

1º CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS
AMBIENTE E USOS DO TERRITÓRIO

**O Turismo Activo como Oportunidade para o Desenvolvimento
de Iniciativas Empresariais em Zonas Rurais:
uma Análise Exploratória a partir da região do Douro**

Paulo Jacinto^a

Manuela Ribeiro^b

^A Escola Superior Agrária de Castelo Branco

^B Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

1. Introdução

Só muito recentemente inscritas na geografia do turismo em Portugal, as regiões do interior em geral, e as áreas rurais em particular, têm vindo a ser objecto de crescente procura enquanto espaços alternativos de férias, lazer e recreio. A construção das respostas a esta procura tem estado, por razões óbvias, basicamente concentrada na oferta de alojamento, o qual constitui, por agora, a vertente mais significativa, mais dinâmica e simultaneamente a mais emblemática da oferta turística destas regiões.

Nas modalidades consignadas nos textos legais regulamentadores do sector, as unidades de alojamento não têm parado de se multiplicar por todo o interior do país, dotando-o de uma capacidade de acolhimento que, embora na maioria dos casos continue a ser insuficiente, deixa a uma enorme distância a situação de há apenas dez/quinze anos atrás.

Para além do mais, este crescimento da oferta de alojamento decorre também e em larga medida da intenção deliberada e assumida do poder político, nacional e comunitário, de promover o turismo nestas regiões, como forma de contribuir para a resolução dos muitos problemas de desenvolvimento que as afectam.

Para tanto, tem vindo a ser criada e implementada toda uma série de medidas e instrumentos de apoio à iniciativa privada, a quem têm sido disponibilizados incentivos financeiros e doutro tipo extremamente generosos, e como tal, dificilmente recusáveis, para a concretização de projectos de alojamento turístico - estabelecimentos hoteleiros, unidades de TER, etc.

Embora de certa forma justificado, o enviesamento da oferta no sentido do alojamento começa, porém, a revelar-se como gerador de factores limitativos que de,

forma mais ou menos severa, concorrem para embaraçar o desenvolvimento do turismo nestas regiões, a sua qualidade e, em última instância, os seus resultados.

Sem uma oferta organizada e diversificada de actividades, serviços e produtos que atraiam, aliciem e suscitem a adesão dos turistas, as estadias e os gastos médios destes nas regiões tenderão inevitavelmente a fixar-se em níveis muito baixos, muito aquém dos desejáveis e necessários para a produção de efeitos multiplicadores realmente significativos no emprego e no rendimento locais (M. Ribeiro e F. Diniz, 1996; M. Ribeiro, 1998; M. Ribeiro e C. Marques, 1999).

O reconhecimento desta situação e da consequente necessidade de a contrariar, é hoje consensual nos mais variados meios, desde os próprios turistas, a analistas, empresários, e sobretudo os próprios órgãos da Administração Pública que tutelam o sector, que progressivamente têm vindo a enfatizar a importância das chamadas actividades de animação enquanto componente fulcral da oferta turística destas regiões.

Este empenho da Administração no fomento da animação turística tem vindo a traduzir-se numa série de medidas legislativas, quer de alcance mais global, como é o caso do Dec. Lei 204/2000 de 1 de Setembro, visando a delimitação do seu objecto e a regulamentação do seu exercício; quer de carácter mais restrito, em que a animação aparece expressamente identificada como parte integrante de determinados produtos turísticos. Refira-se a este propósito, o exemplo do TER, que o mais recente texto legal relativo ao seu enquadramento, define como *o conjunto de actividades e serviços, realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural.* (Dec. Lei 169/97 de 4 de Julho, Cap.I, artº 1º. Sublinhado nosso),

Para além disso, a Administração Pública passou também a incluir explicitamente nos seus diversos programas de financiamento da actividade económica, as iniciativas e os projectos no campo da animação turística, como é, entre outros, o caso dos diversos programas actualmente em vigor, decorrentes do Programa Operacional da Economia (SIME, SIPIE, SIVETUR) e de outros (SAJE e LEADER+) estabelecidos no âmbito do actual Quadro Comunitário de Apoio.

