



***A importância da atividade turística associada às Salinas
de Rio Maior para a sustentabilidade do território***

Paula Sofia Subtil Matias

2012



***A importância da atividade turística associada às Salinas
de Rio Maior para a sustentabilidade do território***

Paula Sofia Subtil Matias

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre
em Marketing e Promoção Turística

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação
do Doutor Mário João Paulo de Jesus Carvalho

2012

Esta página foi propositadamente deixada em branco

A importância da atividade turística associada às Salinas de Rio Maior para a sustentabilidade do território

Copyright Paula Sofia Subtil Matias

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar – Peniche
Instituto Politécnico de Leiria
2012

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Dedicatória

Ao meu marido e grande amor, Sérgio, que com o seu exemplo de companheirismo e determinação me ajudou a enfrentar mais este desafio.

Aos meus Pais, Mário e Olímpia, pelo apoio incondicional e carinho que sempre demonstraram ao longo de toda a minha vida e pelos irmãos fantásticos que me deram.

Aos meus irmãos, Rui Pedro, Ana Isabel e João Carlos, o meu “porto de abrigo”, pelos laços construídos que nos unirão para sempre.

À minha sobrinha, Laura, pela magia que trouxe às nossas vidas.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Agradecimentos

Ao meu orientador, Professor Doutor Mário Carvalho, por acreditar nas minhas capacidades para desenvolver este trabalho, por todo o empenho e dedicação, pela disponibilidade sempre demonstrada, pelo saber, apoio e amizade.

Aos técnicos do Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior.

Aos responsáveis das entidades locais, unidades de alojamento e restauração e aos comerciantes das Salinas de Rio Maior pelas entrevistas concedidas, contributo fundamental na concretização desta dissertação.

Às minhas colegas de Mestrado: Ana Sofia, pelo companheirismo e amizade e Victoria, pela partilha de conhecimentos e incentivo nos momentos mais difíceis, principalmente neste último ano do meu percurso académico.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Resumo

Esta dissertação de mestrado pretende abordar, de uma forma científica, o impacto da atividade turística associada às Salinas de Rio Maior, na criação de sustentabilidade no território.

A presente investigação tem por objetivo desenhar um quadro demonstrativo da atual oferta no destino Salinas de Rio Maior e simultaneamente identificar e caracterizar a procura. Com os dados entretanto obtidos foram propostas e delineadas diferentes estratégias de reposicionamento que em nossa opinião aumentará não só a taxa de visitação como criará importante sustentabilidade para o território. Ainda com a contribuição dos comerciantes locais e outras entidades de relevante interesse para a região procurou-se conhecer e evidenciar o peso da atividade turística para a economia local.

O estudo com duas distintas fases visou a relação entre a preservação do património natural e cultural das Salinas de Rio Maior e a sua promoção turística. A primeira, sustentada na pesquisa e revisão bibliográfica e a segunda por inquérito com a aplicação de questionário e entrevistas para perceção da atividade turística enquanto motor do desenvolvimento económico local. No fundo pretende-se demonstrar que este destino, dotado de forte potencial no que concerne a recursos turísticos, carece de infraestruturas e de um plano de marketing para ambicionar obter dividendos económicos para as gentes e territórios.

Verificou-se ainda serem alguns os investimentos levados a cabo pelo poder local, dos quais resultaram não só um reposicionamento da atual oferta como um aumento da procura. Contudo é essencial que, de forma articulada, todos os *stakeholders* assumam as suas responsabilidades no que concerne ao desenvolvimento do destino; só assim será possível conseguir um crescente aumento da taxa de visitação e paralelamente um maior período de permanência dos turistas na região, fatores que associados levarão a uma maior sustentabilidade.

Palavras-chave: *Salinas de Rio Maior, Património Natural e Cultural, Atividade turística, Sustentabilidade, Reposicionamento do destino.*

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Abstract

This dissertation of master's degree intends to approach, in a scientific way, the impact of the tourist activity associated to Salinas de Rio Maior, in the creation of sustainability within the territory.

This investigation aims to draw a demonstrative board of the real supply of Salinas de Rio Maior as a destination and simultaneously identify and characterize the demand. With the data obtained, different replacement strategies were suggested and outlined. In our opinion, it will increase the visiting rate and will create sustainability within the territory. With the contribution of local traders and other entities with relevant benefit to the region we tried to know and to show clearly the tourist activity weigh to local economy.

This study with its two different stages aimed the relationship between the preservation of natural and cultural heritage of Salinas de Rio Maior and its tourist promotion. The first stage was sustained by research and bibliographic revision and the second by an inquiry by applying a questionnaire and interviews to perception of tourist activity as a motive of local economic development. In a word, it is intended to show that this destination, endowed with strong tourist resources potential, requires infrastructures and a marketing plan to aspire to obtain economic share to people and territories.

It was verified that some investments are carried through the local power which turns to not only the repositioning of real supply but also the increase of demand. However, it's important that, in an articulate manner, all the stakeholders assume all their responsibilities as the destination development is concerned; only thus, it is possible to achieve an increasing visiting rate and, at the same time, a bigger period of stay of tourists in the region. If these factors are associated they will take to a bigger sustainability.

Key words: *Salinas de Rio Maior, Natural and cultural heritage, tourist activity, sustainability, repositioning the destination*

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Índice

DEDICATÓRIA	V
AGRADECIMENTOS	VII
RESUMO	IX
ABSTRACT	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
ÍNDICE DE TABELAS	XVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIX
ABREVIATURAS	XXI
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I - REVISÃO DA LITERATURA	5
1.1. Sal	5
1.2. Salinas de interior	7
1.3. Património Geológico.....	11
1.4. Geoconservação	12
1.5. Geoturismo.....	13
CAPÍTULO II - SALINAS DE RIO MAIOR - PATRIMÓNIO NATURAL E CULTURAL COMO RECURSO	
TURÍSTICO.....	15
2.1. Localização Geográfica e Acessibilidades	16
2.2. Caraterização histórica	16
2.3. Contextualização da Oferta Turística	22
2.3.1. Caracterização da Oferta turística nas Salinas de Rio Maior	23
2.4. Projetos desenvolvidos pela autarquia de Rio Maior	24
2.5. Projeção turística nos media	26
2.6. Evolução da Taxa de Visitação das Salinas de Rio Maior	27
CAPÍTULO III - A PROBLEMÁTICA DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO: TRADIÇÃO VERSUS MODERNIDADE	
.....	29
3.1. Planeamento do turismo como garante da sustentabilidade do território	29
CAPÍTULO IV - METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....	33
4.1. Justificação da escolha do Tema e Objetivos	33
4.2. Linhas orientadoras da investigação	34
4.3. Desenho da investigação	36
4.4. Questionário	38
4.4.1. Definição da Amostra.....	38

4.4.2. Desenho do Inquérito por questionário.....	39
4.4.3. Variáveis Motivação e Satisfação - Escalas de medida.....	40
4.4.4. Pré-teste.....	43
4.4.5. Recolha de dados.....	44
4.5. Entrevista.....	45
4.5.1. Entrevistados.....	46
4.5.2. Construção da entrevista.....	47
4.5.3. Realização da entrevista.....	49
CAPÍTULO V - RESULTADOS.....	51
5.1. Análise descritiva do questionário aplicado a visitantes das Salinas de Rio Maior.....	51
5.2. Análise correlacional.....	57
5.3. Análise das entrevistas.....	70
CAPÍTULO VI - CONCLUSÕES.....	81
6.1. Apresentação e Discussão de resultados.....	81
6.2. Implicações e recomendações.....	84
6.3. Limitações do estudo.....	87
6.4. Futuras linhas de investigação.....	88
BIBLIOGRAFIA.....	89
ANEXOS.....	93
ANEXO I INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO APLICADO A VISITANTES DAS SALINAS DE RIO MAIOR.....	95
ANEXO II APRESENTAÇÃO GRÁFICA DA ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS.....	101
ANEXO III APRESENTAÇÃO DOS QUADROS DA ANÁLISE CORRELACIONAL.....	115
ANEXO IV TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS APLICADAS A UNIDADES DE ALOJAMENTO.....	137
ANEXO V TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS APLICADAS A UNIDADES DE RESTAURAÇÃO.....	143
ANEXO VI TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS APLICADAS A COMERCIANTES.....	149
ANEXO VII TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS APLICADAS A ENTIDADES.....	165

Índice de figuras

Figura 2.1 - Monte de Sal.....	20
Figura 2.2 - Casa de Madeira.....	20
Figura 2.3 - Fechadura e Chave de Madeira	21
Figura 2.4 - Queijos de Sal.....	21
Figura 2.5 - Réguas de escrita.....	21
Figura 4.1 - Desenho de Investigação	37

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Índice de tabelas

Tabela 1.1 - Destinos Turísticos Salgados	10
Tabela 2.1 - Obras bibliográficas que mencionam as Salinas de Rio Maior	17
Tabela 2.2 - Oferta Turística	24
Tabela 2.3 - Visitas/Atividades - Serviço Educativo da Casa Senhorial D'El Rei D. Miguel.....	25
Tabela 2.4 - Visitas/Atividades - Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior	25
Tabela 2.5 - Visitantes/Ano	28
Tabela 4.1 - Caraterização inicial da amostra.....	39
Tabela 4.2 - Estrutura do Questionário	40
Tabela 4.3 - Variáveis utilizadas no questionário.....	43
Tabela 4.4 - Resultados do Pré-teste	44
Tabela 4.5 - Recolha de dados	45
Tabela 4.6 - Entrevistados	47
Tabela 4.7 - Estrutura das entrevistas semiestruturadas	48
Tabela 5.1 - Hierarquização da forma como tiveram conhecimento das Salinas de Rio Maior	53
Tabela 5.2 - Classificação - Produtos a adquirir/adquiridos nas Salinas pelos visitantes	55
Tabela 5.3 - Avaliação da Motivação para visitar as Salinas.....	55
Tabela 5.4 - Avaliação da Satisfação com a visita às Salinas	56
Tabela 5.5 - Classificação - Motivo para visitar as Salinas	56
Tabela 5.6 - Perfil sociodemográfico.....	57
Tabela 5.7 - Correlações Hipótese 1	58
Tabela 5.8 - Correlações Hipótese 2	61
Tabela 5.9 - Correlações Hipótese 3 - Alojamento	65
Tabela 5.10 - Correlações Hipótese 3 - Restauração.....	66
Tabela 5.11 - Correlações Hipótese 5	67
Tabela 5.12 - Opinião dos entrevistados relativamente ao interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior	70
Tabela 5.13 - Evidencia a opinião dos entrevistados sobre o acolhimento aos visitantes	71
Tabela 5.14 - Dependência económica dos comerciantes face aos visitantes	71
Tabela 5.15 - Percentagem anual.....	72
Tabela 5.16 - Opinião sobre a promoção/divulgação feita às Salinas de Rio Maior	72
Tabela 5.17 - Investimento da autarquia na promoção das Salinas na ótica dos comerciantes.....	73
Tabela 5.18 - Conhecimento relativo à promoção/publicidade.....	73
Tabela 5.19 - Alternativas apresentadas	73
Tabela 5.20 - Importância atribuída às Salinas no desenvolvimento económico da região.....	74
Tabela 5.21 - Relação entidades/Salinas	74

Tabela 5.22 - Opinião dos comerciantes sobre a Instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas.....	75
Tabela 5.23 - Comercialização de produtos locais	75
Tabela 5.24 - Sugestões para tornar as Salinas mais atrativas de forma a aumentar o volume de receitas no território	76
Tabela 5.25 - Opinião dos comerciantes sobre o investimento da autarquia nas Salinas	77
Tabela 5.26 - Importância atribuída ao Prémio Geoconservação 2012	78
Tabela 5.27 - Sugestões para tornar as Salinas mais atrativas	78
Tabela 5.28 - Perspetivas futuras para as Salinas	79
Tabela 5.29 - Sugestões dos comerciantes para dinamizar o espaço	79

Índice de gráficos

Gráfico 2.1 - Taxa de Visitação das Salinas	28
---	----

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Abreviaturas

CNUAD - Comissão das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento

ESTM - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar

IC - Itinerário Complementar

IP - Itinerário Principal

IPL - Instituto Politécnico de Leiria

IUGS - *International Union of Geological Sciences*

NTIC - Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

OMT - Organização Mundial do Turismo

PNSAC - Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros

ProGEO – Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico

REP - *Recreation Experience Preference*

RNAP - Rede Nacional de Áreas Protegidas

SPSS - *Statistical Package for the Social Science*

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Introdução

O turismo sustentável assenta na conservação e valorização do património e, em simultâneo, no desenvolvimento social e económico de um destino, respeitando as tradições dos habitantes locais e melhorando as suas condições de vida. Para tal, torna-se essencial conhecer os visitantes e utilizar esse conhecimento como instrumento estratégico, no desenvolvimento e gestão da oferta turística.

A temática desta dissertação surge da necessidade de garantir a preservação do património natural e cultural das Salinas de Rio Maior, assegurando, em simultâneo, uma oferta de qualidade aos seus visitantes. Este equilíbrio permitirá o desenvolvimento da atividade turística nas Salinas de Rio Maior, com destaque para a oferta de produtos turísticos que permitam aos visitantes descobrir e compreender o destino turístico na sua essência, sem colocar em causa a qualidade de vida dos habitantes locais e, pelo contrário, contribuir para o aumento da sua economia.

A monitorização e subsequente gestão dos fluxos de visitantes, terão como principal objetivo reduzir os impactos negativos na sustentabilidade do território e das gentes das Salinas de Rio Maior.

A escolha do objeto de estudo, não deve ser encarado como uma coisa, mas sim como um processo e não deve ser, de todo, nesta fase do percurso académico tirar à sorte um qualquer tema ainda que curioso ou exemplar raro como se, só por isso, a escolha fosse a mais acertada. Ainda que existissem diversos estudos sobre o tema, o mesmo podia ser, sempre, tratado de uma outra vertente ou perspetiva muito própria, consoante o interesse do autor pela respetiva área de investigação.

As Salinas de Rio Maior para além de ser um destino muito *sui generis*, é dos mais antigos e atualmente o único em Portugal, onde se extrai sal-gema num sistema de exploração a céu aberto com talhos. Talvez por isso mesmo, não seja difícil encontrar vários trabalhos publicados, sobre as mesmas.

Aliada a estes fatores surge a motivação pessoal para, em primeiro lugar, desenvolver um trabalho sobre um local que para a autora é próximo geograficamente e, em segundo lugar, lhe é querido, tendo-a fascinado desde sempre pela sua beleza natural, a forma artesanal de trabalhar o sal e o harmonioso conjunto de casinhas de madeira que mais fazem lembrar, com os montes brancos ao fundo, um lugar de histórias de encantar, mágico mesmo.

A questão de investigação subjacente ao nosso trabalho tem como principal propósito salientar a importância da atividade turística na sustentabilidade das Salinas de Rio Maior.

Tendo em conta o nosso objeto de estudo entendemos como objetivos: Caracterizar a atual oferta no destino turístico Salinas de Rio Maior; e Identificar e caracterizar a procura que valoriza destinos turísticos com estas características.

De forma a conseguirmos atingir os objetivos inicialmente propostos, definimos cinco hipóteses:

- H1. As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes.
- H2. A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior.
- H3. Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na hotelaria e restauração local.
- H4. Os produtos que se vendem nas Salinas de Rio Maior são produzidos por artesãos/empresas da região.
- H5. As infraestruturas existentes nas Salinas de Rio Maior satisfazem as necessidades dos visitantes.

A metodologia consiste, basicamente, na operacionalização de um conjunto de processos e técnicas que nos permitem obter resposta aos objetivos inicialmente traçados. Assim, nesta investigação a metodologia usada foi quantitativa e qualitativa, pois só a utilização complementar destes dois métodos aumentará a fiabilidade dos resultados (Bardin, 1999). Assim e tendo em linha de conta os objetivos da investigação, contemplámos como instrumentos de recolha de informação o inquérito por questionário e a entrevista semiestruturada.

A aplicação dos questionários nas Salinas de Rio Maior, permite-nos classificar os visitantes de acordo com os seus consumos e identificar oportunidades, de forma a aumentar a taxa de visitação.

A realização de entrevistas complementa o primeiro método, na tentativa de validar a atitude de comerciantes e entidades locais perante a atividade turística nas Salinas, procurando-se, obviamente, soluções para contornar a sazonalidade de um destino deste tipo, através da criação de novos produtos turísticos e nas parcerias com outros destinos.

O desenvolvimento desta investigação levou-nos a estruturar o trabalho da seguinte forma:

Capítulo I

Revisão da literatura que aborda as diferenças entre sal marinho e sal-gema e faz uma breve exposição sobre as salinas de interior onde se enquadram as Salinas de Rio Maior. Faz alusão ao fenómeno geológico como fator de atração, apresentando e desenvolvendo o conceito de Património Geológico e a necessidade de preservar esse mesmo património através da Geoconservação. Ocupa também lugar neste capítulo o Geoturismo, um tipo de turismo que se desenvolveu neste âmbito e que contempla também os aspetos culturais de determinado local (geossítio).

Capítulo II

Apresenta uma breve caracterização geográfica e histórica das Salinas de Rio Maior e contextualiza a oferta turística atual ao nível de infraestruturas, produtos e serviços (no decorrer da investigação). Nos Projetos desenvolvidos pela autarquia de Rio Maior, apresentam-se as iniciativas em que as Salinas se encontram ativamente envolvidas e, aquelas em que se encontram na fase inicial de envolvimento. A projeção nos *media* é outro tema em destaque neste capítulo, com especial incidência nas matérias noticiadas na comunicação social regional, nacional e internacional, vídeos na internet, redes sociais, entre outras.

Capítulo III

Expõe no âmbito do desenvolvimento turístico a problemática de conciliar tradição e modernidade, enquadrando o tema da sustentabilidade e defendendo o planeamento do turismo como garantia para o conseguir.

Capítulo IV

Apresenta de forma detalhada a Metodologia de Investigação e as linhas orientadoras no desenvolvimento deste trabalho. Identifica e caracteriza o mercado do lado da procura, com base nos dados fornecidos pela Câmara Municipal de Rio Maior e pela aplicação dos questionários, que depois de analisados e interpretados, dão a conhecer o perfil dos visitantes das Salinas de Rio Maior, motivação á realização da visita e a satisfação com a mesma.

As entrevistas diagnosticam a perceção da comunidade local (comerciantes, unidades de alojamento e restauração) e a intervenção política e associativa nas Salinas de Rio Maior.

Em conjunto, os dois métodos fornecem os dados que nos permitiram, também, perceber as dificuldades/potencialidades deste destino.

Capítulo V

Apresentação dos resultados obtidos durante a execução da presente investigação.

Capítulo VI

Conclusões, onde apresentamos a discussão dos resultados, implicações, recomendações, limitações e sugerimos futuras linhas de investigação.

CAPÍTULO I - Revisão da Literatura

Numa conceção construtiva de aprendizagem, é fundamental que o conteúdo não seja apresentado de forma expositiva e construtiva e deve, sempre que possível, introduzir-se o tema através de informações que permitam alcançar outros conhecimentos. A construção deste capítulo apresenta uma série de conceitos e a forma como estes se relacionam, com o principal objetivo de contextualizar o tema desta dissertação, para que o leitor compreenda a investigação realizada.

1.1. Sal

“O sal é tão velho como a Terra e esta foi a primeira obra da Criação” (Silva, 1966: 7).

Perde-se no tempo a referência ao sal mas acredita-se que foi na pré-história que o Homem o usou pela primeira vez na sua alimentação, vindo mais tarde a fazer uso do mesmo na conservação alimentar da carne e do peixe.

O sal, produto natural e essencial à vida humana, tem assumido, desde sempre, um importante papel económico nas civilizações/países detentores deste bem. Desde a sua descoberta têm-lhe sido, até aos dias de hoje, associadas novas formas de utilização. Os egípcios usaram-no como forma de conservarem os seus mortos, os romanos acreditando que a vida se prolongaria para além da morte, depositavam nos túmulos bens que consideravam essenciais, entre eles o sal.

Considerado matéria por uns e simbolismo por outros, originou muitas atividades mercantis e movimentos sociais, indicativo, muitas vezes, de progresso da própria humanidade. É do sal que, utilizado noutros tempos como forma de pagamento de jornas, advém a palavra salário que atualmente ainda se mantém.

A salinicultura, das mais antigas atividades no território português, tem por base dois elementos fundamentais: a água do mar (com exceção das marinhas de sal-gema) e a evaporação da mesma. Com excelentes condições geográficas e climáticas e a utilização de técnicas adequadas ao desenvolvimento da indústria salineira, o sal português chegou a ter, noutros tempos, lugar de destaque a nível mundial (Rau, 1984).

O conjunto de marinhas de determinada região pode ser denominado de salgado. Em Portugal são diversas as denominações usadas nos locais onde se extrai o sal: salgados, salinas, marinhas, marinhas, marinha, etc. Geralmente os salgados encontram-se próximos do mar e Portugal, pela dimensão da sua orla costeira, é um país propício à sua existência em grande número. É de salientar a importância do sal pela diversidade de aplicações que pode ter (doméstica, industrial, agrícola, etc.).

Existem dois tipos de sal consoante o seu local de extração: o sal marinho e o sal-gema.

O **sal marinho** é obtido a partir da água do mar e apresenta-se em cristais de forma cúbica com diferentes dimensões, o que o classifica comercialmente como fino, traçado e grosso. Constituído essencialmente por cloreto de sódio tem ainda outras substâncias, consideradas as impurezas do sal, e que habitualmente são aproveitadas por exemplo para indústria de adubos. Quimicamente não é considerado puro, por conter na sua composição corpos estranhos ao cloreto de sódio. A extração deste tipo de sal consegue-se através da construção de reservatórios de terra por onde se faz entrar a água do mar, e este é sem dúvida o tipo de sal que predomina em Portugal.

O **sal-gema**, como o nome indica, é obtido das rochas nas profundezas da terra, é mais rico em cloreto de sódio e por isso, considerado mais puro que o sal marinho. Subdivide-se em subterrâneo e de superfície, de acordo com o local onde pode ser encontrado e, por isso, varia na sua extração, conforme se pode verificar adiante.

Sal-gema subterrâneo - a sua extração consiste na construção de galerias subterrâneas que permitem através de máquinas ou sondagem (injeção de água doce quente que dissolvem as camadas subterrâneas de sal) retirar o sal sob a forma de salmoura.

Sal-gema de superfície - obtém-se através de nascentes de água salgada, que depois de recolhida se expõe em talhos ao ar livre e se deixa evaporar, obtendo-se assim o sal. Esta é a forma de extração que se verifica em Rio Maior.

A evaporação solar é entre os diversos modos de produzir sal, o mais artesanal e o mais apreciado pelos consumidores, pela sua pureza e qualidade que apresenta. Os problemas ligados à concorrência com outras formas de produzir sal, a dureza da safra e a sua baixa rentabilidade, têm afastado novas gerações desta atividade, talvez por isso comecem a ser encaradas numa outra perspetiva, que tem como objetivo último, a sua preservação nas vertentes natural e cultural.

1.2. Salinas de interior

A existência de salinas de interior, por mais estranho que pareça, surge ainda, para algumas pessoas, associada a lendas sobre galerias subterrâneas marítimas (braços de mar) que se estendem até locais que ficam a muitos quilómetros do oceano. É efetivamente verdade que a maior parte das salinas de interior têm origem no mar que há 200 milhões de anos, durante o Triásico Superior, chegou a cobrir a metade ocidental da Península Ibérica. Fenómeno relativamente comum em alguns locais do continente asiático e africano, apresenta-se quase como um fenómeno exclusivamente ibérico na Europa, o que por si só constitui um forte argumento na sua recuperação e preservação (Hueso, 2006).

Apesar de se conhecerem muitos inventários históricos, a diversidade de modelos existentes devido a fatores geográficos, topográficos, hidráulicos e técnicos, dificultam um levantamento completo e consensual sobre as salinas de interior na Península Ibérica.

A falta de conservação de algumas salinas deve-se ao facto de estas não terem sido construídas com um objetivo estético mas sim produtivo, levando alguns investigadores a apontarem causas ambientais, sociais e económicas para o seu abandono, tanto por falta de interesse das entidades competentes como pelos seus proprietários, razão pela qual se deve apostar na sua proteção e valorização.

A dependência das condições meteorológicas e o facto de só produzirem sal nos meses mais quentes, o que as torna menos competitivas que as salinas de costa e, mais ainda, com as minas de onde se pode extrair sal todo o ano, acaba por ser, no fundo, fator de conservação, já que são essas condições que permitem que em lugares muito distantes do mar se possa aceder a este recurso tão importante no consumo humano.

O abandono ligado ao êxodo rural e conseqüente afastamento das atividades artesanais, dá todo o sentido à valorização das salinas, envolvendo a salvaguarda de ofícios tradicionais associados à atividade salineira, que pode gerar mais emprego e levar ao desenvolvimento de novos produtos. Poderá ainda contribuir para fixar população em locais isolados e de menor dimensão, formar os seus “novos” trabalhadores e mais importante ainda criar sentimento de pertença nos seus habitantes.

O abandono por causas económicas decorre da pouca competitividade provocada pela reduzida eficiência do processo tradicional, pela necessidade de mais mão de obra e pelo produto que esteticamente ainda não se encontra desenvolvido. É o património natural e cultural que deve impulsionar por exemplo a atividade turística, uma vez que locais como estes têm para oferecer paisagens diferentes e experiências autênticas com o acréscimo de produtos ecológicos que, cada vez mais, parecem estar na moda.

Tem-se assistido nos últimos anos a uma preocupação crescente com este tipo de salinas e a uma mobilização, através da criação de associações e desenvolvimento de projetos, no sentido da sua proteção tanto a nível do património tangível (construção, ferramentas e utensílios) como intangível (tradição e métodos de trabalho).

O projeto transnacional Ecosal Atlantis “Ecoturismo nas salinas Atlânticas: uma estratégia de desenvolvimento integral e sustentável” articula Património, Desenvolvimento territorial e Biodiversidade e turismo natural, como fatores fulcrais no desenvolvimento turístico nas salinas do Atlântico. Conta com a participação de 13 sócios de Espanha, França, Portugal e Reino Unido, das mais diversas tipologias (museus, ecomuseus, municípios, associações, etc.). A Câmara Municipal de Rio Maior é um dos envolvidos no projeto, assumindo, obviamente, a realização de determinadas ações, e usufruindo neste âmbito de uma intervenção nas suas Salinas a nível de infraestruturas de apoio à visita (Posto de Turismo), na melhoria de acessos (colocação de passadiços) e em projetos de sinalética (placas de sinalização rodoviária e painéis interpretativos).

A Associação de Amigos de Salinas de Interior¹ é uma das associações que se tem destacado pelo desenvolvimento do seu projeto, disponibilizando serviços através da organização de eventos (conferências, seminários, etc.), assistência no âmbito do uso público (planificação e turismo), planos de desenvolvimento local, projetos de investigação com a publicação de artigos e divulgação (feiras). Esta associação é um dos parceiros no Ecosal Atlantis.

¹ Associação de Amigos de Salinas de Interior – entidade sem fins lucrativos, criada em 2002 em Sigüenza (Guadalajara), com o objetivo de investigar, recuperar, valorizar e divulgar o património natural e cultural das salinas. <http://www.salinasdeinterior.org>

Podemos ainda referir que do projeto Interreg-Sal derivam outros projetos, de menor dimensão, com objetivos comuns que envolvem preservação, recuperação e valorização de salinas e que têm sido desenvolvidos também em Portugal, com maior predominância nas salinas de mar, o que é perfeitamente compreensível já que as únicas salinas de interior atualmente em funcionamento são as de Rio Maior.

Apesar de se ter verificado em 2006 a reabilitação das Salinas da Junqueira em Monte Redondo, Leiria, no âmbito de um projeto europeu, estas encontram-se, desde a altura da sua conclusão (2007) ao abandono. Contudo, esta é uma situação que não deve servir de exemplo, até porque há esforços por parte da Junta de Freguesia de Monte Redondo, para a reverter.

Investigadores, entidades responsáveis e o comum cidadão deverão, isso sim, acreditar nos projetos, mobilizando esforços para a sua concretização, encarando-os não a curto mas a longo prazo, tendo como referência alguns bons exemplos de projetos desta natureza como é o caso do Etnosal na preservação etnográfica das Salinas de Castilla-La-Mancha, a aplicação do Plano Diretor que em 2000 permitiu recuperar as Salinas de Anana, no país Basco, o Sal do Atlântico que veio impulsionar as Salinas de Aveiro com a dinamização do Ecomuseu Marinha da Troncalhada e Centro Interpretativo e o ALAS que envolveu em Portugal as Salinas da Figueira da Foz e do qual resultou o Núcleo Museológico do Sal.

Poderíamos ainda apontar muitos outros exemplos de projetos e associações que envolvem um conjunto de parceiros (entidades, produtores, etc.), que visam garantir às gerações futuras um património tão rico e tão antigo como o aparecimento do mundo, no entanto a quantidade e diversidade daria para um outro trabalho de investigação.

Mundialmente são muitos os locais onde podemos encontrar sal, há até quem acredite ou refira que em todos os países se produz sal. Neste âmbito destacamos alguns dos destinos turísticos mais salgados, nos quais, é claro, o sal apresenta-se como principal fator de atratividade, conforme a tabela 1.1.

Tabela 1.1 - Destinos Turísticos Salgados

Alguns dos destinos turísticos mais salgados do mundo	
Catedral de sal de Zipaquirá, Colômbia	Construída dentro de um túnel de minas de sal a 50 km de Bogotá, faz parte do Parque de la Sal, uma reserva natural de 32 hectares. Para se chegar até esta catedral, uma das mais belas construções da Colômbia, é necessário passar por catorze capelas, cada uma com uma cruz talhada nas paredes de sal.
Devil's Golf Course, Estados Unidos	No coração do deserto de Mojave, no estado americano de Nevada, no Death Valley National Park, a cerca de 80 metros abaixo do nível do mar. Entre Las Vegas e Los Angeles, o parque tem uma área conhecida como Devil's Golf Course (o campo de golfe do Diabo), com extensões de cristais salinos e formações curiosas que lembram paisagens pré-históricas.
Grande Lago Salgado, Estados Unidos	Conhecido como "o mar morto dos Estados Unidos", fica no norte do estado de Utah, a menos de uma hora de carro de Salt Lake City, e é o maior lago de sal do hemisfério ocidental, com cerca de 4 400 km ² . Tem uma dezena de ilhas com belas praias, que podem ser visitadas em cruzeiros de um dia.
Ilha do Sal, Cabo Verde	Deve o seu nome às suas ricas salinas e é, hoje, a ilha mais turística de Cabo Verde. A mais pitoresca vila é Pedra Lume, onde uma cratera de um extinto vulcão, com um túnel artificial escavado em 1804 permitiu a extração de sal, e de onde é possível vislumbrar um cenário arrebatador de salinas em tons de azul, rosa e verde, conforme o estado de formação do sal.
Lago de Qinghai, China	Situado entre as montanhas nevadas do Tibete e as pastagens da região chinesa de Qinghai, a 3200 metros acima do nível do mar, numa área de 4400 metros quadrados, este lago é ponto de encontro de pássaros migratórios durante os meses de março e junho, principalmente na Ilha dos Pássaros.
Lago Salgado Chott El-Jerid, Tunísia	Maior lago de água salgada da África com uma extensão de 4.920 km ² , fica a 16 metros abaixo do nível do mar. Geralmente no verão, a temperatura de cerca de 50 graus faz com que seque sendo assim possível aos visitantes atravessá-lo. O reflexo do Sol no sal e em algumas espécies de algas dá um aspeto avermelhado à água. Usado como palco do clássico da ficção científica com lasers, Star Wars.
Mar Morto, Israel e Jordânia	Lago salgado com mais de 1000 km ² entre Israel e a Cisjordânia. Com uma salinidade de cerca de 27% impede a vida de seres marinhos, e tem a água tão salgada que torna possível que pessoas flutuem nela.
Minas de Sal de Wieliczka, Polónia	Próximas da cidade de Wieliczka, no sul da Polónia, são exploradas desde o século XIII e chegam a atrair mais de um milhão de visitantes por ano, motivados principalmente pelas suas características ímpares como uma dúzia de estátuas e uma capela construída pelos mineiros nas paredes de sal, onde até os próprios candeeiros são feitos de sal.
Montanha de Sal de Cardona, Espanha	Situa-se a 90 quilómetros de Barcelona e tem uma imagem surpreendente numa região de castelos históricos que tornam a pequena cidade ainda mais atraente. Explora serviços de visitas guiadas dentro das minas, garantindo uma qualidade na visita onde é possível usufruir a exposição de esculturas talhadas em sal.
Salar de Uyuni, Bolívia	Maior deserto de sal do mundo, com cerca de 12 mil km ² , fica na região boliviana de Potosí, a mais de 3 300 metros acima do nível do mar. Na época das chuvas, as planícies ficam cobertas de uma fina camada de água, que reflete as belas paisagens onde até é possível ficar alojado num hotel de sal no coração do Salar.
Salinas de Trapani, Itália	No oeste da ilha italiana de Sicília caracterizam-se pela existência de moinhos brancos e piscinas salgadas, formadas pela evaporação da água marinha do Mediterrâneo. Situadas na rota do sal, entre Trapani e Marsala, estão cercadas por uma vida voltada para o mar, com pesca, colheita de corais e produção de sal.
Salinas Grandes, Argentina	Imensa salina de 8900 km ² ocupa o noroeste da província de Córdoba no centro da Argentina. Situam-se numa falha tectónica com ventos constantes e são de uma imensidão branca que reflete o céu em época de chuvas.

Fonte: Elaboração própria

1.3. Património Geológico

O fenómeno geológico que se verifica nas Salinas de Rio Maior despertou, desde sempre, o interesse dos mais diversos investigadores no âmbito da geologia. Constantino Botelho de Lacerda Lobo em 1812 terá sido um dos primeiros, a fazer referência ao sal de Rio Maior no âmbito de experiências que levou a cabo em diversas salinas do país para o trabalho de investigação “Memorias Economicas” da Academia Real das Sciencias de Lisboa para o Adiantamento da Agricultura, e da Industria em Portugal, e suas Conquistas.

O conceito de património desde sempre associado a monumentos e edificações arquitetónicas, designa-se por património histórico. Com o passar do tempo este conceito foi-se alargando a sítios, paisagens, formas de fazer e saber de povos e passa a ser considerado noutras vertentes como a natural e cultural.

As Salinas de Rio Maior integram o conjunto de sítios de interesse geológico do Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros (PNSAC). Este Parque foi criado em 1979 com o objetivo de garantir proteção do património natural, arquitetónico e cultural, desenvolver atividades artesanais, renovar a economia local e promover o repouso e recreio ao ar livre (Pereira et al., 2010).

O Decreto-Lei n.º 142/2008 que regula a Rede Nacional de Áreas Protegidas (RNAP) define bem os conceitos de património geológico e geossítios, evidenciando a geoconservação como um dos objetivos da sua gestão.

Em Portugal o património geológico, comparativamente com outros tipos de património, tem sido votado ao esquecimento (Brilha & Carvalho, 2010). No entanto são cada vez mais as iniciativas que envolvem inventariação e interpretação do património geológico a fim de se garantir a sua preservação. Geoconservação é o nome que se atribui à forma de defender e valorizar estes locais.

1.4. Geoconservação

Portugal, só no final da década de 80 e na década seguinte despertou para a necessidade de conservar o seu património geológico, através de uma série de iniciativas que marcaram o desenvolvimento da consciencialização pública e do poder político para a desproteção em que se encontravam determinados locais de interesse geológico (Brilha, 2005).

O Projeto *Global Geosites* da *International Union of Geological Sciences* (IUGS) em cooperação com a Unesco, com início em 1996, teve como principal objetivo a inventariação do Património Geológico a nível mundial. Para a concretização deste projeto a IUGS criou o *Global Geosites Working Group*, assegurando a concretização do mesmo na Europa pelo grupo ProGEO, Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico, nomeadamente pelos grupos de trabalho de cada país envolvido.

Em Portugal o grupo da ProGEO foi criado em 2000 e tem, desde então, desenvolvido iniciativas de inventariar, classificar e conservar os locais com interesse geológico. No âmbito do projeto e como forma de alertar os *media* para a importância do Património Geológico, a ProGEO-Portugal decide que no dia 22 de abril, Dia da Terra, se comemorasse também o Dia Nacional do Património Geológico e atribui anualmente nesta data o Prémio Geoconservação à autarquia que se tenha destacado na proteção e promoção do Património Geológico do seu concelho.

Este prémio que conta com a participação especial da *National Geographic* Portugal foi em 2012, entregue à Câmara Municipal de Rio Maior pelo projeto de preservação e divulgação das Salinas e do vale onde estas se encontram, através da candidatura denominada “O Vale Diapírico da Fonte da Bica/Ecomuseu Salinas de Rio Maior – Um Património Geológico, Natural, Histórico e Cultural a Conhecer e a Preservar”.

Reconhecimento do trabalho desenvolvido pela autarquia tanto na preservação, como na dinamização de atividades é, por si só, forma de valorização e divulgação das Salinas de Rio Maior. A realização de visitas guiadas, estruturadas de acordo com o público que as procura e as atividades desenvolvidas com crianças e jovens têm também funcionado como forma de promoção, conjuntamente com a colocação de painéis interpretativos, que apesar de ter em Portugal uma implementação muito recente, são destinados à

sensibilização do público para a geologia e para o património geológico, como recurso indispensável na criação de medidas de geoconservação (Dias et al., 2002).

1.5. Geoturismo

O Geoturismo apresenta-se como um conceito recente no Turismo, mas sobre o qual se têm construído diversas definições que, por vezes, chegam a ser controversas. É no fundo um conceito à procura da sua própria ideologia, atributos e características para se afirmar como definição, largamente aceite por todos os seus investigadores. O Congresso Internacional de Geoturismo que decorreu em Arouca no ano de 2011 é disso um bom exemplo.

A primeira definição apresentada pelo geólogo inglês Thomas Hose em 1995 envolvia um “conjunto de serviços e facilidades interpretativas que possibilitam aos turistas a compreensão e aquisição de conhecimentos de um sítio geológico e geomorfológico, além da sua mera apreciação estética”. Contudo no ano 2000 o mesmo autor reformula a definição para o que passou a ser:

“ (...) disponibilização de serviços e meios interpretativos que promovam o valor e os benefícios sociais de sítios com interesse geológico e geomorfológico, assegurando a sua conservação, para o uso de estudantes, turistas e outras pessoas com interesse recreativo ou de lazer”.

