

CONTRIBUIÇÕES DE UM ROTEIRO MILITAR PORTUGUÊS PARA O DESTINO TURÍSTICO: PERSPETIVA DOS STAKEHOLDERS

Célio Gonçalo Marques¹

Cláudia Pires da Silva²

João Tomaz Simões³

Lígia Mateus⁴

Marta Dionísio⁵

Hélder Pestana⁶

João Paulo Pedro⁷

Resumo:

O desenvolvimento científico e tecnológico permite capacitar tanto os territórios como quem os visita. Se por um lado o aumento destas ferramentas permite aos turistas um enriquecimento das suas próprias expectativas, tornando-os mais informados e exigentes, também, por sua vez, os agentes turísticos locais deverão planear e gerir as atividades de forma a oferecer produtos culturais de excelência, com grande valor pedagógico e, ao mesmo tempo, contribuir para o aproveitamento económico desta atividade. A pertinência deste cenário está em linha com o Roteiro do Turismo Militar (RTM), criado sob uma plataforma digital pela Associação de Turismo Militar Português (ATMPT), e onde os vários parceiros têm acesso a informação e ferramentas privilegiadas na gestão de conteúdos que permitem a criação e promoção de produtos turísticos de qualidade. Num estudo desenvolvido anteriormente pelo grupo de investigadores que compõem o Projeto INSIGNIA, no Centro de Investigação TECHN&ART, do Instituto Politécnico de Tomar, os resultados apresentados foram demonstrativos de uma correlação muito forte no que se refere visão sobre a eficácia e eficiência que os parceiros têm do RTM, e a sua pertinência para o destino turístico. No presente trabalho, adensaram-se esses resultados através de uma análise fatorial. Os resultados indicam que a maioria dos participantes

¹ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. celiomarques@ipt.pt

² TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. claudia.silva@ipt.pt

³ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. jpsimoes@ipt.pt

⁴ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. ligia.mateus@ipt.pt

⁵ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. Marta.dionisio@ipt.pt

⁶ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. helder.pestana@ipt.pt

⁷ TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. j-pedro.techart@ipt.pt

avaliou a rota positivamente e que ela foi bem-sucedida em promover valores positivos para o município, incluindo a criação de valor acrescentado, desenvolvimento de clusters e aumento do fluxo de turistas. Os fatores importantes para o sucesso da rota incluem a sua adaptabilidade às necessidades dos visitantes, a qualidade da experiência turística e a clareza e personalização da rota pelos operadores turísticos.

Palavras-Chave: Turismo Militar; Roteiro; ATMPT; Turismo Cultural; Desenvolvimento Turístico

CONTRIBUTIONS OF A MILITARY PORTUGUESE ROUTE TO THE TOURISTIC DESTINATION: STAKEHOLDERS' PERSPECTIVE

Abstract:

Scientific and technological development can empower both territories and their visitors. On the one hand, the increase in these tools allows tourists to enrich their own expectations, making them more informed and demanding. On the other hand, local tourism operators should be able to plan and manage activities in order to offer excellent cultural products with a high educational value, while at the same time contributing to the economic exploitation of this activity. The relevance of this scenario is in line with the Military Tourism Roadmap (MTR), created on a digital platform by the Portuguese Military Tourism Association (ATMPT), where partners have access to privileged information and content management tools that enable the creation and promotion of quality tourism products. In a previous study carried out by researchers from the INSIGNIA project at the TECHN&ART Research Centre of the Polytechnic Institute of Tomar, the results presented showed a very strong correlation between partners' perceptions of the effectiveness and efficiency of the MTR and its relevance to the tourist destination. In the present work, these results have been extended through a factor analysis. The results indicate that the majority of participants rated the route positively and that it was successful in promoting positive values for the municipality, including the creation of added value, cluster development and increased tourist flows. Important factors for the success of the route include its adaptability to the needs of visitors, the quality of the tourist experience and the clarity and personalisation of the route by tour operators.