Por tudo isto, pode concluir-se que a animação turística constitui actualmente um campo de elevado potencial para a criação e expansão de iniciativas empresariais que, por um lado, complementem e diversifiquem a oferta regional existente e, por outro, promovam e concretizem a valorização de recursos endógenos.

Tendo como referência empírica a região do Douro¹, estamos a desenvolver um estudo², tendente a apurar os desenvolvimentos empresariais que se têm vindo a corporizar no campo da animação turística, mais concretamente no âmbito das actividades integrantes do designado "turismo activo", as sinergias que eles configuram, o perfil de quem os promove e de quem os procura, entre outros.

Tratando-se, porém, de um estudo ainda em curso, limitar-nos-emos à apresentação de alguns dados preliminares, o que desde logo, confere aos conteúdos expressos neste texto um carácter eminentemente exploratório.

O turismo no Douro - um sector em crescendo

Relativamente aos grandes desenvolvimentos do turismo, que Portugal conheceu a partir de finais dos anos 50, a região do Douro, como de resto toda a faixa interior do país, teve uma posição reconhecidamente periférica, quer como emissária quer como receptora de turistas.

Esta situação tem vindo, todavia, a alterar-se, sobretudo por força das modificações que entretanto e de forma gradual se foram produzindo no campo das motivações da procura e que se têm vindo a corporizar, entre outros, na *descoberta* e na opção pelos meios rurais e pelas zonas do interior em geral, como destinos turísticos alternativos aos mais convencionais, os de cidades e os de sol e praia, respectivamente.

E o Douro, como vem sendo unanimemente reconhecido, detém elevadas e variadas potencialidades para satisfazer estas novas procuras.

Dominadas, basicamente, pelo conjunto formado pela paisagem vinhateira e pelo rio propriamente dito, estas potencialidades turísticas da região do Douro desdobram-se ainda por vários outros domínios – patrimónios histórico e natural, etnografia, gastronomia, com particular destaque para o vinho, e mais especialmente para o vinho

¹ Numa primeira fase, a área geográfica delimitada recobria basicamente, os concelhos que integram o que se convencionou designar como Alto Douro Vinhateiro, a saber: Vila Real, Peso da Régua, Santa Marta de Penaguião, Mesão Frio, Armamar, Torre de Moncorvo, Lamego, Alijó, Sabrosa, São João da Pesqueira, Vila Nova de Foz Côa e Tabuaço. Esta delimitação decorre da análise prévia dos dados estatísticos disponíveis, que apontavam este conjunto de concelhos, como constituindo o principal núcleo de desenvolvimentos turísticos de toda a região duriense. O avanço do trabalho de campo tem, contudo, vindo a tornar pertinente a consideração da necessidade de alargar o perímetro da área de estudo a concelhos imediatamente vizinhos daqueles, no sentido quer de alargar também o número de empresas a incluir no estudo, quer de apurar interrelações territoriais e sectoriais que se estejam a desenhar.

² Investigação para elaboração de dissertação de Mestrado em Instrumentos e Técnicas de Apoio ao Desenvolvimento Rural.

do Porto – a partir dos quais se configuram múltiplas oportunidades de constituição e oferta de produtos turísticos originais e diversificados.

Na sequência dos aspectos que acabámos de enunciar, o turismo na região do Douro, embora ainda relativamente recente e incipiente, vem alcançando resultados e realizações muito significativos, como decorre do conteúdo de variados relatórios e textos de síntese sobre a evolução dos principais indicadores da actividade na região (A. A. Dias, 1995; C. Carqueja, 1998; FIETMAD, 2000; A. Fontes, 2001; J. Rebelo, M. Ribeiro e outros, 2001).

