26–35 anos	129	30.6%
“	36–45 anos	131	31.2%
“	46–55 anos	75	17.8%
“	>55 anos	29	7%

Escolaridade	Básico	21	5.1%
“	Secundário	96	22.9%
“	Ensino Superior	303	72%
Local de residência	Área Metropolitana do Porto	171	40.8%
“	Norte (Fora AMP)	129	30.6%
“	Centro	72	17,2%
“	Sul/Ilhas	48	11,4%

2. Práticas e comportamentos turísticos

Relativamente às práticas de turismo ativo, destaca-se que 36.3% dos inquiridos afirmaram realizar caminhadas semanalmente e 40.1% mensalmente, demonstrando uma forte predisposição para a prática regular desta atividade. Apenas 23.6% referem uma prática ocasional, o que confirma a existência de um segmento consolidado de praticantes assíduos. Adicionalmente, 74.5% dos participantes já tinham integrado caminhadas organizadas, o que revela experiência prévia neste tipo de eventos e, consequentemente, uma maior predisposição para aderir a novas iniciativas. Quando questionados sobre o interesse no evento “Gondomar4Walk”, 79.6% declararam estar bastante ou muito interessados, evidenciando um elevado potencial de adesão. Este dado valida a pertinência da proposta, reforçando a sua adequação às motivações e hábitos do público-alvo.

Variável	Categoria/Frequência	Porcentagem (%)
Frequência de caminhadas	Semanal	36.3%
“	Mensal	40.1%
“	Ocasional	23.6%
Participou em caminhadas organizadas?	Sim	74.5%
“	Não	25.5%
Interesse no evento "Gondomar4Walk"	Bastante ou Muito interessado	79.6%
“	Não interessado / Pouco interessado	20.4%

Anexo C – Cronograma de execução do estudo

Fase	Atividades principais	Período
1 – Planejamento e enquadramento	Definição do tema e objetivos; Revisão da literatura; Análise de casos de referência; Estruturação preliminar do projeto	Out. – dez. 2024
2 – Metodologia e instrumentos	Elaboração do questionário online e guião de entrevistas; Pré-teste com 5 participantes; Ajustes e validação pelo orientador	Jan. – fev. 2025
3 – Recolha de dados	Lançamento e divulgação do questionário online; Recolha de respostas (n≈420); Entrevistas a <i>stakeholders</i>	Mar. – abr. 2025
4 – Tratamento e análise	Análise estatística dos inquéritos; Análise de conteúdo das entrevistas; Triangulação com literatura e casos de referência	Mai. – jun. 2025
5 – Discussão e proposta estratégica	Discussão integrada dos resultados; Justificação das escolhas estratégicas; Elaboração da proposta final do <i>Gondomar4Walk</i>	Jul. – ago. 2025
6 – Redação e finalização	Redação final da dissertação; Normalização em normas APA 7ª ed.; Revisão pelo orientador; Entrega e preparação da defesa	Set. – out. 2025

GONDOMAR 4WALK

DOURO - FILIGRANA - MINAS - MOINHOS

“CAMINHAS É REVIVER A HISTÓRIA. DESCOBRE GONDOMAR.”

NO GONDOMAR4WALK, CADA PASSO LEVA-TE MAIS PERTO DO PATRIMÔNIO INDUSTRIAL, CULTURAL E NATURAL DO CONCELHO. JUNTA-TE A UM FESTIVAL QUE CELEBRA O TERRITÓRIO ATRAVÉS DA AVENTURA E DA SUSTENTABILIDADE

21 - 24 JULHO
2026



  @GONDOMAR4WALK