Keywords: Military Tourism; Route; ATMPT; Cultural Tourism; Tourism development

1. INTRODUÇÃO:

O turismo é um sector de grande importância para os países desenvolvidos, recebendo por isso muita atenção e investimento económico (Rodiris, 2021). Como resultado, pode-se afirmar que o turismo tem um impacto significativo na sua economia, o que exige naturalmente um planeamento e gestão cuidadosos, de forma a assegurar o

seu crescimento e sucesso contínuos. Neste contexto, a utilização de ferramentas tecnológicas e científicas ganhou uma importância crescente, especialmente na capacitação tanto das pessoas como dos processos em geral (Ma et al., 2018). O que torna estes instrumentos cruciais para melhorar a qualidade das atividades turísticas e a experiência dos turistas, permitindo uma gestão mais eficiente e uma oferta superior de produtos e atividades dos destinos (Dinhopl & Gretzel, 2015). Nesta dimensão, o aumento da disponibilidade de informações e ferramentas tecnológicas permite aos turistas um enriquecimento das suas próprias expectativas, tornando-os mais informados e exigentes, bem como aos agentes turísticos locais que precisam de planejar e gerir as suas atividades de forma a oferecerem produtos culturais de excelência, com grande valor pedagógico e, ao mesmo tempo, contribuir para o aproveitamento económico desta atividade (Pine & Gilmore, 1998).

Desta forma, torna-se importante que os governos e as empresas invistam em pesquisas e no desenvolvimento de novas plataformas para o setor turístico (Martins et al., 2016; UNWTO, 2019). Estas plataformas vão permitir não apenas que os territórios sejam capacitados para oferecer melhores produtos e atividades, mas, de certa forma, melhorar a experiência dos turistas. Um exemplo deste cenário, é o Roteiro do Turismo Militar (RTM), promovido pela Associação de Turismo Militar Português (ATMPT), que foi criado como uma resposta à falta de articulação no sector do turismo histórico-militar. Sendo este tipo de turismo muito importante para Portugal (Mateus et al., 2021), percebeu-se que a sua correta gestão é fundamental para garantir o sucesso desta atividade. Dessa forma, e compreendendo sobretudo a importância trazida para os municípios portugueses, a ATMPT desenvolveu uma plataforma digital que concentra as rotas temáticas associadas a eventos ou períodos históricos específicos, permitindo a integração da oferta deste sector de uma forma direta ou complementar, ligando e integrando os sítios patrimoniais com relevância histórica e que de outra forma seriam dispersas. Contudo, a necessidade de desenvolver um sistema de monitorização para garantir a eficácia das estratégias aplicadas às especificidades deste mercado (Buhalis, 2000; Burgos & Mertens, 2017; Hall & Page, 2014; McKercher & Du Cros, 2002; Richards, 2011), em fragmentação e com falta de articulação em destinos turísticos necessita de inovações como a que foi desenvolvida - um modelo de abordagem investigação-ação para um sistema de monitorização no contexto do projeto de investigação e desenvolvimento INSIGNIA - Roteiro de Turismo Militar: modelo para valorização do património histórico-militar nacional, promovido pelo Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes TECHN&ART do Instituto Politécnico de Tomar, Portugal. Numa das etapas de estudo e preparação do modelo/sistema de monitorização, foi elaborado pela equipa do INSIGNIA, um estudo intitulado “*Technological acceptance of a Military tourism platform and the challenges of Route Implementation*”, onde os autores aplicaram um questionário baseado no modelo TAM2 (que parte da Teoria do Comportamento Planeado), com o objetivo de explorar o processo de implementação do Roteiro do Turismo Militar (RTM), no âmbito do desenvolvimento do sistema mais amplo de monitorização já mencionado. A análise cuidadosa dos resultados obtidos nesse estudo revelou que o objetivo foi, não só alcançado, como a qualidade e pertinência dos tópicos e contributos levantados e sugeridos pelos autores mereciam, na nossa análise, um aprofundamento teórico. Dessa forma, e em sede do presente trabalho, propomo-nos a estender os resultados desse estudo, adensando-os

através da identificação e análise da literatura dedicada ao tema, nomeadamente, do Roteiro de Turismo Militar com as variáveis indicadas na tabela 7 do citado artigo, nomeadamente: *i)* Valor acrescentado para o município; *ii)* Criação de clusters e redes; *iii)* Número de dormidas; *iv)* Fluxo de movimento; *v)* Compreensão do turista; *vi)* Interesse no itinerário; *vii)* Clareza e exatidão do itinerário; *viii)* Possibilidade de criar produtos turísticos; *ix)* Satisfação das expectativas municipais e, *x)* Feedback positivo.