(Hose, 2000:136)

A definição do Geoturismo foi, em 2002, construída conjuntamente pela *National Geographic Society* e a *Travel Industry Association* como “o turismo que mantém ou valoriza o carácter geográfico de um lugar - seu meio ambiente, património, estética, cultura e bem-estar dos seus residentes” (Stueve, Cooks, & Drew, 2002:22).

Newsome e Downling em 2006 (cit. Garofano & Govoni, 2012) consideram a geologia e a geomorfologia como os componentes centrais do geoturismo, definindo-o como um turismo baseado em beleza geológicas.

Estas definições permitem-nos considerar o geoturismo como o turismo que preserva de forma sustentável a identidade natural e cultural de determinado local, com especial

ênfoque no seu património geológico. Este tipo de turismo tem assumido, cada vez mais, um importante papel na valorização do património através da sua divulgação, com o objetivo de ser compreendido pelos seus visitantes mas, sobretudo com o intuito de despertar nos mesmos, curiosidade sobre o local, permitindo assim que se construa uma ligação emocional entre o visitante e o património geológico.

No âmbito do projeto “*Slow Itinéraires*”, Caetano & Lamberto (2012) apresentam o “geoturismo *slow*”, que envolve um conjunto de percursos geoturísticos que permite de uma forma simples e apelativa, divulgar cientificamente o património geológico, permitindo o seu usufruto de forma sustentável mas numa vertente da promoção turística. As ações desenvolvidas neste contexto diferem, obviamente, de acordo com o local ou região em que acontecem mas pautam-se pelos mesmos princípios. Com o objetivo de atingir uma grande diversidade de público que usufrua do presente, compreendendo o passado de forma a garantir sustentabilidade, é de referir, como exemplo, a organização de passeios pelo programa Geologia no verão do Ciência Viva. Foi, neste âmbito, que participámos num desses passeios que incluiu uma visita às Salinas de Rio Maior.

Rio Maior, concelho extremamente rico em património geológico, tem todas as condições para desenvolver o geoturismo, em particular nas Salinas, focado não só no seu património geológico mas na identidade local, promovendo a autenticidade de um lugar único em Portugal.

“O geoturismo implica uma consciencialização para o Património Geológico, para que haja uma compreensão do meio. Neste caso os processos geológicos com interesse científico podem ser associados à beleza cénica tornando-se locais de interesse geológico com potencial turístico. Pretende-se assim estimular o conhecimento da Geodiversidade, a geoconservação e o desenvolvimento sustentável.”

(Rodrigues, 2009:39)

CAPÍTULO II - Salinas de Rio Maior - Património Natural e Cultural como Recurso Turístico

A inclusão de elementos naturais como parte do património e o mesmo entendimento em relação ao património cultural teve o seu momento decisivo com a Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural em 1972.

A ameaça e destruição deste tipo de património, a sua não preservação e a dificuldade da protecção de tal património à escala nacional que por conseguinte pode levar ao desaparecimento material da história de um determinado destino, fundamentaram a realização desta Convenção que definiu património natural e cultural, a seleção de bens naturais e culturais que podiam vir a ser inscritos na Lista de Património Mundial e estabeleceu os deveres dos seus Estados membros na identificação desses bens e na sua preservação (Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural, 1972).

Considerando o património natural e cultural com um dos fatores fundamentais na procura turística é de destacar o facto de Portugal ter, atualmente, 13 sítios inscritos na Lista de Património Mundial (data de inclusão entre parêntesis): Centro Histórico de Angra do Heroísmo nos Açores (1983); Mosteiro dos Jerónimos e Torre de Belém em Lisboa (1983); Mosteiro da Batalha (1983); Convento de Cristo em Tomar (1983); Centro Histórico de Évora (1988); Mosteiro de Alcobaça (1989); Paisagem Cultural de Sintra (1995); Centro Histórico do Porto (1996); Sítios Arqueológicos no Vale do Rio Coa (1998); Floresta Laurissilva na Madeira (1999); Centro Histórico de Guimarães (2001); Alto Douro Vinhateiro (2001); Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico (2004)².

A utilização do património natural e cultural como recurso turístico é atualmente um grande desafio para o Turismo. É fundamental evitar a sua descaraterização, controlando as ações que possam colocar em causa toda a estrutura social e cultural que lhe está associada. O estabelecimento de uma ligação coesa entre a população local será a base para o desenvolvimento de um turismo sustentável, será no fundo o que lhes permitirá ficar imunes aos impactos negativos da atividade turística.

² http://www.unesco.pt/cgi-bin/cultura/temas/cul_tema.php?t=14

2.1. Localização Geográfica e Acessibilidades

A cidade de Rio Maior, sede de concelho desde 1836, é um município composto por 14 freguesias, que abrange uma área de 277,4 Km² e pertence ao distrito de Santarém fazendo a confluência entre o Ribatejo e o Litoral. Localizada a 80 Km de Lisboa, 324 Km do Porto, 50 Km de Leiria, 30 Km de Santarém e 20 Km de Caldas da Rainha, pode ser localizada pelas seguintes coordenadas: 39°20' Lat. N. e 8° 53'2" Long. W.

Turisticamente integra a Região de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo e tem como limites territoriais, a norte, os concelhos de Alcobaça e Porto de Mós, a oeste, Caldas da Rainha e Cadaval, a leste, Santarém e, a sul, Azambuja. É hidrograficamente um concelho muito rico, com especial destaque para o rio Maior que deu nome à localidade e concelho.

As Salinas de Rio Maior, ou Marinhas do Sal, como habitualmente são denominadas, são o verdadeiro símbolo desta região, tanto que têm lugar de destaque no escudo do concelho. Situadas na zona norte do concelho, ficam num vale tifónico a 3 km da cidade de Rio Maior, e integram a área protegida do PNSAC³.

A nível de acessibilidades Rio Maior está no centro rodoviário da zona oeste do país com o Itinerário Principal – IP6 e a Auto Estrada do Atlântico A15. Esta rede rodoviária é ainda complementada pelo IC 2 (Estrada Nacional 1). Contudo, estas não são as únicas acessibilidades que nos permitem chegar até às Salinas de Rio Maior. Se pensarmos nas tecnologias que temos hoje ao nosso dispor, percebemos que é possível visitar lugares onde por diversas razões nunca iremos estar fisicamente, ou por outro lado, incentiva à visita.

Assim, as Salinas de Rio Maior estão acessíveis, como se costuma dizer, à distância de um clique, através de sites e blogs institucionais e outros de cariz pessoal todos com o objetivo de dar a conhecer o destino, no fundo comunicar aos outros a sua existência, promovendo-o.

2.2. Caraterização histórica

Atribuem-se às Salinas de Rio Maior oito séculos de existência, por encontrarmos na história referência ao ano de 1177 como a data em que Pero d' Aragão e sua mulher

³ <http://www.cm-riomaior.pt/conhecer-rio-maior/informacao-geografica>

Sancha Soares, venderam aos Templários a quinta parte que possuíam das Salinas de Rio Maior e do poço que, segundo contam as lendas, foi descoberto ao acaso por uma menina que pastava animais.

Classificadas como Imóvel de Interesse Público, através do Decreto-Lei n.º 67/97, consistem na exploração de sal-gema proveniente de águas que atravessam uma extensa e profunda jazida de sal-gema que se estende entre Leiria e Torres Vedras, formada há milhões de anos quando o mar chegou a ocupar a região.

Este é o fenómeno que explica a água que brota no poço existente, bem no centro das “Marinhas”, que comparada com a água do Oceano, é sete vezes mais salgada por conter 96% de cloreto de sódio, enquanto a do Oceano não vai além de 77 a 78%.

O seu enquadramento paisagístico e a distância a que se encontram do mar (30 km), são fatores, que por si só, provocam alguma estranheza nos seus visitantes mas acima de tudo um sentimento que chega a ser um misto de curiosidade e contemplação.

Uma pequena aldeia de ruas de pedra e casas de madeira com troncos de oliveira, junto à qual se desenham irregularmente, na sua forma e dimensão, tanques lajeados que a partir da primavera se enchem de água salgada dando depois, origem às pirâmides de sal, são características que possivelmente justificam o número de publicações e artigos que, nos mais diversos âmbitos (geológico, turístico e cultural) têm sido dedicados às Salinas de Rio Maior, dos quais destacamos os incluídos na tabela 2.1

Tabela 2.1 - Obras bibliográficas que mencionam as Salinas de Rio Maior

Documentos		
1878	Pinho Leal “Portugal Antigo e Moderno”	Faz referência à venda do poço no ano de 1177 e afirma que as Salinas de Rio Maior são provavelmente anteriores à nacionalidade portuguesa.
1917	Paul Choffat	Relatório sobre os resultados realizados nas “Marinhas do Sal”
1936	Carles Lepierre Inquérito A Indústria do Sal em Portugal	“A exploração da água salgada do Rio-Maior é das mais pitorescas que se pode imaginar.”
1954	João Ferreira da Silva Inquérito Comissão Reguladora dos Produtos Químicos	Apresenta “Salgado de Rio Maior”
1956	Salinas de Rio Maior – Sal sem Mar Publicação promocional editada pela Câmara Municipal de Rio Maior	“Todos os visitantes se sentem encantados ao visitar o local das Marinhas de Sal sem Mar, (...)” “Merecem ser visitadas e admiradas.” “Rio Maior é uma rica região turística que merece ser visitada e desvendada. Visite, pois, as Salinas de Rio Maior, um quadro inolvidável, onde se sentirá bem acolhido.”

1961	Georges Zbysewski Comunicações dos Serviços Geológicos de Portugal	"A existência das águas salgadas de Fonte da Bica é conhecida, pelo menos, desde o século XII, data em que já eram exploradas marinhas neste local."
1966	João Ferreira da Silva O Sal	"Em nossos dias, em Portugal, na região de Rio Maior, onde existe um poço com água tão salgada que basta expô-la um pouco ao tempo para que deposite o sal que contém, este, por alturas da feira anual que alise realiza, é trocado por arroz." "a exploração do poço de Rio Maior parece datar de muitos anos antes de Cristo. É local apazível e bastante visitado por turistas."
1977	Georgette Goucha, Calado da Maia & Fernando Duarte Marinhas de Sal de Rio Maior (oito séculos de História: 1177-1977) Editado pela Cooperativa Agrícola dos Produtores de Sal de Rio Maior, C.R.L. no âmbito das comemorações do 8.º centenário	"De facto, a sua grande, extraordinária e maravilhosa virtude é ter no seu seio a mina de sal-gema que dá origem às Marinhas de Sal de Rio Maior, essa curiosidade da natureza que os homens, por rotina, têm mantido quase nos seus moldes primitivos e originais, e completa este ano oitos anos de história." "Os salineiros são agricultores da região, (...). Gente boa e sã, tem um enorme e justificado orgulho por não haver memória, nestes oito séculos conhecidos da existência das salinas, de qualquer questão por causa do uso da água do poço." "Apesar de certo apoio oficial, para pôr em marcha uma obra de modernização cujos reflexos sociais são do maior alcance, dificuldades, desconfianças, apego ao tradicional, provocaram o impasse. (...) A produção de sal em Rio Maior tem forte significado na economia regional mas não existe um estudo económico rigoroso por falta de dados exactos, de estatísticas completas e reais."
1977	Ciclo de Palestras na Câmara Municipal de Rio Maior no âmbito do programa das comemorações do oitavo centenário O Engenheiro Químico Nelson Sousa Duarte Técnico de 1ª classe da Comissão Reguladora dos Produtos Químicos e Farmacêuticos, apresentou uma breve visão socioeconómica relativa ao sal Georges Zbysewski apresentou "Considerações sobre a Jazida de Sal-Gema de Fonte da Bica (Rio Maior)",	"A produção mundial atingiu, em 1974, cerca de 170 milhões de toneladas, (...). Portugal ocupou o 28.º lugar com uma produção de 512000 toneladas, das quais 302000 de sal-gema." "A presença de sal-gema em profundidade estava comprovada pela existência de águas salgadas tiradas do poço de abastecimento das marinhas de sal de Fonte da Bica."
1979	Fernando Duarte "A História de Rio Maior"	"As salinas de Rio Maior, mina inexgotável de cloreto de sódio e riqueza para a economia nacional é uma das maiores riquezas e das maiores atracções turísticas do Ribatejo."
1986	Maria Eduarda Gomes Pereira da Silva	" (...), sendo uma região com tantos recursos naturais, humanos e históricos porque não se tem difundido o turismo nesta região? (...) podemos dizer que as marinhas do sal não estão totalmente aproveitadas por falta de iniciativa e dos apoios necessários."
1988	Nuno Francisco Pereira da Silva As Salinas de Rio Maior	"As Marinhas de Rio Maior constituem um património cultural que importa proteger, dado que são um exemplo vivo de uma forma de exploração do sal que se tem conservado, pelo menos, através dos últimos oito séculos continuando a oferecer grande interesse nas economias familiares dos "marinheiros". Por este facto representam para o concelho de Rio Maior, um objecto de atracção turística que interessa valorizar e desenvolver."
1996	Saúl António Gomes Notas sobre a produção de sal-gema e de papel em Leiria e em Coimbra durante a Idade Média	"Em Rio Maior extraía sal-gema."

2002	Ivan Carlos Costa Salinas de Rio Maior – Um Património a Conhecer e a Preservar	Dissertação de Mestrado em Património e Museologia, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
	Raul José Rainha Coelho Aspectos geológicos do PNSAC e sua divulgação multimédia – um contributo para o ensino das Ciências da Terra	Dissertação de Mestrado em Geociências, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra
2005	Renato Neves Os salgados portugueses no séc. XX – que perspectivas para as salinas portuguesas no séc. XXI?	“A exploração de salinas solares (em que o sal cristaliza por evaporação) a partir de nascentes salgadas - as chamadas salinas interiores, esteve até início do século XX restrita a Rio Maior, região que adaptou a sua tipologia própria, com uma nomenclatura muito particular, em que até os salineiros são designados por marinheiros, facto que não ocorre nos restantes salgados portugueses.”
2009	Carlos Calado & José M. Brandão Salinas interiores em Portugal: o caso das marinhas de Rio Maior	“A preservação e valorização deste conjunto patrimonial, mediante a instalação de um Centro de Interpretação, mais do que um acto de cidadania, constituiriam um veículo privilegiado de desenvolvimento e de reforço da identidade riomaiorense.”

Fonte: Elaboração própria

Atualmente, constata-se que a tradição perdurou no tempo, atravessando gerações que, com orgulho, ostentam ainda métodos de trabalho. Contudo, alguma modernização mais compatível com os dias de hoje também se faz sentir.

As curiosas “picotas”, que noutros tempos fizeram correr a água através das “regueiras” até aos “talhos” e “esgoteiros”, que evaporava ao sol, dando depois origem ao sal, são agora utilizadas, somente, em recriações históricas como é o caso da Festa do Sal, que este ano, teve lugar no dia 15 de julho com o objetivo de divulgar a própria história das Salinas e toda a sua componente cultural.

A água salgada é agora retirada do poço através de uma motor eléctrico que a conduz aos concentradores, oito tanques (5000 m²), que comunicam entre si, com capacidade para um milhão de litros de água e onde se faz a primeira evaporação. A água segue depois para a pia de distribuição que fica junto ao poço e por último para os “talhos”, em função da sua proximidade com o poço, através das sete “regueiras” existentes.

Os “talhos”, que antigamente eram de terra batida e exigiam anualmente um moroso e dispendioso arranjo, têm vindo a ser substituídos por talhos cimentados, lajeados e até revestidos de materiais plastificados. A evaporação nestes dá-se, habitualmente, em seis dias, significando por isso a produção semanal de sal por “talho”.

“Como a água é muito saturada de cloreto de sódio, a mineralização é muito rápida, e assim, em bons dias de verão, um talho “faz sal”, isto é, evapora-se a água em 24 horas, ficando “coalhado”, podendo juntar-se o sal, o que se faz com rodos e pás de madeira.”

(Goucha et al., 1977)

A maioria dos produtores de sal eram antigamente agricultores, que se dedicavam sazonalmente (maio a setembro) à produção de sal, sendo os lucros obtidos divididos a meias entre o proprietário do “talho” e o “marinheiro”. Hoje em dia as coisas são diferentes, sendo na sua maioria marinheiros contratados e por isso pagos pela Cooperativa que explora cerca de 80 a 90% dos “talhos” das Salinas de Rio Maior. A Cooperativa dos Produtores de Sal de Rio Maior, foi criada em 1979 para responder, principalmente, à necessidade do aumento da produção do sal e à sua comercialização.

Caraterísticas das Salinas de Rio Maior:

Monte de Sal – Construído por sal já cristalizado, que depois de retirado dos talhos se coloca na eira para ultimar o processo de secagem. De seguida é transportado e armazenado nas casas de madeira ou armazéns da Cooperativa para depois ser vendido.

Figura 2.1 - Monte de Sal



Fonte: Própria

Casas de Madeira – Antigos armazéns de sal, construídas com madeira, material que evitava a corrosão do sal, tinham como suportes exteriores troncos de oliveira. A sua maioria está hoje transformada em casas de comércio já que grande parte do sal passou a ser canalizado e guardado nos armazéns da cooperativa.

Figura 2.2 - Casa de Madeira



Fonte: Própria

Fechadura e chave de Madeira – A chave é o acessório de menores dimensões, que apresenta um orifício na ponta sendo colocada na fechadura com os dentes para cima e que pressionada faz puxar os “piqueletes” que soltam a tranca, permitindo a abertura da porta. Não existem duas chaves iguais.

Figura 2.3 - Fechadura e Chave de Madeira



Fonte: Própria

Queijinhos de Sal – Os queijinhos de sal são cozidos em forno de lenha e é o seu formato que lhes confere a designação. Podem ser conservados por muito tempo e utilizados como tempero, bastando raspá-los com uma faca. Atualmente já se encontram disponíveis em versão pimenta ou ervas aromáticas.

Figura 2.4 - Queijos de Sal



Fonte: Própria

Réguas de escrita – Serviam para registar a despesa feita por cada marinheiro nas tabernas durante a safra e estavam montadas nas casas de madeira. Tinham cerca de 1 m ou 1,5 m de comprimento e 10 cm a 15 cm de largura e a escrita era feita em sinais convencionais, que representavam a bebida fornecida e o respetivo preço. O pagamento era posteriormente feito em sal.

Figura 2.5 - Réguas de escrita



Fonte: Própria

2.3. Contextualização da Oferta Turística

No Turismo além da abordagem pelo “lado da procura” verifica-se uma forte tendência para se perspetivar o “lado da oferta” como principal vetor de conhecimento, do impacto do turismo em termos de atividade económica. A diversidade de motivações que origina as deslocações dos que viajam, não facilita uma clara definição do que pode ser a oferta turística.

Segundo Smith (1989) apesar de ser inquestionável que o Turismo envolve a movimentação de pessoas e por isso possui uma forte componente social, este, também deve ser encarado como um conjunto de atividades comerciais que fornecem direta ou indiretamente bens e serviços, que sustentam atividades de lazer/recreio a pessoas que ficam fora da sua residência habitual.

Cunha (2003) afirma que a oferta turística é composta por um diversificado conjunto de elementos que constituem a oferta de determinado destino e sem a qual não é possível satisfazer a procura.

Se noutra tipo de mercado facilmente se identificam bens ou serviços procurados, no mercado turístico isso não se verifica tão linearmente, até porque coexistem consumos que satisfazem necessidades turísticas e não só, já que existem em função, por exemplo, dos residentes. Talvez por isso não sejam incluídas na oferta turística bens e serviços que não têm como objetivo satisfazer necessidades turísticas (Barbosa, 2005).

Assim, a oferta turística apresenta-se como um conceito indefinido, podendo entender-se como “quaisquer bens e serviços que satisfaçam necessidades turísticas” (Matias, 2007).

Basicamente, para a definição de oferta turística concorre um conjunto de elementos, bens e serviços, que existe num determinado local, que sejam adquiridos ou utilizados pelos visitantes e outros criados com o objetivo de satisfazer as suas necessidades. Podem ainda ser contemplados elementos naturais e culturais como atrativos na deslocação desses mesmos visitantes.

Ainda assim não é totalmente clara a distinção entre oferta turística e oferta não turística. Porque se considerarmos que é o consumo turístico que define a oferta turística, podemos cair no erro de a definir em função da utilização de visitantes ou residentes, no

entanto existem serviços que têm ou podem vir a ter uma utilização em simultâneo por parte destes dois grupos, é o caso da restauração, bancos, hospitais, segurança, etc.

A diferenciação entre oferta turística e a oferta de um diferente setor de atividade assenta em determinadas características que importa salientar: carácter endógeno, imobilidade temporal e espacial, rigidez face às variações da procura e esgotamento da produção no ato de consumo.

2.3.1. Caracterização da Oferta turística nas Salinas de Rio Maior

Ainda que a oferta turística de qualquer destino possa variar de acordo com os seus recursos naturais e que esses funcionem como atrativos únicos, na maior parte das vezes fator diferenciador na atração e diferenciação desse mesmo destino, os visitantes terão que ter sempre à sua disposição, um conjunto mínimo de componentes, já que estes recursos não podem, por si só, sustentar a atividade turística.

É essencial que se conjuguem recursos (naturais ou construídos), infraestruturas e serviços que facilitem a visitação do destino, que proporcione ao seu visitante experiências revestidas de uma grande autenticidade, para que possa, ele próprio, recomendar a familiares, amigos e até desconhecidos através do seu testemunho na maior ferramenta de Marketing ao seu dispor, a Internet (blogs, sites, redes sociais).

A oferta turística pode ser classificada da seguinte forma: atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos; e infraestruturas (Almeida, n.d., cit. Lage & Milone, 2000). Tomando em consideração estas componentes, apresenta-se a oferta turística das Salinas de Rio Maior e nalguns casos, do próprio concelho.

Tabela 2.2 - Oferta Turística

Atrativos turísticos	
Suscetível de ser fator de diferenciação, inclui recursos naturais e recursos criados pelo homem. Integra manifestações culturais e históricas, a etnografia local, acontecimentos técnicos, científicos ou artísticos, programados ou não.	
Recursos Naturais	<ul style="list-style-type: none"> - O fenómeno geológico Salinas - O enquadramento paisagístico - Integração no PNSAC
Património Histórico-cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Grutas - <i>Villa Romana</i>
Manifestações Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Safra do Sal - Recreações históricas
Equipamentos e Serviços Turísticos	
Respondem diretamente às necessidades da procura e pode incluir alojamento, restaurantes, entretenimento e outros serviços.	
Alojamento	<ul style="list-style-type: none"> - Dois Hotéis de duas estrelas em Rio Maior - Seis empreendimentos turísticos de turismo em espaço rural TH - Cinco Moinhos - Dois Turismo de Natureza – Casas Abrigo - Dois Centros de Acolhimento – Terra Chã
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> - Dois nas Salinas - Trinta e dois em todo o concelho
Entretenimento	<ul style="list-style-type: none"> - Percursos pedestres / Ciclovias - Atividade “Salineiro por um dia” - Visitas guiadas - Atividade “Caça ao Tesouro”
Outros Serviços	<ul style="list-style-type: none"> - Casinhas típicas que vendem sal/artesanato e outros produtos locais - Posto de Turismo - Hospitalidade e Acolhimento - Sinalização turística - Painéis interpretativos
Infraestruturas	
Construções subterrâneas e de superfície essenciais ao suporte da atividade turística. Pode incluir saneamento básico, rede elétrica, parques de estacionamento, estradas, facilidades de transporte, comunicação, etc..	
Instalações Sanitárias	<ul style="list-style-type: none"> - Parque de estacionamento - Posto de Turismo (acessível em função da sua abertura).
Rede Elétrica	<ul style="list-style-type: none"> - Iluminação Pública
Parque de estacionamento	<ul style="list-style-type: none"> - Parque público - Parque privado (restaurante).
Vias de Acesso	<ul style="list-style-type: none"> - Rede Rodoviária: IP6; A15; IC 2 (EN 1)
Serviços de Saúde e Sistemas de Segurança	<ul style="list-style-type: none"> - Bombeiros - Centro de Saúde - GNR
Outros	<ul style="list-style-type: none"> - limpeza pública

Fonte: Elaboração Própria

2.4. Projetos desenvolvidos pela autarquia de Rio Maior

O Município está fortemente apostado em promover o seu património e a sua cultura. Esta promoção realizada através das mais diversas ações de divulgação e dinamização, tem como principal objetivo dar a conhecer o melhor que o concelho tem para oferecer.

Destacam-se neste papel, através das iniciativas que têm desenvolvido, o Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior e o Serviço Educativo da Casa Senhorial d'El Rei D. Miguel. Responsáveis por assegurar um adequado serviço de informação e até formação consoante os diferentes públicos a que se destina cada uma das ações desenvolvidas, são elemento fundamental na comunicação do concelho.

O Serviço Educativo da Casa Senhorial d'El Rei D. Miguel direciona o âmbito da sua atuação, sobretudo, na promoção de visitas guiadas e no desenvolvimento de uma diversidade de diferentes atividades que decorrem na própria Casa Senhorial, na Villa Romana, nas Alcobertas, no Museu Rural e Etnográfico de São João da Ribeira e nas Salinas de Rio Maior, que por motivos óbvios, queremos destacar conforme se apresenta na tabela 2.3.

Tabela 2.3 - Visitas/Atividades - Serviço Educativo da Casa Senhorial D'El Rei D. Miguel

SERVIÇO DE VISITAS GUIADAS ÀS SALINAS DE RIO MAIOR	Duração aproximada de 45 minutos.
ATIVIDADE «O TESOURO DAS SALINAS»	Caça ao tesouro com duração aproximada de 45 minutos, destinada apenas a crianças com idades entre os 6 e os 12 anos. É uma atividade dinâmica e divertida que permite às crianças um outro olhar sobre as Salinas.
ATIVIDADE «SER SALINEIRO»	Exercícios de expressão corporal com duração aproximada de 15 minutos, destinada apenas a crianças com idades entre os 3 e os 6 anos e sem número máximo de participantes. Atividade dinâmica e divertida que permite às crianças um outro olhar sobre o trabalho do salineiro.

Fonte: Elaboração própria

O Posto de Turismo das Salinas inaugurado em 1996 e requalificado no âmbito do Programa Ecosal Atlantis em 2011, é o principal polo dinamizador das Salinas de Rio Maior em representação do próprio Município. Para além de acolher e informar os visitantes, desenvolve atividades de promoção e representação a que corresponde a tabela 2.4.

Tabela 2.4 - Visitas/Atividades - Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior

SERVIÇO DE VISITAS GUIADAS ÀS SALINAS DE RIO MAIOR	Previamente marcadas
REPRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO EM FEIRAS E EVENTOS	Tasquinhas de Rio Maior (março); Feira Nacional da Agricultura de Santarém (junho); Feira Internacional do Sal de Aveiro (julho); Expofacis em Cantanhede (julho a agosto); Frimor, feira nacional da cebola de Rio Maior (setembro).
DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO DO CONCELHO	Manutenção do <i>blog</i> sobre o turismo do concelho; Manutenção do perfil e página do <i>facebook</i> sobre o Turismo em Rio Maior ; Elaboração e envio de newsletters sobre os produtos turísticos do concelho ;
PARCERIAS COM OUTRAS ENTIDADES	Participação ativa na Festa do Sal (recreação histórica realizada a 15 de julho 2012); Colaboração com os parceiros do projeto Ecosal Atlantis.

Fonte: Elaboração própria

A atuação do Posto de Turismo das Salinas materializa a competência da Câmara Municipal na promoção e apoio ao desenvolvimento de atividades artesanais, manifestações etnográficas, bem como a divulgação do património natural, cultural e paisagístico do concelho de Rio Maior.

2.5. Projeção turística nos *media*

A procura pela afirmação e consolidação de um destino turístico não é tarefa fácil e pressupõe uma linha estratégica coerente a diversos níveis, um dos quais a comunicação. A construção de uma marca e a sua divulgação em simultâneo por diversos *stakeholders*, é um desafio difícil mas possível na colocação do destino nos principais mercados de venda.

A identidade do destino e a sua imagem única devem ser fatores de notoriedade, trabalhadas pelo Marketing através de ações devidamente estruturadas. Contudo a promoção turística começa em cada cidadão. Podemos por isso considerar os residentes como o primeiro agente promocional do território, seguido das entidades públicas e por fim das privadas. Se assistirmos a um esforço conjunto e articulado sobretudo entre as entidades públicas e privadas, mais rapidamente e eficazmente o destino será projetado.

A projeção de um destino pode surgir de forma espontânea ou planeada. As novas tecnologias hoje ao dispor de cada um de nós, permite assumir o papel de jornalistas/repórteres quando perante determinado acontecimento, o colocamos de forma quase imediata à disposição de todos na Internet, na maior parte das vezes sem uma prévia avaliação do impacto a causar. Acabando somente este por ser medido a longo prazo e considerado posteriormente negativo ou positivo para o próprio destino.

A promoção feita por residentes demonstra o orgulho na riqueza patrimonial local e no caso das Salinas de Rio Maior, isso não é exceção à regra. O envolvimento dos riomaiorenses se faz sentir através da publicação de *blogs* e vídeos na Internet sobre as Salinas de Rio Maior.

A projeção planeada processa-se através de um conjunto de ações com o intuito de promover um local. Normalmente este tipo de projeção é colocada em prática por entidades públicas através de *blogs* e *sites* sobre os atrativos turísticos do respetivo

município, da concretização de eventos que enriquecem a oferta cultural do destino e até de programas televisivos, que contam, obviamente, com o apoio da Câmara Municipal, como ainda muito recentemente aconteceu com a transmissão do programa “Verão Total” do Canal 1 da RTP, a 12 de junho de 2012.

Ainda no âmbito da projeção planeada, encontram-se as iniciativas dos privados, desenvolvidas numa vertente mais comercial.

Uma outra forma de projeção, sucede no decorrer de notícias, sendo a televisiva a mais mediática, normalmente sobre apontamentos de reportagem positivos ou negativos, já que notícia é o relato de um acontecimento fora da normal rotina do próprio local.

Em jeito de conclusão, é de referir que quando digitamos “Salinas de Rio Maior” no motor de busca Google, facilmente encontramos o Turismo de Rio Maior em <http://turismoriomaior.blogspot.pt/>, com presença também no *Facebook* em <http://www.facebook.com/pages/Turismo-Rio-Maior/124282317614723>. É ainda de salientar a existência na Internet de vídeos de cidadãos “anónimos” e reportagens de diversos canais televisivos.

2.6. Evolução da Taxa de Visitação das Salinas de Rio Maior

Dado o enfoque do presente trabalho de investigação visar a sustentabilidade do território, nomeadamente na vertente económica, é fundamental que se procure entender o papel do turismo na economia da região de Rio Maior.

Assumindo o turismo como valor estratégico no desenvolvimento das Salinas de Rio Maior, entendemos fazer uma breve apresentação do número de visitantes registado pelo Posto de Turismo das Salinas desde o ano de 1996 até ao ano de 2012, ainda que em 2012 seja apenas possível apresentar o número de visitantes até ao final do terceiro trimestre.

A construção da tabela 2.5 permite com base nos dados fornecidos pelo Posto de Turismo das Salinas, verificar o número de dias que esteve aberto ao público, o total do número de visitantes, entre individuais e grupos, e a média diária de visitantes recebidos.

Importa referir que os grupos mencionados, para além de terem visitado outros pontos de interesse do concelho de Rio Maior, obviamente visitaram as Salinas.

A análise destes dados no gráfico 2.1 permite outra leitura relativamente às variações da taxa de visitação das Salinas de Rio Maior, constatando-se uma evolução significativa do número de visitantes com especial incidência no ano de 2011, data da reabertura do Posto de Turismo depois de ter sofrido obras de requalificação.

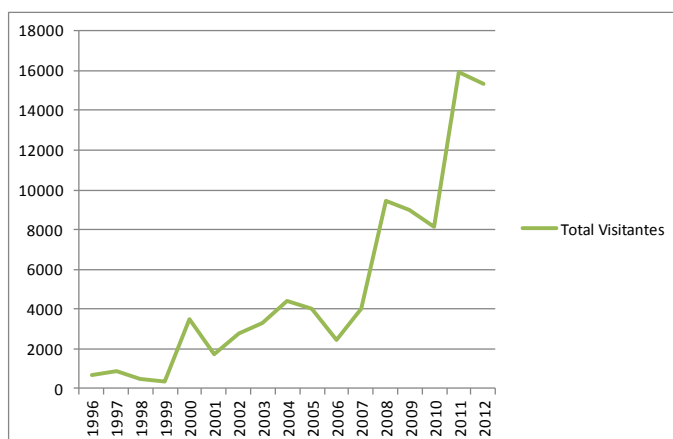
Verifica-se ainda que em 2012, apesar de se contabilizar apenas o número de visitantes até 30 de setembro, este está já muito próximo do registado em 2011, prevendo-se por isso que 2012 possa ser o ano com maior número de visitantes, desde que há registos.

Em última análise, o aumento da taxa de visitação está a corresponder aos esforços desenvolvidos nesse sentido, ficando ainda em aberto o aumento da taxa de permanência, desafio que ganho, contribuirá decididamente para a sustentabilidade do território.

Tabela 2.5 - Visitantes/Ano

Ano	Dias de abertura ao público	Número de Visitantes	Média Visitante/dia
1996	85	671	8
1997	105	862	8
1998	81	492	6
1999	74	318	4
2000	233	3464	15
2001	17	1706	100
2002	100	2799	28
2003	104	3282	32
2004	107	4406	41
2005	106	4030	38
2006	24	2457	102
2007	76	4046	53
2008	85	9423	111
2009	199	9014	45
2010	315	8144	26
2011	277	15893	57
2012	252	15342	61

Gráfico 2.1 - Taxa de Visitação das Salinas



Fonte: Elaboração própria

Fonte: Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior

CAPÍTULO III - A problemática do desenvolvimento turístico: Tradição versus Modernidade

O Turismo, considerado pela OMT como um dos principais setores no desenvolvimento económico mundial, pode assumir lugar de destaque na economia regional e local. No entanto se a atividade turística não se desenvolver de forma regulada, o território fica suscetível de sofrer impactos muito negativos. É essencial equilibrar a vertente económica, ambiental e social com especial enfoque na utilização racional de recursos naturais, principalmente em destinos turísticos detentores deste património.

Sendo assim, o desenvolvimento turístico deve acontecer de forma planeada, protegendo a autenticidade natural e cultural do destino, para que seja possível oferecer ao visitante, em simultâneo, um conceito de modernidade e tradição. Na maioria das vezes a sustentabilidade de um destino depende deste equilíbrio. O crescimento económico não pode descurar a questão social e a proteção ambiental.

Careto & Lima (2006) defendem que para se atingir a sustentabilidade dos recursos se torna necessário compreender que a sustentabilidade da atividade é pré-requisito no melhor aproveitamento do potencial turístico.

Quando falamos da atratividade de um destino não podemos deixar de considerar as ferramentas que a modernidade colocou à nossa disposição e devemos, isso sim, através da implementação e utilização das NTIC desenvolver de forma inovadora estratégias para atrair e, se possível, fidelizar visitantes.

3.1. Planeamento do turismo como garante da sustentabilidade do território

“O desenvolvimento do turismo pode e deve caminhar de mãos dadas com a preservação ambiental” (Fernandes, 2002: 87). O turismo pelos impactos que consegue gerar no meio onde atua, pode, infelizmente, tornar-se fator de insustentabilidade de um destino. Torna-se por isso crucial a adoção de uma postura de maior responsabilidade no desenvolvimento sustentável da atividade turística.

Com o principal objetivo de se encontrarem vias de desenvolvimento sustentáveis, foi em 1987 publicado pela Comissão das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento (CNUAD) o Relatório de Brundlant – O Nosso Futuro Comum, baseado num processo de

mudança relativamente à exploração dos recursos, investimentos e orientação do desenvolvimento tecnológico.

A Cimeira da Terra em 1992 no Rio de Janeiro (Rio 92) veio reforçar o conceito de desenvolvimento sustentável estabelecendo um programa de ação – a Agenda 21 – adotado por 182 países e que consistiu na identificação dos problemas ambientais do Planeta e na construção de três premissas, com o intuito de estrategicamente se desenvolverem medidas de preservação dos seus recursos.

Em 2012, passado 20 anos, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável volta a ter lugar, em junho, no Rio de Janeiro e por isso mesmo apresenta-se sob a designação de Rio+20 mas com uma abordagem diferente. Enquanto a Rio 92 se caracterizou pela finalização de negociações há já décadas iniciadas e que se traduziu na assinatura de documentos importantes na preservação ambiental mundial, a Rio+20 procurou assegurar através do compromisso político o desenvolvimento sustentável na vertente ambiental, económica e social.

Focada essencialmente no debate de temas relacionados com o desenvolvimento sustentável numa perspetiva de futuro, desta Conferência resultou um documento final de 49 páginas intitulado “O Futuro Que Queremos”, contributo vital na construção e definição da agenda de desenvolvimento sustentável para as próximas duas décadas.

Inicialmente ligada ao aspeto ambiental, a sustentabilidade é hoje transversal a outras áreas, talvez por isso a OMT tenha associado três princípios fundamentais à sustentabilidade do turismo: a sustentabilidade ecológica; a sustentabilidade social e cultural; e a sustentabilidade económica. A conciliação destes princípios poderá assegurar o desenvolvimento sustentável do turismo ao proporcionar uma melhor qualidade de vida à população residente e uma experiência correspondente à expectativa criada pelo visitante, mantendo uma boa qualidade ambiental e salvaguardando recursos naturais dos quais decorre a atividade turística, que beneficiará comunidade local e empresários (Cunha, 2006).

Observa-se maior benefício para empresários que de forma estratégica, se souberam posicionar fisicamente junto a recursos naturais, o que apesar de em alguns casos acarretar avultados investimentos, lhes garante diferenciação e por conseguinte lucro. Por isso mesmo é imprescindível salvaguardar e valorizar património natural. A melhor

forma de o fazer é em primeiro lugar conseguir a sua classificação dentro das diferentes hipóteses legislativas que o permitem, e em segundo proceder à inventariação dos locais ou paisagens que motivem a deslocação de visitantes.

