Doc 2



Breve resumo

Em 431 questionários realizados a residentes os resultados com as comunidades diz respeito – geraram a seguinte matriz de expectativa:

- Desenvolvimento económico 4,44
- Projeção da imagem para no exterior 4,42
- Construção de orgulho na comunidade 4,35
- Animação 4,33
- Aumento do tráfego 4,09
- Expansão de perspetivas culturais 4,08
- Acréscimo de preços 3,30
- » Retorno direto com base na ponderação das despesas de adeptos e equipas no Concelho – de 1 773 905€ a 1 956 781€.

» Estudo Cision – retorno imagem – 2 100 000€

Retorno total na ordem dos 4 milhões de euros.

Lousã, 17 de janeiro de 2020

PRESENTADO EM REUNIÃO DE 20102103

O SECRETÁRIO





ESTUDO DO IMPACTO DIRETO DO WRC VODAFONE RALLY DE PORTUGAL 2019 NA ECONOMIA DO TURISMO À ESCALA LOCAL: IMPACTO GERADO PELO MUNICÍPIO DE LOUSÃ



12 de dezembro de 2019



O presente documento foca exclusivamente os impactos diretos sobre a economia do turismo nos municípios envolvidos na organização WRC Vodafone Rally de Portugal 2019. É parte integrante do estudo mais alargado sobre o impacto do evento em Portugal (imagem e economia). Elaborado pelo Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo da Universidade do Algarve (CiTUR Algarve), a solicitação do Automóvel Club de Portugal, envolvendo na equipa estudantes da Universidade de Coimbra e da Universidade do Minho.

Equipa de Investigação

Fernando Perna (investigador responsável) Maria João Custódio (co-investigadora responsável) Vanessa Oliveira

Colaboradores

Natália Teixeira

Tânia Pinto

Amadeu Barros

Manuel Furtado

Jorge Ribeiro

Hugo Lacerda

Yvette Gouveia

Filipe Costa

Ricardo Paiva

Ana Carolina Oliveira

Sofia Lopes



ÍNDICE

1. Introdução	1
2. RELAÇÃO COM AS COMUNIDADES: MATRIZ DE EXPETATIVAS	6
3. ECONOMIA DO TURISMO: IMPACTOS DIRETOS	7
4. CONCLUSÃO	11
BIBLIOGRAFIA	13

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 - LOCAIS DE RECOLHA DA AMOSTRA POR TROÇOS - REGIÃO NORTE	2
FIGURA 2 - LOCAIS DE RECOLHA DA AMOSTRA POR TROÇOS - REGIÃO CENTRO	3
FIGURA 3 - METODOLOGIA DO ESTUDO 2019: FASES	4
FIGURA 4 - WRC VODAFONE RALLY DE PORTUGAL 2019 NO MUNICÍPIO DE LOUSĂ	9
FIGURA 5 - IMPACTO ECONÓMICO DIRETO TOTAL DO RALLY DE PORTUGAL: DISTRIBUIÇÃO RELATIVA NO CENTRO POR CONCELHOS RALLY E OUTROS	10



1. INTRODUÇÃO

O presente relatório sintetiza os principais impactos diretos na economia do turismo gerados pelo Município de Lousã, um dos 12 municípios envolvidos na organização WRC Vodafone Rally de Portugal 2019, designadamente Paredes, Coimbra, Lousã, Góis, Arganil, Lousada, Vieira do Minho, Cabeceiras de Basto, Amarante, Fafe, Mondim de Basto e Matosinhos. Os impactos são aferidos em termos das despesas realizadas pelos adeptos residentes e por aqueles que não sendo residentes na região se deslocaram tendo por motivo a assistência ao Rally, acrescido das despesas das equipas participantes quer ao longo dos dias do Rally quer nos testes/treinos que o precederam.

O documento concentra-se no impacto direto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 na componente específica da análise à escala local, parte integrante do estudo mais alargado à escala nacional que integra as rotinas de perfil do adepto, identificação dos atributos da imagem do destino e da imagem da organização, impactos diretos totais e a valorização do impacto indireto por exposição da imagem do destino através dos media.