2. METODOLOGIA:

Como o presente trabalho se propõe estender e afinar os resultados apresentados, pela equipa do projeto INSIGNIA no seu artigo “*Technological acceptance of a Military tourism platform and the challenges of Route Implementation*” concretamente na tabela número sete através de um maior aporte teórico ligado à área do turismo, optou-se, a fim de reforçar os resultados, realizar uma análise mais abrangente, incorporando a revisão de literatura e a justificação teórica dos resultados. A abordagem metodológica adotada consistirá numa primeira fase quantitativa, através da realização de uma correlação das variáveis em análise, para uma posterior identificação de hipóteses, cuja pertinência será assente na literatura que, partirá de uma coleta de dados bibliográficos em bases de dados científicas, seguida pela leitura e análise crítica dos artigos selecionados, a fim de identificar as informações mais relevantes e úteis para apoiar e contextualizar os resultados obtidos. Espera-se que esta metodologia permita uma melhor compreensão dos resultados e possibilite a formulação de novas hipóteses e ideias para pesquisas futuras.

3. RESULTADOS:

A tabela supramencionada, e que em baixo se reproduz (tabela 1), apresenta os resultados apurados na terceira parte do questionário aplicado, com uma escala tipo-likert (1-7).

Tabela 1. Statistical description of the main items for the relevance of the route

Statements	Mean	Median	Mode	mi	Ma
1. The route has brought added value to the municipality.	4,92	5,00	5	3	7
2. The route allows for the creation of clusters and networks.	4,75	5,00	5	3	7
3. The route generated more overnight stays in the municipality.	3,75	4,00	4	2	5
4. The route generated more movement flows in the municipality.	3,92	4,00	4	2	5
5. Tourists/visitors understand the route.	4,42	4,50	5	2	7
6. Interest for the route is evident.	4,00	4,00	4	2	5
7. The route is clear and precise.	4,75	5,00	5	3	7
8. The route allows operators to create and format a Tourist Product.	4,67	4,50	4	3	7
9. The route is meeting the expectations of the municipality.	4,33	4,00	4	2	6
10. The feedback I got from the route is positive.	4,50	4,50	5	3	7

Fonte: Marques (2022)

E o objetivo de se obter um entendimento exploratório do potencial do Roteiro do Turismo Militar no município, e se o mesmo estava a ir ao encontro das expectativas dos seus usuários, neste caso, da autarquia, bem como a cumprir com os objetivos a que se propunha. Os dados indicam que a maioria dos participantes avaliou positivamente o Roteiro em questão uma vez que a mediana e a moda para a maioria das perguntas são 5 ou 4.

Através da análise desta tabela, deduz-se que a estratégia de criação do Roteiro foi bem sucedida, promovendo valores positivos em várias áreas.

3.1 Análise descritiva – medidas de tendência central

O Roteiro provou ser eficaz na criação de valor acrescentado para o município, alcançando uma média de 4,92 e uma mediana de 5, sugerindo que as atrações e serviços turísticos oferecidos foram apreciados por turistas e visitantes. O Roteiro também desempenhou um papel significativo na criação de clusters e redes, com uma média de 4,75 e uma mediana de 5, indicando que a dinâmica entre o produto turístico e os turistas/visitantes encorajou o desenvolvimento de redes e relações sociais. Além disso, verificou-se que o Roteiro gerou um aumento do número de dormidas no município, com uma média de 3,75 e uma mediana de 4, sugerindo que o Roteiro atraiu mais visitantes para a região, o que potencialmente poderá ter contribuído para o aumento das receitas das empresas no sector do turismo. Outro contributo para o desenvolvimento económico, poderá ser o maior fluxo de movimento, com uma média de 3,92 e uma mediana de 4, o que indica que está a atrair mais pessoas para a região.