Matias (2007) refere que a política do turismo enquanto derivação da política económica depara-se com restrições nomeadamente no campo territorial, infraestruturas turísticas e capacidade de carga. Apesar de não existirem modelos exclusivos de desenvolvimento turístico pela diversidade de locais e atrações, existem regras comuns à implementação de uma política de turismo que envolvem a elaboração e implementação dessa mesma política.

A definição daquilo que se vai fazer e a forma como se vai desenvolver, ou seja, os objetivos que se pretendem alcançar, estabelecem a política do turismo. A formulação dessa política deve integrar o que se pode produzir ou oferecer, o marketing turístico, a procura turística e os impactos previsíveis da política adotada. Depois dos objetivos definidos e da formulação da política, o planeamento turístico estabelece os objetivos operacionais, aqueles que vão alcançar os objetivos estratégicos da política previamente definida. O autor defende ainda que o Plano de desenvolvimento turístico deverá incluir a análise à procura e consequentemente uma previsão a essa mesma procura, a análise à oferta, o financiamento do plano, a sua implementação, acompanhamento e avaliação.

O sucesso do desenvolvimento turístico depende de um planeamento estratégico e sustentável, flexível, de modo a dar resposta, à complexidade da indústria turística e das consequências económicas, ambientais e sociais, que daí possam advir (Cooper et al, 2003).

Se em Rio Maior está ainda por desenhar a política do turismo, podemos atribuir esse facto à dificuldade que existe em subordinar todo um território a essa mesma política, à consequência que pode trazer uma decisão dessa natureza e à formação inerente a essa área que deve ser transversal ao poder local e aos empresários/comerciantes. A principal dificuldade parece-nos residir na divergência de interesses relativamente às Salinas de Rio Maior. Se por um lado se procura o turismo como fator de desenvolvimento local, por outro descarta-se esse interesse em detrimento de uma atividade económica que para salineiros associados à Cooperativa se quer rentável. A falta de consenso nesta área coloca em causa a sustentabilidade do território, torna-se assim premente encontrar um equilíbrio entre a tradição e a autenticidade do local por um lado, e a procura pela

modernização como garantia económica por outro. Almeida (2009) refere neste âmbito que a autenticidade da experiência turística assente no genuíno e no envolvimento da comunidade local pode projetar-se como fator que promova a sustentabilidade dos territórios.

Até que ponto esta é uma atração inesgotável? E se o poço secar? Quais serão as alternativas? São várias as questões que nos levam a refletir e de certo modo nos preocupam perante esta possibilidade. Daí, devem ser tomados em consideração factos que podem vir a influenciar a presente atração do local em causa, e deve-se procurar identificar e desenvolver outras atividades que podem complementar a principal atratividade, as Salinas.

A criação de uma oferta diversificada, sustentada por diversas atrações, com atividades devidamente calendarizadas durante todo o ano, pode ser a estratégia para desenvolver uma atividade turística constante. É necessário garantir roteiros que possam integrar diversos pontos turísticos e caso se verifique a falha de algum deles, ter previamente estabelecido alternativas pautadas pela inovação e diferenciação para não deixar o destino entrar em declínio.

A grande riqueza natural e patrimonial do concelho de Rio Maior deve apresentar-se como um todo, com uma diversidade de atividades para diferentes públicos o que permitirá equilibrar o número de visitas durante todo o ano contrariamente às visitas de forma sazonal de acordo com a atividade das próprias Salinas.

Veloso (2003) aborda a importância da sensibilização da comunidade local para o desenvolvimento do turismo, que informada de forma profissional sobre vantagens e consequências deste desenvolvimento, se envolverá nesse processo. A realização de um concurso de ideias no seio da comunidade local para o desenvolvimento e concretização de projetos no âmbito da atividade turística, traria benefícios em dois sentidos, o envolvimento ativo da população e o contributo a partir do conhecimento de cada um sobre o próprio território na promoção de atividades geradoras de sustentabilidade económica.

CAPÍTULO IV - Metodologia de Investigação

“A fase metodológica reveste um carácter concreto, pois que comporta a escolha do desenho apropriado ao problema de investigação, o recrutamento dos participantes e a utilização de instrumentos de medida fiéis e válidos, a fim de assegurar a credibilidade dos resultados.”

(Fortin, 2009:207)

4.1. Justificação da escolha do Tema e Objetivos

Toda a investigação se inicia pela escolha do tema e segundo Hill & Hill (2009) esta deve obedecer a três princípios gerais: “cumprir regras”, neste caso de mestrado onde o aluno deve demonstrar os conhecimentos adquiridos durante o percurso académico e ao mesmo tempo capacidade para desenvolver a investigação que se impõe; “ser adequado em escala”, ou seja, deve ser passível de se realizar de acordo com o intervalo temporal definido para a sua execução, acesso à literatura, acesso aos dados e conhecimento prévio do tema; e, apresentar-se com um “particular interesse” para o próprio investigador.

Apesar de já se encontrar justificado na Introdução, a escolha do tema resulta ainda da utilidade para o planeamento sustentável do destino que deverá ser promovido e desenvolvido pelas entidades responsáveis ou outras que futuramente o venham a estar.

Esta é sem dúvida a fase que marca todo o processo de investigação, pois é o elemento impulsionador das etapas que se seguem.

A perspetiva económica subjacente à questão de investigação do trabalho, uma vez que se pretende avaliar a importância da atividade turística associada às Salinas de Rio Maior para a sustentabilidade do território, levou-nos a traçar os seguintes objetivos: caracterizar a atual oferta no destino turístico e identificar e caracterizar a procura que o produto turístico Salinas de Rio Maior.

De forma a atingir os objetivos acima identificados, a nossa investigação incidiu no uso de uma metodologia mista, ou seja, quantitativa e qualitativa. Para tal definimos cinco hipóteses de investigação:

- H1.** As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes.
- H2.** A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior.
- H3.** Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na hotelaria e restauração local.
- H4.** Os produtos que se vendem nas Salinas de Rio Maior são produzidos por artesãos/empresas da região.
- H5.** As infraestruturas existentes nas Salinas de Rio Maior satisfazem as necessidades dos visitantes.

A questão de investigação e as hipóteses parecem similares e até complementares, no entanto as hipóteses funcionam como ferramentas que nos auxiliam a encontrar as respostas para a investigação. Contudo só o rumo da investigação, através da obtenção dos dados, da sua análise e interpretação nos permitem aferir ou refutar a própria questão de investigação.

“... toda e qualquer pesquisa deve contar com a formulação de hipóteses, caso contrário, estará lhe faltando um norte, pois a função da hipótese é servir como bússola. Ela está no cerne das pesquisas experimentais, pois nestas, a observação de um fenómeno leva o pesquisador a supor tal ou tal causa ou consequência, suposição esta que se constitui na hipótese que só pode ser demonstrada por meio do teste dos fatos, ou seja, da experimentação...”.

(Santaella, 2001:179)

4.2. Linhas orientadoras da investigação

Após a escolha do tema a desenvolver, da formulação do problema de investigação, da definição dos objetivos e hipóteses, conjuntamente a revisão da literatura, que permite ter uma mais ampla visão sobre a temática em questão, passou-se à fase metodológica. Das diferentes fases do trabalho, esta é a que apresenta um carácter mais concreto dado que

estabelece a escolha do modelo para o problema de investigação, da amostra e opção metodológica para se conseguir resultados credíveis (Fortin, 2009).

No fundo a metodologia é o conjunto de métodos e técnicas usado para o desenvolvimento do trabalho de pesquisa, e que pode envolver duas abordagens, a qualitativa e a quantitativa.

“Enquanto participante do processo de construção de conhecimento, idealmente, o pesquisador não deveria escolher entre um método ou outro, mas utilizar as várias abordagens, qualitativas e quantitativas que se adequam à sua questão de pesquisa. Do ponto de vista prático existem razões de ordens diversas que podem induzir um pesquisador a escolher uma abordagem, ou outra.”

(Günther, 2006: 207)

Para Richardson (1999), o método de pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo uso da quantificação tanto na recolha de dados, como no seu tratamento através de ferramentas estatísticas.

No presente trabalho de investigação, optámos pelo uso dos dois métodos. Relativamente aos instrumentos de recolha de informação, na abordagem quantitativa, a escolha recaiu sobre o inquérito por questionário, e na qualitativa pela realização de entrevistas semiestruturadas. Abordaremos de forma mais pormenorizada nos pontos 4.4. e 4.5. cada um destes métodos de recolha de dados.

Selecionou-se o procedimento de amostragem, tendo-se adotado o método de amostragem não probabilística, com amostra por conveniência junto dos visitantes nas Salinas.

A fase da recolha de dados fez-se através da administração direta de questionários e da realização de entrevistas, que em conjunto nos permitiram, também, perceber as dificuldades/potencialidades deste destino.

Foram analisados e interpretados os dados, previamente lançados e tratados no *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Science*), versão 20 para *Windows*.

Da análise e interpretação dos dados chegou-se, às conclusões, limitações do estudo, sugestões e futuras linhas de investigação.

4.3. Desenho da investigação

“Uma investigação é, por definição algo que se procura. É um caminhar para um melhor conhecimento e deve ser aceite como tal, com todas as hesitações, desvios e incerteza que isso implica” (Quivy & Campenhoudt, 2008: 31). É por isso fundamental que o investigador esboce a forma como irá orientar todo o seu trabalho, procurando sempre um fio condutor que permita planear e estruturar a investigação, tendo em conta, obviamente, a delimitação temporal e espacial.

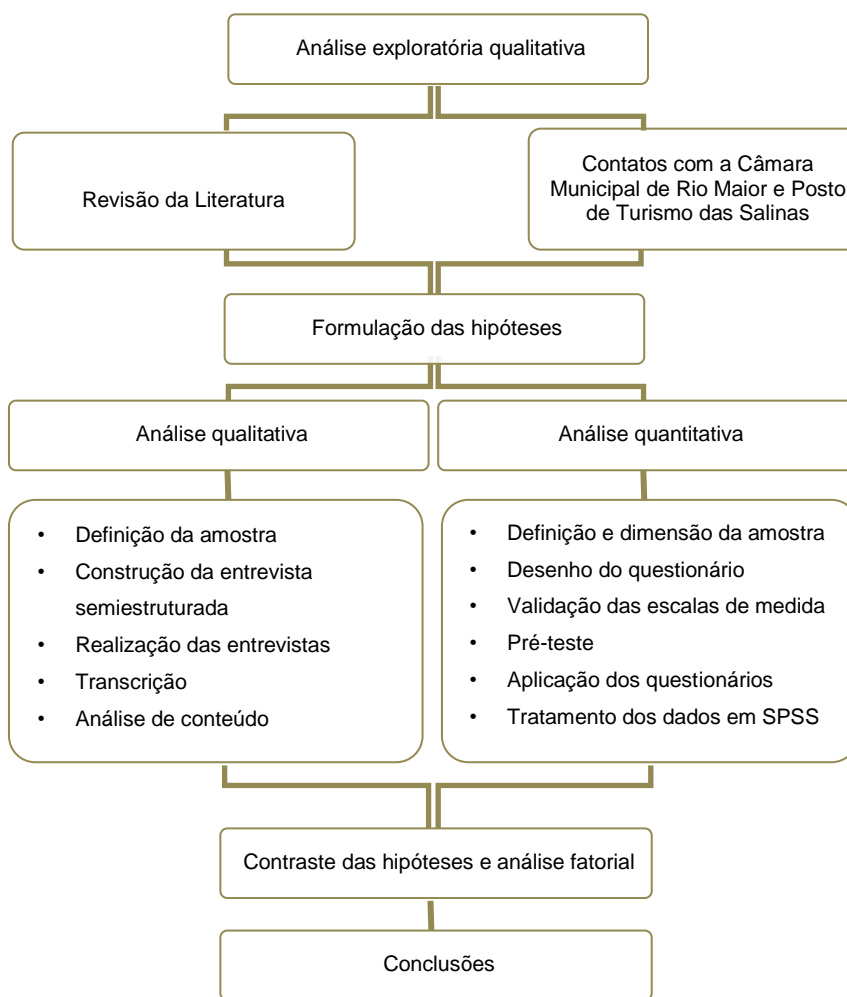
Numa primeira abordagem, contactámos e apresentámos, ainda que em linhas muito gerais, o âmbito do presente trabalho de investigação à Câmara Municipal de Rio Maior. O contacto foi estabelecido com a Sra. Presidente, Dra. Isaura Morais para além de outros elementos do executivo Camarário. A abertura e receptividade da investigação materializaram-se no apoio concedido pela Sra. Dra. Ana Cristina Vicente (Chefe de Divisão – Unidade Cultura, Património Cultural, Turismo e Juventude) e dos demais técnicos do Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior.

O processo iniciou-se com o levantamento da bibliografia existente sobre as Salinas de Rio Maior. Para o efeito recorreu-se não só à Biblioteca Municipal de Rio Maior como acedemos a todo o foro documental acerca das Salinas de Rio Maior. Continuámos a recolha através da localização de outros documentos na Biblioteca Nacional em Lisboa. Complementámos a pesquisa com o recurso a publicações e outros documentos cedidos pelo Posto de Turismo das Salinas de Rio Maior, para além da aquisição de alguns livros que nos permitiram uma adequada contextualização do tema.

Em paralelo e à medida que íamos avançando na pesquisa, acedemos a diferentes documentos sobre salinas de interior, na sua maioria, da nossa vizinha Espanha e iniciámos a análise documental e revisão da literatura. O acesso à Biblioteca Municipal de Caldas da Rainha, à Biblioteca IPL e o acesso a revistas científicas (online) permitiram a realização de pesquisas na área do turismo.

Relativamente ao trabalho de investigação elaborámos um plano conforme a figura 4.1 que permite compreender facilmente o modelo preconizado para o desenvolvimento da investigação.

Figura 4.1 - Desenho de Investigação



Fonte: Elaboração própria

A revisão da literatura permitiu-nos iniciar a investigação empírica de acordo com os métodos e técnicas de análise de dados preconizadas.

4.4. Questionário

Flexível instrumento de colheita de dados frequentemente utilizado por diferentes investigadores. O questionário cujo objetivo é recolher informação fatural, implica respostas escritas a uma série de questões colocadas pelo investigador (Norwood, 2000; cit. Fortin, 2009:380).

No âmbito da metodologia quantitativa e para a recolha de dados sobre os visitantes das Salinas de Rio Maior foi desenvolvido um inquérito por questionário, Anexo I, lógico e estruturado, instrumento fundamental para a confirmação das hipóteses propostas inicialmente.

Para validar a objetividade, a leitura, compreensão, e facilitar o seu preenchimento, foi realizado um pré-teste. O questionário foi ainda disponibilizado em três diferentes idiomas: português, inglês e francês.

4.4.1. Definição da Amostra

Uma investigação desta natureza torna-se difícil não só pela insuficiência de tempo e recursos, como pelo universo em questão, pelo que só é possível recolher dados de parte do universo, designada por amostra (Hill & Hill, 2009).

A amostra deve constituir-se em função do objetivo a alcançar, das dificuldades que se podem encontrar e da capacidade em aceder à população que se pretende estudar (Fortin, 2009). Sabe-se contudo que deve ser representativa, isto é assemelhar-se à população, especialmente no que concerne às variáveis sociodemográficas.

A diferença entre os valores relativos de uma característica da amostra e a característica na totalidade da população designa-se por erro amostral, que pode ser minimizado em função do método de amostragem selecionado.

O método de amostragem não-probabilística por conveniência é vantajoso pois permite selecionar as unidades amostrais intercetando pessoas num determinado local (Hall, 2007). Apesar de não garantir total representatividade a definição do erro amostral, é o mais indicado, pois permite a escolha de indivíduos num dado local e no momento certo, que à medida que vão sendo intercetados vão constituindo a amostra (Fortin, 2009).

Assim e por conveniência, dados os custos e distância a percorrer adotou-se o método de amostragem não-probabilística por conveniência.

Após a escolha do método para construir a amostra, o investigador ainda assim depara-se com a dificuldade de definir o tamanho da amostra.

Carlos Mesquita Morais (2005), refere que o tamanho da amostra depende basicamente do grau de confiança a obter, do grau de pormenor na análise, dos recursos e tempo disponíveis. Tinsley e Tinsley (cit. Moreira, 2004:406) recomendam entre 5 a 10 pessoas por variável até um limite de 300, dado que a partir desse número os eventuais erros tendem a anular-se mutuamente.

Assim partiu-se inicialmente para uma amostra que rondava os 300 indivíduos. Composta por excursionistas ou turistas que visitassem as Salinas, independentemente da sua proveniência. Os visitantes no decurso da visita podiam aceder a serviços tais como, restauração, passeio pedestre ou de bicicleta, recolha de informação turística ou compras de produtos locais, em particular sal e/ou artesanato.

Tabela 4.1 - Caraterização inicial da amostra

Universo	Indivíduos maiores de 18 anos
Unidade de amostra	Visitantes das Salinas de Rio Maior
Composição da amostra	Até ao limite máximo de 300
Recrutamento dos inquiridos	Por conveniência

Fonte: Elaboração própria

4.4.2. Desenho do Inquérito por questionário

Definida a amostra há que determinar o método mais indicado para a recolha de dados. Elaborou-se assim um questionário, desenhado preliminarmente, de forma a recolher dados que permitissem validar/refutar hipóteses e alcançar os objetivos a que nos propusemos.

Estruturou-se o questionário em duas partes, a primeira relativa à caraterização do visitante, o que facilitou, mais tarde, traçar o perfil sociodemográfico do mesmo, e a segunda relativa à própria visita, isto é, à forma como foi pensada a sua realização, às opções de refeições e alojamento, à aquisição de produtos/serviços, à motivação e satisfação dos visitantes, visando avaliar o comportamento e atitude dos visitantes.

Tabela 4.2 - Estrutura do Questionário

	Questão N.º	Informação	Tipo de escala
Caraterização do visitante	1	Idade	Nominal
	2	Género	Catagórica de dois níveis
	3	Nacionalidade	Nominal
	4	Concelho de residência	Nominal
	5	Habilitações literárias	Catagórica de três níveis
	6	N.º de elementos do agregado familiar	Nominal
	7	Rendimento mensal/agregado familiar	Catagórica de três níveis
A visita	8	Se é a primeira vez que visita as Salinas de Rio Maior	Catagórica de dois níveis
	9	As Salinas foram hoje o principal destino da visita	Catagórica de três níveis
	10	Se sim, como teve conhecimento	Catagórica de sete níveis
	11	Meio de transporte utilizado	Catagórica de três níveis
	12	Se está acompanhado	Catagórica de dois níveis
	13	Por quem e por quantos elementos	Catagórica de dois níveis e nominal
	14	Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior	Catagórica de cinco níveis e nominal
	15	Se mais que um dia, onde vai pernoitar	Catagórica de dois níveis
	16	Se Rio Maior qual a opção de alojamento	Catagórica de seis níveis
	17	Se alojamento hoteleiro, que tipo de opção	Catagórica de quatro níveis
	18	Se alojamento hoteleiro, quanto estipulou gastar por pessoa	Catagórica de quatro níveis
	19	Hábito relativamente a refeições	Catagórica de três níveis
	20	Se restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	Catagórica de quatro níveis
	21	Produtos/Serviços a adquirir	Catagórica de cinco níveis e nominal
	22	Opinião quanto à oferta de um Centro de Interpretação	Catagórica de dois níveis
	23	Motivação para a visita	Escala <i>Likert</i> 1-5 (10 itens)
	24	Satisfação para a visita	Escala <i>Likert</i> 1- 5 (12 itens)
	25	Qual o motivo para uma nova visita	Nominal

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à construção da questão n.º 16 do questionário que inclui a opção “residencial” quando esta já não tem enquadramento legal, dado o facto dos estabelecimentos com a referida classificação se encontrarem ainda numa fase de transição de residencial para hotel de duas estrelas e os turistas identificarem aqueles como residencial, optámos pela manutenção da referida classificação.

4.4.3. Variáveis Motivação e Satisfação - Escalas de medida

Em turismo os conceitos motivação e satisfação têm sido, por diversos autores, amplamente estudados dado que permitem avaliar/medir a atitude comportamental e assim justificar a dimensão da procura.

Cooper et al (2003) classifica a motivação em quatro categorias: Motivadores físicos (relaxamento, saúde, desporto e prazer); Motivadores culturais (conhecer novas culturas); Motivadores interpessoais (fuga à rotina para conhecer novas pessoas e experiências); e Motivadores de status e prestígio (desenvolvimento pessoal e desejo de reconhecimento).

Dann (1981) refere que a motivação é composta por sete elementos; a viagem, a atração do destino, a motivação como fantasia, a motivação como um propósito classificado, tipologias motivacionais, motivação e experiências turísticas e motivação como autodefinição e significado.

Contudo, na área do turismo é necessário desenvolver uma abordagem mais crítica nomeadamente no que concerne à motivação. A diversidade cultural necessita de mais investigação já que nenhum modelo, por si só, conseguirá explicar o comportamento turístico (Lew, Hall, & Williams, 2004).

Coelho (2010) afirma ser fundamental conhecer as motivações da procura para melhor adequar a oferta turística, pois só assim se consegue criar maior atratividade nas diferentes regiões.

Além da motivação, também a satisfação dos turistas concorre para a construção da atratividade de um destino. Será essa uma das razões pela qual se têm desenvolvido, na área do turismo, os mais diversos estudos sobre a avaliação da satisfação e subsequente impacto na decisão dos turistas voltarem a visitar um determinado destino.

A correta interpretação da atração, principalmente se natural, poderá por si só provocar satisfação nos visitantes, que se complementada com a dimensão cultural, através da valorização da identidade local e suas tradições, dará lugar a uma maior satisfação dos visitantes e conseqüentemente a fidelização (Tomazzoni, 2008; Carvalho, 2010).

A satisfação, surge intimamente ligada com a superação das expectativas iniciais dos visitantes com os destinos. Para Chon (1990) a satisfação depende da comparação entre as expectativas criadas em anteriores imagens e a realidade encontrada no destino.

Com o objetivo de conhecer as principais motivações dos visitantes e a satisfação dos mesmos após a visita, aplicaram-se as questões 23 e 24 do questionário. Os itens utilizados que medem as variáveis motivação e satisfação tiveram como base escalas de medida previamente utilizadas em diferentes estudos no âmbito do turismo.

O estudo da variável motivação baseou-se nas Escalas *Recreation Experience Preference* (REP) que avaliam a importância de um conjunto de motivações para a realização de atividades de lazer, ou seja, “medem diferentes dimensões de benefícios que um indivíduo pode ter quando participa numa atividade de lazer ao ar livre” (Beh & Bruyere, 2007:1465).

A adaptação da escala Servqual, desenvolvida em 1988 por Parasuraman, Zeithalm e Berry e aperfeiçoada em 1991 permitiu ainda estruturar um conjunto de itens para avaliar a variável satisfação.

Este instrumento de pesquisa é composto por cinco dimensões (tangibilidade, confiança, capacidade de resposta, fiabilidade e empatia) e foi desenvolvido para medir a qualidade dos serviços. Tem-se mostrado eficiente na colmatação de lacunas entre o serviço esperado e o serviço percebido, nomeadamente na identificação das áreas mais fracas, permitindo posteriores correções, permite ainda a identificação das áreas mais fortes, que passam a ser usadas como vantagem competitiva.

A escala *Likert* sendo uma escala de resposta psicométrica, não comparativa, é comumente utilizada em questionários para obter o grau de concordância dos inquiridos face a um ou vários itens. Técnica desenvolvida por Rensis *Likert* em 1932 com o principal objetivo medir, de forma científica, atitudes psicológicas, varia relativamente aos pontos que podem ir desde 3 ou 4 até 7 ou 9. Contudo a mais utilizada é a de 5 pontos que pode incluir desde a opção “Discordo totalmente” a “Concordo Plenamente” (Bertram, 2007).

Assim a escala de medida utilizada no presente questionário foi a *Likert* de 5 pontos, composta de acordo com as variáveis a estudar, conforme a tabela 4.3.

Tabela 4.3 - Variáveis utilizadas no questionário

Variável	N.º de ordem	Descrição do Item
Motivação	1	Observar a atividade artesanal da extração do sal
	2	Relaxar/Descontrair
	3	O Património natural
	4	Conhecer um ambiente rural
	5	A Gastronomia local
	6	Escapar à confusão urbana
	7	Integração no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros
	8	Passar o tempo com familiares/amigos
	9	Fazer exercício físico
	10	Conhecer novos lugares e pessoas
Escala Likert. 1 – Nada Importante; 2 – Pouco Importante; 3 – Neutro; 4 – Importante; 5 – Muito Importante.		
Satisfação	1	Hospitalidade e Acolhimento da população local
	2	Oferta gastronómica
	3	Beleza Natural
	4	Serviço de Informação e apoio aos turistas
	5	Acessos
	6	Estacionamento
	7	Sinalética
	8	Oferta de produtos regionais
	9	Visitas guiadas
	10	Relação preço/qualidade na restauração
	11	Relação preço/qualidade no alojamento
	12	Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)
Escala Likert. 1 – Muito Mau; 2 – Mau; 3 – Razoável; 4 – Bom; 5 – Muito Bom.		

Fonte: Elaboração própria

4.4.4. Pré-teste

O conjunto de verificações que confirmam a aplicabilidade do questionário visando dar resposta às hipóteses identificadas pelo investigador designa-se por pré-teste (Sousa & Baptista, 2011).

Para validarmos a pertinência e clareza das questões formuladas no inquérito por questionário, bem como a sua compreensão por potenciais respondentes, realizámos, de 6 a 8 de maio de 2012, um pré-teste recorrendo a 10 indivíduos, de idade igual ou superior a 18 anos, entre os quais alunos da ESTM.

Para perceber a opinião dos respondentes, elaborámos e anexámos ao questionário um documento com uma grelha de questões, que nos permitiu chegar aos resultados apresentados na tabela 4.4.

Tabela 4.4 - Resultados do Pré-teste

	SIM	%	NÃO	%
Objetivos do questionário são claros.	10	100%		0%
As questões são de fácil compreensão.	10	100%		0%
O questionário é extenso.		0%	10	100%
As questões são lógicas.	10	100%		0%
A linguagem utilizada é clara.	10	100%		0%
O questionário tem questões constrangedoras. Se “SIM” quais?		0%	10	100%
O preenchimento do questionário exige muita reflexão.	2	20%	8	80%
Existem questões que sugerem uma resposta tendenciosa. Se “SIM” quais?		0%	10	100%

Fonte: Elaboração própria

Apurámos também que a duração média de preenchimento para cada questionário rondaria os 8 minutos. Contudo, verificou-se que foi muito mais rápido, dado que se utilizou a figura do entrevistador.

O pré-teste deu-nos ainda a possibilidade de alterar algumas questões nomeadamente no campo “Outras Observações”. Onde se passou a mencionar o número possível de opções como por exemplo na questão número 10. Também na questão número 14, e caso fosse selecionada a opção “mais que um dia”, passou o inquirido automaticamente a saltar para a questão número 19.

4.4.5. Recolha de dados

A recolha da informação para o estudo quantitativo foi obtida através do inquérito por questionário, aplicado pessoalmente pela autora, no período de 1 de junho a 15 de julho de 2012.

A amostra inicialmente prevista de 300 indivíduos, veio a alterar-se dado que se aplicou a fórmula matemática proposta por Reis e Moreira (1993)⁴, onde se equaciona o número médio de visitantes diários às Salinas multiplicado pelos dias da aplicação dos questionários.

⁴ Para o cálculo da dimensão de uma amostra infinita Reis e Moreira (1993) sugere a seguinte fórmula matemática:

$$\text{Amostra infinita: } n = \frac{(z^{\alpha/2})^2 \cdot p(1-p)}{D^2}$$

Sendo: $Z^{\alpha/2}$ o valor da distribuição normal para um dado nível de confiança igual a $\lambda = 1 - \alpha$;

D – Nível de precisão;

p – Proporção de indivíduos na amostra com o atributo;

n – Dimensão da amostra.

Dado que aquando da aplicação do questionário e tendo como meta os 300 indivíduos, ainda não era possível definir o número exato de indivíduos, foi-se aplicando os questionários e obtiveram-se 276 questionários preenchidos. Utilizada a fórmula para o número médio de visitantes dos meses de junho e julho obtivemos o número de 181 inquiridos para uma margem de erro de 7%.

Considerámos por isso, a amostra representativa, dado que ultrapassámos os 181 questionários uma vez que já tínhamos 276 questionários aplicados, dos quais, considerámos válidos 271. A diferença, 5 questionários, resultou do facto de estarem incorretamente preenchidos.

Tabela 4.5 - Recolha de dados

Recolha da informação	Inquérito por questionário
Dimensão da Amostra	276
Índice de respostas	98,19% (271 válidos de 276 aplicados)
Nível de confiança	95%
Erro Amostral	7%
Período de trabalho de campo	1 de junho a 15 de julho de 2012
Recrutamento dos inquiridos	Por conveniência

Fonte: Elaboração própria

4.5. Entrevista

Considerado como método único na recolha de dados, a entrevista é não só o principal instrumento de investigação na metodologia qualitativa como permite ao investigador obter informações específicas sobre os entrevistados bem como as suas opiniões sobre determinado acontecimento.

Bogdan & Biklen (2010) atribuem o uso da entrevista à recolha de dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, o que permite ao investigador desenvolver intuitivamente uma ideia sobre a forma como os sujeitos interpretam aspetos do mundo.

A realização das entrevistas veio complementar a aplicação dos questionários e permitiu avaliar a posição de comerciantes, unidades de alojamento e restauração, bem como a intervenção política e associativa nas Salinas de Rio Maior.

4.5.1. Entrevistados

Dada a necessidade de conhecer as diferentes perspetivas, procurámos que a amostra incluísse um conjunto representativo dos envolvidos no destino turístico Salinas de Rio Maior, com particular destaque para aqueles que influenciam o desenvolvimento turístico e em simultâneo, tiram daí benefícios.

Considerámos importante obter uma amostra com organizações que operassem em diversos setores de atividade. Assim, a escolha dos entrevistados recaiu sobre comerciantes que desenvolvem atividades nas Salinas, unidades de alojamento e restauração e entidades de cariz público e associativo. Procurámos ainda aplicar entrevistas aos apenas residentes, o que se mostrou de difícil realização, já que a maioria dos que ali reside, tem também algum tipo de comércio.

Relativamente às unidades de alojamento, entrevistámos os responsáveis dos dois únicos hotéis (duas estrelas) existentes na cidade de Rio Maior. Importa referir que na proximidade das Salinas não existe qualquer outra oferta com classificação de hotel. No caso da restauração, entrevistámos os responsáveis dos dois únicos restaurantes nas Salinas.

É possível verificar na tabela 4.6 o conjunto das vinte e seis entrevistas obtidas. Como refere Patton (1990), a riqueza da investigação qualitativa não está no número de sujeitos da amostra, mas sim na qualidade da informação obtida.

Tabela 4.6 - Entrevistados

Identificação da Amostra	
Comerciantes das Salinas	<p>A/3 - Sra. Maria José Moreira - Tasquinha do Rodo</p> <p>A/4 - Sr. Luís Carlos Henriques Lopes - Loja do Sal</p> <p>A/6 - Sr. António Joaquim Ferreira Duarte - A Casinha dos Bordados - Artesanato</p> <p>A/7 - Sra. Idalina Paula Matias Inácio - Taverna do Salineiro</p> <p>A/8 - Sra. Maria de Jesus - O Salgadinho</p> <p>A/17 - Sra. Maria do Rosário Inácio - O Café d'avó</p> <p>A/18 - Sra. Maria da Conceição de Abreu Rebelo Maria - Laurindinha - a Rainha da Filhós</p> <p>A/19 - Sra. Maria Manuela Lopes Gaspar Ribeiro Pinto - Peças de Fogo</p> <p>A/20 - Sr. Paulo Jorge Lopes Candoso - Oficina e Casa de Artesanato - o Poço</p> <p>A/21 - Sr. Vítor João Marecos Henriques - Casa de Artesanato, Faiança e Azulejaria</p> <p>A/22 - Sra. Isabel Maria Matias Anselmo Colaço - Bela Bordados (loja 2)</p> <p>A/23 - Sra. Maria dos Anjos Matias Martins Inês - S/designação</p> <p>A/24 - Sra. Ana Bela Tinta Arcanjo - Casinha dos Crepes</p> <p>A/25 - Sr. José António Ricardo Lopes - Várzea da Marinha</p> <p>A/26 - Sr. Tiago Rafael Salema Machado – Kopo Funil</p>
Alojamento	<p>A/13 - Sr. José Pereira Barreira - Rio Maior Hotel</p> <p>A/15 - Sr. Dr. Luís Miguel Pereira Nogueira Santo - Hotel João Paulo VI</p>
Restauração	<p>A/5 - Sr. Jorge Manuel Sousa Henriques - Churrasqueira Solar do Sal</p> <p>A/12 - Sr. José Luís Dias Ricardo Anselmo - Adega do T'Artur</p>
Entidades	<p>A/9 - Sr. José Casimiro Fróis Ferreira Presidente da Direção da Cooperativa de Produtores de Sal de Rio Maior</p> <p>A/10 - Eng.º Luís Filipe Santana Dias Presidente da Junta de Freguesia de Rio Maior</p> <p>A/11 - Sr. Hugo Cláudio Silva Sampaio Presidente da Associação Aldeias do Sal</p> <p>A/14 – Sr. Sérgio Mendes Gonçalves Presidente da Associação Empresarial do Concelho de Rio Maior</p> <p>A/16 - Mestre Maria de Jesus Fernandes Diretora Adjunta Departamento de Gestão Áreas Classificadas do Litoral de Lisboa a e Oeste do ICNB do Parque Nacional das Serras de Aire e Candeeiros</p> <p>A/28 - Sr. Miguel Valente Moreira Sócio gerente da Oliveira Velha Lda.</p> <p>A/29 - Dra. Ana Cristina Oliveira Gomes Vicente Chefe de Divisão – Unidade Cultura, Património Cultural, Turismo e Juventude Câmara Municipal de Rio Maior</p>

Fonte: Elaboração própria

4.5.2. Construção da entrevista

A entrevista pode subdividir-se em três tipos: a não estruturada, a semiestruturada e a estruturada. Dada a pertinência dos objetivos da investigação e sobretudo das hipóteses elaboradas para o efeito entendemos escolher o método da entrevista semiestruturada,

uma vez que permite ao entrevistador alterar a ordem das questões ou ainda colocar novas questões suscetíveis de recolher mais e relevante informação.

Composta por questões abertas, a estrutura da entrevista variou de acordo com a tipologia de entrevistados, no entanto existiram questões comuns (a negrito), conforme a tabela 4.7.

Tabela 4.7 - Estrutura das entrevistas semiestruturadas

Questões colocadas	
Comerciantes das Salinas	<ol style="list-style-type: none"> 1. De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior? 2. Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas? 3. Depende economicamente dos visitantes/turistas? 4. Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual? 5. Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local? 6. Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região? 7. Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território? 8. Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas? 9. Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas? 10. Indique outras sugestões de dinamização para o espaço.
Alojamento e Restauração	<ol style="list-style-type: none"> 1. De que forma vê o interesse da atividade turística nas salinas de Rio Maior? 2. Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas? 3. Considera que depende economicamente dos turistas que visitam as Salinas de Rio Maior? 4. Qual a sua opinião acerca da divulgação/promoção das Salinas de Rio Maior? 5. O que conhece relativamente à promoção/publicidade? 6. O que acha que deveria ser feito? 7. Indique sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a atrair um maior fluxo de turistas.
Entidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior? 2. Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas? 3. Qual a sua opinião acerca da divulgação/promoção das Salinas de Rio Maior? 4. Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região? 5. Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas? 6. Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior? 7. Que futuro para as Salinas?

Fonte: Elaboração própria

4.5.3. Realização da entrevista

Para a realização das entrevistas, foi previamente acordado o registo áudio e autorizada por escrito a sua utilização no âmbito do presente trabalho. Procedeu-se depois à transcrição das mesmas, sendo a transcrição fiel ao discurso conforme os Anexos IV, V, VI e VII.

As entrevistas não só seguiram as questões anteriormente apresentadas como para evitar redundâncias, se passava às questões seguintes sempre que os entrevistados respondiam antes das questões serem colocadas. No decorrer das entrevistas foram por vezes colocadas questões adicionais, dada a sua pertinência.

As entrevistas tiveram diferentes datas de realização, conforme se poderá verificar nas autorizações para as suas transcrições. As entrevistas aos comerciantes e restauração foram realizadas “na hora”, de acordo com a disponibilidade mostrada. Os entrevistados mostraram uma atitude colaborativa, embora nalguns casos evidenciassem uma inibição inicial que no entanto acabou por se diluir no decorrer da entrevista.

Relativamente às entrevistas realizadas aos responsáveis das unidades de alojamento e demais entidades, foram as mesmas previamente marcadas, dada a dificuldade de agenda.

A análise de conteúdo considerada como uma das “técnicas mais comuns na investigação empírica realizada pelas diferentes ciências humanas e sociais” (Vala, 1986: 101), permitiu obter interessantes resultados que naturalmente foram assim utilizados ao longo do trabalho de investigação.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

CAPÍTULO V - Resultados

No presente capítulo apresentam-se e analisam-se os resultados obtidos a partir das diferentes técnicas metodológicas utilizadas. A apresentação é iniciada com a análise descritiva e correlacional dos dados do inquérito por questionário aplicado aos visitantes das Salinas de Rio Maior. O capítulo encerra com a análise ao conteúdo das entrevistas realizadas.

5.1. Análise descritiva do questionário aplicado a visitantes das Salinas de Rio Maior

Com o SPSS foram utilizadas diferentes funcionalidades para assim obter os cálculos estatísticos que permitiram a melhor interpretação dos dados obtidos. A representação gráfica dos resultados, encontra-se disponível no Anexo II.

Questão 1 - verificou-se que o escalão etário que reúne maior percentagem é o intervalo “dos 31 aos 40 anos” com 26,6%, sendo o escalão mais representativo da amostra recolhida. Com 22,5% aparece o escalão etário “dos 51 aos 60 anos”. Os escalões etários “dos 21 aos 30 anos” e “dos 41 aos 50 anos” têm a mesma representatividade, 16,6%. O intervalo “dos 61 aos 70 anos” registou um valor de 15,1%, o intervalo “dos 71 aos 80 anos” registou um valor de 2,2% e o intervalo “dos 81 aos 90 anos” registou um valor de 0,4% (gráfico 1).

Questão 2 - verificou-se que 56,8% dos visitantes das Salinas são do género masculino e 43,2% do género feminino (gráfico 2).