No que respeita mais especificamente à oferta, não cabe dúvida sobre a afirmação do alojamento como componente predominante, consequência inevitável do quase deserto que a região apresentava há ainda poucos anos atrás. Com efeito, a região *conheceu em apenas dez anos... uma verdadeira revolução da sua oferta hoteleira* (Douro, in Fortunas e Negócios, 1999:30), uma revolução que se revela, não apenas no seu crescimento quantitativo, mas também e sobretudo qualitativo e tipológico, perfazendo actualmente uma capacidade que ronda as 2600 camas, assim distribuídas:

Capacidade de alojamento na hotelaria e no TER,
no Alto Douro Vinhateiro

Tipo de alojamento	Capacidade 2000		Crescimento 1993-2000 (%)
	# de unidades	Camas	Camas
Hotelaria convencional	35	2230	54
Hotéis 4*	3	430	*
Outros hotéis	6	670	48
Pensões	22	912	-2
Outros (estalagens e pousadas)	4	218	236
TER	37	366	94
TH	12	109	70
TR	18	169	90
AT	7	88	44

* Não havia hotéis de 4* no ano base

Fonte: J. Rebelo, M. Ribeiro e outros, 2001.

De ressaltar que a capacidade de alojamento instalada na região, para além de continuar a ser avaliada como escassa face à procura e respectivas tendências de evolução, apresenta também uma distribuição territorial desequilibrada, por estar maioritariamente concentrada no corredor Vila Real – Régua – Lamego, deixando praticamente a descoberto as áreas envolventes do mesmo.

Este crescimento da oferta de alojamento responde em primeira instância ao crescimento da procura, claramente evidenciado no aumento bastante acentuada no número de noites na hotelaria convencional, calculado em 28% entre 1993 e 1998 (J.

Rebelo, M. Ribeiro e outros, 2001), o único subsector do alojamento relativamente ao qual é possível dispor de dados estatísticos.

O Douro atrai, como já se disse, cada vez mais visitantes, e estes por sua vez, buscam a realização de necessidades e de finalidades crescentemente diversas, sendo cada vez mais os que valorizam e priorizam a possibilidade de realizar actividades diversas durante as férias. Tudo isto vem obrigando ao alargamento da oferta turística regional para além dos limites das suas componentes mais básicas - o alojamento e a restauração - ou seja à área da animação.

Por animação, entendem-se todas as formas organizadas e disponibilizadas para ocupação dos tempos de estadia dos turistas. Trata-se assim, de um conceito muito amplo, de difícil delimitação e portanto, de difícil operacionalização prática, o que condiciona fortemente qualquer tentativa de identificação e de caracterização exaustivas deste, cada vez mais determinante, sector da oferta turística regional.

Com esta reserva em fundo, cabe desde já, salientar o processo que nos últimos anos, se vem registando no Douro, de criação progressiva de alternativas locais de animação turística, em resposta às solicitações da procura e à necessidade de complementar e reforçar a oferta. Na sua grande maioria orientadas para a promoção e a valorização de recursos endógenos, nomeadamente de carácter ambiental, histórico-cultural e arqueológico, de evidente potencial económico, as iniciativas de animação postas em marcha até agora na região do Douro, têm tido nos cruzeiros no rio Douro, nos "comboios históricos", no Parque Arqueológico do Vale do Côa, ou na Rota do Vinho do Porto, algumas das suas realizações mais apelativas e de maior expressão e os seus impulsionadores mais dinâmicos.

A par destas e de temporalidade relativamente mais recente, começa também a emergir na região um outro subsector da oferta de actividades de animação, especialmente vocacionado para o preenchimento de valências cada vez mais procuradas - novas práticas desportivas e de fruição da natureza, em geral. As actividades de ar livre (*outdoor*), desde os diferentes tipos de "excursões pedestres", à prática dos chamados desportos de aventura e radicais, aos percursos interpretativos dos patrimónios natural e histórico são, entre outros, ingredientes básicos do que se convencionou designar como "turismo activo"³, um produto, que é em larga medida, tributário dos valores da post-modernidade e por eles amplamente promocionado.

E para o tipo de actividades incluídas no turismo activo, o Douro dispõe de condições e atributos naturais particularmente propícios. A constatação e a conjugação destas evidências têm vindo a dar lugar à criação de empresas expressamente orientadas para a prestação de serviços ligados a estas actividades, mais especificamente para a sua realização, desde o enquadramento, ao acompanhamento e ao treino. Trata-se, como é óbvio, de um sector novo, que ensaia agora os seus

³ Ver listagem inserida em Anexo 1

primeiros passos, e que apesar dos muitos condicionalismos — legais e profissionais, sobretudo — que o rodeiam, aparece como portador de perspectivas bastante estimulantes, sobretudo para os empresários mais jovens.