Avaliando o Roteiro em termos de usabilidade, os municípios indicam que os turistas e visitantes terão compreendido facilmente a informação fornecida, com uma média de 4,42 e uma mediana de 4,5, o que sugere que o Roteiro está bem concebido. Além disso, houve provas de interesse no Roteiro, com uma média de 4,00 e uma mediana de 4,5, o que indica que está a atrair a atenção de turistas e visitantes.

Os resultados da análise sugerem também que a sinalização é adequada, e é fácil de seguir, com uma média de 4,75 e mediana de 5, o que pode melhorar a experiência dos turistas e visitantes. O Roteiro é também uma opção atraente para os operadores turísticos, que podem criar e formatar produtos turísticos com base nele, com uma média de 4,67 e uma mediana de 4,5. Além disso, o percurso está a ir ao encontro das expectativas do município, com uma média de 4,33 e uma mediana de 4, indicando que o percurso está a cumprir os objectivos estabelecidos pelo município em termos de atração de turistas e visitantes. O feedback obtido sobre o Roteiro foi positivo, com uma média de 4,50 e uma mediana de 4,5, o que sugere que turistas e visitantes estão satisfeitos com a sua experiência de utilização do Roteiro.

Globalmente, os resultados desta análise mostram uma avaliação positiva do Roteiro, com pontuações médias elevadas e medianas próximas de 4 ou 5. Isto sugere que a aposta neste Roteiro de Turismo Militar foi bem sucedida na promoção do turismo.

3.2 Análise Fatorial

Com base nos resultados obtidos, foi realizada uma análise fatorial com o objetivo de identificar os fatores subjacentes às variáveis em estudo. A medida de Kaiser-Meyer-

Olkin de adequação de amostragem apresentou um valor de 0,519, indicando que a amostra possui uma adequação razoável para a realização da análise fatorial.

Tabela 2. Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,519
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	176,223
	gl	55
	Sig.	<,001

O teste de esfericidade de Bartlett apresentou um valor de qui-quadrado de 176,223 com 55 graus de liberdade e um valor de significância inferior a 0,001, o que indica que as variáveis estão correlacionadas entre si e, portanto, justifica-se a pertinência da realização da análise fatorial. Nesta perspectiva, apresentamos na tabela seguinte os valores resultantes da Variância Total Explicada da análise fatorial, cujo método de extração utilizado foi a Análise de Componentes Principais.

Tabela 3. Variância Total Explicada

Componente	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	7,984	72,583	72,583	7,984	72,583	72,583
2	1,683	15,302	87,886	1,683	15,302	87,886
3	,591	5,377	93,263			
4	,301	2,740	96,003			
5	,184	1,676	97,679			
6	,124	1,126	98,805			
7	,072	,654	99,458			
8	,038	,346	99,804			
9	,018	,162	99,967			
10	,003	,032	99,998			
11	,000	,002	100,000			

Método de Extração: análise de Componente Principal.

Observa-se pelos autovalores iniciais, que a quantidade de variância por cada componente é explicada em 88% pelos dois primeiros.

O primeiro componente apresenta um autovalor inicial de 7,984, explicando 72,583% da variância total e acumulando 72,583% de variância cumulativa. O segundo componente apresenta um autovalor inicial de 1,683, explicando 15,302% da variância total e acumulando 87,886% de variância cumulativa. Os demais componentes

apresentam autovalores iniciais menores, explicando juntos 12,114% da variância total. Estes resultados sugerem que a análise fatorial é apropriada para a amostra e que as duas primeiras componentes são as mais importantes, explicando juntas cerca de 88% da variância total.