Questão 3 - verificou-se que 95,6% dos visitantes das Salinas de Rio Maior são de nacionalidade Portuguesa, o que nos leva a concluir que a quase totalidade dos visitantes das Salinas são nacionais. Com 0,7% estão os visitantes de nacionalidade inglesa, francesa e alemã e com 0,4% estão os visitantes de nacionalidade holandesa, brasileira, moldava, sueca, belga e angolana (gráfico 3).

Questão 4 - com esta questão pretendia-se conhecer a dimensão do número de visitantes das Salinas oriundos de concelhos vizinhos. Verificou-se ainda que os visitantes tanto vêm do Norte como do Sul do país. Contudo é de destacar que os visitantes do concelho de Rio Maior representam 13,4%. Outros geograficamente mais

próximos como é o caso de Lisboa significam 11,2%, Caldas da Rainha com 10,1%, Santarém com 6,7% e Leiria com 3,4%. Dada a grande disparidade de resultados, procedemos à sua agrupação por distrito (gráfico 4).

Questão 5 - Verificou-se que 41% dos visitantes das Salinas têm como habilitações literárias o Ensino Superior, 37,2% o Ensino Secundário e 21,8% o Ensino Básico (gráfico 5).

Questão 6 - esta questão tinha como objetivo perspetivar o número de visitantes que numa futura visita pudessem ter, de alguma forma, impacto no alojamento e restauração e comércio em Rio Maior. Verificou-se que o agregado familiar com mais expressão é aquele que é composto por dois elementos com um peso de 33,8%, com três elementos 29% e com quatro 21,2% (gráfico 6).

Questão 7 - o objetivo desta questão está relacionado com a questão anterior, uma vez que nos permite conhecer o poder de compra do agregado familiar. Os resultados obtidos são os seguintes: 57% auferem de 1001 a 3000€, 32% auferem de 0 a 1000€ e 11% auferem mais de 3000€ (gráfico 7).

Questão 8 - verificou-se que 46,9% dos inquiridos visitavam as Salinas pela primeira vez e que 53,1% já o tinham feito antes (gráfico 8). Dos que já tinham visitado, 54,2% responderam “Muitas vezes” (gráfico 9).

Questão 9 - verificou-se que 50,7% tiveram, no dia da visita, as Salinas como principal destino e que 47,4% não tiveram as Salinas como principal destino de visita nesse dia. Nesta questão 1,9% indicou entre outros principais destinos de visita a Quinta do Lorigos no Bombarral e as Grutas de Mira de Aire (gráficos 10 e 11).

Questão 10 – De entre os inquiridos que tiveram no dia da visita, as Salinas de Rio Maior como principal destino, procurou-se perceber a forma como tiveram conhecimento da sua existência (gráficos 12.1 a 12.7). Por ser possível selecionar mais que uma opção, os resultados obtidos classificam-se de acordo com a tabela 5.1.

Tabela 5.1 - Hierarquização da forma como tiveram conhecimento das Salinas de Rio Maior

Ordem	Lista de Opções
1.º	Familiares/Amigos
2.º	Outro
3.º	Televisão
4.º	Internet
5.º	Jornais e Revistas
6.º	Rádio

Fonte: Elaboração própria

Das respostas indicadas na opção “Outro” para justificar a forma como os inquiridos tiveram conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior, seleccionámos as seguintes: Feira de Cantanhede – Expofacic; Alteração de Residência para Rio Maior; Por residir relativamente perto; Por ser natural de Rio Maior; Desde os tempos da escola; Livros; Junta de Freguesia Vimeiro – Lourinhã; Publicidade num cartaz afixado na estação de serviço da A15 e Motivos profissionais.

Questão 11 - relativamente ao meio de transporte utilizado, 76% indicou ter vindo de automóvel, 15,5% de autocarro e 8,5% seleccionaram a opção “outro” (gráfico 13). Dos inquiridos que responderam “outro” 43,5% vieram de moto, 34, 8% de bicicleta e 21,7% a pé (gráfico 14).

Questão 12 - verificou-se que 98,2% dos inquiridos estavam acompanhados e 1,8% estavam sós (gráfico 15).

Questão 13 - esta questão relaciona-se com a anterior e procurou-se saber, de entre os que estavam acompanhados, por quem estavam e por quantos elementos. 94,8% respondeu Familiares/Amigos, 3, 3% respondeu Outros e 1,8% não respondeu (gráfico 16). Quanto ao número de elementos destacaram-se 22,4% acompanhados por 1 pessoa, 21,1% acompanhados por 3 pessoas e 13,9% acompanhados por 2 e 4 pessoas (gráfico 17).

Questão 14 - o objetivo desta questão era, essencialmente, perceber quanto tempo o visitante tencionava ficar na região de Rio Maior. Dos inquiridos que responderam (98,9%), 50% responderam “1 a 2 horas”, 17,9% “o dia todo”, 15,3% “a tarde”, 9% “a manhã”, 7,8% “mais que um dia” (gráfico 18). Dos inquiridos que responderam “mais que

um dia” 68,4% responderam 2 dias, 15,8% responderam 7 dias, 10,5% responderam 3 e 5, 3% responderam 6 dias (gráfico 19).

Questão 15 - Se ficavam mais que um dia, e se pernoitavam na região de Rio Maior. Dos inquiridos 66,7% responderam pernoitar em Rio Maior, 9,5% na Junqueira e 4,8% disseram que pernoitavam em Almofala, Porto de Mós, Paredes de Vitória (Pataias), Pousada da Juventude de Alvados e Cartaxo (gráfico 20).

Questão 16 - Dos inquiridos que pernoitaram em Rio Maior, 57,1% respondeu “turismo rural”, 35,7% “casa de familiares/amigos”, 7,1% respondeu “outro”, sendo este 2.^a residência (gráficos 21.1 e 21.2).

Questão 17 – As respostas a esta questão permitiram conhecer o tipo de opção de alojamento. Sendo que 75% responderam “alojamento e pequeno-almoço” e 25% “só alojamento” (gráfico 22).

Questão 18 - procurou-se conhecer o valor que os visitantes estariam dispostos a pagar por pessoa em alojamento hoteleiro, sendo que 62,5% respondeu “mais de 40€” e 12,5% em *ex aequo* “até 20€”, “de 21 a 30€” e “de 31 a 40€” (gráfico 23).

Questão 19 - esta questão tinha como objetivo perceber o comportamento dos visitantes relativamente à localização das refeições, sendo que, 62,4% responderam “almoçar num restaurante local”, 24,4% “almoçar no caminho” e 3,1% “trazer farnel” (gráfico 24).

Questão 20 - esta questão relaciona-se com a anterior e procura dar resposta ao valor/pessoa gasto para almoçar num restaurante local, 44,2% responderam “de 11 a 15€”, 40,6% “até 10€”, 13% “de 16 a 20€” e 2,2% “mais de 20€” (gráfico 25).

Questão 21 - foi elaborada no sentido de diagnosticar, que produtos e serviços os visitantes pretendiam adquirir nas Salinas (gráficos 26.1 a 26.5). Através das respostas e porque era possível seleccionar mais que uma opção, os resultados obtidos encontram-se classificados na tabela 5.2.

Tabela 5.2 - Classificação - Produtos a adquirir/adquiridos nas Salinas pelos visitantes

Ordem	Lista de Opções
1.º	Sal
2.º	Artesanato produzido na região
3.º	Nenhuma das anteriores
4.º	Visitas guiadas
5.º	Outro (s)

Fonte: Elaboração própria

Dos inquiridos que selecionaram a opção “Outro (s)” na tabela 5.2. indicaram respostas como: Participar na atividade “Salineiro por um dia”; Mel; Bolos Regionais; Pão; Frango assado e Antiguidades (gráfico 26.6).

Questão 22 - com esta questão procurou-se saber a opinião dos visitantes relativamente ao interesse em se criar um Centro de Interpretação nas Salinas. Verificou-se que 95,9% responderam “sim” enquanto 4,1% responderam “não” (gráfico 27).

Questão 23 - nesta questão os visitantes foram convidados a selecionar, entre um conjunto de itens, os que tinham maior peso na **motivação** para a visita (gráficos 28.1 a 28.10). Os resultados obtidos encontram-se apresentados na tabela 5.3.

Tabela 5.3 - Avaliação da Motivação para visitar as Salinas

	Nada importante	Pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante
Observar a atividade artesanal da extração do sal	0%	1,8%	3%	57,6%	37,6%
Relaxar/Descontrair	0%	3,7%	6,3%	70,8%	19,2%
O Património natural	0%	0,7%	2,2%	41,7%	55,4%
Conhecer um ambiente rural	0,4%	5,6%	28,1%	53,6%	12,4%
A Gastronomia local	1,5%	8,6%	33%	44,9%	12%
Escapar à confusão urbana	1,9%	7,5%	22%	44%	24,6%
Integração no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros	2,3%	1,1%	30,1%	47%	19,5%
Passar o tempo com familiares/amigos	0%	1,1%	6,3%	52,2%	40,4%
Fazer exercício físico	7,4%	16,3%	42,6%	23,7%	10%
Conhecer novos lugares e pessoas	0,4%	4,1%	15,9%	54,2%	25,5%

Fonte: Elaboração própria

Questão 24 - nesta questão os visitantes foram convidados a avaliar e ordenar, de acordo com um conjunto de itens previamente propostos, os que tinham maior peso para a **satisfação** com a visita (gráficos 29.1 a 29.12). Resultados na tabela 5.4.

Tabela 5.4 - Avaliação da Satisfação com a visita às Salinas

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Hospitalidade e Acolhimento da população local	0%	0,4%	14,3%	65,3%	20%
Oferta gastronómica	0%	0,5%	27,2%	57,7%	14,6%
Beleza Natural	0%	0%	3,3%	42,1%	54,6%
Serviço de Informação e apoio aos turistas	2,4%	3,6%	37,1%	45,6%	11,3%
Acessos	0%	2,2%	19,8%	73,1%	4,9%
Estacionamento	3%	17,8%	46,8%	29,7%	2,6%
Sinalética	0,8%	6,3%	30,3%	56,3%	6,3%
Oferta de produtos regionais	0,4%	0,4%	24,4%	65,1%	9,7%
Visitas guiadas	1,3%	2,6%	28,6%	33,8%	33,8%
Relação preço/qualidade na restauração	0%	1,1%	34,4%	60,3%	4,2%
Relação preço/qualidade no alojamento	0%	2,3%	40,9%	50%	6,8%
Infraestruturas de apoio (WC e parque de merendas)	4,6%	33,8%	43,6%	17,4%	0,5%

Fonte: Elaboração própria

Questão 25 - o objetivo desta questão era perceber o que motivaria os visitantes a repetir a visita. Esta questão originou um elevado número de respostas das quais destacamos as que se apresentam na tabela 5.5.

Tabela 5.5 - Classificação - Motivo para visitar as Salinas

Ordem	Lista de Opções	%
1.º	Mostrar a Familiares/Amigos que não conheçam	30,4
2.º	Por toda a envolvência natural e cultural	17,8
3.º	Gastronomia local	6,5
4.º	Aprofundar conhecimentos sobre o local / Comprar Sal	4,5
5.º	Passear e conviver com os amigos	3,6
6.º	Fazer exercício físico e usufruir da paisagem natural	3,2
7.º	Tomar café ao fim de semana e relaxar	2,8

Fonte: Elaboração própria

Desta análise descritiva extraímos alguns dados que nos permitiram traçar o perfil sociodemográfico do visitante das Salinas de Rio Maior. Para mais fácil compreensão dos dados, construímos a tabela 5.6.

Tabela 5.6 - Perfil sociodemográfico

Visitante das Salinas de Rio Maior	
Faixa Etária	Dos 31 aos 40 anos (26,6%)
Género	Masculino (56,8%) e Feminino (43,2%)
Nacionalidade	Portuguesa (95,6%)
Distrito de proveniência	Lisboa (30%)
Habilitações literárias	Ensino Superior (41%)
Agregado familiar	2 elementos (33,8%) e 3 elementos (29%)
Rendimento mensal do agregado familiar	57% auferem de 1001 a 3000€
Meio de transporte utilizado	Automóvel (76%)
Acompanhado por...	Familiares/Amigos (94,8%)
Tempo que permanece na região de RM	1 a 2 horas (50%)
Opção de alojamento quando pernoita em RM	Turismo rural (57,1%)
Gasto por pessoa em alojamento	Mais de 40€ (62,5%)
Gasto por pessoa em restauração	De 11 a 15€ (44,2%)
Motivação para visitar	Mostrar a familiares/amigos que não conheçam

Fonte: Elaboração própria

5.2. Análise correlacional

A análise correlacional pressupõe que se estabeleça a ligação entre fenómenos ou variáveis, assim procurou-se obter resposta para as hipóteses estabelecidas nesta investigação. Das correlações testadas, obtiveram-se diferentes resultados que validaram as mesmas. Os quadros com a informação da análise correlacional encontram-se no Anexo III.

Para a análise estatística dos dados, utilizou-se o teste qui-quadrado de Pearson, tendo sido considerado o nível de significância de 0,05 ou 5%, um dos valores possíveis para a confirmação das hipóteses nas ciências sociais e humanas (Gonçalves & Gameiro, 2011).

É por isso de referir que todos os valores resultantes da correlação das variáveis cujos resultados foram superiores ou iguais a 0,05 de nível de significância, não se encontram apresentados nas tabelas de correlações.

O teste qui-quadrado prevê a construção de duas hipóteses, a Hipótese Nula representada por H0 e a Hipótese alternativa representada por H1 em que :

H0: em que duas variáveis são independentes, ou seja, não existe correlação entre as variáveis;

H1: em que duas variáveis apresentam relação entre si, ou seja, existe correlação significativa entre as variáveis.

Entendeu-se assim elaborar somente hipóteses para os fatores, que à partida estão mais enquadrados no âmbito da sustentabilidade, tema do presente trabalho. Apresenta-se ainda uma interpretação às restantes correlações.

Tabela 5.7 - Correlações Hipótese 1

As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes		
De acordo com os resultados do nível de significância ($<0,05$), verifica-se que existe relação entre as variáveis. Pode-se então concluir que os fatores correlacionados têm influência no facto do visitante escolher as Salinas como principal destino da visita.		
Correlações	Itens	Nível de Significância
Distrito		0,009
Rendimento mensal do agregado familiar		0,034
Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas	Sal	0,003
	Nenhuma das anteriores	0,008
Motivação	Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,009
	Relaxar/Descontrair	0,023
	O Património Natural	0,024
	Integração no PNSAC	0,004
Satisfação	Acessos	0,002

Fonte: Elaboração própria

É possível verificar o nível de influência das variáveis correlacionadas na tabela 5.7 através dos resultados apresentados nos Quadros H1 do Anexo III. A interpretação destes resultados permite ainda caracterizar os visitantes das Salinas de Rio Maior, nomeadamente aqueles que têm as Salinas como principal destino turístico de visita.

É por outro lado perceptível que os visitantes provêm, maioritariamente, dos distritos de Santarém com 33,1%, Lisboa com 28,7% e Leiria com 25,7%. Ainda assim, e tendo em conta o facto de no cômputo geral os visitantes serem provenientes do distrito de Lisboa (gráfico 4 – Anexo II), confirma-se que os visitantes que se deslocam com o objetivo de

visitar o destino turístico Salinas de Rio Maior são efetivamente os do distrito de Santarém (quadro 1 - Anexo III).

As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes e a sua independência relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes é independente do rendimento mensal do agregado familiar.

H1: As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes não é independente do rendimento mensal do agregado familiar.

De acordo com o tabela 5.7, verifica-se que a significância é de 0.034 ($< 0,05$), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

Independentemente do distrito de origem, 61,8% dos visitantes estão dentro do segmento representado pelo intervalo cujo agregado familiar apresenta mensalmente um rendimento de 1001 a 3000€ (quadro 2 - Anexo III). Considerando que 33,8% dos visitantes pertence a um agregado familiar composto por dois elementos (gráfico 6 - Anexo II), este parece ser um valor significativo relativo ao poder de compra.

As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes e a sua independência relativamente à aquisição de Sal foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes é independente da aquisição de Sal.

H1: As Salinas de Rio Maior são no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes não é independente da aquisição de Sal.

De acordo com o tabela 5.7, verifica-se que a significância é de 0.003 ($< 0,05$), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

Relativamente à aquisição de produtos e serviços por estes visitantes, conclui-se que 72,9% adquire sal e que 17,3% não adquire nem sal, nem artesanato nem visitas guiadas (quadros 3.1 e 3.2 - Anexo III). Ainda assim, estes resultados permitem inferir que a grande maioria dos visitantes que se desloca propositadamente às Salinas de Rio Maior, contribui para a economia local.

Conclui-se que estes visitantes estão fortemente motivados a visitar as Salinas de Rio Maior, e que o fazem com o intuito nomeadamente de observar a extração artesanal do sal sendo que 52,6% consideram a atividade como “importante” e 46% a consideram “muito importante” (quadro 4.1 - Anexo III).

Outra motivação que leva os visitantes que têm as Salinas como o principal destino de visita a procurarem este destino é a fuga á rotina do dia a dia já que 69,3% consideram “importante” relaxar/descontrair e 24,1% avaliam esta mesma motivação como “muito importante” (quadro 4.2 - Anexo III).

O património natural é a motivação que reúne maior consenso no facto destes visitantes escolherem como destino turístico de visita as Salinas de Rio Maior, visto que 65,7% o ponderam como “muito importante” e 32,1% o consideram “importante” (quadro 4.3 - Anexo III).

Por último, no que concerne à motivação, é de referir que, dos visitantes que se deslocam propositadamente às Salinas, 45,9% consideram “importante” e 25,6% consideram “muito importante” o facto de estas integrarem o PNSAC. Contudo 24,1% não atribui qualquer significado a este facto, considerando-o indiferente á decisão de visitar as Salinas (quadro 4.4 - Anexo III).

No âmbito da satisfação com a visita, os acessos surgem classificados com “bom” por 69,9% dos visitantes que têm as Salinas de Rio Maior como principal destino turístico (quadro 5 - Anexo III).

Tabela 5.8 - Correlações Hipótese 2

A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior		
De acordo com os resultados do nível de significância (<0,05), verifica-se que existe relação entre as variáveis. Pode-se então concluir que os fatores correlacionados têm influência no facto do visitante ter como principal motivação para visitar as Salinas, a atividade artesanal da extração do sal.		
Correlações	Itens	Nível de Significância
Nacionalidade		0,025
Habilitações Literárias		0,000
As Salinas foram o principal destino da visita		0,009
O meio de transporte utilizado		0,048
Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior		0,020
Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas	Sal Nenhuma das anteriores	0,001 0,000
Oferta de serviços prestados por um Centro de Interpretação		0,017
Motivação	O Património Natural	0,001
	Conhecer um ambiente rural	0,029
	Escapar à confusão urbana	0,018
	Integração no PNSAC	0,047
	Conhecer novos lugares e pessoas	0,008
Satisfação	Hospitalidade e Acolhimento da população local	0,000
	Beleza Natural	0,001
	Acessos	0,011
	Oferta de produtos regionais	0,000
Motivo para revisitar		0,007

Fonte: Elaboração própria

O nível de influência relativo às variáveis correlacionadas na tabela 5.8, cujos resultados se apresentam nos Quadros H2 do Anexo III, facilitam o entendimento sobre os fatores caracterizadores dos visitantes que consideram a atividade artesanal da extração do sal como o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior.

A atividade artesanal da extração do sal reveste-se de grande importância para os visitantes de nacionalidade portuguesa, dado que a opção “importante” apresenta o valor de 97,4% e a opção “muito importante” apresenta o valor de 93,1%. Apesar dos visitantes de outras nacionalidades terem pouca expressão neste estudo, consideram também “importante” e “muito importante” observar a atividade artesanal da extração do sal. Conclui-se assim que todos os visitantes, independentemente da sua nacionalidade, defendem e valorizam esta tradição (quadro 6 - Anexo III).

A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior e a sua independência relativamente às Habilitações literárias foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior é independente das Habilitações literárias.

H1: A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior não é independente das Habilitações literárias.

De acordo com o tabela 5.8, verifica-se que a significância é de 0.000 ($< 0,05$), rejeitando-se assim a hipótese nula.

É interessante verificar que a importância atribuída à atividade artesanal da extração do sal varia em função do nível habilitacional dos visitantes. Já que na opção “pouco importante” 80% dos visitantes tem o Ensino Básico e 20% o Ensino Secundário. Na opção “muito importante” 13,7% tem o Ensino Básico, 27,5% o Ensino Secundário e 58,8% tem o Ensino Superior (quadro 7 - Anexo III).

Os visitantes das Salinas de Rio Maior, independentemente de se deslocarem propositadamente ou não a este destino turístico, consideram “importante” e “muito importante” observar a atividade artesanal da extração do sal (quadro 8 - Anexo III).

Os visitantes, qualquer que seja o meio de transporte utilizado, consideram “importante” e “muito importante” observar a atividade artesanal da extração do sal (quadro 9 - Anexo III).

A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior e a sua independência relativamente ao tempo de permanência dos visitantes na região de Rio Maior foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior é independente do tempo de permanência dos visitantes na região de Rio Maior.

H1: A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior não é independente do tempo de permanência dos visitantes na região de Rio Maior.

De acordo com o tabela 5.8, verifica-se que a significância é de 0.020 ($< 0,05$), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

O tempo de permanência dos visitantes na região de Rio Maior, aumenta de acordo com o grau de importância que atribuem à observação da atividade artesanal da extração do sal. Dos visitantes que consideram “importante”, 57,1% fica apenas “1 a 2 horas”, 11,7% fica “o dia todo” e só 7,1% fica “mais que um dia”. Dos visitantes que consideram “muito importante”, 36,3% fica apenas “1 a 2 horas”, 28,4% fica “o dia todo” e só 8,8% fica “mais que um dia” (quadro 10 - Anexo III). Face a estes resultados seria interessante desenvolver iniciativas que incluíssem a atividade artesanal da extração do sal e quiçá a participação dos visitantes, de forma a que permanecessem mais tempo na região.

A aquisição do sal está diretamente relacionada com o grau de importância atribuído pelos visitantes à atividade artesanal da sua extração. Enquanto na opção “importante” apenas 58,6% dos visitantes compram sal, na opção “muito importante” este propósito aumenta para 75% (quadro 11.1 - Anexo III).

Quanto maior a importância dada pelos visitantes à atividade artesanal da extração do sal, maior será a probabilidade de adquirirem sal, artesanato e visitas guiadas (quadro 11.2 - Anexo III).

Os visitantes das Salinas de Rio Maior, independentemente da importância que atribuem à observação da atividade artesanal da extração do sal, concordam com a instalação no local de um Centro de Interpretação, no entanto, é de destacar que na opção “muito importante” 100% dos visitantes defende esta situação (quadro 12 - Anexo III).

Independentemente da importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, todos os visitantes consideram “importante” e “muito importante” o património natural (quadro 13.1 - Anexo III).

Apesar dos visitantes considerarem “importante” ou “muito importante” observar a atividade artesanal da extração do sal, consideram indiferente conhecer um ambiente rural, dado que já conhecem ou até viveram neste tipo de ambientes (quadro 13.2 - Anexo III).

Quanto maior é a importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, maior é a motivação para escapar à confusão urbana (quadro 13.3 - Anexo III). Ainda assim, e de acordo com a correlação anterior, esta motivação é neutra para alguns dos visitantes.

Embora os visitantes considerem “importante” e “muito importante” a observação da atividade artesanal da extração do sal, 30,3% e 28,6% respectivamente, mostram-se indiferentes ao facto das Salinas de Rio Maior integrarem o PNSAC quando decidem visitar as mesmas (quadro 13.4 - Anexo III).

Quanto maior é a importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, maior é a motivação para conhecer novos lugares e pessoas (quadro 13.5 - Anexo III).

No que à satisfação diz respeito, os visitantes que atribuem “importante” e “muito importante” à observação da extração artesanal do sal, classificam de “bom” e “muito bom” a hospitalidade e o acolhimento da população local (quadro 14.1 - Anexo III).

Quanto maior é a importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, maior é a satisfação com a beleza natural. É de salientar que na opção “muito importante”, 70,6% consideram “muito bom” a beleza natural (quadro 14.2 - Anexo III).

Verifica-se que os visitantes que consideram “importante” e “muito importante” observar a atividade artesanal da extração do sal, no máximo avaliam os acessos com “bom” (quadro 14.3 - Anexo III).

Independentemente do grau de importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, os visitantes consideram como “bom” a oferta de produtos regionais (quadro 14.4 - Anexo III).

Independentemente do grau de importância atribuída à observação da atividade artesanal da extração do sal, o motivo para visitar as Salinas é “mostrar a familiares e amigos que não conheçam”, seguido de “por toda a envolvência natural e cultural” (quadro 15 - Anexo III).

Tabela 5.9 - Correlações Hipótese 3 - Alojamento

Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na hotelaria local		
De acordo com os resultados do nível de significância (<0,05), verifica-se que existe relação entre as variáveis. Pode-se então concluir que os fatores correlacionados têm influência no facto dos visitantes ficarem alojados na região de Rio Maior.		
Correlações	Itens	Nível de Significância
Motivação	Relaxar/Descontrair	0,003
	Gastronomia local	0,006
	Passar o tempo com familiares/amigos	0,030
	Conhecer novos lugares e pessoas	0,024

Fonte: Elaboração própria

Verifica-se que o nível de influência relativo às variáveis correlacionadas, apresentadas na tabela 5.9 e de acordo com os resultados dos Quadros H3 Alojamento, do Anexo III, atesta que dos visitantes que pernoitam na região de Rio Maior na opção de Turismo Rural, 75% consideram “importante” relaxar/descontrair (quadro 16.1 - Anexo III).

O alojamento dos visitantes na região de Rio Maior e a sua independência relativamente à motivação gastronomia local foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: O alojamento dos visitantes na região de Rio Maior é independente da motivação gastronomia local.

H1: O alojamento dos visitantes na região de Rio Maior não é independente da motivação gastronomia local.

De acordo com o tabela 5.9, verifica-se que a significância é de 0.006 (< 0,05), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

Dos visitantes que pernoitam na região de Rio Maior na opção de Turismo Rural, é importante reter que 50% considera “importante” a gastronomia local para esse facto, enquanto os outros 50% não lhe atribui qualquer significado (quadro 16.2 - Anexo III).

Salienta-se ainda que dos visitantes que pernoitam na região de Rio Maior na opção de Turismo Rural, 75% considera “importante” e 12,5% considera “muito importante” passar o tempo com familiares e amigos. Sugere-se neste sentido, a criação de pacotes alojamento/animação turística de forma a aumentar a taxa de visitação de famílias (quadro 16.3 - Anexo III).

Dado que 100% dos visitantes que pernoitam na região de Rio Maior na opção de Turismo Rural, consideram “importante” conhecer novos lugares e pessoas, aconselha-se que as unidades de alojamento ofereçam roteiros que integrem diferentes locais, gentes e tradições (quadro 16.4 - Anexo III).

Estes resultados demonstram, no fundo, que os visitantes que pernoitam na região de Rio Maior são, efetivamente, aqueles que vêm motivados pela descontração, pela gastronomia local, para aproveitar o tempo com familiares/amigos e à procura de novos lugares e culturas.

Tabela 5.10 - Correlações Hipótese 3 - Restauração

Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na restauração local		
De acordo com os resultados do nível de significância (<0,05), verifica-se que existe relação entre as variáveis. Pode-se então concluir que os fatores correlacionados têm influência no facto do visitantes almoçarem/jantarem num restaurante local.		
Correlações	Itens	Nível de Significância
Género		0,023
Nacionalidade		0,000
Rendimento mensal do agregado familiar		0,016
Como teve conhecimento da existência das Salinas	Rádio	0,044

Fonte: Elaboração própria

É ainda possível verificar que o nível de influência relativo às variáveis correlacionadas na tabela 5.10, em conformidade com os resultados dos Quadros H3 Restauração, do Anexo III, indica que o visitante das Salinas de Rio Maior do género masculino está disposto a gastar na restauração local até 20€/pessoa e que o visitante do género feminino está disponível para gastar mais de 20€/pessoa (quadro 17 - Anexo III).

O visitantes dispostos a gastar 10€/pessoa na restauração local, são na sua totalidade nacionais. Quando analisamos o intervalo de 11 a 15€/pessoa, 90,2% continuam a ser portugueses mas começam já a ter expressão, visitantes de outras nacionalidades. Também se destacam os visitantes nacionais no intervalo 16 a 20€/pessoa, com 94,4% (quadro 18 - Anexo III).

As refeições dos visitantes num restaurante local e a sua independência relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: As refeições dos visitantes num restaurante local é independente do rendimento mensal do agregado familiar.

H1: As refeições dos visitantes num restaurante local não é independente do rendimento mensal do agregado familiar.

De acordo com o tabela 5.10, verifica-se que a significância é de 0.016 ($< 0,05$), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

Quanto maior o rendimento mensal do agregado familiar, maior é o valor que o visitante está disposto a pagar por pessoa no restaurante local. É de referir que os visitantes cujo rendimento mensal do agregado familiar está no intervalo 1001 a 3000€, são os mais representativos em todos os intervalos de valor gasto por pessoa (quadro 19 - Anexo III).

Dos visitantes que almoçaram num restaurante local, apenas 1,4% teve conhecimento das Salinas através da Rádio. Relativamente ao valor gasto este situa-se entre 16 a 20€ (quadro 20 - Anexo III).

Estes resultados demonstram o tipo de visitante que vem predisposto a almoçar/jantar num restaurante local.

Tabela 5.11 - Correlações Hipótese 5

As infraestruturas existentes nas Salinas satisfazem as necessidades dos visitantes		
De acordo com os resultados do nível de significância ($<0,05$), verifica-se que existe relação entre as variáveis. Pode-se então concluir que os fatores correlacionados têm influência no facto das infraestruturas existentes satisfazerem as necessidades dos visitantes.		
Correlações	Itens	Nível de Significância
Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior		0,037
Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas	Visitas guiadas	0,022
	Outro (s)	0,049
Satisfação	Hospitalidade do Acolhimento da população local	0,045
	Oferta gastronómica	0,024
	Serviço de Informação e apoio aos turistas	0,000
	Acessos	0,008
	Estacionamento	0,000
	Sinalética	0,000
	Oferta de produtos regionais	0,000
	Relação preço/qualidade no alojamento	0,020

Fonte: Elaboração própria

É ainda possível aferir nos resultados dos Quadros H5 do Anexo III, o nível de influência relativo às variáveis correlacionadas apresentadas na tabela 5.11.

A satisfação dos visitantes com as infraestruturas existentes nas Salinas e a sua independência relativamente ao tempo que tencionam permanecer na região foram testados com as seguintes hipóteses:

H0: A satisfação dos visitantes com as infraestruturas existentes nas Salinas é independente do tempo que tencionam permanecer na região.

H1: A satisfação dos visitantes com as infraestruturas existentes nas Salinas não é independente do tempo que tencionam permanecer na região.

De acordo com o tabela 5.10, verifica-se que a significância é de 0.037 ($< 0,05$), rejeitando-se por isso a hipótese nula.

Este resultado remete para o facto de que à medida que aumenta o tempo de permanência dos visitantes nas Salinas de Rio Maior, aumenta também o seu grau de insatisfação com as infraestruturas de apoio lá existentes (quadro 21 - Anexo III).

A participação em visitas guiadas mantém-se constante com o grau de satisfação atribuído pelos visitantes às infraestruturas de apoio. Dos visitantes que classificaram as infraestruturas de “muito mau” apenas 22,2% participou em visitas guiadas e quando o grau de satisfação com as infraestruturas passa para “bom”, a aquisição de visitas guiadas reduz ligeiramente para os 20,6% (quadro 22.1 - Anexo III).

A aquisição de outros produtos/serviços além do sal, artesanato e vistas guiadas mantém-se baixa relativamente ao grau de satisfação atribuído pelos visitantes às infraestruturas de apoio. Dos visitantes que atribuem “muito mau” às infraestruturas, 22,2% adquire outros produtos serviços e na opção “bom” essa percentagem reduz para os 5,9% (quadro 22.2 - Anexo III).

Independentemente do grau de satisfação com as infraestruturas, é interessante perceber que, ainda assim os visitantes avaliam a hospitalidade e o acolhimento da população local como “bom” (quadro 23.1 - Anexo III).

A oferta gastronómica é também avaliada como “bom”, contrariamente ao grau de satisfação dos visitantes com as infraestruturas de apoio existentes no local (quadro 23.2 - Anexo III).

É possível verificar-se que à medida que aumenta o grau de satisfação dos visitantes com as infraestruturas de apoio nas Salinas de Rio Maior, aumenta também o grau de satisfação com o serviço de informação e apoio aos turistas (quadro 23.3 - Anexo III).

Independentemente do grau de satisfação dos visitantes com as infraestruturas de apoio, os visitantes atribuem uma avaliação de “bom” aos acessos (quadro 23.4 - Anexo III).

Os visitantes que avaliaram as infraestruturas com “mau” e “razoável”, contudo avaliaram o estacionamento como “razoável”. Confirma-se também a necessidade de investir nas infraestruturas e parques de estacionamento (quadro 23.5 - Anexo III).

A sinalética, independentemente do grau de satisfação dos visitantes com as infraestruturas de apoio, receberam a avaliação de “bom” (quadro 23.6 - Anexo III).

A oferta de produtos regionais nas Salinas de Rio Maior, é considerada como “boa”, independentemente do seu grau de satisfação relativamente às infraestruturas de apoio (quadro 23.7 - Anexo III).

Confirma-se que os visitantes que avaliaram as infraestruturas de apoio como “mau”, 66,7% avaliaram como “razoável” a relação preço/qualidade do alojamento. Por outro lado, os visitantes que avaliam as infraestruturas de apoio como “bom, são também os que consideram “bom” a relação preço/qualidade no alojamento (quadro 23.8 - Anexo III).

Por fim é ainda possível concluir que embora os resultados relativamente às infraestruturas das Salinas de Rio Maior denotassem insatisfação, os demais itens mereceram nota positiva.

5.3. Análise das entrevistas

Transcritas as entrevistas dá-se início à recolha e sistematização da informação de acordo com o objetivo da investigação. Este é o processo organizativo que permitirá ao investigador interpretar os dados e confirmar ou refutar as hipóteses inicialmente levantadas.

A partir da análise das entrevistas não só foram extraídas as principais afirmações relativamente às hipóteses de investigação como se identificaram ideias recorrentes e contradições. Comparadas as entrevistas foi então possível organizar, para cada questão, uma análise mais aprofundada das concordâncias e discordâncias entre entrevistados.

Esta fase de análise permitiu assim a construção de tabelas (uma por questão), que incluem fragmentos das entrevistas, que no fundo suportam e reforçam as conclusões do presente trabalho de investigação.

Tabela 5.12 - Opinião dos entrevistados relativamente ao interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior

De que forma vê/avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?	
Alojamento	Apontam as Salinas com certo interesse e único potencial turístico do concelho mas com falta de ocupação para os visitantes.
Restauração	Atribuem-lhes uma grande importância e maior adesão de visitantes nos últimos anos.
Entidades locais	Consideram as Salinas o polo dinamizador da atividade turística no concelho, atribuindo-lhes o expoente máximo da atratividade, contribuindo para a empregabilidade e desenvolvimento económico da região. "A atividade turística é fundamental para o desenvolvimento económico das Salinas, deste lugar, em particular, e do concelho de Rio Maior, em geral. As Salinas são o ex-líbris do concelho e, como tal, são o lugar com mais potencial turístico (...)"
Comerciantes	Reconhecem a importância para o desenvolvimento económico para a população local e para a região contudo não lhes tem sido dada a atenção merecida. "Pensamos nós, e eu penso em particular, que, à dimensão de Portugal, claro, que elas têm algum potencial de crescimento e desenvolvimento para sustentar também, de certa forma, esta região onde nós estamos."

Fonte: Elaboração própria

Verifica-se que todos os entrevistados atribuem importância à atividade turística nas Salinas, ainda que dependendo dos objetivos e realidade de cada um, mesmo que semelhantes, as respostas não são unânimes.

Tabela 5.13 - Evidencia a opinião dos entrevistados sobre o acolhimento aos visitantes

Na sua opinião as Salinas recebem bem os visitantes?	
Alojamento	Atribuem essa função ao posto de turismo, no entanto vêm a necessidade de se criar novas valências para o desenvolvimento das mesmas.
Restauração	Atribuem grande importância ao posto de turismo nesta vertente.
Entidades locais	Referem que sim, contudo admitem que ainda há muito trabalho a ser desenvolvido nesse sentido. "Na minha opinião recebem o melhor que podem. Existem muitas infraestruturas que fazem falta nas Marinhas do Sal, inclusivamente alguma ordenação da visita dos turistas (...)"
Comerciantes	Recebem o melhor possível de acordo com a capacidade de cada um, ainda assim consideram estar em falta determinadas infraestruturas que os acolham da melhor forma. Apontam também a pouca formação que têm para o fazer. "Acho que não estão devidamente preparadas para isso (...) Portanto... recebem com o mínimo..." " (...) Temos um atendimento cuidado, personalizado e... costumamos corresponder às necessidades das pessoas ..." "Penso que, apesar de ter havido alguma evolução nesse sentido, está muito aquém do desejável."

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos entrevistados considera que as Salinas recebem bem os visitantes, reconhecendo e apontando o contributo positivo do Posto de Turismo nesse aspeto.

Tabela 5.14 - Dependência económica dos comerciantes face aos visitantes

Depende economicamente dos visitantes?	
Alojamento	Referem que não e que os visitantes das Salinas não têm qualquer peso na ocupação hoteleira. " As Salinas não nos trazem qualquer tipo de pessoas que venham visitar aqui a... nós é que, pelo contrário, fazemos o nosso trabalho, divulgamos, damos a conhecer, aconselhamos as pessoas a visitar as Salinas (...)"
Restauração	Consideram que de alguma forma contribuem para a economia na restauração, mas pouco.
Comerciantes	Ainda que uma pequena parte refira que depende essencialmente dos visitantes, a maioria vê essa realidade como impossível a não ser que se assista a um maior fluxo de visitantes. "Para já, nós não dependemos do turista mas concertiza que se isto tiver bastantes visitantes vai ter influência no negócio de cada um." "Não! Ajudam um bocadinho... mas não dependemos deles."

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos entrevistados refere que não depende economicamente dos visitantes, ainda assim, restauração e comerciantes locais reconhecem que, a vinda de visitantes ajuda o negócio.