Desde 2007 que o Automóvel Club de Portugal (ACP) assume esta parceria para o conhecimento e avaliação pública dos impactos do evento que organiza, promovendo um compromisso de rigor científico e responsabilização perante as autarquias, patrocinadores, adeptos, demais agentes e instituições regionais e nacionais envolvidas na concretização do Rally de Portugal. Trata-se da monitorização externa e contínua do maior evento desportivo e turístico regularmente organizado e realizado em Portugal. Os fundamentos utilizados na abordagem científica aos impactos estão validados em revistas como o *International Journal of Tourism Research*, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, *Journal of Place Management and Development*, *EJTHR* - European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation e a nível nacional na Revista Gestão do Desporto.

O estudo de impacto da edição de 2019 sobre a imagem do destino e economia do turismo é desenvolvido ao longo de 12 meses, entre janeiro a dezembro de 2019. A equipa de investigação é composta pelo Prof. Doutor Fernando Perna (Investigador



responsável e Economia Regional), Doutora Maria João Custódio (Co-investigadora responsável e Imagem e Marketing dos Destinos) e Mestre Vanessa Oliveira (*Field and Data Research*). O grupo é reforçado por 11 alunos de licenciatura e mestrado da Universidade de Coimbra e da Universidade do Minho, de forma a garantir o complexo trabalho de campo, o processamento do modelo e a interpretação e análise de resultados focados no conhecimento dos territórios e uso de competências técnicas específicas. A equipa atinge assim o total de 14 elementos.

Focado na criação de informação primária no terreno e como tal no conhecimento *in situ* do comportamento económico e turístico dos adeptos presentes no WRC Vodafone Rally de Portugal 2019, o estudo assegura uma ampla cobertura e detalhe territorial, opção essencial para a consistência e validação dos resultados. A análise é sustentada por uma amostra de 1.008 inquéritos presenciais a adeptos nacionais e estrangeiros que assistiram a um ou mais dias de prova, entre os dias 30 de maio e 02 de junho de 2019, utilizando a abordagem *self administrative questionnaire* na administração dos questionários em 8 locais diferentes de inquirição, incluindo troços (Fafe com dois locais de recolha distintos) e cerimónias, tal como expresso nas Figuras 1 e 2.

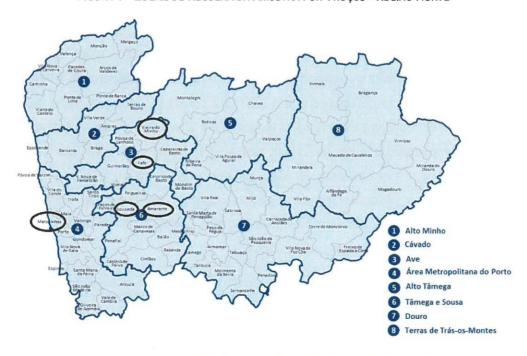


FIGURA 1 - LOCAIS DE RECOLHA DA AMOSTRA POR TROÇOS - REGIÃO NORTE

Fonte: http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/apresentacao.





FIGURA 2 - LOCAIS DE RECOLHA DA AMOSTRA POR TROÇOS - REGIÃO CENTRO

Fonte:

http://www.ccdrc.pt/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1299--594&category_slug=10&Itemid=739

A monitorização tem como base de trabalho a recolha de dados através de entrevistas realizadas a adeptos no terreno, num intenso trabalho de campo, sendo esta opção uma condição necessária para captar as variações e/ou a consolidação de tendências associadas à diversidade de opções que o ACP tem colocado na organização do WRC Vodafone Rally de Portugal ao longo do tempo. Esta diversidade, associada ao rigor organizativo e comportamento exemplar dos adeptos, são ano após ano critérios fundamentais para a permanência do Rally de Portugal no calendário da FIA World Rally Championship. Assinale-se que após o regresso do Rally de Portugal ao Campeonato do Mundo em 2007 (esteve ausente deste campeonato entre 2002 a 2006), a inovação permanente da prova contemplou:

- A realização regular nos troços do Algarve e Baixo Alentejo entre 2007 a 2014;
- O Porto Road Show em 2010;



- A inclusão da Super-especial Lisboa nos anos 2010 a 2014;
- As edições do Fafe Rally Sprint em 2012, 2013 e 2014;
- O regresso integral do Rally à região Norte de Portugal em 2015;
- A introdução da Super-especial de Lousada na Pista de Rallycross em 2015;
- A realização da Super-especial Porto Street Stage em 2016;
- A realização da Super-especial Braga Street Stage em 2017;
- A realização da Super-especial Porto Street Stage em 2018;
- Regresso dos troços do Centro do País Lousã, Góis e Arganil e partida oficial na cidade de Coimbra em 2019.