O Douro como sede e espaço de actuação de empresas de animação turística

Nos últimos anos verifica-se, por todo o país, o aparecimento de empresas que facultam os seus serviços a quem queira desenvolver actividades de turismo activo.

O Douro virou, de há um tempo a esta parte, espaço de realização de muitas actividades deste tipo, comercializadas quer por empresas sediadas na própria região, quer também por empresas de fora.

Embora a comercialização de actividades de turismo activo no Douro se tenha começado a desenvolver apenas nos anos 90, algumas das modalidades que o integram, nomeadamente algumas iniciativas ligadas à animação sociocultural, ao desporto mais clássico e mesmo a actividades mais inovadoras, como o montanhismo, há já vários anos que vêm sendo objecto de oferta organizada, patrocinada por entidades locais sem fins lucrativos, e fundamentalmente direccionadas para servir a população residente⁴. Como exemplo do que fica dito, cite-se o Grupo de Montanhismo de Vila Real, que conta já com mais de 20 anos.

Na primeira metade dos anos 90, começam, porém, a surgir as primeiras empresas a oferecer serviços nos mesmos domínios, nomeadamente montanhismo, passeios todo-terreno e actividades equestres, dirigidas para um público-alvo que incluía não apenas a procura local, mas também visitantes.

De então para cá, e um pouco à semelhança do que aconteceu no resto do país, o número de empresas (e de associações) de desportos de aventura e outras actividades de turismo activo sediadas na região tem vindo sistematicamente a aumentar, perfazendo hoje um total de 17. Note-se, todavia, que neste ainda muito curto percurso temporal da oferta comercial de turismo activo no Douro, cerca de meia dúzia de empresas do ramo ficaram já pelo caminho, tendo tido uma existência muito efémera, ditada, na maior parte dos casos, pelo aparecimento de concorrentes directos muito mais fortes.

Não tendo, até à data, realizado, na íntegra, as entrevistas aos responsáveis de todas estas empresas, dispomos porém já de um acervo de dados que nos permitem uma abordagem exploratória a este subsector emergente da oferta turística do Douro. A não conclusão do trabalho de campo limita, obviamente, a nossa análise, em particular no que toca à indicação de referências quantitativas definitivas e mais precisas. Daí

⁴ No caso do GMVR, Vilarealenses e estudantes/docentes da UTAD.

que, com alguma frequência, os comentários e as reflexões apareçam formuladas em termos eminentemente tendenciais.

Dos dados que já recolhemos junto destas empresas, deduzimos como mais relevantes, por agora, os aspectos que de forma muito sucinta passamos a apresentar:

A oferta de turismo activo no Douro está muito fragmentada. Embora seja maioritariamente protagonizada por empresas específica e exclusivamente afectas a este fim, encontramos também outros agentes que operam neste campo da oferta, desde uma agência de viagens, a duas pequenas empresas de transporte fluvial, uma empresa de comercialização mista de serviços (alojamento, refeições e outros) até ao único operador turístico regional. O tecido empresarial configura-se, assim, como muito diferenciado.

As empresas que oferecem práticas de turismo activo no Douro, são, na sua esmagadora maioria, empresas de pequena dimensão não excedendo, em geral, o equivalente a dois postos de trabalho permanentes. Todas estas empresas estão constituídas como sociedades, das quais apenas duas incluem sócios colectivos (outras empresas e organizações doutro tipo) e que são também as únicas duas com mais de cinco sócios.

Das 15 empresas já abordadas, 8 são sociedades familiares (de irmãos, cônjuges ou pais e filhos). Nas outras 7, todas ligadas ao montanhismo e outras actividades de *outdoor*, a sociedade foi constituída entre amigos.

Os elementos que compõem as sociedades detentoras destas empresas são, em regra, indivíduos jovens, com idades que, para as empresas sobre as quais já temos dados definitivos, se situam maioritariamente (60% do total) abaixo dos 45 anos.