Tabela 5.15 - Percentagem anual

Qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?	
Comerciantes	Dado que só uma pequena minoria atribui alguma dependência económica aos visitantes, percebe-se pelas respostas que ainda assim é quase nula. “Se calhar podemos dizer à volta dos 50%.” “O turista... entre nacionais e estrangeiros... mais de 80%.” “Uns 30%...”

Fonte: Elaboração própria

Já que não se verificou dependência económica no alojamento e restauração, só os comerciantes se pronunciaram. Contudo constatou-se que a dependência económica é pouco significativa.

Tabela 5.16 - Opinião sobre a promoção/divulgação feita às Salinas de Rio Maior

Qual a sua opinião acerca da promoção/divulgação das Salinas de Rio Maior?	
Alojamento	Consideram que neste ponto há que dar o mérito à autarquia e às associações.
Restauração	Tem-se feito alguma coisa mas poderia fazer-se muito mais para que se tornem mais conhecidas.
Entidades locais	Referem que existe preocupação nesse sentido e que se têm envolvido o mais possível, contudo apesar de se verificar algum retorno, um património desta natureza merecia outra notoriedade. “Penso que a cooperativa, nesse aspeto, tem tido um papel fundamental, porque ultimamente temos recebido aqui a comunicação social, nomeadamente as televisões, a parte dos Média, dos jornais.” “ (...) a Câmara e o Turismo têm trabalhado mais ou menos nesse sentido (...) ”. “Acho que é boa, tem-se notado um crescendo substancial nos últimos anos, nota-se que cada vez chegamos a mais público e mais distante (...) ”.

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos entrevistados reconhece os esforços na promoção das Salinas de Rio Maior, mas não lhes atribui qualquer papel de destaque, ainda que refiram e reconheçam o desenvolvimento das atividades que, apesar de insuficientes, têm tido alguns resultados.

Tabela 5.17 - Investimento da autarquia na promoção das Salinas na ótica dos comerciantes

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?	
Comerciantes	<p>O grupo que refere que a autarquia não tem investido na promoção das Salinas subdivide-se naqueles que consideram que não tem sido feito mesmo nada e nos que pensam que a autarquia não tem promovido mais porque não tem condições para oferecer.</p> <p>“Pouco... é mais as placas de sinalização.”</p> <p>O grupo que considera ter havido investimento subdivide-se nos que apoiam o esforço da autarquia e reconhecem o sucesso das ações de promoção e os que ainda reconhecendo esse esforço o vêm como insuficiente.</p> <p>“ (...) acho que a autarquia não tem promovido junto dos operadores turísticos porque também não tem condições para lhe oferecer.”</p> <p>“Tem, tem havido... melhorou bastante também, nesse sentido há cinco anos atrás não se falava nas Salinas sequer, a televisão vinha aqui quando o “Rei fazia anos” (...)”.</p>

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao investimento da autarquia na promoção das Salinas as opiniões dos comerciantes dividem-se em dois grupos distintos, não existindo consenso.

Tabela 5.18 - Conhecimento relativo à promoção/publicidade

O que conhece relativamente à promoção/publicidade?	
Alojamento	Apontam guias do concelho promovidos pela autarquia nos quais se destacam as Salinas.
Restauração	Fazem referência à televisão e ao impacto gerado pela mesma e à internet.

Fonte: Elaboração própria

Os entrevistados deram respostas diversificadas referindo as publicações impressas disponibilizadas pela autarquia e às transmissões televisivas que têm tido lugar nas Salinas, destacando o impacto que as mesmas têm no aumento do fluxo de visitantes. A Internet é também apontada como interessante meio de promoção das Salinas.

Tabela 5.19 - Alternativas apresentadas

O que acha que deveria ser feito?	
Alojamento	“ (...) porque não fazer aqui uma telenovela, conseguir trazer uma telenovela aqui para as Salinas?”
Restauração	“Agora se houvesse um fundo comunitário, ou uma coisa qualquer que dissesse aos proprietários “olha... recebem x para poder arranjar a casa mas, tem de estar arranjada”, se calhar também era outra coisa, era outro impacto.”

Fonte: Elaboração própria

Verificou-se enorme diversificação de respostas, entre outras propostas referiram, a exploração das Salinas num grau industrial; criação de roteiros integradores de outros pontos de destaque do concelho, a produção de uma telenovela; construção de parques de estacionamento; aplicação de fundos na reconstrução e preservação das tradicionais casinhas de madeira; e definição de regras que regulem os estabelecimentos comerciais.

Tabela 5.20 - Importância atribuída às Salinas no desenvolvimento económico da região

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?	
Entidades locais	<p>" (...) neste momento... quem tiver Salinas é muito melhor que ter floresta, na minha opinião."</p> <p>"As Salinas são um ponto importante de desenvolvimento económico (...) trabalhando a área turística por forma a que, essa sim, possa ser um ponto de desenvolvimento fulcral no desenvolvimento económico de Rio Maior."</p> <p>" (...) grande importância (...) até porque nós somos aqui um meio pequeno que não temos grandes oportunidades."</p> <p>" (...) pode ser um polo de dinamismo do ponto de vista do desenvolvimento de novas áreas, fundamentalmente nas áreas ligadas ao turismo e à fruição, é de facto... julgo que sim, que tem um papel importante."</p> <p>"Muito grande! Muito... muito... muito grande. Sobretudo por estarmos numa altura tão falada da crise, as Salinas empregam muita, muita, muita gente."</p> <p>" (...) em termos turísticos, na minha opinião, é a prioridade."</p>

Fonte: Elaboração própria

Todos os entrevistados atribuem grande importância às Salinas e destacam o papel da atividade turística para o seu desenvolvimento. Foi ainda perceptível o interesse e o envolvimento das entidades locais em projetos que possam desenvolver turisticamente as Salinas e por conseguinte a economia da região.

Tabela 5.21 - Relação entidades/Salinas

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?	
Entidades locais	<p>"Relacionamo-nos bem, é esse o nosso papel, é haver sempre um trabalho de equipa (...)".</p> <p>"Nós temos um bom relacionamento e até estamos a conseguir unir as pessoas através de algumas atividades que fazemos (...)".</p> <p>"Bastante bem, embora com alguns altos e baixos. Como eu disse, já anteriormente, o Parque Natural teve um papel importante desde que está implantado no território ... (...) um contributo fortíssimo na preservação daquele património, na ajuda da definição daquilo que é hoje aquele espaço e também servindo um bocadinho de juiz e um bocadinho quase de polícia para impedir que algumas... enfim... atrocidades ou pelo menos obras menos bem feitas e mais perturbadoras daquela paisagem pudessem ir para a frente."</p>

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos entrevistados evidenciou uma atitude de cooperação para a promoção e preservação das Salinas.

Tabela 5.22 - Opinião dos comerciantes sobre a Instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvimento histórico-cultural do local?	
Comerciantes	<p>" (...) o que tenho visto é que esse serviço existe neste momento feito pelo turismo."</p> <p>"Concordava, claro! Porque de um modo geral, enquadrava as pessoas e dava-lhe uma noção mais clara do fenómeno que existe aqui (...)".</p> <p>"Acho sim... acho que isso era essencial, muitas vezes tenho de ser eu com os poucos conhecimentos que fui adquirindo que tenho de estar a explicar às pessoas(...)".</p> <p>"Eu penso que temos isso... (...) a câmara, agora, tem sempre aqui uma pessoa, aqui no turismo..."</p> <p>"Sim... eu acho que sim... As pessoas ficariam a saber mais sobre as Salinas (...)".</p> <p>"Claro que isso era a base para a divulgação."</p> <p>"Isso já existe, está ali a casa do turismo (...)".</p> <p>"Sim, claro. Essa é uma das ideias que estão, neste momento, a ser desenhadas para o futuro."</p> <p>"Concordo e já houve um projeto para isso (...)".</p>

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos comerciantes concorda com a instalação de um Centro de Interpretação e há até quem considere tal ferramenta fator fundamental para o rigor da informação a disponibilizar aos visitantes. Ainda assim, outros há que atribuem esse papel ao posto de turismo reconhecendo o bom desempenho do mesmo.

Tabela 5.23 - Comercialização de produtos locais

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região?	
Comerciantes	<p>"Sim, praticamente tudo o que compramos é a pessoas locais... da região."</p> <p>" (...) somos nós que somos artesãos, fazemos a exploração do sal porque as Salinas também já vêm dos nossos antepassados (...)".</p> <p>" (...) mais de 90% são produtos produzidos diretamente por nós... "</p> <p>"Os queijos que eu vendo são aqui da zona de Rio Maior e o pão também é aqui da zona."</p> <p>"Sim... (...) é uma produção própria (...)".</p> <p>"Na maioria por artesãos da região."</p> <p>"Sou eu mesmo que produzo."</p> <p>"Sim... os produtos são produzidos por mim."</p> <p>" (...) eu produzo os produtos que vendo, faço questão."</p> <p>" (...) os produtos são todos nossos, da nossa produção. Estamos ali a juntar mais alguns produtos agrícolas e alimentares, regionais, aqui da zona de Rio Maior. Que são de produtores da região também."</p> <p>"No meu caso tenho as bebidas mas também tenho o sal da região e tenho o mel da região."</p>

Fonte: Elaboração própria

Todos afirmam produzir os produtos que comercializam ou em alternativa adquiri-los a produtores/empresas locais.

Tabela 5.24 - Sugestões para tornar as Salinas mais atrativas de forma a aumentar o volume de receitas no território

Que sugestão daria para tornar as Salinas mais atrativas para os visitantes/turistas, de forma a aumentar o volume de receitas no território?	
Comerciantes	“ (...) uma das coisas que nós já notámos e que toda a gente se queixa é a falta de espaço que tem para estacionamento (...) principalmente, autocarros de turismo. Outra das medidas seria... fazer uma circular, também, que não passasse diretamente aqui dentro o trânsito automóvel e que ficasse para peões, o que daria mais hipóteses das pessoas visitarem cada barraquinha e cada comerciante...”
	“ (...) formar as pessoas aqui para receber melhor... ou seja... seja em atendimento ao público, seja em domínio de línguas, seja em ter as Salinas mais cuidadas, em dar condições sanitárias... postos de descanso, se possível, também de alojamento rural (...)”.
	“ (...) Essencialmente o parque de estacionamento onde pudessem estacionar autocarros e mesmo carros ligeiros, porque não existe qualquer estacionamento nas Salinas.”
	“Devia de haver mais atividades, por exemplo, ao domingo, as pessoas vêm e bebem café e não há mais nada para ver... não há música... devia haver música ao vivo (...)”.
	“Mais divulgação a nível de comunicação social, toda a divulgação... mais identificações nas localidades próximas a identificar as Salinas.”
	“ (...) eu acho que era de uma grande importância a câmara ajudar... mesmo que ajudasse e que nós tivéssemos que colaborar com alguma coisa, no sentido de trazer aqui uns ranchos folclóricos...”
	“Era a tal divulgação... isto ser mais divulgado mais... talvez fazerem aqui mais...”
	“Uma delas é um parque de estacionamento, associado a um parque de estacionamento tem que existir instalações sanitárias, também... porque quando existe um grande aglomerado de pessoas e visitantes há que criar essas mesmas condições.”
	“É o marketing, é a divulgação sobretudo na internet, nos meios mais tecnológicos, mais avançados e não só, mesmo chegar aos bons jornais com grande abrangência.”
	“Andam há uns anos a querer pôr aqui um hotel, eu acho que chamava mais turistas para aqui (...)”.
	“ (...) arranjar as casinhas melhor, haver aqui mais casas de banho, porque só há aqui à frente e ali as do turismo mas são poucas e a maior parte do tempo estão fechadas e aquelas ali às vezes também precisavam mais de higiene... e parque de estacionamento.”
	“Olhe... o receber bem, o manter o local atrativo e limpo.”
	“ (...) haver mais diversidade de comércio (...)”.
“A primeira questão é uma questão legal que tem que se resolver (...) temos que começar a desenvolver novos negócios ligados ao turismo e às Salinas.”	
“Uma das sugestões era uma proposta que existiu para a realização de um hotel aqui (...) o melhoramento em si das Salinas, seja com pequenas obras, com iluminação, porque as Marinhas à noite, não sei se conhece... isto é muito pouco iluminado (...)”.	

Fonte: Elaboração própria

Apesar da grande diversidade de respostas é notória a convergência de opiniões para garantir melhores condições de receção aos visitantes. Estas melhorias deverão passar

pela formação de quem recebe, ou criação de infraestruturas, promovendo maior dinamização do local e sua divulgação. Por parte dos comerciantes existe a vontade de tornar as Salinas num polo de atração turística com destaque nacional e até quiçá internacional.

Tabela 5.25 - Opinião dos comerciantes sobre o investimento da autarquia nas Salinas

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?	
Comerciantes	<p>"Investimento há sempre... não é aquele que ambicionávamos ter. Penso que é reduzido... porque toda a gente considera que as Salinas são os olhos da cidade de Rio Maior Maior, que são o <i>ex-libris</i> de Rio Maior mas que, na verdade, só serve para algumas vezes e... normalmente e... infelizmente serve para campanhas políticas."</p> <p>"Acho que... muito pouco! Quase não se vê... Se tem sido feito, não é visível. Acho que... muito pouco! Quase não se vê... Se tem sido feito, não é visível."</p> <p>"Não, não, muito pouco... não, não tem!"</p> <p>"Não... não tem! As casas de banho que aqui estão... a câmara, neste momento, até está com dificuldade para as manter limpas (...)"</p> <p>" (...) se calhar, muito pouco, porque, por exemplo, não há parque de estacionamento, as pessoas querem estacionar e não têm onde (...)"</p> <p>"Atualmente sim, no passado poderia ter sido melhor."</p> <p>"A autarquia aqui tem pouco investimento... a não ser na casa do turismo... (...)"</p> <p>"Podia investir mais um bocadinho, começando logo ali nas casas de banho. Investir no tal parque para os autocarros... principalmente para os autocarros."</p> <p>"Tem. A Presidente de Câmara que agora entrou para lá, ela tem feito aqui alguma coisinha...pela higiene e isso assim."</p> <p>"Tem havido pouco, estes anos têm sido muito fracos, agora há mais vontade de o fazer, mas também não há meios."</p> <p>" (...) resto a autarquia não tem feito aqui rigorosamente nada, até mesmo para a limpeza do próprio espaço que faz parte da autarquia, eles têm falhado".</p>

Fonte: Elaboração própria

A grande maioria dos comerciantes considera que não só tem sido escasso o investimento, como o que tem sido feito não corresponde à importância e dimensão que a própria autarquia quer que transpareça do concelho.

Tabela 5.26 - Importância atribuída ao Prémio Geoconservação 2012

Que importância dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?	
Entidades locais	<p>"A Câmara candidatou-se, como outras câmaras se candidataram a esse projeto e... chegou-se à conclusão que esse projeto, era o que estava melhor enquadrado para receber este prémio."</p> <p>"Acho que este prémio foi o reconhecimento do esforço que tem sido colocado, quer pelo município mas, maioritariamente pelas pessoas, pelos salineiros, e pela cooperativa de produtores do sal."</p> <p>" (...) é uma mais-valia para a nossa zona, haver um reconhecimento no exterior do que nós temos aqui".</p> <p>"Acho que foi muito importante para nós, até mesmo para ver se a nossa autarquia consegue desenvolver lá as infraestruturas que eles têm pensadas para lá (...)."</p> <p>" (...) é um reconhecimento de que as Salinas de Rio Maior são um património geológico ímpar e... por outro lado, que o são, mas que estão bem conservadas, que há um esforço grande na sua conservação".</p> <p>" (...) é o reconhecimento do investimento que tem sido feito aqui e do potencial que as Salinas têm, em termos geológicos, e não só".</p>

Fonte: Elaboração própria

A maioria dos entrevistados revela orgulho neste prémio, pois é o reconhecimento do esforço desenvolvido na preservação e promoção das Salinas, contudo sentem também uma responsabilidade acrescida nessa preservação.

Tabela 5.27 - Sugestões para tornar as Salinas mais atrativas

Indique sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a atrair um maior fluxo de visitantes.	
Alojamento	Apontam a necessidade de se encontrarem formas e atrativos para fixar os visitantes durante mais tempo nas Salinas.
Restauração	<p>" (...) é realmente arranjar um parque de estacionamento para os autocarros que é muito importante e um parque de estacionamento adequado para os automóveis".</p> <p>"Em primeiro lugar ter uma estrada como deve ser e as pessoas não terem de vir para dentro das marinhas com os carros... passar ao lado! Em segundo lugar havia de ter um parque de estacionamento com espaço para merendas, com árvores, para picnics, que não tem."</p>

Fonte: Elaboração própria

A construção de novas Infraestruturas e a melhoria/alteração dos acessos são apontados como essenciais para aumentar a procura no destino Salinas de Rio Maior.

Tabela 5.28 - Perspetivas futuras para as Salinas

Que futuro para as Salinas?	
Entidades locais	<p>"É assim... o futuro é muito complicado, penso que vêm aí dias difíceis... (...) as exigências de hoje não são as exigências de há vinte anos atrás".</p> <p>" (...) que se consiga entender as Salinas como um ponto de atração turística em que a atividade salineira é a continuação de um trabalho já efetuado mas, para isso, há que mudar a visão sobre as Salinas. Na minha opinião e, modesta, espero, tem que se tentar tornar as Marinhas como um ponto de atração turística como base e depois sim, não descurar e manter toda a atividade comercial que elas encerram."</p> <p>"Gostaria de ver isto em termos turísticos e atividade económica bastante desenvolvido."</p> <p>" (...) nós gostávamos que os fundos comunitários que foram aprovados para lá fossem bem aplicados e que houvesse então uma sustentabilidade do negócio, para se criar ali um polo turístico de interesse, que se conseguisse levar a nível internacional e trazer mais benefícios para Rio Maior... (...)".</p> <p>"Primeiro gostava imenso, imenso, imenso que uma coisa chamada Plano de Pormenor das Salinas de Rio Maior, finalmente, ao fim de... não sei quantos anos, já de certeza que era adulto, emancipado, visse a luz do dia."</p> <p>"Mas vejo um futuro risonho, precisamente por notar que há muito por fazer, se isso já tivesse tudo feito, o futuro, se calhar, não haveria nada que nos fizesse mexer e puxar por isto."</p>

Fonte: Elaboração própria

Na sequência da situação económica que se vive atualmente todas as entidades locais reconhecem ser difícil o desenvolvimento das Salinas como polo turístico, ainda assim perspetivam um futuro risonho para as Salinas pois existem inúmeras oportunidades de desenvolvimento para aquele território.

Tabela 5.29 - Sugestões dos comerciantes para dinamizar o espaço

Indique outras sugestões de dinamização para o espaço.	
Comerciantes	<p>" (...) uma feira medieval, o concurso da flor... que todas as barraquinhas tivessem enfeitadas".</p> <p>"Eu penso que se pode fazer muitas atividades que promovam o espaço, nomeadamente, atividades mais culturais que possam recriar tempos mais passados (...)".</p> <p>" (...) olhar pela limpeza do espaço envolvente, dos sanitários, espaços onde as pessoas se pudessem sentar e passar um bocadinho... essencialmente isso... E, por outro lado, junto dos proprietários das casas, sensibilizá-los para que muitas delas que estão em estado degradado, fossem recuperadas".</p> <p>"Eu acho que estas casinhas todas abertas! Não é... muita gente chega aqui e está uma ou duas abertas (...)".</p> <p>"A autarquia que tem as noites de verão em Rio Maior, devia deslocar, não digo todos, mas alguns dias aqui para as marinhas, mas não fazem isso."</p> <p>" (...) passa por criar instalações que possibilite que as pessoas que queiram visitar as Salinas, possam estacionar em segurança e deixar as suas viaturas em segurança e depois com uma animação cultural de rua, porque quando nós pensamos em criar uma feira de antiguidades, uma feira de artesanato em qualquer local, não há o espaço envolvente, muitas vezes... Aqui existe! "</p> <p>"Se calhar, se tivesse alguma atividade de inverno, as pessoas vinham mais."</p> <p>"Haver outro tipo de atividades ao fim de semana. Esta água, está provado que é muito boa... até para tratamentos e... até umas piscinas ao ar livre, porque não? Acho que puxava para aqui muita gente."</p> <p>" (...) podia-se, aqui, em conjunto, ir recriar alguns artesanatos que estão perdidos, algumas profissões que estão perdidas e que acho que até podia ser uma mais-valia para aqui".</p> <p>"Agora Rio Maior tem algumas áreas de negócio em desenvolvimento que no futuro se podem interligar às Salinas, por exemplo o desporto é uma delas (...)".</p> <p>"A dinamização, neste caso, era mesmo levar o nosso sal, por exemplo a feiras estrangeiras (...)".</p>

Fonte: Elaboração própria

A realização de atividades de índole cultural, a recuperação dos antigos armazéns de sal (casinhas de madeira), oferta de parques de estacionamento e instalações sanitárias públicas a par de uma maior atividade económica são alguns dos aspetos referidos pelos comerciantes para dinamizar as Salinas.

CAPÍTULO VI - Conclusões

A atividade turística e o seu impacto no destino foi a motivação inicial para o desenvolvimento do presente trabalho de investigação. Mas para além de avaliar o impacto, o objetivo visava compreender a importância do destino turístico Salinas de Rio Maior enquanto decisivo contributo para a sustentabilidade do destino. A escolha deste destino resultou não só da proximidade geográfica da ESTM como também da proximidade afetiva pois trata-se de um território que faz parte do imaginário onde existem fortes memórias resultantes de visitas realizadas na infância da autora.

Iniciámos este trabalho procurando diagnosticar o peso que a atividade turística tinha para a sustentabilidade económica das empresas e comerciantes locais. Este diagnóstico também teria que servir como ponto de partida para a elaboração de propostas e ferramentas que estimulassem o aumento da taxa de visitação, visando a sustentabilidade.

Face aos estudos consultados, o presente trabalho distingue-se dos demais por traçar um perfil socioeconómico dos visitantes. Na nossa opinião este é um ponto fulcral para o planeamento turístico dos destinos pois permite o conhecimento da procura, e desenvolver assim diferentes estratégias de marketing territorial rumo ao desenvolvimento sustentável dos territórios.

Com a análise documental, demais pesquisas desenvolvidas e trabalho de campo, desenvolvido conforme as hipóteses previamente estabelecidas, foi possível identificar novos dados que depois de analisados e interpretados proporcionaram a elaboração da presente proposta de trabalho, que pensamos ser não só uma importante ferramenta para o planeamento estratégico e concretização dos objetivos como um rumo ao desenvolvimento de atividades turísticas sustentáveis no território das Salinas de Rio Maior.

6.1. Apresentação e Discussão de resultados

Com a revisão da literatura foi possível compreender a crescente preocupação em recuperar, salvaguardar e acima de tudo promover o património natural das “Salinas” de interior. Permitindo assim construir e desenvolver produtos turísticos não só em redor

mas que abraçassem o destino turístico “Salinas de Rio Maior”. O desenvolvimento de projetos internacionais, visando a inventariação geográfica e as práticas de exploração até à constituição de grupos de trabalho objetivando a criação de rotas turísticas, à organização de formações para partilha de experiências e realização de feiras especializadas nesta área, são o reflexo desta realidade, reforçada por movimentos associativos em defesa do legado cultural das salinas.

Ainda assim é absolutamente necessário que não se deixe “cair por terra” tudo o que já se construiu e, se continue a investir na salvaguarda do património, que dessa forma perpetuará a herança de memórias e pertences permitindo a proteção da identidade através das gerações.

Deverá ser atribuído às populações e entidades locais públicas e privadas, a responsabilidade da proteção deste território, criando um sentimento de orgulho, que motivará diferentes atividades que se constituirão como geradores de riqueza económica local rumo à sustentabilidade.

Ao geoturismo pode atribuir-se um papel crucial no que à sustentabilidade ambiental diz respeito e não só. Movimentar pessoas que não só estão sedentas de conhecimento, como são respeitadoras do património natural e cultural. Os geoturistas passarão a ser promotores dos destinos encontrados estimulando também outros pares a visitar os territórios entretanto partilhados em diferentes contextos nomeadamente em redes sociais.

Relativamente à pesquisa desenvolvida, quantitativa e qualitativa, foram definidas cinco hipóteses, das quais se obtiveram os resultados que explicitamos de seguida.

A primeira hipótese visava saber se as Salinas de Rio Maior se constituíam como o principal destino de viagem daqueles que as visitam. Os resultados por abordagem quantitativa, demonstraram que só 50,7% dos visitantes tinham as Salinas como principal destino da visita naquele dia. Este resultado vem assim evidenciar a necessidade de promover as Salinas de Rio Maior com adequadas ferramentas para que as estas possam ser a principal motivação à visita do destino; aumentando não só o número de visitantes como o interesse e volume dos negócios localmente.

A segunda hipótese tinha como objetivo perceber se o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior é a atividade artesanal da extração do sal. Esta motivação ficou em 2.º lugar (95,2%) e muito próxima do principal motivo que é o Património Natural (97,1%), com a qual está intimamente ligada. Para encontrarmos estes valores tomámos em consideração a abordagem quantitativa somando os valores obtidos nas opções “importante” e “muito importante”.

A terceira hipótese pretendia evidenciar se os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na hotelaria e restauração local. A utilização das duas abordagens em conjunto, a quantitativa e a qualitativa, permitiram verificar que no caso do alojamento apenas 7,8% dos inquiridos referiram ficar “mais que um dia” na região de Rio Maior, o que confirma plenamente as declarações dos responsáveis das unidades de alojamento entrevistados. Relativamente à restauração 62,4% dos visitantes responderam que pretendiam almoçar num restaurante local, no entanto os responsáveis dos restaurantes das Salinas, também entrevistados, apesar de confirmar este resultado, declararam que a maioria dos clientes são da região, clientes habituais e vendedores. Efetivamente os visitantes não são os responsáveis pela ocupação na hotelaria e restauração, ainda que na restauração tenham um certo peso.

A quarta hipótese tinha como principal propósito verificar se os produtos que se vendem nas Salinas de Rio Maior são produzidos por artesãos/empresas da região, dada a sua importância para a sustentabilidade do território. A maioria dos comerciantes respondeu afirmativamente à questão colocada confirmando a origem local dos produtos.

A quinta hipótese focava-se, sobretudo na satisfação dos visitantes relativamente às infraestruturas existentes nas Salinas. A questão n.º 24 confirmou que os visitantes não estão nada satisfeitos com as infraestruturas disponíveis, já que 82%, dos visitantes avaliou as infraestruturas como “Muito Mau”, “ Mau” e “Suficiente”, enquanto apenas 17,9% as avaliou como “Bom” e “Muito Bom”. Por outro lado e face às declarações que obtivemos nas entrevistas, tanto por entidades como comerciantes, o Parque de estacionamento e instalações sanitárias são as infraestruturas onde é imperioso investir. Em suma, as infraestruturas existentes nas Salinas não satisfazem os visitantes.

6.2. Implicações e recomendações

O facto dos visitantes deterem mais informação e por isso conscientes dos destinos que querem visitar e a forma como fazer, quer seja relativamente ao transporte, alojamento, alimentação ou diversão, obrigam os destinos a reinventarem-se. Contudo é crítico que nunca percam a sua autenticidade, facto primordial para a sua atratividade.

Pela atual conjuntura económico-social mas também de valores, assegurar a visitaçã, garantido a satisfação e por consequência a fidelizaçã dos visitantes é um objetivo que se reveste de grande complexidade e importância para todos os que investigam, desenvolvem e implementam políticas de turismo nos destinos. E na sequência destas dificuldades que se entendeu, estruturar este ponto.

A aprovação e publicação do Plano de Pormenor das Salinas, terá que ser o ponto de partida para o desenvolvimento das atividades turísticas. É urgente o estabelecimento de regras, que por todos deverão ser respeitadas tornando os processos transparentes.

Relativamente às Infraestruturas instalações sanitárias e parque de estacionamento existentes nas Salinas de Rio Maior e levando em conta que os visitantes não se sentem satisfeitos com as mesmas, consideramos fundamental o investimento nestes serviços para assegurar uma oferta de maior qualidade que torne o destino mais apetecível à visitaçã. Verifica-se a necessidade destes investimentos essencialmente nas instalações sanitárias, na ampliaçã do parque de estacionamento bem como na iluminaçã pública.

A instalaçã de um Centro de Interpretaçã, poderá ser determinante na compreensã do património geológico e cultural das próprias Salinas, opiniã partilhada por 95,9% dos inquiridos. Assumindo-se como um serviço educativo e científico, com realce para as etapas e processos que envolvem a produçã do sal, enriquecendo o conhecimento do visitante, fazendo-o sentir-se parte da história e parte do produto aumentando a sua cumplicidade com o território deste local tão único em Portugal e em simultâneo dinamizar e potenciar o desenvolvimento turístico da região.

De acordo com os resultados obtidos no presente trabalho de investigaçã somos levados a concluir que é inultrapassável o reposicionamento do destino. Para o efeito pensamos ser importante a criaçã de pacotes com oferta diversificada para famílias

integrando a opção de alojamento, restauração e outras atividades de cariz ambiental e cultural que ofereça não só um mero produto turístico mas o vivenciar de experiências inesquecíveis que serão certamente repetidas e muito provavelmente recomendadas.

No âmbito do Geoturismo, o desenvolvimento de atividades ao ar livre tais como o Geocaching, que se enquadraria perfeitamente neste destino, poderia também servir como atrativo para famílias ou grupos de amigos, aumentando a taxa de visitação. Em conjunto com outras atividades culturais, devidamente promovidas, como as “rotas do sal”, a taxa de visitação poderia também aumentar a taxa de permanência.

É neste sentido, de destacar a necessidade da comunicação e promoção institucional do próprio destino. Há que desenvolver estratégias de comunicação *pull*, que economicamente poderão implicar mais custos, contudo permitirão chegar de forma mais direta ao público-alvo, identificando as suas necessidades e desejos, proporcionando-lhes uma oferta “à medida”. Esta estratégia pode desenvolver-se através da utilização de várias ferramentas digitais que divulgassem e promovessem o destino turístico Salinas de Rio Maior, que em simultâneo auscultassem a opinião dos visitantes no sentido de adequar os produtos e serviços à procura.

A importância das NTIC para dar a conhecer as Salinas de Rio Maior, procurando retorno económico. Possibilitam não só a divulgação de conteúdos, de forma simples e rapidamente atualizáveis como ainda monitorizar o interesse de potenciais visitantes. Identificar e antecipar as necessidades dos visitantes passando a gerir os seus perfis são aspetos a considerar face às atuais ferramentas disponíveis. A transformação do *blog* do turismo de Rio Maior em site e, marcar presença nas redes sociais com eventos e atividades desenvolvidas durante todo o ano, enquadra-se sobre maneira nesta vertente.

A comunicação do destino poderá ainda acontecer com recurso a plataformas institucionais online de carácter científico que permitirão alcançar outros potenciais visitantes. É disso exemplo a integração das Salinas de Rio Maior na plataforma “Roteiro das Minas e Pontos de Interesse Mineiro e Geológico de Portugal” desde agosto último.

A notoriedade de um destino também pode acontecer pela construção de uma marca assente em produtos únicos e sobretudo fidedignos. De imediato, o produto será associado ao destino e vice-versa, o que contribuirá para um posicionamento de

excelência. A forte aposta na certificação de produtos servirá também de forte alavanca para a diferenciação e competitividade do destino. Este deverá constituir-se como caminho para alcançar sustentabilidade do território.

É também de referir a importância e sucesso do associativismo vivido entre os comerciantes, que da Cooperativa do Sal podem tirar um bom exemplo. Esta questão remete-nos para o momento em que os salineiros se associaram deixando de individualmente vender o seu próprio sal a clientes locais a um preço reduzido e o puderam fazer em larga escala, obtendo melhores preços e atingindo outros mercados, nomeadamente externos. O investimento conjunto, terá que ser uma mais-valia no sentido de conseguir alcançar um crescimento de interesse comum e sustentável. Julgamos ser crítico a união entre todos os interessados e que resulte valor acrescentado para o visitante, será estratégico o investimento na qualificação e formação dos recursos humanos em diferentes áreas ainda que com especial destaque para o atendimento comercial contribuindo para o aumento da qualidade da oferta turística.

A competitividade comercial entre os comerciantes deve dar lugar à conjugação de ideias inovadoras no sentido de valorizar o produto sal, defendendo-o e promovendo-o como um sal único no país, quiçá no mundo.

O desenvolvimento de iniciativas que deem visibilidade do produto, serão uma mais-valia tanto para visitantes como para impulsionar economicamente o território. O envolvimento das mais diversas entidades pode conferir um carácter de maior coesão, a iniciativas que de forma regular permitam alcançar um posicionamento no mercado. Serve como exemplo a iniciativa “Presépios de Sal – Aldeia Natal”, que procura, este ano pela primeira vez, dinamizar na época natalícia as Salinas de Rio Maior, como forma de contrariar a sazonalidade do destino.

Ainda nesta linha, entendemos que terá que ser dada preferência a produtos locais, pois só assim será possível a formação de interessante percentagem de lucro para as gentes locais dando lugar a outros investimentos e gerando assim empregabilidade.

O estabelecimento de parcerias pode, também no domínio da formação, apresentar-se como fator determinante para o desenvolvimento dos destinos turísticos. A partilha de experiências com similares destinos, através de encontros temáticos e em feiras de Sal

podiam assim dinamizar o desenvolvimento de novos projetos turísticos para as Salinas de Rio Maior.

Ainda no âmbito da dinamização, entendemos que a organização de eventos e espetáculos, promovidos fora do tempo da safra, colmatariam não só a sazonalidade do destino como incentivavam mais público a visitar as Salinas em plena atividade. Esta seria uma forma de manter vivas as Salinas e contribuir para o aumento do comércio local, que nesta data quase “desaparece”. Do ponto de vista económico e social podia até ser interessante a venda de sal e outros artigos regionais, à noite, em épocas devidamente enquadradas complementada com animação turística.

Em última análise consideramos que um entrave ao desenvolvimento turístico do destino é o facto de não estar totalmente clara a definição e a atribuição de responsabilidades sobre as Salinas de Rio Maior. Percebe-se claramente que PNSAC, Câmara Municipal e Junta de Freguesia de Rio Maior partilham responsabilidades que ainda não estão verdadeiramente delimitadas. Torna-se assim imprescindível clarificar esta questão para criar maior atratividade neste destino turístico, através de um rigoroso diagnóstico da oferta territorial e da segmentação do mercado, desenvolvendo e implementando uma estratégia de marketing.

6.3. Limitações do estudo

No decorrer da investigação foram várias as limitações encontradas. Importa por isso, referenciá-las.

O grau de generalização dos resultados, uma vez que se tratou de um estudo ocasional e com uma amostra não probabilística por conveniência.

O *timing* da aplicação do questionário, de maio a julho, condicionado pelas condições climáticas, estas por sua vez ligadas ao início da safra (produção de sal).

O enfoque da própria pesquisa, centrado na procura, ou seja, no visitante, nas suas características, nos fatores que o motivaram a visitar e na satisfação com essa mesma visita. Esta perspetiva condicionou a obtenção de resultados mais abrangentes.

A subjetividade do método de análise das entrevistas, dado o facto de não ter sido utilizado nenhum programa específico para a análise de conteúdo.

Apesar das limitações encontradas, estas não impediram a validação de resultados que devidamente analisados permitiram a construção das conclusões.

6.4. Futuras linhas de investigação

Um trabalho científico, por muito completo e transversal que ambicione ser, nunca abrangerá a totalidade das linhas de investigação associadas ao tema a investigar. De acordo com aquilo que nos foi possível desenvolver, principalmente por limitações de tempo, fomos “obrigados” a estruturar a pesquisa num determinado sentido. De qualquer forma, os dados conseguidos poderão servir de base para o desenvolvimento de outros estudos que certamente poderão não só completar o atual trabalho como servir de importante modelo de desenvolvimento para destinos que tenham não só o geoturismo como o turismo cultural a até industrial como base de partida para a oferta de produtos turísticos ancorados em autenticidade e identidade do território.

Seria ainda assim importante desenvolver um modelo conceptual para avaliar a imagem do destino Salinas de Rio Maior, permitindo compreender o processo de escolha do visitante, a sua satisfação e futura intenção de voltar ao destino Salinas de Rio Maior.

Seria também importante procurar desenvolver um Plano de Marketing formulando objetivos e programas de ação que possam sustentar um estratégia de diferenciação e por conseguinte aumentar a competitividade do destino Salinas de Rio Maior.

A realização de um estudo longitudinal durante, pelo menos, um ano, seria importante para avaliar com profundidade a sazonalidade do destino, passando a conhecer aquilo que é procurado por todos os que visitam as Salinas, por exemplo durante o inverno.

Por último e no âmbito do ordenamento do território, seria fundamental analisar os procedimentos e legalização dos estabelecimentos comerciais nas Salinas, procurando a sua uniformização e requalificação do destino, dessa forma seria possível satisfazer não só uma procura mais exigente como projetar o destino para um patamar de excelência onde a sustentabilidade nunca seria colocada em questão.

Bibliografia

- Almeida, A. S. A. (2009). Animação Turística e Turismo Sustentável: entre a assumpção identitária e a autenticidade existencial. Chaves.
- Almeida, A. R. de. (n.d.). *Turismo de Negócios: Planeamento Estratégico de um Destino Turístico*. (M. XXI, Ed.).
- Barbosa, F. (2005). O turismo como um factor de desenvolvimento local e/ou regional. *Caminhos de Geografia*.
- Bardin, L. (1999). *Análise de Conteúdo*. (Edições 70, Ed.). Rio de Janeiro.
- Beh, A., & Bruyere, B. L. (2007). Segmentation by visitor motivation in three Kenyan national reserves. *Journal Tourism Management - 28*, 1464–1471.
- Bertram, D. (2007). Likert Scales... are the meaning of life : CPSC 681 - Topic Report.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (2010). *Investigação Qualitativa em Educação: Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. (P. Editora, Ed.). Porto.
- Brilha, J. (2005). *Património Geológico e Geoconservação: a conservação da natureza na sua vertente geológica*. (P. Editores, Ed.).
- Brilha, J., & Carvalho, A. M. G. de. (2010). Geoconservação em Portugal: Uma Introdução. *Ciências Geológicas - Ensino e Investigação e sua História, II*, 435–439.
- Caetano, P. S., & Lamberto, V. (2012). Geoturismo slow : mais do que apenas um tipo de turismo. *Turismo & Desenvolvimento - n.º 17/18*, 47–48.
- Calado, C., & Brandão, J. M. (2009). Salinas interiores em Portugal: o caso das marinhas de Rio Maior. *Geonovas - Associação Portuguesa de Geólogos n.º 22*, 45–54.
- Careto, H., & Lima, S. (2006). *Turismo e Desenvolvimento Sustentável - 1*. (Geota, Ed.). Lisboa.
- Carvalho, M. J. P. de J. (2010). *El grado de importancia del Marketing Relacional en el espacio de alojamiento para el Turismo de Natureza. El caso de Portugal*. Facultad de Ciencias Económicas Y Empresariales - Universidad de Extremadura.
- Chon, K.-S. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *The Tourist Review, 2*, 2–9.
- Coelho, A. D. (2010). *Análise de Planeamento e da Gestão Turística: Caso de estudo do concelho de Odemira*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa.
- Coelho, R. J. R. (2002). *Aspectos geológicos do Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros e sua divulgação multimédia - um contributo para o ensino das Ciências da Terra*. Faculdade de Ciências e Tecnologia - Universidade de Coimbra.
- Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural. (1972). Paris.

- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Sheperd, R. (2003). *Turismo princípios e práticas*. (Bookman, Ed.) (2.^a ed.). São Paulo.
- Costa, I. C. F. A. da C. e. (2002). *Salinas Naturais de Rio Maior: um património a conhecer e a preservar*. Dissertação de Mestrado em Património e Museologia - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo*. (E. Verbo, Ed.) (2.^a Edição.).
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Editorial Verbo.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219.
- Decreto-Lei n.º 142/2008: Estabelece o regime jurídico da conservação da natureza e da biodiversidade. (2008). *Diário da República, I Série — N.º 142 — 24 de julho*, 4596–4611.
- Decreto-Lei n.º 67/97: Classifica um conjunto de imóveis de relevante interesse arquitectónico ou arqueológico. (1997). *Diário da República, I Série - n.º 301 - 31 de dezembro*, 6892–6903.
- Dias, G., Brilha, J. B., Alves, M. I. C., Pereira, D. I., Ferreira, N., Meireles, C., Pereira, P., et al. (2002). Contribuição para a valorização e divulgação do património geológico com recurso a painéis interpretativos : exemplos em áreas protegidas do NE de Portugal. *Ciências da Terra (UNL)*, 132–135.
- Duarte, F. (1979). *História de Rio Maior*. Rio Maior.
- Duarte, N. S. (1977). Aspectos Sócio-Económicos do Sal.
- Fernandes, I. P., & Coelho, M. F. (2002). *Economia do Turismo teoria & prática*. (Elsevier, Ed.) (p. 87). Rio de Janeiro.
- Fortin, M.-F. (2009). *Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação*. (Lusodidacta, Ed.). Loures.
- Garofano, M., & Govoni, D. (2012). Underground Geotourism: a Historic and Economic Overview of Show Caves and Show Mines in Italy. *Geoheritage*, 4(1-2), 79–92. doi:10.1007/s12371-012-0055-3
- Gomes, S. A. (1996). Notas sobre a produção de sal-gema e de papel em leiria e em coimbra durante a Idade Média. *Revista Portuguesa de História*.
- Gonçalves, M., & Gameiro, H. (2011). Interpretação crítica dos resultados estatísticos : para lá da significância estatística. *Revista de Enfermagem Referência - III Série - n.º 3*, 151–162.
- Goucha, G., Maia, J. A. C. da, & Duarte, F. (1977). *Marinhas de Sal de Rio Maior, oito séculos de história: 1177-1977*. (Cooperativa Agrícola dos Produtores de Sal de Rio Maior, Ed.).
- Günther, H. (2006). Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa : Esta É a Questão ? *Psicologia: Teoria e Pesquisa - Vol. 22, n.º 2, pp.201-210*, 22, 201–209.
- Hall, P. (2007). Amostragem : Desenho e Procedimentos, 1–26.

- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por Questionário*. (M. Robalo, Ed.) (2.^a Edição.). Lisboa: Sílabo, Lda.
- Hose, T. A. (2000). *Geoturismo europeo. Interpretación geológica y promoción de la conservación geológica para turistas* (p. 136).
- Hueso, K. (2006). Las salinas de interior, un patrimonio desconocido y amenazado. *De Re Metallica*, (1577-9033), 23–28.
- Leal, P. (1876). *Portugal antigo e moderno: dicionário. geographico, estatistico, chorographico, heraldico, archeologico, historico, biographico e etymologico*. Lisboa: Livraria Editora de Mattos Moreira & Companhia.
- Lepierre, C. (1936). *A Indústria do Sal em Portugal*. (U. T. Lisboa, Ed.).
- Lew, A. A., Hall, C. M., & Williams, A. M. (2004). *Compêndio de Turismo*. (Instituto Piaget, Ed.). Lisboa.
- Lobo, C. B. de L. (1812). *Memoria em que se expõe a analyse do sal commum das Marinhas portuguesas. Memorias Economicas*. (A. R. das S. de Lisboa, Ed.). Lisboa.
- Maior, C. M. de R. (Ed.). (1956). *Salinas de Rio Maior, Sal sem Mar*.
- Matias, Á. (2007). *Economia do Turismo. Teoria e Prática*. (I. Piaget, Ed.). Lisboa.
- Morais, C. M. (2005). *Escalas de Medida, Estatística Descritiva e Inferência Descritiva*. Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.
- Moreira, J. M. (2004). *Questionários: Teoria e Prática*. (L. Almedina, Ed.). Coimbra.
- Neves, R. (2005). Os salgados portugueses no séc . XX - que perspectivas para as salinas portuguesas no séc . XXI ?, 127–134.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 - n.º 1, 12–40.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67 - n.º 4, 420–450.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. (S. Publications, Ed.) (2.^a Edição.). Newbury Park.
- Pereira, D., Pereira, P., & Ferreira, N. (2010). Património Geológico e Geoconservação em Áreas Protegidas de Portugal Continental. *Ciências Geológicas - Ensino e Investigação e sua História, II - C. IV*, 451–461.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. (Gradiva, Ed.) (5.^a Edição., p. 31). Lisboa.
- Rau, V. (1984). *Estudos sobre a história do sal português*. (E. Presença, Ed.). Lisboa.
- Reis, E., & Moreira, R. (1993). *Pesquisa de Mercados*. (Edições Sílabo, Ed.) (1.^a Ed.). Lisboa.

- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. (Atlas, Ed.) (3.^a edição.). São Paulo.
- Rodrigues, J. de C. (2009). *Geoturismo & Desenvolvimento Local - Livro das XVIII Jornadas sobre a Função Social Museu - Câmara Municipal de Idanha-a-Nova*. (C. N. de Carvalho, J. Rodrigues, & A. Jacinto, Eds.) (1.^a Edição., p. 39).
- Santaella, L. (2001). *Comunicação e Pesquisa. Projetos para mestrado e doutorado*. (Hacker, Ed.). São Paulo.
- Silva, J. F. da. (1954). *Inquérito à indústria do sal. Lisboa: Salgado de rio Maior*. (C. R. dos P. Q. e Farmacêuticos, Ed.).
- Silva, J. F. da. (1966). *O Sal*. (M. da E. N.-D.-G. do E. Primário, Ed.) (p. 7).
- Silva, M. E. G. P. da. (1986). *Marinhas de Sal de Rio Maior*.
- Silva, N. F. P. da. (1988). *As Salinas de Rio Maior*.
- Smith, S. L. J. (1989). *Tourism Analysis: A Handbook*. (Logman, Ed.). Harlow.
- Sousa, M. J., & Baptista, C. S. (2011). *Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios segundo Bolonha*. (Pactor, Ed.). Lisboa.
- Stueve, A. M., Cooks, S. D., & Drew, D. (2002). *The Geotourism Study: Phase I – Executive Summary*. (T. Industry & A. of America, Eds.) (p. 22). Washington.
- Tomazzoni, E. L. (2008). DIMENSÃO CULTURAL DO TURISMO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE. *Revista de História e Estudos Culturais - Vol. 5, Ano V, n.º 3*.
- Vala, J. (1986). *Análise de conteúdo*.
- Veloso, M. P. (2003). *Turismo Simples e Eficiente*. (R. Ltda., Ed.). São Paulo.
- Zbysewski, G. (1961). *Jazigo de sal-gema de Fonte da Bica (Rio Maior)*. (C. dos S. G. de Portugal, Ed.). Lisboa.
- Zbysewski, G. (1977). *Considerações sobre a Jazida de Sal-Gema de Fonte da Bica (Rio Maior)*.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Anexo I

Inquérito por questionário aplicado a visitantes das Salinas de Rio Maior

Esta página foi propositadamente deixada em branco

11. Qual o meio de transporte utilizado?

Automóvel 1

Autocarro 2

Outro 3 Qual? _____

12. Está acompanhado?

Sim 1

Não 2

13. Se "Sim" por:

Familiares/Amigos 1

Outros 2

Por quantos elementos? _____

14. Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior?

1 a 2 horas 1

a manhã 2

a tarde 3

o dia todo 4

mais que um dia 5 se mais que um dia – quantos? _____

(Se não selecionou a opção "mais que um dia", avance para a questão n.º 19)

15. Se respondeu "mais que um dia", onde vai pernoitar?

Rio Maior 1

Outro local 2 Qual? _____

16. Se respondeu "Rio Maior", qual a opção de alojamento?

Casa de familiares/amigos 1

Hotel 2

Residencial 3

Pensão 4

Turismo rural 5

Outro 6 _____

17. Em caso de selecionar um alojamento hoteleiro, que tipo de opção pretende?

só alojamento 1

alojamento e pequeno-almoço 2

meia pensão 3

pensão completa 4

18. Em caso de escolher alojamento hoteleiro, quanto estipulou gastar por pessoa?

até 20 euros 1

de 21 a 30 euros 2

de 31 a 40 euros 3

mais de 40 euros 4

19. Relativamente às refeições, costuma?

trazer farnel 1

almoçar no caminho 2

almoçar num restaurante local 3

20. Em caso de escolher restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa?

até 10 euros 1

de 11 a 15 euros 2

de 16 a 20 euros 3

mais de 20 euros 4

21. Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas?

sal 1

artesanato produzido na região 2

visitas guiadas 3

nenhuma das anteriores 4

outro (s) 5 Qual/Quais? _____

22. A oferta de serviços prestados por um Centro de Interpretação ajudaria a melhor compreender a envolvimento histórico-cultural das Salinas de Rio Maior?

Sim 1

Não 2

23. Classifique a sua **motivação** para a visita às Salinas de Rio Maior. Para o efeito faça uma cruz na proposta que mais se adequa à sua ideia.

	Nada importante	Pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante
1. Observar a atividade artesanal da extração do sal	1	2	3	4	5
2. Relaxar/Descontrair	1	2	3	4	5
3. O Património natural	1	2	3	4	5
4. Conhecer um ambiente rural	1	2	3	4	5
5. A Gastronomia local	1	2	3	4	5
6. Escapar à confusão urbana	1	2	3	4	5
7. Integração no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros	1	2	3	4	5
8. Passar o tempo com familiares/amigos	1	2	3	4	5
9. Fazer exercício físico	1	2	3	4	5
10. Conhecer novos lugares e pessoas	1	2	3	4	5

24. Avalie de acordo com a sua **satisfação** a visita às Salinas de Rio Maior. Para o efeito faça uma cruz na proposta que mais se adequa à sua ideia.

	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom
1. Hospitalidade e Acolhimento da população local	1	2	3	4	5
2. Oferta gastronómica	1	2	3	4	5
3. Beleza Natural	1	2	3	4	5
4. Serviço de Informação e apoio aos turistas	1	2	3	4	5
5. Acessos	1	2	3	4	5
6. Estacionamento	1	2	3	4	5
7. Sinalética	1	2	3	4	5
8. Oferta de produtos regionais	1	2	3	4	5
9. Visitas guiadas	1	2	3	4	5
10. Relação preço/qualidade na restauração	1	2	3	4	5
11. Relação preço/qualidade no alojamento	1	2	3	4	5
12. Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	1	2	3	4	5

25. Na sua opinião o que o motivaria a fazer nova visita às Salinas de Rio Maior?

Muito obrigado

Anexo II

Apresentação gráfica da análise descritiva dos dados

Os gráficos apresentados resultam do tratamento estatístico em SPSS, versão 20 para *Windows*, relativo ao inquérito por questionário aplicado a visitantes das Salinas de Rio Maior. A escala no eixo das ordenadas apresenta-se em percentagem (%).

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Gráfico 1
Idades Agrupadas

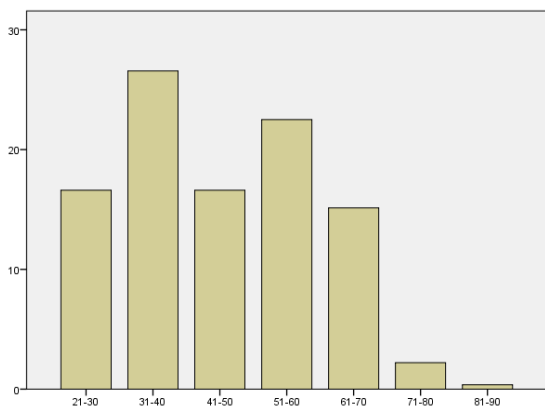


Gráfico 4
Visitantes por Distrito

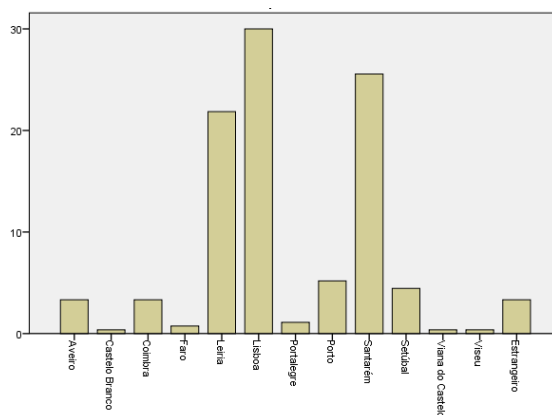


Gráfico 2
Género

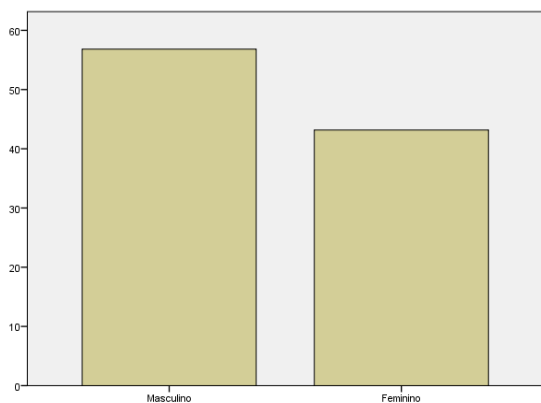


Gráfico 5
Habilitações Literárias

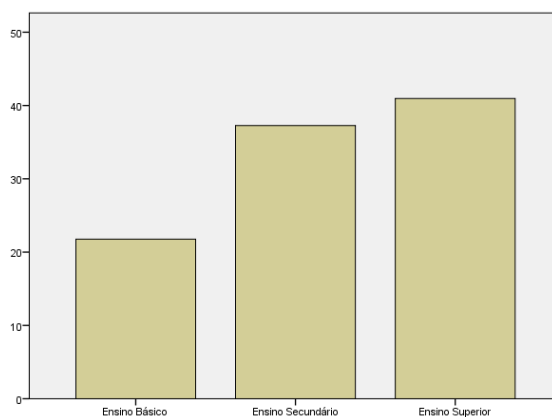


Gráfico 3
Nacionalidade

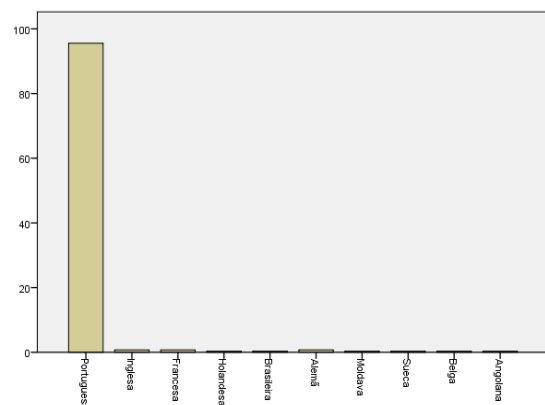


Gráfico 6
Número de Elementos do Agregado Familiar

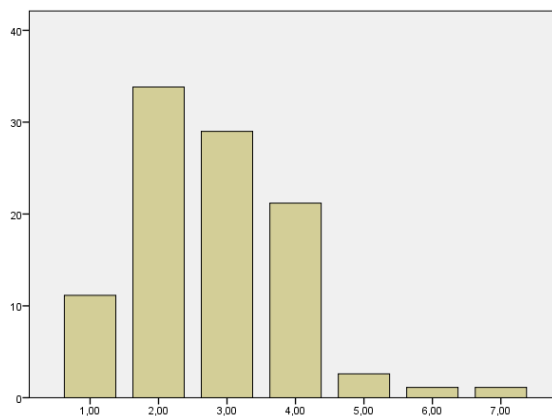


Gráfico 7
Rendimento Mensal do Agregado Familiar

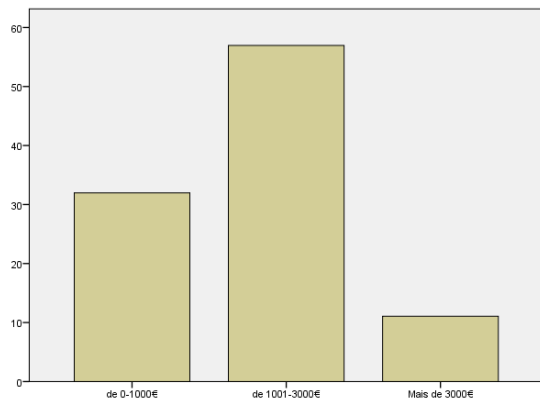


Gráfico 10
Salinas como principal destino da visita

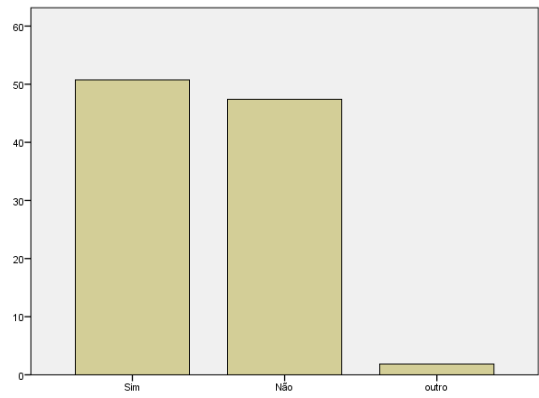


Gráfico 8
Primeira vez que visita as Salinas de Rio Maior

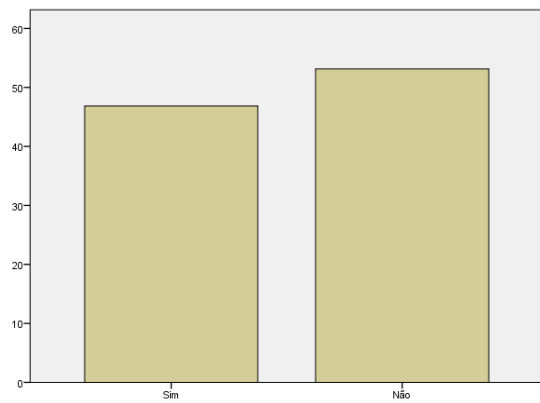


Gráfico 11
Se não, qual?

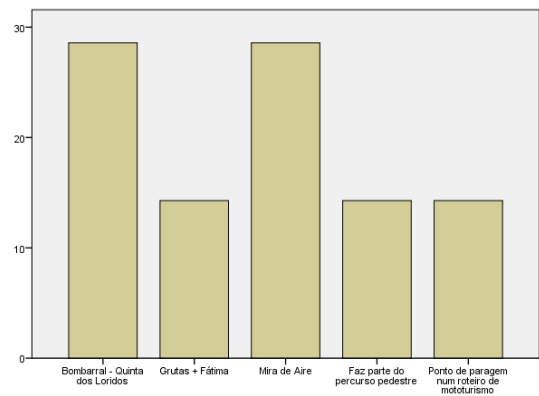
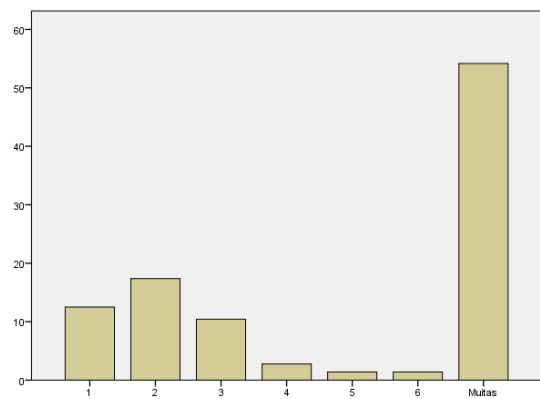
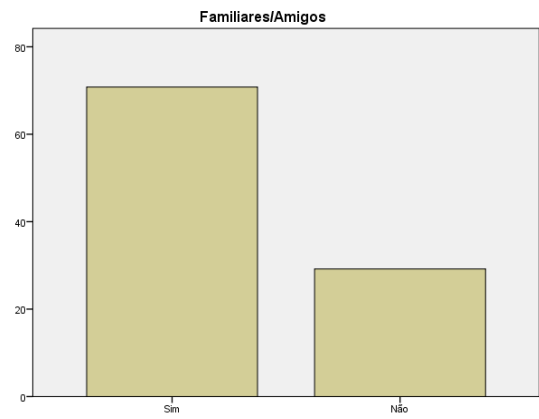


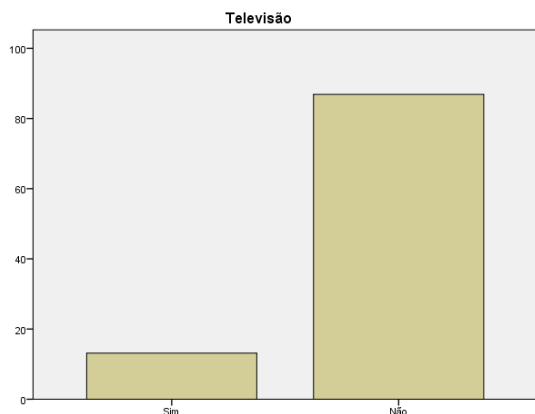
Gráfico 9
Se não, quantas vezes visitou?



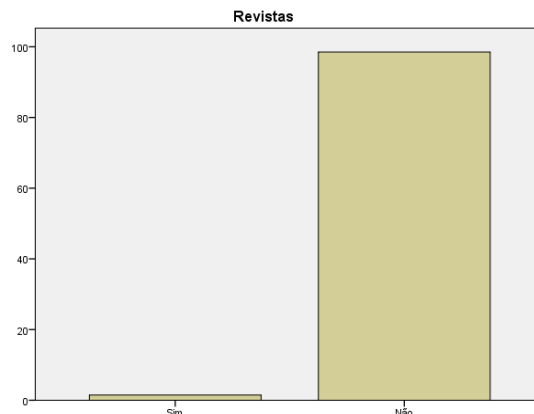
Gráficos 12.1 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



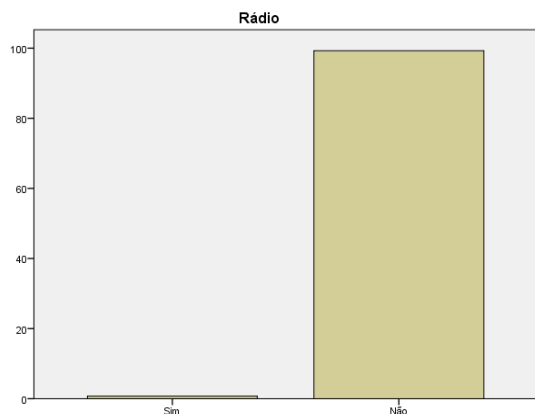
Gráficos 12.2 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



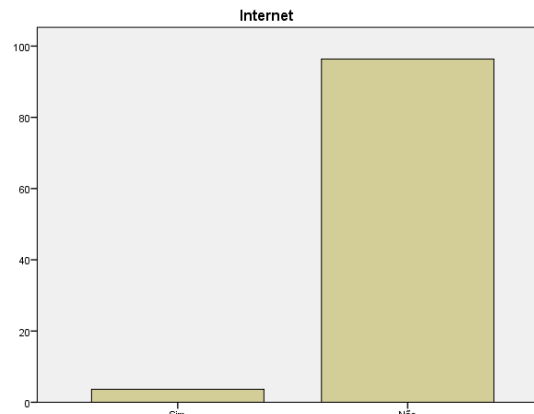
Gráficos 12.5 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



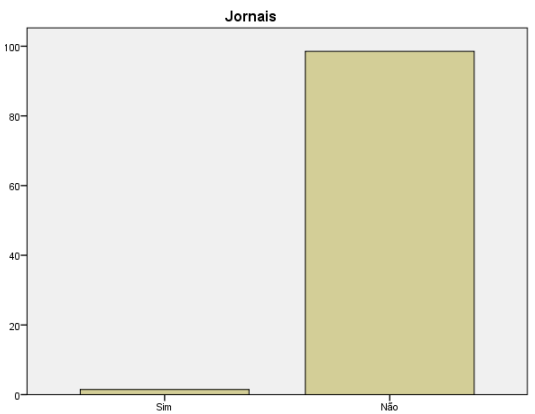
Gráficos 12.3 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



Gráficos 12.6 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



Gráficos 12.4 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?



Gráficos 12.7 - Se sim, como teve conhecimento da existência das Salinas de Rio Maior?

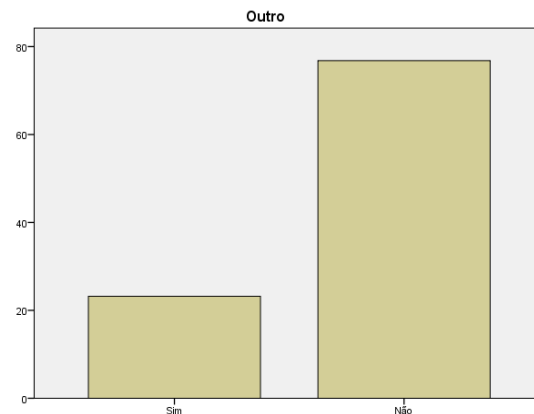


Gráfico 13
Meio de transporte utilizado

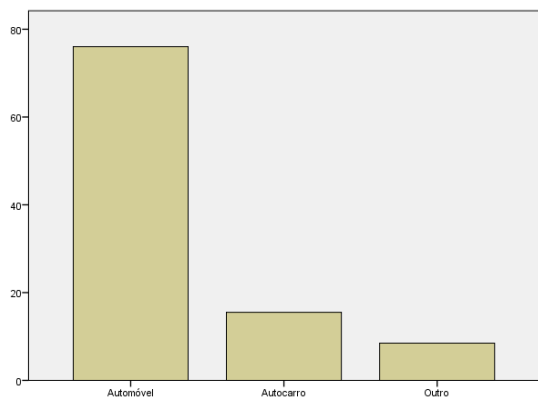


Gráfico 16
Se sim, por:

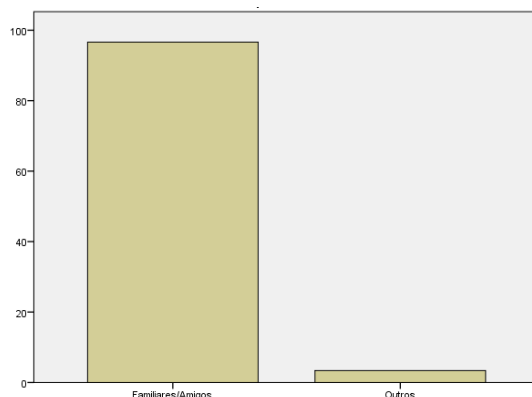


Gráfico 14
Se outro, qual?

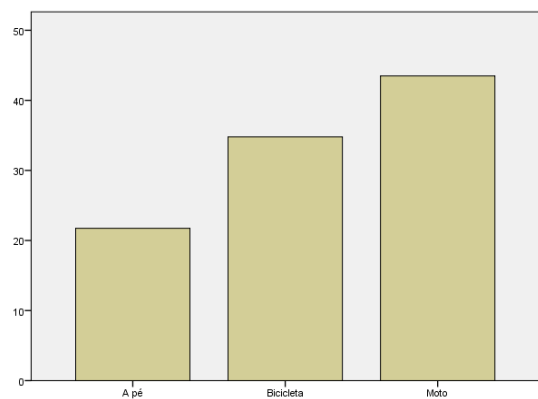


Gráfico 17
Quantos elementos

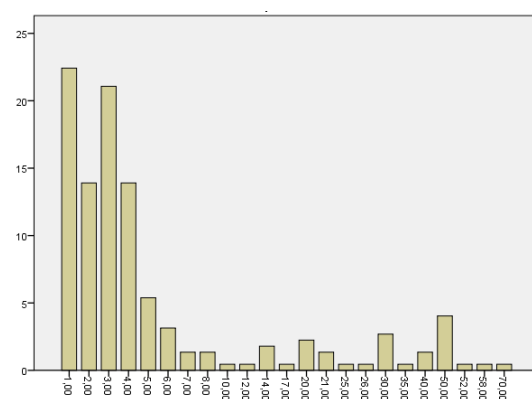


Gráfico 15
Acompanhado

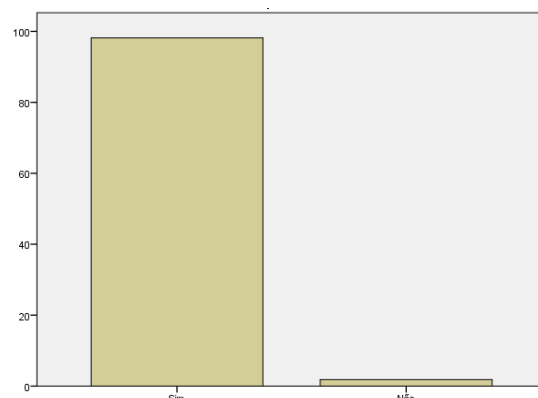


Gráfico 18
Tempo a ficar na região de Rio Maior

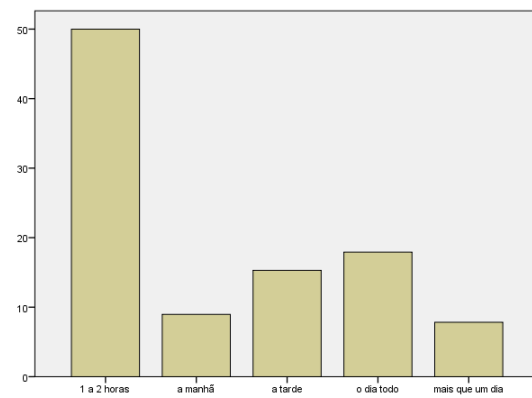


Gráfico 19
Se mais que um dia, quantos?

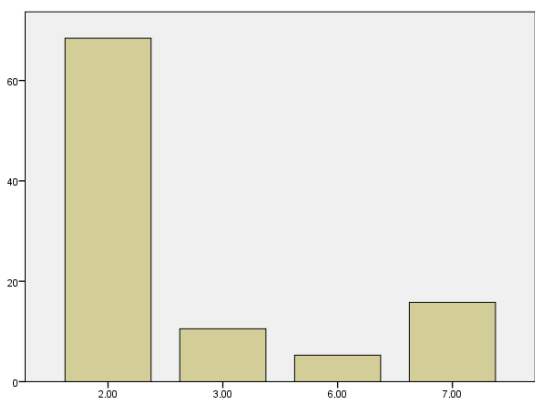


Gráfico 21.2
Se outro, qual?

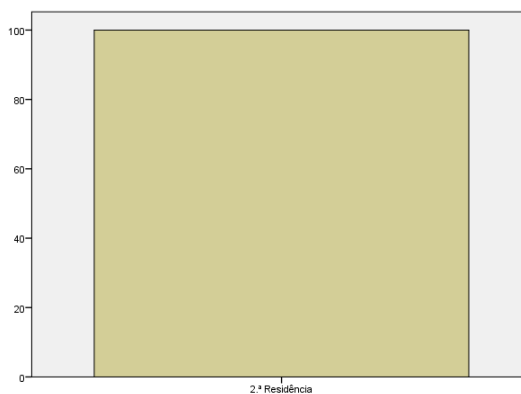


Gráfico 20
Se mais que um dia, onde vai pernoitar?

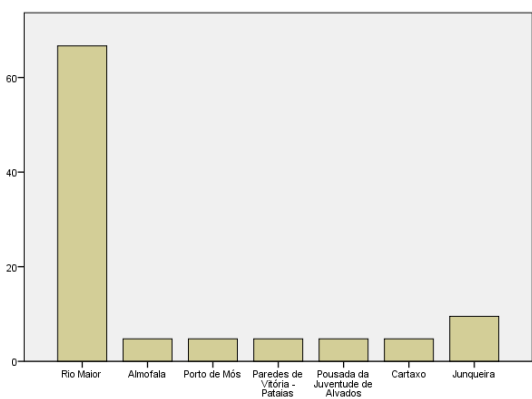


Gráfico 22
Opção de alojamento hoteleiro pretendida

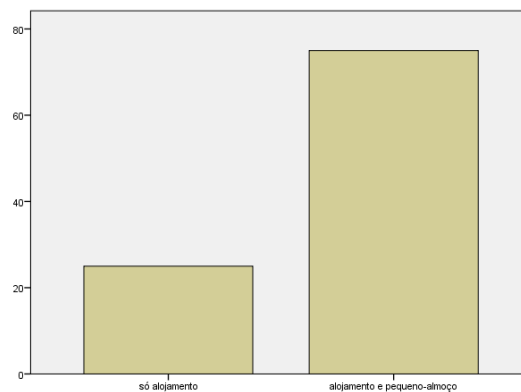


Gráfico 21.1
Se Rio Maior, qual a opção de alojamento?

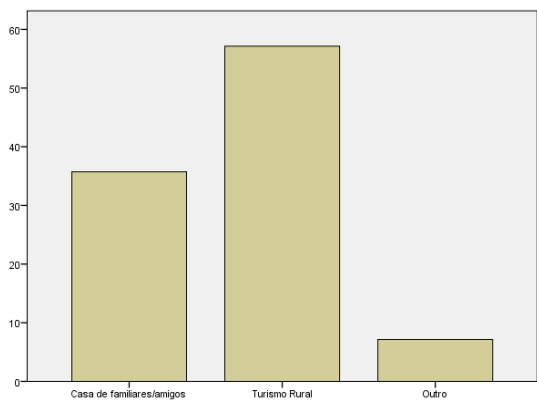


Gráfico 23 - Gasto estipulado no alojamento hoteleiro por pessoa

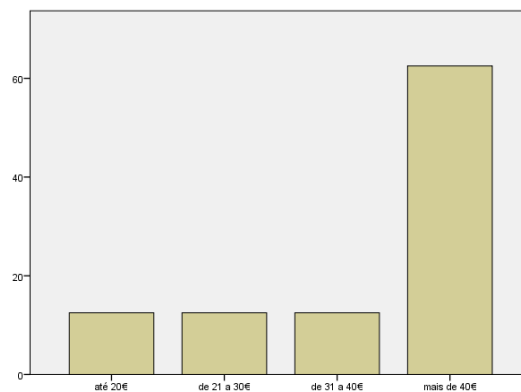


Gráfico 24
Relativamente a refeições, costuma...