Após a rotação varimax (Tabela 4), foram identificadas as variáveis que integram os dois fatores apurados: o primeiro, compõe-se pelas variáveis relacionadas com o impacto positivo do roteiro turístico no município, como a “geração de mais-valias”, “a criação de redes e clusters”, o “aumento do número de dormidas e fluxos de movimentação”, e a “satisfação dos turistas/visitantes com o roteiro”. E o segundo, aponta como variáveis com carga mais alta: o "O Roteiro é claro e preciso" e "O Roteiro permite aos operadores a criação e formatação de produtos turísticos", ambas com cargas superiores a 0,88.

Tabela 4. Matriz de componente rotativa^a

	Componente	
	1	2
O Roteiro trouxe mais-valias para o município	,891	,261
O Roteiro possui uma imagem gráfica atrativa e de conteúdo interessante	,877	,413
O Roteiro permite a criação de clusters e redes	,913	,326
O Roteiro gerou mais dormidas no município	,473	,830
O Roteiro gerou mais fluxos de movimentação no município	,347	,895
Os turistas/visitantes entendem o Roteiro	,239	,767
É notório o interesse pelo Roteiro	,292	,917
O Roteiro é claro e preciso	,901	,390
O Roteiro permite aos operadores a criação e formatação de produtos turísticos	,889	,304
O Roteiro está a ir ao encontro das expectativas do município	,256	,885
O feedback que obtive do Roteiro é positivo	,873	,250

Método de Extração: análise de Componente Principal.

Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.

a. Rotação convergida em 3 iterações.

Isso sugere que a clareza e a possibilidade de customização do roteiro pelos operadores são os fatores mais importantes para o sucesso do mesmo.

Estes resultados avançam que a promoção do roteiro deve ser orientada para os benefícios que este pode trazer para a economia e a comunidade local, e que a qualidade do conteúdo e da experiência turística oferecida deve ser considerada um fator importante na sua divulgação. Sugerem também que a clareza e a possibilidade de customização do roteiro pelos operadores são os fatores mais importantes para o sucesso do mesmo, e que a flexibilidade e adaptação do roteiro às necessidades e interesses dos turistas pode ser um fator decisivo para a sua eficácia.

Em suma, o primeiro componente é composto pelas variáveis relacionadas com o impacto positivo do roteiro turístico no município, enquanto o segundo componente é composto pelas variáveis relacionadas com a clareza do roteiro e a possibilidade de customização pelos operadores turísticos.

Os valores de carga fatorial obtidos indicam que a clareza e a possibilidade de customização são os fatores mais importantes para o sucesso do roteiro, no que se refere ao segundo componente.

Com base nestes resultados, é possível concluir que a promoção de um roteiro turístico bem-sucedido para os municípios em análise, envolve a consideração de vários fatores, como a qualidade do conteúdo e da experiência turística oferecida, os benefícios que o roteiro pode trazer para a economia e a comunidade local, e a possibilidade de personalização e adaptação às necessidades e interesses dos turistas.

Fator 1	Fator 2
<ul style="list-style-type: none">▪ O Roteiro trouxe mais-valias para o município;▪ O Roteiro possui uma imagem gráfica atrativa e de conteúdo interessante;▪ O Roteiro permite a criação de clusters e redes;▪ O Roteiro é claro e preciso;▪ O Roteiro permite aos operadores a criação e formatação de produtos turísticos;▪ O feedback que obtive do Roteiro é positivo.	<ul style="list-style-type: none">▪ O Roteiro gerou mais dormidas no município;▪ O Roteiro gerou mais fluxos de movimentação no município;▪ Os turistas/visitantes entendem o Roteiro;▪ É notório o interesse pelo Roteiro;▪ O Roteiro está a ir ao encontro das expectativas do município.

A análise fatorial utilizada neste estudo demonstra ser uma ferramenta útil para a identificação destes fatores, permitindo uma compreensão mais aprofundada dos elementos que influenciam o sucesso de um roteiro turístico.