São, normalmente, geridas a tempo parcial pelos seus responsáveis que, em alguns casos, são os únicos trabalhadores permanentes das mesmas. Com efeito, apurámos que, das que se encontram em funcionamento, 90 % dos respectivos sócios têm outra actividade profissional, na maior parte dos casos em serviços da Administração Pública, ou profissões liberais. São, na sua maior parte (50%), professores, 80 % dos quais de educação física, mas há também advogados, um dentista, um comerciante, um militar e um técnico de desenvolvimento. As empresas mais direccionadas para os desportos de aventura e actividades de *outdoor* em geral, são quase todas da responsabilidade e iniciativa de profissionais do ensino de educação física. Três delas resultaram também da iniciativa de elementos do Grupo de Montanhismo de Vila Real.

As motivações subjacentes à criação deste tipo de empresa, apontadas pelos inquiridos, distribuem-se por dois grandes grupos, a saber: partindo da constatação da necessidade de animação turística na região, uns viram aí uma oportunidade para a obtenção de rendimentos; outros, sobretudo os que são hoje responsáveis de empresas de desporto, aventura e *outdoor*, porque sendo já adeptos e praticantes

dessas actividades, viram na criação das empresas um meio de se fazerem remunerar pelo seu exercício, e, ao mesmo tempo, uma forma de assegurarem a presença de acompanhantes para a sua realização, ou seja em linguagem corrente, de *juntar o útil ao agradável*.

Os valores dos investimentos feitos para a instalação destas empresas variam muito: desde algumas centenas de contos até valores da ordem dos 20.000 contos. Os investimentos feitos recobrem, essencialmente, a aquisição de equipamentos colectivos ou individuais muito específicos, já que em termos de estruturas físicas, edifícios e outros, estas empresas tendem a ser pouco exigentes. A sua sede física é em, muitos casos, a residência do seu responsável, uma única sala, ou mesmo a sede de outras actividades comerciais, como lojas de artigos de desporto e outras.

Muitas destas empresas desenvolvem várias outras actividades para além das ligadas ao turismo activo e ao lazer, em geral, mas com elas directamente e indirectamente relacionadas. Assim, e tirando partido das "habilidades" e competências técnicas que devem pôr ao serviço das actividades de turismo activo que vendem, algumas empresas de desporto e aventura, fazem também trabalhos de altitude, tais como limpezas de vidros em edifícios altos. Outras têm lojas de equipamentos para a prática dessas actividades, ou vendem esses materiais mesmo sem terem loja; outra constróem e instalam equipamentos para prática dessas modalidades, como por exemplo, paredes para a prática de escalada. Há uma empresa de turismo de aventura que também trabalha no domínio do desporto para a manutenção de saúde (fitness). Entre as empresas ligadas ao todo-terreno, uma também se ocupa da organização de certames e de actividades de publicidade.

Esta diversificação empresarial, para fora do domínio estrito e imediato da prática de turismo activo, ocorre principalmente em empresas cujos responsáveis não têm outras ocupações profissionais e obedece implicitamente a princípios de segurança económica, ajudando a prevenir e absorvendo os riscos que as actividades de turismo activo comportam, ligados, por um lado à dependência das mesmas de factores climáticos e, por outro, à sazonalidade da procura, especialmente pronunciada no caso das actividades realizadas em terra.

A gama de actividades que cada empresa oferece aos seus clientes, é no geral, bastante diversificada, sendo na sua esmagadora maioria emprestada de multiactividades. A combinação e a variabilidade de actividades - as de carácter mais "suave" com desportos de aventura, actividades de *outdoor* com produtos culturais, observação da natureza e interpretação arqueológica, actividades de turismo activo e alojamento, etc,- vêm sendo, estrategicamente, adoptados por quase todas as empresas do sector. O espectro de actividades disponibilizadas por estas empresas

recobre a realização de passeios de barco, montanhismo, percursos de interpretação da Natureza e do património, passeios e eventos de "todo o terreno", escalada, *rafting* e canoagem, parapente, cicloturismo, entre outros;

Dentro de cada modalidade, verifica-se haver empresas que fazem essencialmente actividades ajustados aos pedidos específicos dos clientes, isto é, prestam serviços "por encomenda", outras trabalham exclusivamente na base de esquemas fixos, previamente definidos pela empresa, havendo ainda empresas, a maioria, que propõem os dois tipos de oferta.