FIGURA 3 - METODOLOGIA DO ESTUDO 2019: FASES

	FASES
#	Conteúdo
1	Pesquisa e atualização do quadro conceptual da investigação conducente à afinação do modelo de análise a adotar na avaliação de 2019.
2	Formação e preparação da logística das ações no terreno dos entrevistadores da Universidade de Coimbra e da Universidade do Minho, responsáveis pela administração dos questionários ao longo do Rally.
3	Administração de questionários multilingue (português, castelhano, francês e inglês) junto dos adeptos, através de amostra recolhida no terreno em 8 locais de passagem do Rally de Portugal 2019 entre os dias 30 de Maio e 02 de junho de 2019.
4	Validação e certificação dos dados, processamento do modelo de avaliação nas diferentes rotinas afetas à produção de resultados na economia e imagem de Portugal.
5	Análise, síntese e discussão dos principais resultados e conclusões, materializada nos relatórios global, regional e municipal.

Fonte: Elaboração CiTUR-Algarve.



O estudo integra também a opinião expressa pelas comunidades recetoras do evento, condição necessária para a autenticidade e sustentabilidade no tempo do Rally, características que só se atingem com o envolvimento e reconhecimento dos adeptos e demais agentes locais, tal como sugerido por Bowdin *et al.* (2002) acerca da gestão de eventos com dimensão turística. Ao assumir este posicionamento, o CiTUR-Algarve opta por estruturar a amostra e universo de adeptos do Rally em três grandes grupos, configurados em função do local de residência:

- Adeptos residentes nacionais (N = 431). Aqueles que residem nos distritos de Braga, Porto, Vila Real ou Coimbra¹ e assistiram ao Rally na sua região, ou seja, que não se deslocam para fora da sua área de residência para assistir ao Rally, assumindo-se o regresso no próprio dia às suas habitações;
- Adeptos não residentes nacionais (N = 340). Portugueses que não residem nos distritos de Braga, Porto, Vila Real ou Coimbra (ou que residindo optaram por assistir ao Rally fora da sua região de residência); admite-se a probabilidade de utilização de alojamento para assistir ao Rally, configurando a tipologia de turistas nacionais;
- Adeptos não residentes estrangeiros (N = 237). Turistas estrangeiros, não residentes em Portugal; admite-se a probabilidade de utilização de alojamento para assistir ao Rally, configurando a tipologia de turistas internacionais.

Por critérios de validação estatística, o detalhe da análise segundo estes três grupos é exclusivamente apresentado no relatório global para o todo do país, optando-se a nível municipal pela agregação dos dois grupos referentes a não residentes. Note-se também que esta opção de classificação da tipologia de adeptos reflete as recomendações da Organização Mundial de Turismo para a análise de eventos de escala internacional, tal como originalmente expressas em Massieu (2008).

¹ Os 12 concelhos envolvidos na organização e troços do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 estão localizados nestes 4 distritos.



2. RELAÇÃO COM AS COMUNIDADES: MATRIZ DE EXPETATIVAS

Na análise de um evento com a dimensão turística do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019, as expectativas das comunidades recetoras são um fator essencial para a "vivência" e qualificação do espaço onde o Rally se realiza. É através do adepto residente que se reforça a parceria entre o território e o evento, a qual tem formado um dos fatores que chave para o sucesso do Rally de Portugal ao longo do tempo.

Recorrendo à amostra de **431 questionários realizados a adeptos residentes** ao longo dos 4 dias de trabalho de campo pela equipa do CiTUR-Algarve, Universidade do Minho e Universidade de Coimbra, os adeptos procederam à hierarquização dos potenciais impactos esperados pelo evento nos respetivos concelhos. Os resultados obtidos permitem constatar que de forma global os adeptos locais perspetivam o evento de forma extremamente positiva, sendo evidente as expetativas criadas e comprovadas (*vide* relatório global).