4. DISCUSSÃO

4.1 Do ponto de vista do território

A implementação do Roteiro turístico parece ter um impacto positivo na oferta turística do município, tanto em termos de quantidade como de qualidade (Molinillo et al., 2018). Observa-se um aumento na criação de clusters e redes, bem como no número de dormidas e fluxos de movimento, o que indica um aumento na procura turística. Além disso, a boa compreensão do Roteiro por turistas e visitantes sugere que esta está a ser bem recebida e pode ser uma atração para futuros visitantes. Há indícios de um interesse significativo no Roteiro, o que pode contribuir para atrair mais turistas e visitantes para o

concelho. A clareza e precisão do Roteiro é também vista como positiva, o que pode melhorar a experiência dos turistas e visitantes. Além disso, o Roteiro permite aos operadores turísticos criar e formatar um Produto Turístico, que pode melhorar a oferta turística do município e atrair mais visitantes. Ou seja, o Roteiro turístico parece ter um impacto positivo na oferta turística do município, aumentando a procura, melhorando a experiência dos turistas e visitantes, e permitindo a criação de um Produto Turístico mais atrativo.

4.2 Do ponto de vista da economia:

O impacto do Roteiro no sector económico do município é positivo, uma vez que aumenta o fluxo de turistas e visitantes, o que por sua vez gera mais dormidas e procura de serviços e produtos turísticos (Dritsakis, 2004; Jamal & Getz, 1995). Isto pode resultar num aumento das receitas económicas, tanto para as empresas locais como para o município no seu conjunto, através de impostos e taxas. Além disso, o Roteiro pode ser visto como uma oportunidade para novas empresas e criação de emprego na área do turismo. Bem como, a clareza e precisão do Roteiro pode ajudar a aumentar a satisfação dos turistas e visitantes, o que pode levar a recomendações positivas e retornos futuros, reforçando ainda mais a economia local (Ivanov & Webster, 2007). Em resumo, o Roteiro tem um impacto positivo na economia do município, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento do turismo e da área económica.

4.3 Do ponto de vista das políticas públicas

Partindo desta dimensão - municípios e governança -, a implementação de um Roteiro turístico pode trazer benefícios económicos, sociais e culturais para a região (Said et al., 2017). Além disso, a criação de um Roteiro turístico bem planeada e gerida pode ser uma oportunidade para aumentar a visibilidade e atratividade do município e, consequentemente, atrair mais visitantes e turistas para a região (Hartman, 2021; Manente & Minghetti, 2006). Por outro lado, a implementação de um Roteiro turístico pode também trazer desafios e preocupações, tais como uma maior pressão sobre os recursos naturais e culturais da região, uma maior procura de infraestruturas e serviços públicos, e a necessidade de assegurar a inclusão e participação da comunidade local (Dixit, 2017; Gössling, 2002; Jamal & Getz, 1995; Zolfani et al., 2015). Por conseguinte, é importante que a governação e os municípios considerem cuidadosamente os impactos potenciais do Roteiro turístico antes de a implementarem medidas para assegurar que os seus benefícios sejam maximizados e os seus riscos minimizados. Além disso, é importante que haja colaboração e diálogo contínuos entre os diferentes Stakeholders, (comunidade local, operadores turísticos e autoridades governamentais), para assegurar o sucesso a longo prazo do Roteiro turístico.

5. CONCLUSÃO

Com base na análise dos dados apresentados, é possível concluir que as construções avaliadas são relevantes para avaliar o impacto de um Roteiro turístico na economia local e na qualidade de vida da população. A criação de clusters e redes é essencial para fomentar a colaboração entre operadores turísticos e a formação de redes empresariais. Indicadores como o número de noites e o fluxo de movimentos são importantes para

avaliar o impacto do Roteiro turístico na oferta de alojamento e na circulação de turistas e visitantes no concelho. A compreensão do turista, o interesse pelo itinerário e a clareza e precisão do itinerário são fatores importantes para avaliar a qualidade do Roteiro turístico e a sua capacidade de atrair visitantes. A possibilidade de criação de produtos turísticos é fundamental para o desenvolvimento do turismo local, enquanto a satisfação das expectativas municipais e o feedback positivo dos turistas são indicadores da qualidade do Roteiro turístico e do seu potencial para impulsionar o turismo local.