Os pacotes, com esquemas previamente definidos pela empresa em termos de actividades desenvolvidas, são identificados com designações como: "O Marão a seus Pés", "À Descoberta do Vale Sagrado", "Na Rota do Ferro", "À Procura da Calçada do Diabo – Penedo Durão", "Um Pouco de Tudo", "Passos de Camilo", "Caminhos Romanos", "Jogo do Vinho", "Mini Rota Do Vinho", "Sabores do Douro", "Cenários de Golfe", "Na Rota de Cister", "A Escola e o Douro" (pacote especial para grupos escolares de uma das empresas), "Em Busca de Aventura", "BTT Multiactiva", "Iniciação ao Montanhismo" (pacote que consiste numa actividade de formação), etc. Por vezes, os catálogos das empresas não apresentam as designações desses pacotes pré-estabelecidos, referindo apenas a sua existência. No entanto, raro é o responsável pela empresa que não tenha designações para esses pacotes.

Maioritariamente sediadas na cidade de Vila Real (7) e no eixo Lamego-Régua-Vila Real (9), o local de realização das actividades da grande maioria destas empresas, é o Douro e Trás-os-Montes. Algumas desenvolvem, esporadicamente, actividades em zonas vizinhas como a Beira ou o Minho, e fazem-no, normalmente para tirarem partido de equipamentos que já lá existam. Raramente desenvolvem actividades noutras zonas do país e menos ainda fora dele, pois a tanto não alcança o estatuto da maioria delas. Daí que das empresas sediadas no Douro, só uma, justamente uma agência de viagens, referir que comercializa actividades de turismo activo que realiza noutros países.

As empresas de turismo activo a operar no Alto Douro, apresentam padrões muito débeis de entrosamento formal e sistemático com outros sectores da oferta. Umas, muito poucas, porque, como já deixámos dito, comportam em si mesmas um conjunto de componentes, do alojamento ao fornecimento de refeições e aos serviços de animação; a maior parte porque, tendo arrancado há pouco tempo, estão ainda totalmente concentradas nas acções e actividades que são o seu objecto empresarial, deixando aos clientes a tarefa de contactar e combinar, pelos seus próprios meios, os outros serviços de que carecem - transporte, alojamento, refeições, etc. - limitando-se, quando muito, a indicar e a sugerir aonde podem encontrar quem lhos forneça. Alguns entrevistados admitiram que, num ou noutro caso e a título meramente pessoal, se disponibilizavam para fazer reservas de alojamento para os seus clientes. O que fica dito, revela que há um grande caminho a percorrer por estas empresas, no sentido da

construção de uma oferta menos difusa, mais organizada e integrada, capaz de gerar sinergias efectivas entre os agentes que compõem o tecido empresarial da região. Este caminho poderá passar pela diversificação interna, enveredando a própria empresa por outras áreas que completem os produtos que já oferece, uma alternativa que algumas começam já a equacionar, mormente no que diz respeito ao alojamento e mais em particular a modalidades de alojamento mais ajustadas ao perfil dos seus clientes e ao tipo de animação que comercializam. Planeiam, a propósito, instalar parques de campismo de natureza, parques de campismo de montanha, etc. A articulação concertada com outras empresas locais, de *catering*, de restauração, de alojamento, de transporte, constitui a outra via em aberto e à espera de ser concretizada, para bem da *performance* da oferta turística regional e da consolidação dos seus resultados.

Numa avaliação global desta suas novas actividades no campo do turismo activo, os empresários entrevistados são unânimes em prever crescimentos importantes da procura para os próximos anos, admitindo, sem reservas, que o mercado comporta ainda espaço considerável para a criação mais empresas do mesmo ramo das suas.