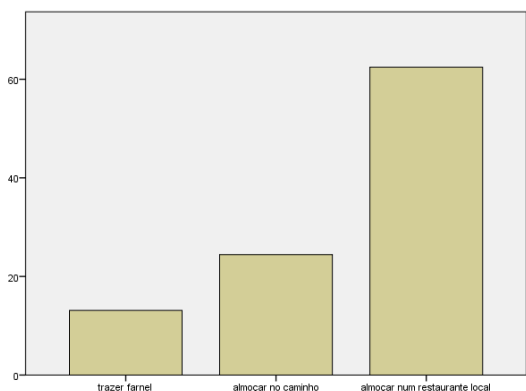


Gráfico 26.2
Produtos/serviços a adquirir nas Salinas

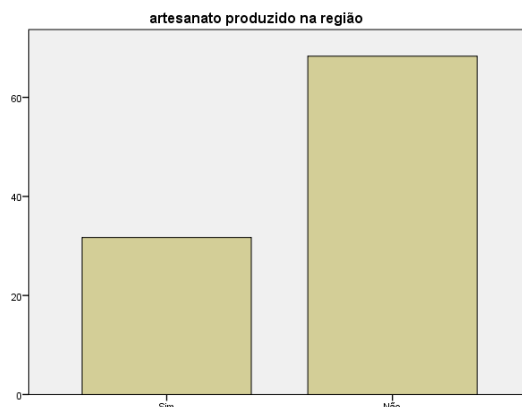


Gráfico 25
Gasto estipulado no restaurante local por pessoa

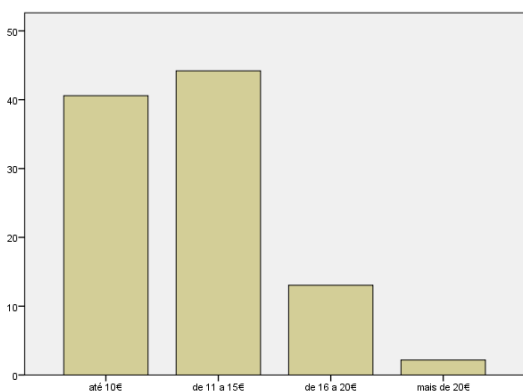


Gráfico 26.3
Produtos/serviços a adquirir nas Salinas

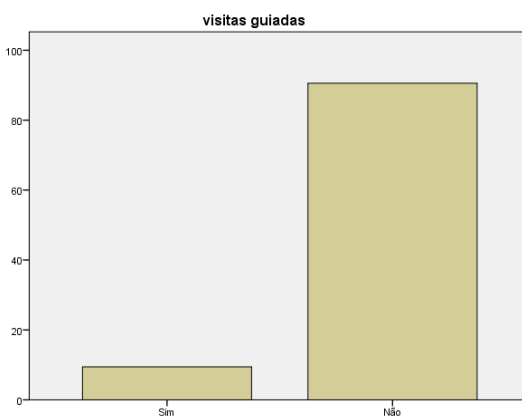


Gráfico 26.1
Produtos/serviços a adquirir nas Salinas

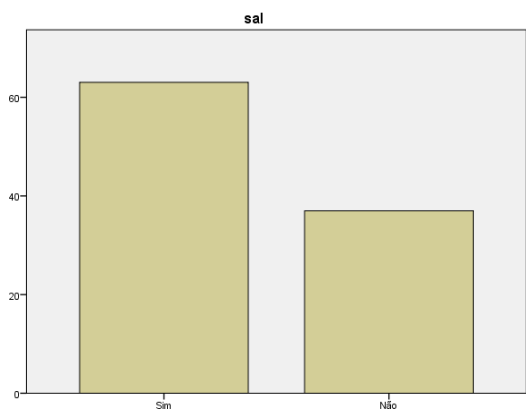


Gráfico 26.4
Produtos/serviços a adquirir nas Salinas

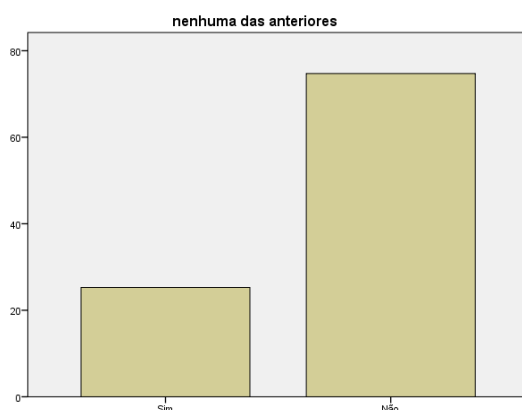


Gráfico 26.5
Produtos/serviços a adquirir nas Salinas

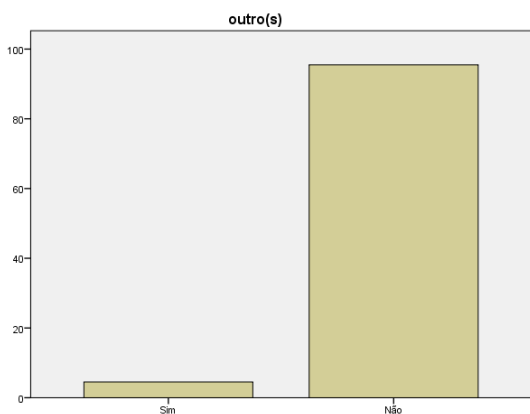


Gráfico 28.1
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior



Gráfico 26.6
Outros produtos/serviços

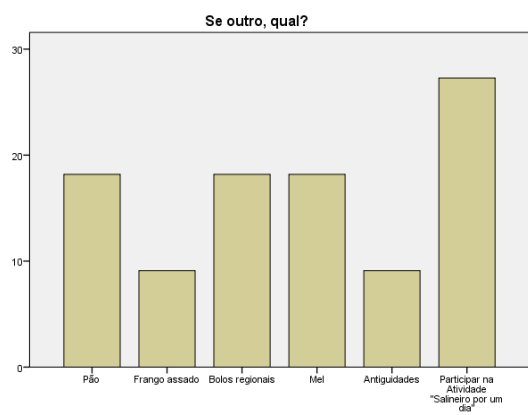
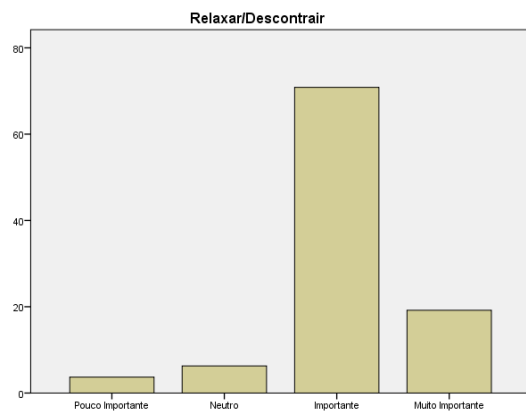


Gráfico 28.2
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior



Gráficos 27 – Instalação e Serviços prestados por um Centro de Interpretação

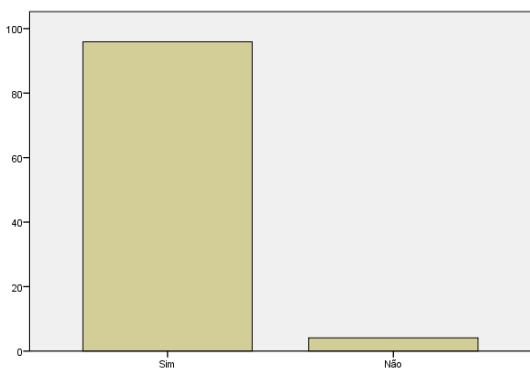


Gráfico 28.3
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

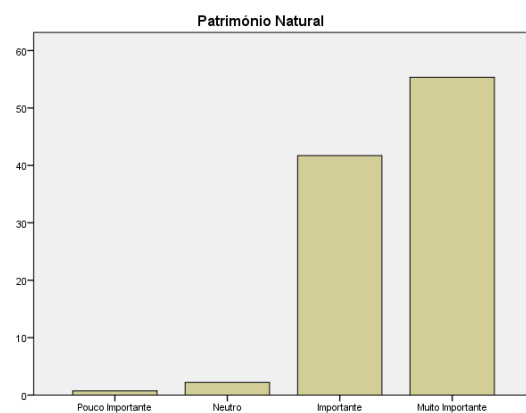


Gráfico 28.4
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

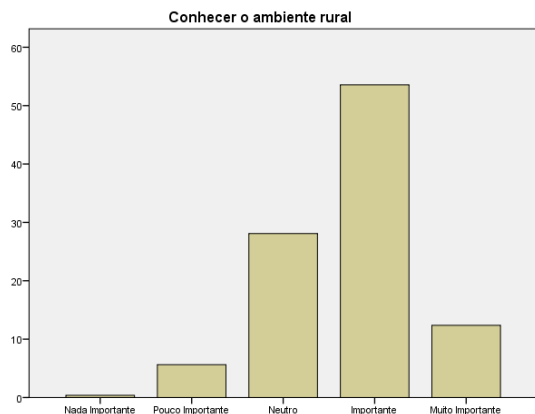


Gráfico 28.7
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

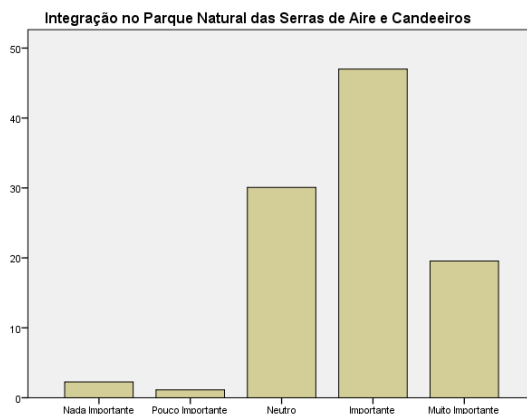


Gráfico 28.5
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

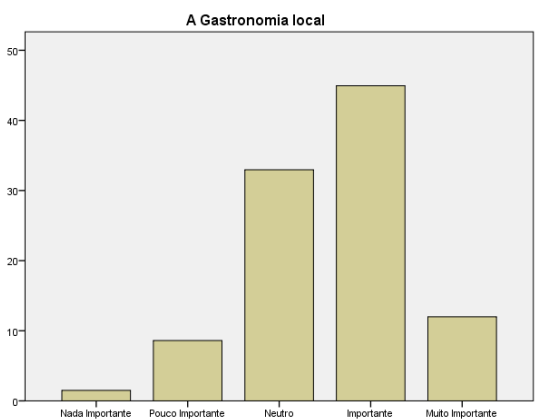


Gráfico 28.8
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

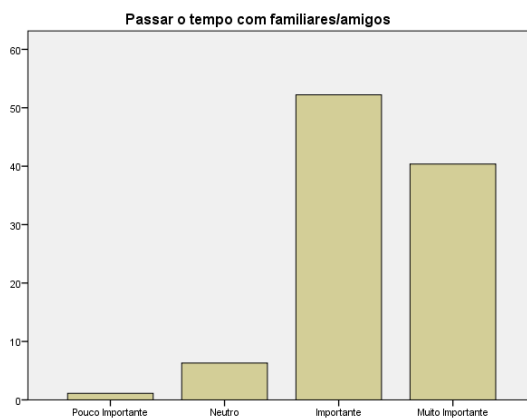


Gráfico 28.6
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

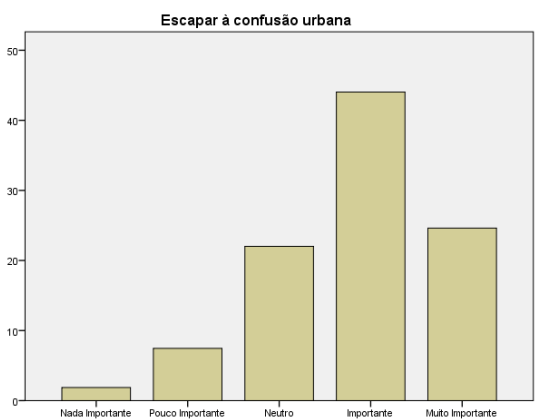


Gráfico 28.9
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior

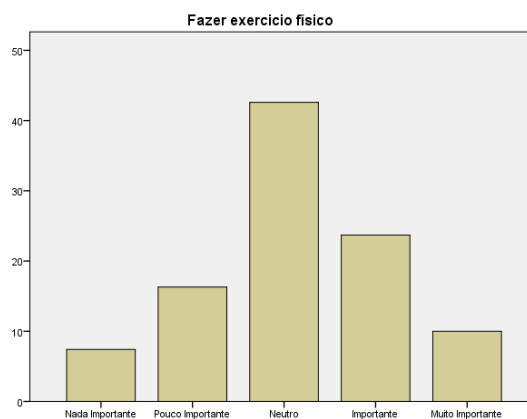
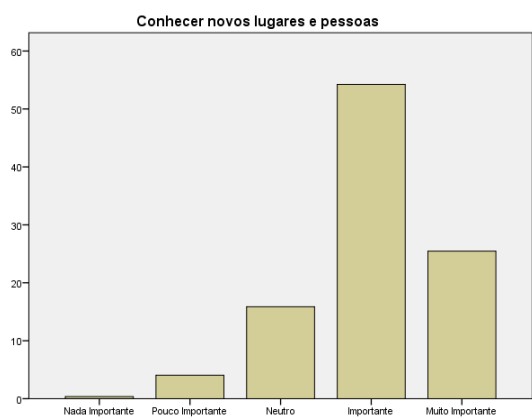
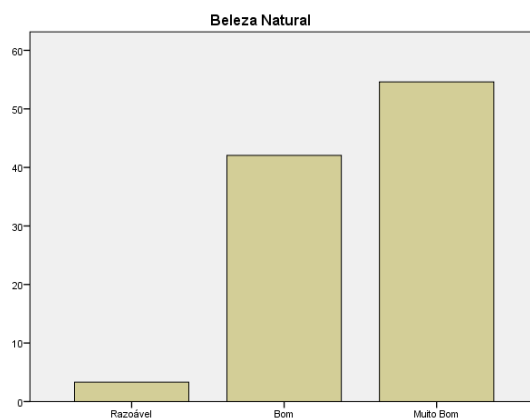


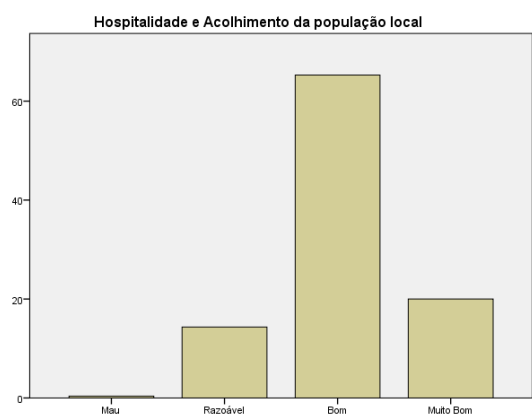
Gráfico 28.10
Motivação para visitar as Salinas de Rio Maior



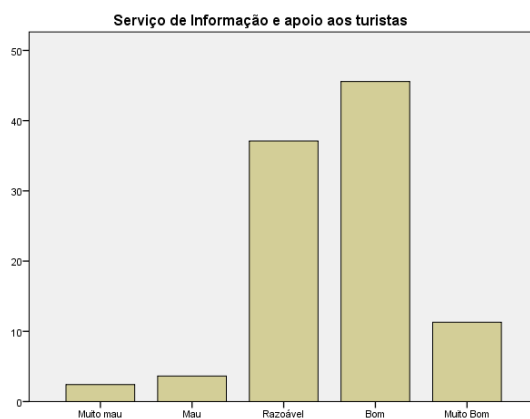
Gráficos 29.3
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



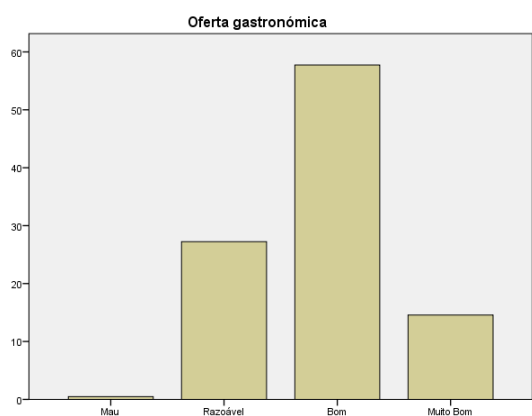
Gráficos 29.1
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



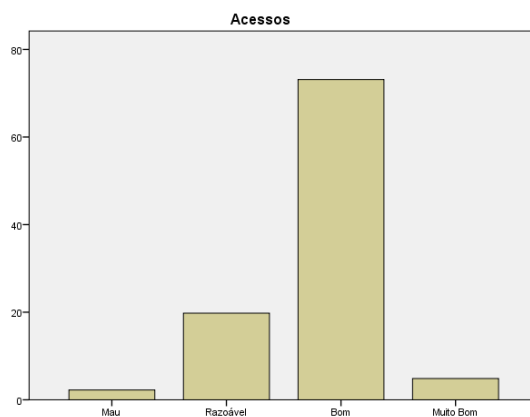
Gráficos 29.4
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



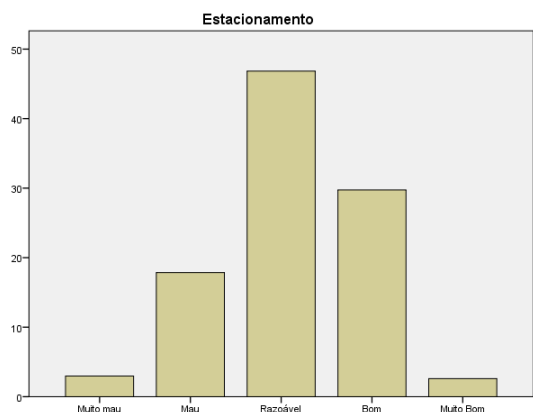
Gráficos 29.2
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



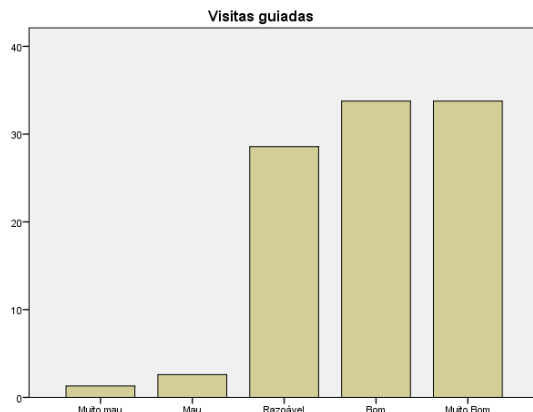
Gráficos 29.5
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



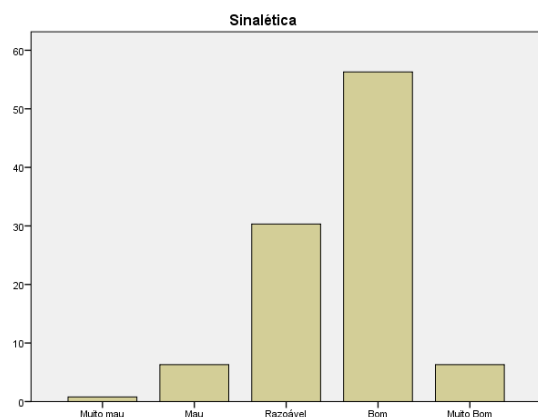
Gráficos 29.6
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



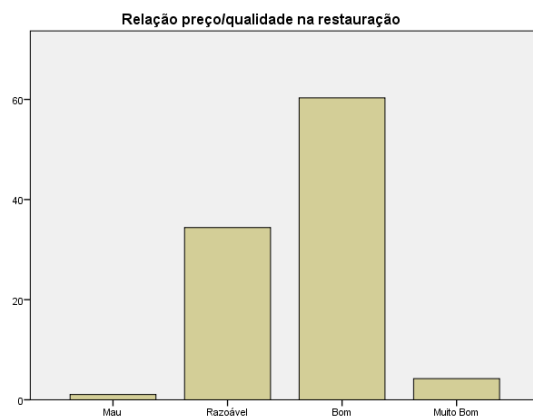
Gráficos 29.9
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



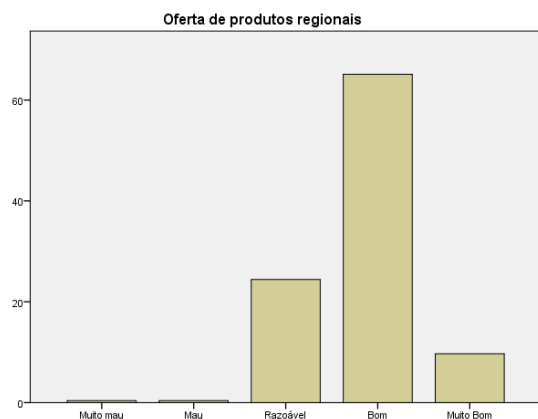
Gráficos 29.7
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



Gráficos 29.10
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



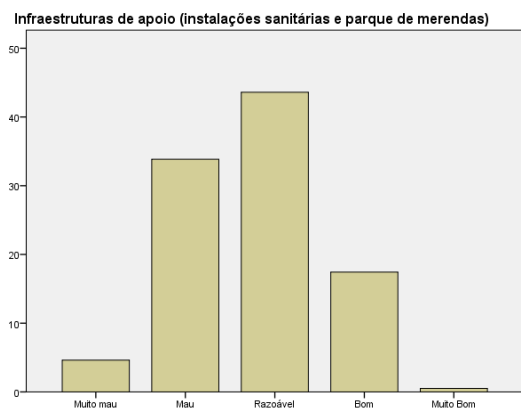
Gráficos 29.8
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



Gráficos 29.11
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



Gráficos 29.12
Satisfação com a visita às Salinas de Rio Maior



Esta página foi propositadamente deixada em branco

Anexo III

Apresentação dos quadros da análise correlacional

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Quadros H1

As Salinas de Rio Maior são no dia da sua visita o principal destino turístico dos seus visitantes

Quadro 1 - Distrito

As Salinas foram o principal destino da visita? * Visitantes por Distrito Crosstabulation

			Visitantes por Distrito													Total
			Aveiro	Castelo Branco	Coimbra	Faro	Leiria	Lisboa	Portalegre	Porto	Santarém	Setúbal	Viana do Castelo	Viseu	Estrangeiro	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	2	1	2	1	35	39	2	45	1	0	0	6	136	
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	1,5%	0,7%	1,5%	0,7%	25,7%	28,7%	1,5%	33,1%	0,7%	0,0%	0,0%	4,4%	100,0%	
	Não	Count	6	0	7	1	24	38	1	12	24	10	1	1	3	128
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	4,7%	0,0%	5,5%	0,8%	18,8%	29,7%	0,8%	9,4%	18,8%	7,8%	0,8%	0,8%	2,3%	100,0%	
	outro	Count	1	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0	5	
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total	Count		9	1	9	2	59	80	3	14	69	12	1	9	269	
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?		3,3%	0,4%	3,3%	0,7%	21,9%	29,7%	1,1%	5,2%	25,7%	4,5%	0,4%	3,3%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,266 ^a	24	,009
Likelihood Ratio	46,362	24	,004
Linear-by-Linear Association	1,199	1	,273
N of Valid Cases	269		

a. 29 cells (74,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 2 - Rendimento mensal do agregado familiar

As Salinas foram o principal destino da visita? * Rendimento Mensal do Agregado Familiar Crosstabulation

			Rendimento Mensal do Agregado Familiar			Total
			de 0-1000€	de 1001-3000 €	Mais de 3000 €	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	39	76	8	123
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	31,7%	61,8%	6,5%	100,0%
	Não	Count	39	59	17	115
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	33,9%	51,3%	14,8%	100,0%	
	outro	Count	0	3	2	5
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%	
Total	Count		78	138	27	243
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?		32,1%	56,8%	11,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,389 ^a	4	,034
Likelihood Ratio	10,759	4	,029
Linear-by-Linear Association	2,461	1	,117
N of Valid Cases	243		

a. 3 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,56.

Quadro 3.1 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas - sal

Crosstab

			sal		Total
			Sim	Não	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	97	36	133
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	72,9%	27,1%	100,0%
	Não	Count	66	60	126
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	52,4%	47,6%	100,0%	
	outro	Count	3	2	5
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	60,0%	40,0%	100,0%	
Total	Count		166	98	264
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?		62,9%	37,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,726 ^a	2	,003
Likelihood Ratio	11,825	2	,003
Linear-by-Linear Association	10,266	1	,001
N of Valid Cases	264		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,86.

Quadro 3.2 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas - nenhuma das anteriores

		nenhuma das anteriores		Total
		Sim	Não	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count 23 17,3%	110 82,7%	133 100,0%
	Não	Count 43 34,1%	83 65,9%	126 100,0%
	outro	Count 1 20,0%	4 80,0%	5 100,0%
Total		67 25,4%	197 74,6%	264 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,760 ^a	2	,008
Likelihood Ratio	9,839	2	,007
Linear-by-Linear Association	7,615	1	,006
N of Valid Cases	264		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,27.

Quadro 4.1 - Motivação - Observar a atividade artesanal da extração do sal

		Observar a atividade artesanal da extração do sal				Total
		Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count 2 1,5%	0 0,0%	72 52,6%	63 46,0%	137 100,0%
	Não	Count 3 2,3%	8 6,2%	81 63,3%	36 28,1%	128 100,0%
	outro	Count 0 0,0%	0 0,0%	2 40,0%	3 60,0%	5 100,0%
Total		5 1,9%	8 3,0%	155 57,4%	102 37,8%	270 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,097 ^a	6	,009
Likelihood Ratio	20,326	6	,002
Linear-by-Linear Association	7,455	1	,006
N of Valid Cases	270		

a. 8 cells (68,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Quadro 4.2 - Motivação - Relaxar/Descontrair

		Relaxar/Descontrair				Total
		Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count 6 4,4%	3 2,2%	95 69,3%	33 24,1%	137 100,0%
	Não	Count 4 3,1%	13 10,2%	94 73,4%	17 13,3%	128 100,0%
	outro	Count 0 0,0%	1 20,0%	2 40,0%	2 40,0%	5 100,0%
Total		10 3,7%	17 6,3%	191 70,7%	52 19,3%	270 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,647 ^a	6	,023
Likelihood Ratio	15,072	6	,020
Linear-by-Linear Association	3,000	1	,083
N of Valid Cases	270		

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.

Quadro 4.3 - Motivação - Património Natural

Crosstab

			Património Natural				Total
			Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	0	3	44	90	137
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,0%	2,2%	32,1%	65,7%	100,0%
	Não	Count	2	3	67	56	128
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	1,6%	2,3%	52,3%	43,8%	100,0%
	outro	Count	0	0	2	3	5
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%	100,0%
Total	Count	2	6	113	149	270	
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,7%	2,2%	41,9%	55,2%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,607 ^a	6	,024
Likelihood Ratio	15,582	6	,016
Linear-by-Linear Association	9,776	1	,002
N of Valid Cases	270		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

Quadro 4.4 - Motivação - Integração no PNSAC

Crosstab

			Integração no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros					Total
			Nada Importante	Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	5	1	32	61	34	133
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	3,8%	0,8%	24,1%	45,9%	25,6%	100,0%
	Não	Count	0	2	48	60	17	127
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,0%	1,6%	37,8%	47,2%	13,4%	100,0%
	outro	Count	1	0	0	3	1	5
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	20,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	100,0%
Total	Count	6	3	80	124	52	265	
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	2,3%	1,1%	30,2%	46,8%	19,6%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,307 ^a	8	,004
Likelihood Ratio	22,201	8	,005
Linear-by-Linear Association	2,710	1	,100
N of Valid Cases	265		

a. 9 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Quadro 5 - Satisfação - Acessos

Crosstab

			Acessos				Total
			Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
As Salinas foram o principal destino da visita?	Sim	Count	4	25	95	12	136
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	2,9%	18,4%	69,9%	8,8%	100,0%
	Não	Count	1	28	97	1	127
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	0,8%	22,0%	76,4%	0,8%	100,0%
	outro	Count	1	0	3	0	4
		% within As Salinas foram o principal destino da visita?	25,0%	0,0%	75,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	6	53	195	13	267	
	% within As Salinas foram o principal destino da visita?	2,2%	19,9%	73,0%	4,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,254 ^a	6	,002
Likelihood Ratio	17,922	6	,006
Linear-by-Linear Association	2,005	1	,157
N of Valid Cases	267		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Quadros H2

A atividade artesanal da extração do sal é o principal motivo de atração turística das Salinas de Rio Maior

Quadro 6 - Nacionalidade

Observar a atividade artesanal da extração do sal * Nacionalidade Crosstabulation

			Nacionalidade										
			Portuguesa	Inglesa	Francesa	Holandesa	Brasileira	Alemã	Moldava	Sueca	Belga	Angolana	Total
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Neutro	Count	7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	100,0%
Importante	Count	152	1	0	0	1	1	0	0	1	0	156	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	97,4%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	100,0%	
Muito importante	Count	95	1	2	1	0	1	1	1	0	0	102	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	93,1%	1,0%	2,0%	1,0%	0,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total		Count	259	2	2	1	1	2	1	1	1	271	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	95,6%	0,7%	0,7%	0,4%	0,4%	0,7%	0,4%	0,4%	0,4%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,212 ^a	27	,025
Likelihood Ratio	19,785	27	,840
Linear-by-Linear Association	,003	1	,954
N of Valid Cases	271		

a. 37 cells (92,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 7 - Habilitações literárias

Observar a atividade artesanal da extração do sal * Habilitações Literárias Crosstabulation

			Habilitações Literárias			
			Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Superior	Total
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count	4	1	0	5
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	80,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	Neutro	Count	1	5	2	8
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%
Importante	Count	40	67	49	156	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	25,6%	42,9%	31,4%	100,0%	
Muito importante	Count	14	28	60	102	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	13,7%	27,5%	58,8%	100,0%	
Total		Count	59	101	111	271
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	21,8%	37,3%	41,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,929 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	30,727	6	,000
Linear-by-Linear Association	22,077	1	,000
N of Valid Cases	271		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,09.

Quadro 8 - As Salinas foram no dia da visita o principal destino turístico dos seus visitantes

Observar a atividade artesanal da extração do sal * As Salinas foram o principal destino da visita? Crosstabulation

			As Salinas foram o principal destino da visita?			Total
			Sim	Não	outro	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count	2	3	0	5
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	Neutro	Count	0	8	0	8
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Importante	Count	72	81	2	155	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	46,5%	52,3%	1,3%	100,0%	
Muito Importante	Count	63	36	3	102	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	61,8%	35,3%	2,9%	100,0%	
Total	Count	137	128	5	270	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	50,7%	47,4%	1,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,097 ^a	6	,009
Likelihood Ratio	20,326	6	,002
Linear-by-Linear Association	7,455	1	,006
N of Valid Cases	270		

a. 3 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Quadro 9 - Meio de transporte utilizado

Observar a atividade artesanal da extração do sal * Meio de Transporte utilizado Crosstabulation

			Meio de Transporte utilizado			Total
			Automóvel	Autocarro	Outro	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count	4	0	1	5
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	80,0%	0,0%	20,0%	100,0%
	Neutro	Count	4	1	3	8
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	50,0%	12,5%	37,5%	100,0%
Importante	Count	120	22	14	156	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	76,9%	14,1%	9,0%	100,0%	
Muito Importante	Count	78	19	5	102	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	76,5%	18,6%	4,9%	100,0%	
Total	Count	206	42	23	271	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	76,0%	15,5%	8,5%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,708 ^a	6	,048
Likelihood Ratio	9,951	6	,127
Linear-by-Linear Association	2,120	1	,145
N of Valid Cases	271		

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,42.

Quadro 10 - Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior

Observar a atividade artesanal da extração do sal * Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior? Crosstabulation

			Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior?					Total
			1 a 2 horas	a manhã	a tarde	o dia todo	mais que um dia	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count	3	0	0	0	1	4
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100,0%
	Neutro	Count	6	0	1	1	0	8
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	75,0%	0,0%	12,5%	12,5%	0,0%	100,0%
Importante	Count	88	11	26	18	11	154	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	57,1%	7,1%	16,9%	11,7%	7,1%	100,0%	
Muito Importante	Count	37	13	14	29	9	102	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	36,3%	12,7%	13,7%	28,4%	8,8%	100,0%	
Total	Count	134	24	41	48	21	268	
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	50,0%	9,0%	15,3%	17,9%	7,8%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,093 ^a	12	,020
Likelihood Ratio	26,075	12	,010
Linear-by-Linear Association	9,653	1	,002
N of Valid Cases	268		

a. 10 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,31.

Quadro 11.1 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas - sal

Crosstab

			sal		Total
			Sim	Não	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 20,0%	4 80,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2 25,0%	6 75,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	89 58,6%	63 41,4%	152 100,0%
	Muito Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	75 75,0%	25 25,0%	100 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	167 63,0%	98 37,0%	265 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,393 ^a	3	,001
Likelihood Ratio	16,477	3	,001
Linear-by-Linear Association	15,555	1	,000
N of Valid Cases	265		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,85.

Quadro 11.2 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas - nenhuma das anteriores

Crosstab

			nenhuma das anteriores		Total
			Sim	Não	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2 40,0%	3 60,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	6 75,0%	2 25,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	46 30,3%	106 69,7%	152 100,0%
	Muito Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	13 13,0%	87 87,0%	100 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	67 25,3%	198 74,7%	265 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,023 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	20,294	3	,000
Linear-by-Linear Association	16,157	1	,000
N of Valid Cases	265		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,26.

Quadro 12 - Oferta de Serviços prestados por um Centro de Interpretação

Observar a atividade artesanal da extração do sal ' Um Centro de Interpretação ajudaria a melhor compreender a envolvimento histórico-cultural de Rio Maior? Crosstabulation

			Um Centro de Interpretação ajudaria a melhor compreender a envolvimento histórico-cultural de Rio Maior?		Total
			Sim	Não	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	4 80,0%	1 20,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	7 87,5%	1 12,5%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	145 94,2%	9 5,8%	154 100,0%
	Muito importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	101 100,0%	0 0,0%	101 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	257 95,9%	11 4,1%	268 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,149 ^a	3	,017
Likelihood Ratio	12,179	3	,007
Linear-by-Linear Association	10,058	1	,002
N of Valid Cases	268		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.

Quadro 13.1 - Motivação - Património Natural

Crosstab

			Património Natural				Total
			Pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	3 60,0%	2 40,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	1 12,5%	7 87,5%	0 0,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2 1,3%	2 1,3%	76 48,7%	76 48,7%	156 100,0%
	Muito importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	3 2,9%	27 26,5%	72 70,6%	102 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2 0,7%	6 2,2%	113 41,7%	150 55,4%	271 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28,365 ^a	9	,001
Likelihood Ratio	31,181	9	,000
Linear-by-Linear Association	14,476	1	,000
N of Valid Cases	271		

a. 12 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Quadro 13.2 - Motivação - Conhecer um ambiente rural

Crosstab

			Conhecer o ambiente rural					Total
			Nada importante	Pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	4 80,0%	1 20,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	2 25,0%	6 75,0%	0 0,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	11 7,1%	48 30,8%	85 54,5%	12 7,7%	156 100,0%
	Muito importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 1,0%	4 4,1%	21 21,4%	51 52,0%	21 21,4%	98 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 0,4%	15 5,6%	75 28,1%	143 53,6%	33 12,4%	267 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,890 ^a	12	,029
Likelihood Ratio	23,527	12	,024
Linear-by-Linear Association	7,708	1	,005
N of Valid Cases	267		

a. 12 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 13.3 - Motivação - Escapar à confusão urbana

				Escapar à confusão urbana					Total
				Nada Importante	Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count	1	0	1	2	1	5	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	20,0%	0,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%	
	Neutro	Count	0	1	1	3	3	8	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	12,5%	12,5%	37,5%	37,5%	100,0%	
Importante	Count	0	10	35	79	30	154		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	6,5%	22,7%	51,3%	19,5%	100,0%		
Muito importante	Count	4	9	22	34	32	101		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	4,0%	8,9%	21,8%	33,7%	31,7%	100,0%		
Total		Count	5	20	59	118	66	268	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1,9%	7,5%	22,0%	44,0%	24,6%	100,0%	

Chi Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,399 ^a	12	,018
Likelihood Ratio	21,351	12	,045
Linear-by-Linear Association	,008	1	,929
N of Valid Cases	268		

a. 12 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Quadro 13.4 - Motivação - Integração no PNSAC

				Integração no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros					Total
				Nada Importante	Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count	0	0	2	1	2	5	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	0,0%	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%	
	Neutro	Count	0	0	3	5	0	8	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	0,0%	37,5%	62,5%	0,0%	100,0%	
Importante	Count	1	3	47	82	22	155		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,6%	1,9%	30,3%	52,9%	14,2%	100,0%		
Muito importante	Count	5	0	28	37	28	98		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	5,1%	0,0%	28,6%	37,6%	28,6%	100,0%		
Total		Count	6	3	80	125	52	266	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2,3%	1,1%	30,1%	47,0%	19,5%	100,0%	

Chi Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,236 ^a	12	,047
Likelihood Ratio	23,668	12	,023
Linear-by-Linear Association	,183	1	,669
N of Valid Cases	266		

a. 14 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Quadro 13.5 - Motivação - Conhecer novos lugares e pessoas

				Conhecer novos lugares e pessoas					Total
				Nada Importante	Pouco Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count	0	1	3	1	0	5	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,0%	100,0%	
	Neutro	Count	0	0	1	4	3	8	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	0,0%	12,5%	50,0%	37,5%	100,0%	
Importante	Count	1	6	23	98	28	156		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,6%	3,8%	14,7%	62,8%	17,9%	100,0%		
Muito importante	Count	0	4	16	44	38	102		
	% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,0%	3,9%	15,7%	43,1%	37,3%	100,0%		
Total		Count	1	11	43	147	69	271	
		% within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0,4%	4,1%	15,9%	54,2%	25,5%	100,0%	

Chi Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,836 ^a	12	,008
Likelihood Ratio	24,766	12	,016
Linear-by-Linear Association	7,405	1	,007
N of Valid Cases	271		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 14.1 - Satisfação - Hospitalidade e acolhimento da população local

			Hospitalidade e Acolhimento da população local				Total
			Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	2 40,0%	3 60,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 12,5%	0 0,0%	7 87,5%	0 0,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	26 17,1%	104 68,4%	22 14,5%	152 100,0%
	Muito Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	10 10,0%	59 59,0%	31 31,0%	100 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 0,4%	38 14,3%	173 65,3%	53 20,0%	265 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50,123 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	27,427	9	,001
Linear-by-Linear Association	14,393	1	,000
N of Valid Cases	265		

a. 9 cells (56,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 14.2 - Satisfação - Beleza Natural

			Beleza Natural			Total
			Razoável	Bom	Muito Bom	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	3 60,0%	2 40,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	6 75,0%	2 25,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	9 5,8%	75 48,1%	72 46,2%	156 100,0%
	Muito Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	30 29,4%	72 70,6%	102 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	9 3,3%	114 42,1%	148 54,6%	271 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,593 ^a	6	,001
Likelihood Ratio	25,918	6	,000
Linear-by-Linear Association	15,912	1	,000
N of Valid Cases	271		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,7.

Quadro 14.3 - Satisfação - Acessos

			Acessos				Total
			Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	3 60,0%	2 40,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	5 62,5%	3 37,5%	0 0,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	2 1,3%	26 16,7%	123 78,8%	5 3,2%	156 100,0%
	Muito Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	4 4,0%	19 19,2%	68 68,7%	8 8,1%	99 100,0%
Total		Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	6 2,2%	53 19,8%	196 73,1%	13 4,9%	268 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,353 ^a	9	,011
Likelihood Ratio	18,192	9	,033
Linear-by-Linear Association	1,941	1	,164
N of Valid Cases	268		

a. 10 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

Quadro 14.4 - Satisfação - Oferta de produtos regionais

			Oferta de produtos regionais					Total
			Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	1 20,0%	4 80,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	1 12,5%	1 12,5%	5 62,5%	1 12,5%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 0,7%	0 0,0%	40 27,4%	97 66,4%	8 5,5%	146 100,0%
	Muito importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	21 21,2%	62 62,6%	16 16,2%	99 100,0%
Total	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	1 0,4%	1 0,4%	63 24,4%	168 65,1%	25 9,7%	258 100,0%	

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41,282 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	17,702	12	,125
Linear-by-Linear Association	4,213	1	,040
N of Valid Cases	258		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 15 - Motivo para revisitar

			Motivo para uma nova visita						Total	
			Mostrar a familiares e amigos que não conheçam	Fazer exercício físico e usufruir da paisagem natural	Tomar café ao fim de semana e relaxar	Por toda a envolvente natural e cultural	Gastronomia local	Passear e conviver com os amigos	Comprar Sal	
Observar a atividade artesanal da extração do sal	Pouco importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 40,0%	0 0,0%	2 40,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Neutro	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	3 37,5%	2 25,0%	0 0,0%	1 12,5%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	8 100,0%
	Importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	48 33,8%	5 3,5%	4 2,8%	22 15,5%	12 8,5%	6 4,2%	7 4,9%	142 100,0%
	Muito importante	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	24 26,1%	1 1,1%	3 3,3%	19 20,7%	4 4,3%	1 1,1%	4 4,3%	92 100,0%
Total	Count % within Observar a atividade artesanal da extração do sal	75 30,4%	8 3,2%	7 2,8%	44 17,8%	16 6,5%	9 3,6%	11 4,5%	247 100,0%	

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	143,710 ^a	105	,007
Likelihood Ratio	95,849	105	,727
Linear-by-Linear Association	2,796	1	,094
N of Valid Cases	247		

a. 135 cells (93,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadros H3

Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na hotelaria local.