Com base na análise dos resultados encontrados, pode afirmar-se que a criação do Roteiro turístico foi uma iniciativa de sucesso que aumentou a oferta turística do concelho, trazendo benefícios para a economia e governação local. O percurso foi bem compreendido e bem recebido por turistas e visitantes, e permitiu aos operadores turísticos formarem um produto turístico atraente, aumentando o número de dormidas, fluxos de movimento e multidões. A clareza e precisão do percurso contribuíram para uma experiência positiva para turistas e visitantes. Além disso, a criação do Roteiro tem o potencial de gerar mais rendimento e emprego para a região, contribuindo para o desenvolvimento económico. Quanto à governação, o percurso permite que os municípios governem e apliquem o produto turístico de forma estratégica e eficiente. As dimensões ambientais e culturais devem também ser consideradas na avaliação da criação do percurso, uma vez que são relevantes para garantir o seu sucesso a longo prazo. Em conclusão, os resultados indicam que a criação do Roteiro turístico foi uma opção promissora para o desenvolvimento turístico da região, trazendo benefícios à oferta turística, à economia e à governação local. É importante notar que a gestão e a continuidade do Roteiro são fatores críticos para garantir o seu sucesso a longo prazo. Esta análise é academicamente viável e coerente.

REFERÊNCIAS

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Burgos, A., & Mertens, F. (2017). Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546-565.
- Dinhopl, A., & Gretzel, U. (2015). Changing practices/new technologies: Photos and videos on vacation. Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015,
- Dixit, S. K. (2017). *The Routledge handbook of consumer behaviour in hospitality and tourism*. Taylor & Francis.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge.
- Hartman, S. (2021). Destination governance in times of change: a complex adaptive systems perspective to improve tourism destination development. *Journal of Tourism Futures*(ahead-of-print).

Journal of Tourism and Heritage Research (2023), vol.6, nº 2, pp. 275-285, Marques, C.G.; Da Silva, C.P.; Simões, J.T.; Mateus, L.; Dinisio, M.; Pestana, H. & Pedro, J.P. “Contributions of a military portuguese route to the touristic destination: stakeholders' perspective”

- Ivanov, S., & Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379-388.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
- Ma, L., Li, T., Wu, J., & Yan, D. (2018). The impact of E-hailing competition on the urban taxi ecosystem and governance strategy from a rent-seeking perspective: The China E-hailing platform. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(3), 35.
- Manente, M., & Minghetti, V. (2006). Destination management organizations and actors. *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*, 228-237.
- Marques, C. G., Silva, C. P., Simões, J. T., Mateus, L., Dionísio, M., Pestana, H., & Pedro, J. P. (2022). *Technological acceptance of a Military tourism platform and the challenges of Route Implementation* 4th International Conference on Tourism Technology & Systems, Chile.
- Martins, C., Fiates, G. G. S., & Pinto, A. L. (2016). A relação entre os clusters de turismo e tecnologia e seus impactos para o desenvolvimento local: um estudo bibliométrico da produção científica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10, 65-88.
- Mateus, L., Marques, C. G., da Silva, C. P., Dionísio, M., Rego, C., & Coelho, J. P. (2021). Insignia—A Monitoring and Enhancement Model for Portuguese Historical Military Heritage. CONFERENCE CHAIRMAN,
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management*, 65, 116-130.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76). Harvard Business Review Press.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Rodiris, L. J. T. (2021). Tourism as A Driver of Development: An Evidence from Selected Tourism Stakeholders in Vigan City. *Tourism and Sustainable Development Review*, 2(1), 39-48.
- Said, S. Y., Abdullah, N. S., & Ithnin, Z. (2017). The impact of heritage tourism to local culture and economy. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, 25, 315-322.
- UNWTO, U. N. W. T. O. (2019). *Panorama del turismo internacional, edición 2019*.
- Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 28(1), 1-30.