Ainda no âmbito desta avaliação os empresários que já entrevistámos coincidem em identificar como principal aspecto negativo da experiência que já levam como empresários de animação turística, o vazio e a indefinição legislativa em que tem vivido o subsector em que operam, e que só há muito poucos meses acabou por ser objecto de classificação e regulamentação oficial. Tal situação é indicada por todos, como fonte de algumas dos mais prementes problemas enfrentados por estes empresários, e que vão dos pedidos de licenciamento e/ou de financiamento, à questão absolutamente fulcral, da realização de seguros.

Algumas notas como conclusão

A análise sumária que acabámos de fazer, porque assente num trabalho que se encontra ainda em curso, não permite, naturalmente, tirar conclusões substanciais e definitivas sobre a empresarialidade duriense no domínio do turismo activo e da animação. Contudo, os aspectos expostos não deixam de suscitar alguma reflexão que, no essencial, pode ser sistematizada nos seguintes pontos:

- O Douro detém um considerável potencial para se vir a constituir como destino de turismo activo, em especial no que se refere a actividades mais ligadas ao meio aquático e às que integram componentes de índole cultural;
- desenvolvimento deste potencial favorecerá a constituição de uma oferta turística regional mais completa, ao mesmo tempo que favorecerá a afirmação da imagem do Douro, como um destino turístico aonde é possível realizar um amplo leque de actividades;

- o turismo activo não sendo o produto-chave da oferta turística do Douro, contribuirá seguramente, para melhorar o posicionamento e a competitividade da região no seu conjunto, em relação a destinos alternativos;

Estando, porém, este subsector praticamente a dar os seus primeiros passos, são ainda muitos e bastante complexos os constrangimentos e dificuldades com que se confronta. Os dados que até agora recolhemos e tratámos, embora ainda muito parciais, deixam desde já e muito plausivelmente presumir que a superação destes constrangimentos, ou seja, que o desenvolvimento empresarial deste subsector vai andar muito estritamente vinculado a um conjunto de recomendações, donde se destacam como mais urgentes, os aspectos que, de forma sumária, passamos a enumerar:

- a clarificação legislativa do campo de animação turística, por forma a dotar os agentes empresariais que nele operam, de meios e instrumentos que lhes permitam desenvolver a sua actividade dentro dos parâmetros de segurança e qualidade que são a essência de toda a oferta de turismo activo;
- implementar acções de promoção e divulgação, favorecendo acções de promoção conjunta, dada a dimensão reduzida das empresas;
- fomentar a formação técnica e a reciclagem de pessoal - monitores e outros - no sentido de assegurar a prestação adequada dos serviços que a oferta de turismo activo envolve;
- fomentar meios de capacitação profissional dos responsáveis e gestores das empresas de turismo activo;
- favorecer as actividades que possam ser praticadas ao longo de todo o ano, por forma a combater a sazonalidade e as irregularidades da procura.

Referências Bibliográficas

- Carqueja, M.Carlot (1998), "Turismo No Espaço Rural Como Alternativa De Desenvolvimento – Um estudo de caracterização e de avaliação da actividade em duas regiões do interior norte de Portugal". Tese de Mestrado em Agricultura, Ambiente e Mercados, UTAD, Vila Real.
- CCRN - Comissão de Coordenação da Região Norte- (1999), "Trás-os-Montes e Alto Douro. Diagnóstico Prospectivo e Orientações Estratégicas – Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (2000-2006)". CCRN, Porto.
- CEDRU, INXL (2000), "Potencialidades do Douro Sul". Relatório de Progresso Final.
- Célula de Animação LEADER/AEIDL (1994) - "Comercializar um Turismo Rural de Qualidade". AEIDL, Bruxelas.
- Comissão Nacional de Gestão LEADER (1995) - LEADER: Lista de Projectos Aprovados; IEADR/Comissão Nacional de Gestão LEADER, Lisboa.
- Dias, A:A: (1995) - "Turismo no Espaço Rural. Um estudo sobre o Sector de Alojamento TER na Região do Douro". Relatório Final de Estágio do Curso de Eng^a Agrícola; UTAD, Vila Real.
- DINT/ICEP (sem data) - Turismo Activo, Repertório; ICEP, Lisboa
- FIETMAD - Forum de Trás-os-Montes e Alto Douro – 2000 - Tema 4 – "Turismo. Diagnóstico e Orientações Prospectivas". Relatório Final. Vila Real, Texto policopiado, 72 pags.
- Fontes, A. (2001) - "O Sector do Turismo em Alto trás os Montes e Douro: Diagnóstico Prospectivo". Estatísticas e Estudos Regionais.
- Fortunas e Negócios, 1999, Fortunas e Negócios, nº 78
- Hall, C.M. & Weiler, B. (1992) – "What´s Special About Special Interest Tourism?". In Weiler, B. & C.M. Hall (orgs.), Special Interest Tourism, pp. 1-14; Belhaven Press, Londres.
- Hall, C.M. (1992) – "Adventure, Sport and Health Tourism"; In Weiler, B. & C.M. Hall (orgs.), Special Interest Tourism, pp. 1-14; Belhaven Press, Londres.