Consolidando resultados de edições anteriores, destaca-se em 2019 a perceção extremamente positiva dos adeptos residentes sobre os impactos do evento. Face a uma matriz de nove impactos possíveis (cinco positivos e quatro negativos) em que é solicitado aos inquiridos que atribuam uma classificação entre 1 e 5 (escala de *Likert* em que 1 corresponde a discordo totalmente e 5 a concordo totalmente), dos sete atributos mais destacados cinco são positivos e apenas dois têm um possível cariz negativo (sendo apenas de referência o esperado aumento do tráfego):

•	Desenvolvimento económico:	4,44
•	Projeção da imagem no exterior:	4,42
•	Construção de orgulho na comunidade:	4,35
•	Animação:	4,33
•	Aumento do tráfego:	4,09



Expansão de perspetivas culturais: 4,08

Acréscimo de preços:
 3,30

No topo, e com classificações médias superiores a 4, as comunidades locais reconhecem a importância do Rally para o desenvolvimento económico, a projeção da imagem da região no exterior, a construção de orgulho na comunidade e a animação. O conjunto de condições referidas são essenciais para o sucesso da relação entre o evento e o território, com os adeptos residentes não só a vivenciarem o evento como a reconhecerem a sua importância e contributo para um conjunto de vetores de sustentabilidade e competitividade do local de residência. Esta parceria é uma evidência do envolvimento e reconhecimento do Rally de Portugal por parte das comunidades residentes como um evento de referência e o seu potencial de gerar importantes impactos positivos no território.

3. ECONOMIA DO TURISMO: IMPACTOS DIRETOS

A presença ou deslocação de adeptos ao longo dos municípios para assistir ao WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 implica a concretização de consumos no todo ou parte da fileira turística, desde o transporte, a alimentação, a animação e o alojamento, entre outros. De entre estes serviços da fileira turística associados ao Rally, o alojamento é uma componente fundamental quer pelo vínculo que cria com o destino quer pelo potencial de outros serviços que a este podem ser associados ao garantir a pernoita do turista.

É relevante assinalar que no agregado dos 12 municípios envolvidos na organização do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 - quatro situados na região Centro e oito na região Norte - a capacidade hoteleira classificada totaliza 8.685 camas. Este valor representa apenas 7,4% da oferta total disponível no conjunto das duas NUT II Centro e Norte (INE, 2018)², às quais acresce o alojamento local e as opções de campismo aqui não quantificados. Daqui resulta a evidência que o Rally de Portugal é um evento que

² Dados editados em 2018 referentes a 2017, sendo esta a última publicação com desagregação municipal da oferta de alojamento pelo Instituto Nacional de Estatística - Portugal, documentos "Anuário Estatístico da Região Norte - 2017" e "Anuário Estatístico da Região Centro - 2017".



não só gera e fixa benefícios nos concelhos organizadores, como também, a partir destes, gera vantagens disseminadas pelos restantes municípios quer da região Centro quer da região Norte. Para além dos fluxos de visitantes, um dos fatores de influência do impacto económico direto gerado pelo concelho de Lousã está na capacidade hoteleira existente, a qual sendo inferior a 3% da região Centro admitirá em hipótese uma perspetiva de crescimento que deverá ser ponderada, com benefícios transversais ao concelho e à região.

Nesta sequência e na lógica do conjunto de gastos dos adeptos do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 - residentes e não residentes - os questionários realizados no terreno permitem entre outros aspetos identificar o volume e distribuição das despesas diretamente efetuadas nos concelhos devido ao Rally de Portugal. A esta despesa acresce a quantificação dos gastos totais realizados pelas equipas nacionais e internacionais que disputaram o Rally, incluindo no caso das equipas WRC1 a sua presença em Portugal para testes e treinos em períodos que antecedem o Rally.

Com o investimento e envolvimento das autarquias a ser decisivo para a realização e sucesso do evento, destaca-se o retorno médio gerado pelo Município de Lousã, o qual tem por base quatro variáveis de input e respetivos ponderadores de acordo com o modelo desenvolvido pelo CiTUR-Algarve: (a) a estimativa da presença e número de espectadores na cerimónia ou troço(s) realizados no concelho/Zonas Espetáculo, (b) a respetiva tipologia de gastos nas categorias de alimentação, transportes, alojamento, animação e outros, (c) o potencial e opções efetivas de alojamento, i.e., camas vs dormidas e (d) o tempo de estada. Estes dados são recolhidos através das entrevistas realizadas no terreno e extrapolados para o universo dos adeptos.