- Rebelo, J., Ribeiro, M., Marques, C., Teixeira, M.S., Rebelo, V., (2001) "Plano Intermunicipal de Ordenamento do Território do Alto Douro Vinhateiro - Caracterização Socio-Económica", Relatório de Progresso, UTAD, Vila Real.
- Ribas, Sónia (2001) Apresentação da Rota do Vinho Do Porto — Associação de Aderentes. Com. apresentada ao Curso Internacional de Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Rural — Módulo de Turismo Rural, UTAD, Vila Real, 6 de Fevereiro.
- Ribeiro, Manuela (1998), "Turismo Rural e Desenvolvimento na Região Douro – Processos e (alguns) resultados da evolução do recente sector. Douro. Estudos e Documentos, n.º 6, 25-49.
- Ribeiro, Manuela e Diniz, F. (1995), "Turismo Rural enquanto Alternativa de Desenvolvimento de Regiões Desfavorecidas – Potencialidades e Limites". Comunicação apresentada ao 3rd International Congress of the Mediterranean Association of Tourism, Estoril, Portugal, 20-22 April.
- Ribeiro, Manuela e Luis Mergulhão - (2000) - "Turismo e Desenvolvimento das Regiões do Interior- A Perspectiva dos Autarcas"". Com apresentada ao IV Congresso Nacional de Sociologia, Fac. de Economia, Coimbra, 17-19 de Abril .
- Ribeiro; M. e Carlos Marques, (1999), "Rural Tourism and the Development of Less Favoured Areas. Between Rhetoric and Practice" Comunicação apresentada ao XII Summer Institute of the European Regional Science
- Silva Carvalho, P.- (2000)- "Comboios Históricos Do Douro 2000. Análise Estatística". Trabalho de projecto da licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo, Universidade de Aveiro.
- SPIDOURO (1999), "Douro - O Rio, A Vinha e o Vinho". Candidatura P.I.T.E.R. do Douro.
- SPIDOURO (1999a.) Detecção de Oportunidades e Formatação de Negócios no Sector do Turismo – Relatório de Síntese (doc. não publicado). Vila Real.
- SPIDOURO (2000) Campanha dos Comboios Turísticos e Históricos do Douro 2000. Relatório de Encerramento de Campanha. Dez. de 2000.
- SPIDOURO e SOCINTEC (2000), "Diagnóstico Estratégico do Potencial Turístico do Douro". Documento de síntese elaborado para a Fundação Rei D. Afonso Henriques. Pinhão, 4 de Maio.
- Stückl, P. & Sojer, G. (1993) - Manual *Completo de Montaña*; Ediciones Desnivel, s.l..

ANEXO 1 - ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO
Classificação de acordo com repertório “Turismo Activo” (DINT/ICEP, s.d.)

Aluguer de barcos Aluguer de motas de água Aluguer de motas e bicicletas Asa delta e parapente Balonismo Bicicletas Todo Terreno (BTT) Caça Canyonning, hydrospeed, kayak Canoagem Cruzeiros e passeios de barcos Equitação Escalada Espeleologia Karting Mergulho	Montanhismo Observação de aves Observação de golfinhos e baleias Orientação Paintball Paraquedismo Parasailing Passeios pedestres Pesca desportiva Rafting Rappel e slide Surf, windsurf e bodyboard Ténis Tiro ao alvo Todo-o-terreno(TT) Vela
--	--