É desta forma que o concelho de Lousã gera durante o WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 uma fileira de gastos relacionados não só com o alojamento, mas também com as já referidas despesas em alimentação, transportes e animação, entre outras realizadas pelos milhares de adeptos que assistiram ao Rally e/ou às suas cerimónias nos vários concelhos.

É também relevante considerar que estes adeptos podem ter antecipado ou prolongado a permanência para além do(s) dia(s) efetivo(s) do Rally no concelho, preferindo-o



como base logística da assistência ao Rally de Portugal 2019 e estada em Portugal. Este é um efeito muito importante para a consolidação dos impactos e demonstrativo da realização efetiva do potencial turístico do evento.

Daqui resulta com a inerente variabilidade pela dimensão relativa de cada município e grau de envolvimento com o WRC Vodafone Rally de Portugal 2019, a estimativa que o Município de Lousã terá gerado entre 1.773.905 euros a 1.956.781 euros de valor de retorno económico direto (despesas de adeptos e equipas no concelho), fruto da participação na organização e acolhimento da edição de 2019.

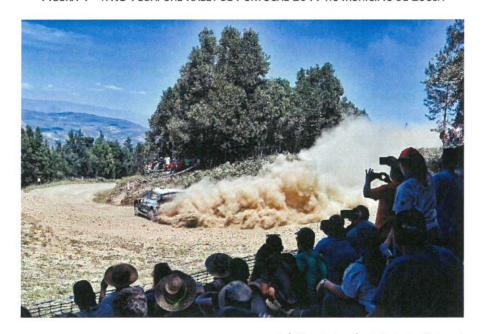


FIGURA 4 - WRC VODAFONE RALLY DE PORTUGAL 2019 NO MUNICÍPIO DE LOUSÃ

Crédito: Automóvel Club de Portugal.

Numa visão mais agregada por diversas ocasiões referida ao longo do estudo, o WRC Vodafone Rally de Portugal é um evento integrado no território, partilhado pelas populações e que, apesar do natural maior foco nos concelhos organizadores, não está estanque a estes espaços, contribuindo também de forma inequívoca para a competitividade e identidade à escala regional.

Esta característica tem tradução no facto dos quatro municípios envolvidos na região Centro promoverem entre si um impacto agregado que representa 32,3% do impacto



económico direto total do Rally na região, disseminando assim 67,7% de benefícios pelos restantes municípios da região Centro de Portugal não diretamente envolvidos na organização. Esta é uma demonstração evidente da importância e ganhos pela coesão regional proporcionados pelo evento tal como demonstrado na Figura 5.

Concelhos Rally 32,3%

Outros — Concelhos Centro 67,7%

FIGURA 5 - IMPACTO ECONÓMICO DIRETO TOTAL DO RALLY DE PORTUGAL: DISTRIBUIÇÃO RELATIVA NO CENTRO POR CONCELHOS RALLY E OUTROS

Fonte: Elaboração CiTUR-Algarve.

Acresce que em linha com as edições anteriores do Rally, os gastos dos adeptos visitantes concentram-se maioritariamente em três áreas: alimentação e bebidas, alojamento e combustível. Se agregadas, estas áreas representam 69,7% da despesa dos visitantes em território nacional. A presença do alojamento e da restauração e bebidas ganha ainda maior relevo pela típica intensidade de emprego nestes setores; referência também para os transportes que são essenciais na determinação da magnitude do impacto fiscal do Rally. Esta tendência tem expectável variabilidade em função da capacidade de alojamento instalada, com a repercussão dos impactos na fileira da economia do turismo a constituir uma realidade transversal à economia do concelho e da região.

No conjunto cada município terá obtido uma taxa de rentabilidade económica e social do investimento efetuado, certamente com diferentes escalas pelas próprias



dimensões em causa, mas que face aos valores globais, não deixará de ser positiva e indutora de mais-valias para a população e outros agentes locais. Estes não são efeitos que se esgotam nos 4 dias de competição do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019, mas sim resultados que se repercutem e consolidam no espaço e no tempo, indutores de ganhos de imagem e de competitividade económica e social no suporte ao desenvolvimento do concelho.

4. CONCLUSÃO

Face à tipologia de objetivos que em regra os eventos de escala global procuram atingir sobre a economia e imagem do turismo (Tassionopoulos, 2000), o WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 realizado entre os dias 30 de maio e 2 de junho atinge os objetivos propostos nas diferentes escalas territoriais. A nível municipal contribui para criar uma imagem favorável do território/destino, expande a época turística no tempo, aumenta a procura turística, atrai visitantes internacionais e nacionais e incrementa os ganhos económicos.

Em termos estratégicos o papel do município da região Centro na organização do WRC Vodafone Rally de Portugal 2019 é considerado um contributo decisivo na afirmação do Rally como instrumento local e nacional de execução das prioridades de investimento definidas no documento "Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020", no qual e no âmbito da promoção e comercialização da oferta turística do país e das regiões, é assumido como prioritária a "Promoção de eventos estruturantes que reflitam a afirmação dos atributos distintivos nacionais e que impulsionem o incremento de fluxos e de receitas turísticas" (Turismo de Portugal, 2014: 161).

De carácter estruturante e não de mera contribuição *lump sum*, o WRC Vodafone Rally de Portugal é organizado de forma regular e periódica pelo Automóvel Club de Portugal, cuja constante inovação de espaços e conteúdos garante a revitalização permanente da projeção e consolidação dos perfis da imagem distintiva de qualidade, em simultâneo com a geração de fluxos e de receitas turísticas de dimensão única ao nível dos eventos organizados em território e com know-how nacional.

A análise permite concluir que a região Centro e os seus municípios estabelecem uma relação win-win com o WRC Vodafone Rally de Portugal, no qual evento e território estabelecem uma parceria mutuamente qualificadora. Como evento desportivo - mas também de negócio, cultural e de coesão territorial - os resultados atingidos pelo Rally cobrem diferentes municípios da região Centro com realidades económicas, sociais e de procura turística diferenciada, os quais acontecem num mapa e envolvimento local que adere de forma explícita a um dos ativos qualificadores definidos pelo Turismo de Portugal: "Portugal dispõe de eventos que já hoje demonstram um inequívoco contributo para a sua projeção internacional que, em alguns casos, contribuem, simultaneamente, para dinamizar economias locais em territórios de baixa densidade, concorrendo para alargar o turismo todo o ano e em todo o território." (Turismo de Portugal, 2017: 49). Com o forte impulso da região Norte de Portugal, este é o contributo que o WRC Vodafone Rally de Portugal eleva a uma dimensão única.

BIBLIOGRAFIA

Bowdin, G., McDonnell, I., O'Toole, O. & Willam, A. (2002). *Hospitality, Leisure and Tourism Events Management*. Oxford: Butterworth Heinemann.

CCDR Centro - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro. (s.d.). Consultado em 6 Out. 2019. Disponível em http://www.ccdrc.pt/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1299--594&category_slug=10&Itemid=739.

CCDR Norte - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte. (s.d.). *Região Norte.* Consultado em 6 nov. 2018. Disponível em http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/apresentacao.

CISION (2019). Communication Performance & Sponsorship - Vodafone Rally de Portugal 2019, Lisboa: CISION.

INE - Instituto Nacional de Estatística (2018). *Anuário Estatístico da Região Centro - 2017*. Lisboa: INE - Instituto Nacional de Estatística.

INE - Instituto Nacional de Estatística (2018). *Anuário Estatístico da Região Norte - 2017*. Lisboa: INE - Instituto Nacional de Estatística.

Massieu, A. (2008). La Elaboración de Estadísticas Turísticas a Escala Subnacional: Medicíon de los Flujos de Viajes y Visitantes. In *International Conference of Tourism* -

Nielsen Sports. (2019). 2019 FIA World Rally Championship Cross Media Evaluation - Rally (Monte Carlo - Rally Turkey). Nielsen Sports.

Perna, F., Custódio, M. J. & Oliveira, V. (2019). Estudo do Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal na Economia do Turismo e Formação da Imagem dos Destinos: Portugal, Edição 2019 (Relatório Global). Faro: CiTUR - Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo - Universidade do Algarve.



Tassionopoulos, D. (2000). Event Management: A Profissional and Development Approach. Cape Town South Africa: Juta Education (Pty) Ltd.

Turismo de Portugal. (2014). *Turismo 2020 - Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal. (2017). Estratégia Turismo 2027. Lisboa: Turismo de Portugal.