Quadro 16.1 - Motivação - Relaxar/Descontrair

			Relaxar/Descontrair			Total
			Pouco Importante	Importante	Muito Importante	
se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	Casa de familiares/amigos	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	2 40,0%	3 60,0%	5 100,0%
	Turismo Rural	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	6 75,0%	2 25,0%	8 100,0%
	Outro	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
Total		Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 7,1%	8 57,1%	5 35,7%	14 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,715 ^a	4	,003
Likelihood Ratio	8,801	4	,066
Linear-by-Linear Association	2,777	1	,096
N of Valid Cases	14		

a. 9 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Quadro 16.2 - Motivação - Gastronomia local

			A Gastronomia local				Total
			Nada Importante	Neutro	Importante	Muito Importante	
se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	Casa de familiares/amigos	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	1 20,0%	2 40,0%	2 40,0%	5 100,0%
	Turismo Rural	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	4 50,0%	4 50,0%	0 0,0%	8 100,0%
	Outro	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
Total		Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 7,1%	5 35,7%	6 42,9%	2 14,3%	14 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,293 ^a	6	,006
Likelihood Ratio	11,886	6	,065
Linear-by-Linear Association	4,020	1	,045
N of Valid Cases	14		

a. 12 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Quadro 16.3 - Motivação - Passar o tempo com familiares/amigos

			Passar o tempo com familiares/amigos			Total
			Neutro	Importante	Muito Importante	
se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	Casa de familiares/amigos	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	0 0,0%	5 100,0%	5 100,0%
	Turismo Rural	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 12,5%	6 75,0%	1 12,5%	8 100,0%
	Outro	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	1 100,0%
Total		Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 7,1%	7 50,0%	6 42,9%	14 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,708 ^a	4	,030
Likelihood Ratio	13,380	4	,010
Linear-by-Linear Association	7,885	1	,005
N of Valid Cases	14		

a. 9 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Quadro 16.4 - Motivação - Conhecer novos lugares e pessoas

			Conhecer novos lugares e pessoas		Total
			Neutro	Importante	
se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	Casa de familiares/amigos	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 20,0%	4 80,0%	5 100,0%
	Turismo Rural	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	0 0,0%	8 100,0%	8 100,0%
	Outro	Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	1 100,0%	0 0,0%	1 100,0%
Total		Count % within se Rio Maior, qual a opção de alojamento?	2 14,3%	12 85,7%	14 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,467 ^a	2	,024
Likelihood Ratio	6,479	2	,039
Linear-by-Linear Association	,011	1	,916
N of Valid Cases	14		

a. 5 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

Quadros H3

Os visitantes das Salinas de Rio Maior são os grandes responsáveis pela ocupação na restauração local.

Quadro 17 - Género

			Género		Total
			Masculino	Feminino	
Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	até 10€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	30 53,6%	26 46,4%	56 100,0%
	de 11 a 15€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	37 60,7%	24 39,3%	61 100,0%
	de 16 a 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	15 83,3%	3 16,7%	18 100,0%
	mais de 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	0 0,0%	3 100,0%	3 100,0%
Total		Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	82 59,4%	56 40,6%	138 100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,495 ^a	3	,023
Likelihood Ratio	11,042	3	,012
Linear-by-Linear Association	,844	1	,358
N of Valid Cases	138		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,22.

Quadro 18 - Nacionalidade

Crosstab

			Nacionalidade							Total
			Portuguesa	Inglesa	Francesa	Holandesa	Brasileira	Alemã	Belga	
Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	até 10€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	56 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	56 100,0%
	de 11 a 15€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	55 90,2%	2 3,3%	2 3,3%	1 1,6%	0 0,0%	0 0,0%	1 1,6%	61 100,0%
	de 16 a 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	17 94,4%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 5,6%	0 0,0%	18 100,0%
	mais de 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	2 66,7%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 33,3%	0 0,0%	0 0,0%	3 100,0%
Total		Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	130 94,2%	2 1,4%	2 1,4%	1 0,7%	1 0,7%	1 0,7%	1 0,7%	138 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	59,787 ^a	18	,000
Likelihood Ratio	22,100	18	,228
Linear-by-Linear Association	5,004	1	,025
N of Valid Cases	138		

a. 25 cells (89,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Quadro 19 - Rendimento mensal do agregado familiar

Crosstab

			Rendimento Mensal do Agregado Familiar			Total
			de 0-1000€	de 1001-3000€	Mais de 3000€	
Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	até 10€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	20 39,2%	29 56,9%	2 3,9%	51 100,0%
	de 11 a 15€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	13 23,6%	34 61,8%	8 14,5%	55 100,0%
	de 16 a 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	1 5,9%	11 64,7%	5 29,4%	17 100,0%
	mais de 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	0 0,0%	1 50,0%	1 50,0%	2 100,0%
Total		Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	34 27,2%	75 60,0%	16 12,8%	125 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,857 ^a	6	,016
Likelihood Ratio	16,491	6	,011
Linear-by-Linear Association	14,724	1	,000
N of Valid Cases	125		

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,26.

Quadro 20 - Como teve conhecimento da existência das Salinas - Rádio

Crosstab

			Rádio		Total
			Sim	Não	
Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	até 10€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	0 0,0%	26 100,0%	26 100,0%
	de 11 a 15€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	0 0,0%	35 100,0%	35 100,0%
	de 16 a 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	1 12,5%	7 87,5%	8 100,0%
	mais de 20€	Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	0 0,0%	3 100,0%	3 100,0%
Total		Count % within Em caso de restaurante local, quanto estipulou gastar por pessoa	1 1,4%	71 98,6%	72 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,113 ^a	3	,044
Likelihood Ratio	4,511	3	,211
Linear-by-Linear Association	2,227	1	,136
N of Valid Cases	72		

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Quadros H5

As Infraestruturas existentes nas Salinas satisfazem as necessidades dos visitantes.

Quadro 21 - Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior

Crosstab

			Quanto tempo tenciona ficar na região de Rio Maior?					Total
			1 a 2 horas	a manhã	a tarde	o dia todo	mais que um dia	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	3	0	2	4	0	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	33,3%	0,0%	22,2%	44,4%	0,0%	100,0%
	Mau	Count	37	5	11	7	5	65
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	56,9%	7,7%	16,9%	10,8%	7,7%	100,0%
	Razoável	Count	42	11	15	11	5	84
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	50,0%	13,1%	17,9%	13,1%	6,0%	100,0%	
	Bom	Count	16	2	2	11	3	34
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	47,1%	5,9%	5,9%	32,4%	8,8%	100,0%	
	Muito Bom	Count	0	1	0	0	0	1
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total		Count	98	19	30	33	13	193
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	50,8%	9,8%	15,5%	17,1%	6,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,452 ^a	16	,037
Likelihood Ratio	23,205	16	,108
Linear-by-Linear Association	,330	1	,565
N of Valid Cases	193		

a. 13 cells (52,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Quadro 22.1 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas – visitas guiadas

			visitas guiadas		Total
			Sim	Não	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	2	7	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	22,2%	77,8%	100,0%
	Mau	Count	1	63	64
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	1,6%	98,4%	100,0%
	Razoável	Count	8	76	84
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	9,5%	90,5%	100,0%	
	Bom	Count	7	27	34
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	20,6%	79,4%	100,0%	
	Muito Bom	Count	0	1	1
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	100,0%	100,0%	
Total		Count	18	174	192
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	9,4%	90,6%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,484 ^a	4	,022
Likelihood Ratio	12,228	4	,016
Linear-by-Linear Association	3,674	1	,055
N of Valid Cases	192		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Quadro 22.2 - Que outros produtos/serviços pretende adquirir nas Salinas - outros

			outro(s)		Total
			Sim	Não	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	2	7	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	22,2%	77,8%	100,0%
	Mau	Count	3	61	64
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	4,7%	95,3%	100,0%
	Razoável	Count	1	83	84
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	1,2%	98,8%	100,0%	
	Bom	Count	2	32	34
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	5,9%	94,1%	100,0%	
	Muito Bom	Count	0	1	1
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	100,0%	100,0%	
Total		Count	8	184	192
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	4,2%	95,8%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,549 ^a	4	,049
Likelihood Ratio	6,695	4	,153
Linear-by-Linear Association	1,865	1	,172
N of Valid Cases	192		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Quadro 23.1 - Satisfação - Hospitalidade e acolhimento da população local

Crosstab

			Hospitalidade e Acolhimento da população local				Total
			Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	0	1	6	2	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	11,1%	66,7%	22,2%	100,0%
	Mau	Count	1	15	45	4	65
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	1,5%	23,1%	69,2%	6,2%	100,0%
	Razoável	Count	0	12	59	12	83
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	14,5%	71,1%	14,5%	100,0%
	Bom	Count	0	5	16	13	34
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	14,7%	47,1%	38,2%	100,0%
	Muito Bom	Count	0	0	1	0	1
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	1	33	127	31	192
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,5%	17,2%	66,1%	16,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,367 ^a	12	,045
Likelihood Ratio	20,374	12	,060
Linear-by-Linear Association	7,163	1	,007
N of Valid Cases	192		

a. 10 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

Quadro 23.2 - Satisfação - Oferta gastronómica

Crosstab

			Oferta gastronómica			Total
			Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	4	3	0	7
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	Mau	Count	19	34	3	56
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	33,9%	60,7%	5,4%	100,0%
	Razoável	Count	21	41	13	75
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	28,0%	54,7%	17,3%	100,0%
	Bom	Count	2	22	8	32
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	6,2%	68,8%	25,0%	100,0%
	Muito Bom	Count	0	1	0	1
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	46	101	24	171
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	26,9%	59,1%	14,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,608 ^a	8	,024
Likelihood Ratio	20,977	8	,007
Linear-by-Linear Association	14,488	1	,000
N of Valid Cases	171		

a. 7 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

Quadro 23.3 - Satisfação - Serviço de informação e apoio aos turistas

		Serviço de Informação e apoio aos turistas					Total
		Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count 2 40,0%	1 20,0%	1 20,0%	1 20,0%	0 0,0%	5 100,0%
	Mau	Count 2 3,2%	2 3,2%	37 58,7%	19 30,2%	3 4,8%	63 100,0%
	Razoável	Count 1 1,2%	5 6,0%	32 38,6%	39 47,0%	6 7,2%	83 100,0%
	Bom	Count 0 0,0%	0 0,0%	7 21,2%	19 57,6%	7 21,2%	33 100,0%
	Muito Bom	Count 0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%
Total	Count 5 2,7%	8 4,3%	77 41,6%	78 42,2%	17 9,2%	185 100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	63,143 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	40,359	16	,001
Linear-by-Linear Association	26,669	1	,000
N of Valid Cases	185		

a. 17 cells (68,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Quadro 23.4 - Satisfação - Acessos

		Acessos				Total
		Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count 0 0,0%	4 44,4%	4 44,4%	1 11,1%	9 100,0%
	Mau	Count 2 3,0%	10 15,2%	50 75,8%	4 6,1%	66 100,0%
	Razoável	Count 1 1,2%	21 25,0%	60 71,4%	2 2,4%	84 100,0%
	Bom	Count 1 2,9%	4 11,8%	26 76,5%	3 8,8%	34 100,0%
	Muito Bom	Count 0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%
Total	Count 4 2,1%	39 20,1%	140 72,2%	11 5,7%	194 100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,051 ^a	12	,008
Likelihood Ratio	16,278	12	,179
Linear-by-Linear Association	,943	1	,332
N of Valid Cases	194		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Quadro 23.5 - Satisfação - Estacionamento

			Estacionamento					Total
			Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	3	4	2	0	0	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	33,3%	44,4%	22,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	Mau	Count	4	20	33	8	0	65
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	6,2%	30,8%	50,8%	12,3%	0,0%	100,0%
	Razoável	Count	0	8	49	27	1	85
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	9,4%	57,6%	31,8%	1,2%	100,0%	
	Bom	Count	0	7	9	14	4	34
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	20,6%	26,5%	41,2%	11,8%	100,0%	
	Muito Bom	Count	0	0	1	0	0	1
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total		Count	7	39	94	49	5	194
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)		3,6%	20,1%	48,5%	25,3%	2,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71,070 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	61,869	16	,000
Linear-by-Linear Association	35,489	1	,000
N of Valid Cases	194		

a. 16 cells (84,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Quadro 23.6 - Satisfação - Sinalética

			Sinalética					Total
			Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	1	4	0	4	0	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	11,1%	44,4%	0,0%	44,4%	0,0%	100,0%
	Mau	Count	0	3	28	29	4	64
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	4,7%	43,8%	45,3%	6,2%	100,0%
	Razoável	Count	0	2	26	48	4	80
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	2,5%	32,5%	60,0%	5,0%	100,0%	
	Bom	Count	0	3	7	16	4	30
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	10,0%	23,3%	53,3%	13,3%	100,0%	
	Muito Bom	Count	0	0	0	0	1	1
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
Total		Count	1	12	61	97	13	184
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)		0,5%	6,5%	33,2%	52,7%	7,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65,781 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	37,002	16	,002
Linear-by-Linear Association	9,172	1	,002
N of Valid Cases	184		

a. 17 cells (68,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

Quadro 23.7 - Satisfação - Oferta de produtos regionais

			Oferta de produtos regionais					Total
			Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Muito mau	Count	1	0	4	3	1	9
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	11,1%	0,0%	44,4%	33,3%	11,1%	100,0%
	Mau	Count	0	1	22	41	1	65
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	1,5%	33,8%	63,1%	1,5%	100,0%
	Razoável	Count	0	0	18	58	9	85
% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)		0,0%	0,0%	21,2%	68,2%	10,6%	100,0%	
Bom	Count	0	0	2	23	7	32	
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	0,0%	6,2%	71,9%	21,9%	100,0%	
Muito Bom	Count	0	0	0	1	0	1	
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
Total		Count	1	1	46	126	18	192
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,5%	0,5%	24,0%	65,6%	9,4%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,019 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	31,632	16	,011
Linear-by-Linear Association	21,448	1	,000
N of Valid Cases	192		

a. 16 cells (84,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Quadro 23.8 - Satisfação - Relação preço/qualidade do alojamento

			Relação preço/qualidade no alojamento				Total
			Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	
Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	Mau	Count	1	4	1	0	6
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	16,7%	66,7%	16,7%	0,0%	100,0%
	Razoável	Count	0	10	4	2	16
% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)		0,0%	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%	
Bom	Count	0	4	12	1	17	
	% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	0,0%	23,5%	70,6%	5,9%	100,0%	
Total		Count	1	18	17	3	39
		% within Infraestruturas de apoio (instalações sanitárias e parque de merendas)	2,6%	46,2%	43,6%	7,7%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,982 ^a	6	,020
Likelihood Ratio	13,963	6	,030
Linear-by-Linear Association	6,597	1	,010
N of Valid Cases	39		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Anexo IV

Transcrição das entrevistas aplicadas a Unidades de Alojamento

Esta página foi propositadamente deixada em branco

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas têm um certo interesse... não é? Muita gente passa por ali, mas passa! Percebeu? Aquilo também se vê em pouco tempo! Passa... mas vem ali muita gente durante o ano. Nós, no caso, e na circunstância como hoteleiros, eu não noto impacto, a não ser um casal, de vez em quando, que andam a dar volta ao país e que terminam por aqui o seu dia e ficam uma noite. A restauração em si tem mais proveitos do que a hotelaria, na minha opinião, e eu estou aqui com esta casa aberta já há 30 anos.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Eu acho que sim. A Câmara não tem lá um posto? Eu acho que eles... a obrigação deve ser essa... também é para isso que lá estão! Só o posto de turismo, perguntas... respostas. Mas demais ali, as pessoas vão ver, acho que não tem ninguém a acompanhar.

Penso que terão só mesmo a grupos e mercados.

E além disso as Salinas trabalham, depende dos anos, quatro meses. Agora acho que já estão a trabalhar.

Penso que vão começar, daqui a sensivelmente 15 dias, ainda a limpar, para depois começarem a produção.

E quando o tempo o permite, vão até setembro, ou até pode ir depois de setembro.

O ano passado como tempo bom que esteve, conseguiram chegar a novembro... que foi assim uma coisa... fora do normal, que não é habitual.

Pois, porque quando chove a exploração acaba, fica tudo estragado e depois nessa época morta, estão lá os talhos com água, de inverno, e aquilo não tem nada assim de especial, só no verão.

Penso que até já me respondeu a esta questão... mas considera que depende economicamente dos turistas que visitam as Salinas de Rio Maior?

Não... não!

Não tem qualquer impacto na ocupação?

Não, é isso... a referência que eu já lhe fiz, um casal que anda pelo país a ver coisas novas e que termina por aqui o dia. Agora marcações porque temos aí um encontro nas Salinas, não existe. As excursões... acho que tem excursões, eu estou aqui não sei o que lá é passado, evidentemente, mas, mais generalizado nas escolas.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção das Salinas de Rio Maior?

Rio Maior faz! Faz divulgação e faz promoção!

O que conhece relativamente à promoção e à publicidade que é feita? Que ações conhece?

As da Câmara, de vez em quando em pequenos guias do concelho, as Salinas aparecem sempre em primeiro lugar. Quanto aos particulares, não fazem... não é? Só entidades oficiais, a Câmara é que fazem... mas fazem! Aí na beira da estrada, ex N1, quando é na altura da feira... sempre as Salinas.

O que acha que deveria ainda ser feito nas Salinas? Indique sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a atrair um maior fluxo de turistas.

(silêncio...)

Não tem propriamente uma opinião sobre o que mais poderia ser feito... alguma ideia sobre a dinamização que se poderia dar ao espaço?

Parece que havia uma possibilidade de explorar num grau industrial, de verão e de inverno, mas aquilo está ligado a uma situação de exploração semi-individual em talhos, um tem uma meia dúzia, outro tem um, outro tem cinco, outro tem dez, outro tem não sei

quantos... se fosse generalizado com um furo, retirar mais água e... depois tinha de entrar a indústria. Ali está a temperatura... Numa outra exploração tinha de entrar a indústria, mas isso não é possível.

Há um rapaz que fez lá um furo, tem lá uma casa e fez um furo aí a uns 100 metros, um pouco mais, do poço e começou a sair sal. Aquilo é uma jazida de sal em que aquela nascente passa pela jazida de sal e então arrasta... a corrente arrasta a água que é muito mais salgada que a do mar.

Nome: José Pereira Barreira	Idade: 82
Alojamento <input checked="" type="checkbox"/> Restauração <input type="checkbox"/>	
Identificação: Rio Maior Hotel	
Data: 16/05/2012	Hora: 17h 00m
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
Barreira	

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas de Rio Maior, acho que são do maior interesse para o desenvolvimento do concelho de Rio Maior. Penso que é o ex-libris da nossa cidade, é o que nós temos para vender a quem nos visita. É o único potencial turístico que eu conheço de maior expressão ao nível do nosso concelho mas... peca por ter pouca ocupação para as pessoas que nos visitam. Portanto, as pessoas que se dirigem às Salinas, na minha opinião, fazem uma visita de meia hora e praticamente o assunto fica visto e fica explicado.

Da parte da autarquia parece que já conseguiram arranjar alguém, que antigamente não existia, para dar uma breve explicação. Não sei se tem que ser por marcação prévia, se está sempre disponível. Penso também que é uma mais-valia e que é importante para as pessoas que visitam para saber a história das Salinas, como é que funcionam, a razão de ser da existência de sal aqui em Rio Maior, dada a distância que existe do mar e, portanto, penso que tem todo o interesse numa vertente diferente daquilo que é o hotel.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Nunca estive nessa posição... acho que pelo menos nunca ouvi nada em contrário... só pecava por não haver esse acompanhamento. Continuo a pensar que há necessidade de criar novas valências junto das Salinas para o desenvolvimento das mesmas, é preciso criar alguns atrativos, algumas situações de diversão, divertimentos, um maior número, se calhar, de restaurantes para fixar ali.

Possivelmente até seria importante criar ali um espaço onde as pessoas que param de autocarro, tivessem mais serviços adicionais, nomeadamente, se calhar, ao nível dos pequenos-almoços, haver aqui uma cooperação entre entidades de maneira a que as pessoas chegassem ali, por exemplo, parassem o autocarro, tivessem onde tomar o pequeno-almoço, a seguir visitavam e depois, se calhar, criar ali qualquer coisa à volta que fixasse mais tempo as pessoas nas Salinas.

Pois... que os fizesse ficar mais tempo.

Agora nunca ouvi dizer que as pessoas não eram bem recebidas, o que eu acho é que tem que haver capital humano para dar e explicar às pessoas o que é as Salinas, o que é que compõe as Salinas... acho que

isso é importantíssimo. Acho que são bem recebidas.

Considera que (o hotel) depende economicamente dos turistas que visitam as Salinas?

Zero! As Salinas não nos trazem qualquer tipo de pessoas que venham visitar aqui a... nós é que, pelo contrário, fazemos o nosso trabalho, divulgamos, damos a conhecer, aconselhamos as pessoas a visitar as Salinas, indicamos os restaurantes que existem lá como possíveis sítios onde as pessoas possam aproveitar para jantar ou almoçar e dar uma voltinha às Salinas mas... pessoas que se deslocam para aqui para visitar as Salinas...

Das pessoas que ficam aqui, sente que são pessoas que vêm por outros motivos que não as Salinas. Não fica cá ninguém com o principal objetivo de ir visitar as Salinas?

Há dez anos que aqui estou, nunca senti isso, acho que nem um cliente veio cá por essa razão. Aquilo vê-se num bocadinho, só se vierem para aqui enganadas, a pensar que isto é outra coisa. Se vierem nesse aspeto... poderão vir aqui, mas vêm enganadas, completamente enganadas!

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que tem sido feita às Salinas de Rio Maior? Já me respondeu, basicamente, que o hotel tem também um papel importante nesse aspeto... O que é que acha daquilo que tem sido feito... o que é que conhece da divulgação?

Eu acho que tem sido feito o papel, tanto da parte da autarquia, como de associações, acho que existe lá uma associação, quer do posto de turismo que lá existe, parece que a junta de freguesia também é capaz de ter algumas competências, penso que toda a gente faz o melhor que pode.

Agora, não é fácil divulgar muito mais, quer dizer, é só passar a mensagem que existe para passar, e tentar criar circuitos de passagem de pessoas, excursões, autocarros, pessoas que possam vir ali visitar. Quer dizer, há sempre mais qualquer coisa a fazer mas, mais do que aquilo que tem sido feito, só havendo ali uma situação que realmente fixe ali as pessoas... e as Salinas é aquilo! Quer dizer, não há que pensar que há ali mais para dar. Há que tentar divulgar e continuar a divulgar, mas não sei qual é a solução. Penso que era necessário fazer ali qualquer coisa, um parque de diversões, um parque aquático, qualquer coisa que fizesse com que as pessoas aproveitassem, visitassem as Salinas e tivessem ali mais qualquer coisa.

Eu ia perguntar-lhe sobre isso mesmo... O que acha que deveria ser feito e que outras sugestões poderia dar no sentido de atrair maior número de visitantes. Já me está a falar nesses aspetos, dinamizar mais o espaço e fixar as pessoas... que neste momento é aquilo que não existe, portanto, as pessoas passam e não há nada que as faça ficar mais tempo.

Eu fui uma vez a Benidorm e achei graça a uma situação com que fui confrontado e que achei giríssimo. Os hotéis, por exemplo, tinham uma... estavam ligados, está bem que é uma zona turística, mas estavam ligados a uma série de setores e nós fomos convidados a visitar uma fábrica de peles, no fundo era vender casacos. Quer dizer, mas andámos ali as voltas, iam-nos explicando tudo aquilo que existia junto aquela zona, para no fundo nos levar a uma fábrica, diziam que era peles mas era com o objetivo de nos vender casacos. Mas acabámos por dar ali uma série de voltas de autocarro, visitávamos isto, visitávamos aquilo, havia ali uma malandrice no meio daquela história, mas a verdade é que funcionava. E uma pessoa passava um dia até bem passado, conheci uma série de coisas que nem julgava que existiam e que, se calhar, por ser numa zona turística de praia nós acabaríamos por

visitar e ficar só na praia, e acabámos por fazer ali um percurso, que se calhar quem pagava o percurso seria a fábrica que tinha pretensões de nos vender os casacos mas, por outro lado, as pessoas acabavam por ir. Quer dizer... não sei... estou a dar-lhe um exemplo de uma situação que eu vi, como é que o interesse económico consegue sustentar ali um entretenimento, no fundo nas pessoas que acabam até por passar um dia bem passado, visitar ir jantar ou almoçar a um sítio... percebe? Não sei se também passará por aí, uma coisa deste género. Porque há aqui mais quatro ou cinco coisas, ali, nomeadamente nas Alcobertas, existe também um museu rural em São João da Ribeira, existe também qualquer coisa e já foi sede de concelho em Azambujeira, é uma localidade com algum interesse e, se calhar, criar esse mesmo roteiro, quer dizer, conseguir passar aos operadores turísticos que é possível, além das Salinas, mais qualquer coisa. Agora da parte das Salinas também tem que ser feito um trabalho... eu, se calhar, tenho aqui uma pastelaria ao lado e até estou a falar contra mim, porque de vez em quando param aqui autocarros que vão visitar as Salinas, mas dá-me a sensação que, por exemplo, um autocarro que chegue ali de manhã, às sete ou oito da manhã, se calhar se houvesse ali um serviço de cafetaria, que soubesse receber as pessoas e terem logo ali um sítio para tomar o pequeno-almoço, as pessoas acabavam por... por acaso há restaurantes. Agora... um parque aquático? Será que o Parque Natural Serra de Aire e Candeeiros permite também fazer qualquer coisa? Diz que não a tudo, também... também há ali algumas limitações, quer dizer, o estar inserido num Parque Natural também tem limitações.

Já me lembrei há dias, sugeri isso até a nível da Câmara... porque não fazer aqui uma telenovela, conseguir trazer uma telenovela aqui para as Salinas? Aquilo tem tudo quanto é bonito, e acho que era espetacular. Se se consegue arranjar histórias, romances, peripécias, pessoas que fugiram, porque não fazer uma telenovela nas Salinas? Contactar por exemplo uma... não sei... não conheço... não é a minha área, mas uma TVI, tanta televisão tem tanta coisa que faz telenovelas por tudo e por nada, e em zonas até simpáticas e ali, por acaso, até acho que fazia sentido.

Seria uma forma de divulgar...

Eu acho que uma telenovela era uma coisa que fazia ali, que era a maior divulgação que às vezes alguém podia fazer, e claro, depois saber aproveitar isso a seguir, não é? Eu dei essa sugestão aí a uma pessoa ligada à Câmara, que ficou a olhar para mim porque nunca pensou que eu dissesse uma coisa daquelas. Mas quer dizer, acho que era uma ideia lindíssima fazer ali... arranjar ali um enredo qualquer, ou alguém que fugiu ... Mas qualquer enredo se pode criar ali dentro, nem que as pessoas vivessem ali algum tempo, ou trabalhassem daquilo, vivessem daquilo. Podia-se arranjar ali um enredo qualquer, uma história de amor até, sei lá. Por acaso eu acho que era uma coisa giríssima. Divulgava as Salinas a nível nacional como mais nada conseguiria divulgar... agora isto é sonhar não é? Eu acho que toda a gente teria a curiosidade, mais tarde, de vir visitar as Salinas. Acho que era a melhor coisa que se podia fazer.

Mais cedo ou mais tarde ia despertar essa curiosidade naqueles que não conhecem.

Em todas as telenovelas que foram feitas nos Açores, com aquelas paisagens lindas, a pessoa fica com vontade de lá ir, não é? Está bem que é uma coisa diferente... mas aqui podia criar a...

Sim... e não só nos Açores como noutros pontos do país, que às vezes são menos visíveis, pelo menos para algumas pessoas e depois eles mostram tudo aquilo que é mais bonito e de uma forma diferente...

pronto... é esse o papel deles.

As Salinas é aquilo, quer dizer... também não... as pessoas... eu percebo a vontade dos políticos, as pessoas que estão nuns terminados cargos querer passar a mensagem que as Salinas é um potencial. Tem algum potencial mas é limitativo em termos de quantidade de tempo, daquilo que as pessoas ali fazem... quer dizer... a senhora vai... já foi visitar as Salinas?

Sim, várias vezes! E agora cada vez mais!

Mas meia hora fica... se nada lhe for explicado, se não conversar com alguém que ali trabalhe... Mas tem que haver um esforço, ou da Câmara, ou de alguém que custeie essa disponibilidade da pessoa estar ali quando aparece... quer dizer, os operadores turísticos poderão fazer uma pré-marcação, agora um turista que caia ali casualmente ou de caráter familiar, uma família que ali caia, nem sabe nem haverá, se calhar, ninguém com disposição para dar uma explicação... e faz sentido...

Neste momento sei que no posto de turismo, estão a assegurar as visitas guiadas pré-marcadas a grupos. Ainda anteontem acompanhei uma dessas visitas a um grupo sénior que se deslocou de Braga, já quase ao final do dia, cerca das quatro horas da tarde que depois já iam de regresso a casa. E fazem a grupos de escolas, mas pronto... são marcados. Agora uma família, ou lê os painéis interpretativos que estão à disposição, ou pergunta a alguém e os comerciantes, às vezes também têm esse papel... de explicar um bocadinho. Mas há pessoas que procuram saber e há outras que olham para aquilo e... está visto!

Pois, e é verdade!

E também não percebem nem procuram perceber. Por exemplo, quem chegar lá agora, que ainda nem sequer iniciaram a produção, parece até uma coisa meia abandonada. Se as pessoas não compreenderem isso, olham para aquilo como uma coisa que está vista, sem mais interesse.

Há pouco a acrescentar em relação ao seu pensamento. É o que eu penso também... é o que qualquer pessoa pensa...

Sim, acho que neste momento, daquilo que eu tenho ouvido, é essa a ideia das pessoas com quem tenho falado.

A Câmara faz o que pode, politicamente também tem que transmitir que está a fazer um esforço e acho que recebeu agora um prémio...

Sim... foi o Prémio Geoconservação 2012.

Vale o que vale, quer dizer, para uma pessoa comum pouco acrescenta. Eu por exemplo não sei o que é bem aquilo. Acho que também foi dado a Alcanena, estavam as marcas de dinossauros...

É possível... num outro ano. Sei que as autarquias se candidatam com determinados projetos...

Há um esforço, há vontade, quer dizer mas... aquilo tem pouco para dar, aquilo não tem mais, está tudo tão espremido. Eles tinham no início... criar ali um hotel também, não sei como é que isso está, essa situação do hotel...

Penso que foi aprovado agora.

Foi? Mas o hotel, pronto, se for capitais próprios... se for pessoas que dependam do hotel... ou estão ligadas a um grupo grande, ou se estiverem à espera das Salinas para... não acredito que seja viável...

Nome: <u>Luis Miguel Pereira Nogueira Santo</u> Idade: <u>42</u> (Lic.)
Alojamento <input checked="" type="checkbox"/> Restauração <input type="checkbox"/>
Identificação: <u>Hotel Porto VI</u>
Data: <u>18/05/2012</u> Hora: <u>16h00m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado. <u>Luis Miguel Santo</u>

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Anexo V

Transcrição das entrevistas aplicadas a Unidades de Restauração

Esta página foi propositadamente deixada em branco

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Agora até tem bastante adesão, que há muita gente até a vir visitar as Salinas. Há excursões, muitas excursões organizadas e vêm cá às Salinas. Ali o posto de turismo tem muitas excursões agendadas, muitos grupos, eu até recebo um e-mail a dizer quais são os dias que vêm cá. Eu acho que sim, que de facto, há uma boa adesão às Salinas.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Desde que apareceu agora o posto de turismo, sim, que isto é relativamente recente. Este posto de turismo, tem, se calhar, um ano ou dois, porque antigamente não... não havia nada... as pessoas vinham cá e isto estava completamente desprezado. Isto renasceu, se calhar, há uns quinze anos atrás, desde que a gente estabeleceu o restaurante, ganhou mais um bocadinho de vida e depois disso puxou outras coisas e puxou o turismo, puxou mais lojas, foi-se desenvolvendo outras coisas, porque isto era uma pena, realmente, estar abandonado.

Considera que depende economicamente dos turistas que visitam as Salinas?

Não... não! Nós aqui não! Graças a Deus que a gente tem o nosso restaurante feito, temos a nossa especialidade que é o frango mas, também podemos dizer que, de certa forma, também há alguns turistas que vêm visitar as Salinas e aproveitam e almoçam ou jantam, o que ajuda um bocadinho mas, os nossos clientes habituais são aqui da região... não aqui de Rio Maior... são clientes habituais... vendedores, famílias que vêm de Lisboa, aproveitam e vêm almoçar e depois é que vão visitar as Salinas.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que tem sido feita às Salinas de Rio Maior?

Acho que foi ótima, porque já houve dois ou três programas televisivos que vieram aqui filmar e depois divulgaram durante o telejornal, mesmo a acabar o telejornal. Vieram falar sobre as Salinas, filmaram aqui dentro da churrasqueira, o nosso prato, as nossas sobremesas, o porquê de existir aqui as Salinas. De facto houve um impacto muito grande, naquele fim-de-semana foi uma coisa... foi para esquecer! Veio muito mais gente. Depois houve um programa do Canal 1, onde esteve aqui a Serenela, veio também fazer aqui uma entrevista, veio às Salinas, falou com o Presidente da Cooperativa, esteve aqui dentro, esteve ali naquela loja de artesanato, que é mesmo só artigos regionais das Salinas. E de facto foi mais um impacto muito grande para as Salinas. Há muita gente que está em Angola, Moçambique, RTP África e RTP Internacional e diz "Ó Jorge estávamos na Suíça e vimos lá as Salinas e o teu restaurante". Eles por acaso, neste momento, têm estado a chamar muitas pessoas para vir aqui. Até agora temos aquele programa dos Ídolos, há um rapzinho que é o João Santos, que é aqui das Salinas e a semana passada vieram filmar aqui às Salinas.

Isso vai dar outra visibilidade...

É, vai dar vai dar outra visibilidade. Pronto...calhou a ser um concorrente daqui, não é? Mas onde é que ele veio filmar? Não foi filmar a Rio Maior, veio filmar às Salinas, esteve ali no meio ao pé do poço, ao pé das casas. Pronto... as Salinas em si é uma coisa diferente, de facto é muito diferente.

Portanto aquilo que conhece relativamente à

promoção que tem sido feita às Salinas é mais nesse sentido dos programas televisivos?

Tem muito impacto, a televisão onde ela passa, tem muito impacto.

O que acha que deveria ser feito?

Se calhar arranjar mais condições para os turistas, até a nível de parque de estacionamento para os automóveis.

Isso é talvez o que me vai responder à questão seguinte, que é indicar sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a atrair um maior fluxo de turistas.

É aquilo que eu estava a referir agora, é realmente arranjar um parque de estacionamento para os autocarros que é muito importante e um parque de estacionamento adequado para os automóveis. A gente, neste momento só há aqui um parque de estacionamento que é aquele ali naquele largo, mas ele existe porque a churrasqueira Solar do Sal, que é esta aqui, é que paga ao proprietário do terreno e tem um terreno no qual as pessoas podem estacionar porque senão não havia onde estacionar. As pessoas só podiam passar pelas Salinas, não havia hipótese de estacionar, porque não vão parar na estrada porque senão estão sujeitas a coimas e é um bocadinho desagradável.


Nós temos sítios como Fátima, Santarém, Óbidos que aproveitam o sítio que têm para poder rentabilizar o ambiente em si que eles têm à volta e a gente aqui podia-se aproveitar muito mais, a Câmara... isto podia ser muito mais bem aproveitado. Além disso ser de particulares, estamos a falar das Salinas, do turismo, mas isto é tudo de particulares. Se as pessoas, a Cooperativa e os particulares marcarem ali uma placa a dizer "Proibida a Entrada", ninguém pode lá entrar dentro, porque isto aqui é particular! Todos esses talhos têm um proprietário, uns têm cinco talhos, outros têm vinte, outros têm um, outros têm dois mas é de particulares. Os bares, essas casas todas é casas particulares, só há duas da Cooperativa que é aquela ali de pedra, que é de artigos regionais e aquela onde diz taberna do salineiro, o resto é mesmo tudo de particulares. Só que...também interessa aos particulares estarem aqui e terem condições para trabalhar, mas é pena porque isto podia ser, realmente, mais divulgado e podia ter bem mais condições, até a nível da restauração de algumas casas que estão num estado assim um bocadinho...

Mais degradado...

Mais degradado, mas isso não é a Câmara que vai fazer isso porque aquilo não é deles, aquilo é dos proprietários. Agora se houvesse um fundo comunitário, ou uma coisa qualquer que dissesse aos proprietários "olha... recebem x para poder arranjar a casa mas, tem de estar arranjada", se calhar também era outra coisa, era outro impacto.

Era outro incentivo...

Você vem dali e o que é que vê... isto aqui? Vê uma casa que está mesmo... mesmo quase a cair, as telhas, o proprietário não quer saber da casa, vive noutro sítio. Mas agora, se ele fosse obrigado a remodelar a casa através de uma ajuda qualquer, se calhar era mais bonito para as Salinas, não é? E isto tudo conta. A limpeza, a casa em si, todos gostam de ver, agora, se calhar, daqui a três ou quatro anos, ou cinco ou dez, a casa cai e pronto... fica assim e morre, é uma pena.

Nome: <u>Fernando Manuel Sousa Henriques</u>	Idade: <u>37</u>
Alojamento <input type="checkbox"/> Restauração <input checked="" type="checkbox"/>	
Identificação: <u>Churrasqueira Sobre do Sal</u>	
Data: <u>15/05/2012</u>	Hora: <u>12 h 05 m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
	

A/12 - Sr. José Luís Dias Ricardo Anselmo
Adega do T'Artur

De que forma vê o interesse da atividade turística aqui nas Salinas de Rio Maior?

Aqui na atividade das Salinas... o interesse... é sempre bem vindo os turistas... pronto, é bom para as Salinas, para o conhecimento das Salinas porque há uns anos atrás as Salinas não eram conhecidas, e hoje, atualmente, são mais conhecidas, a nível da internet. Mas eu acho que, na minha maneira de ver, ainda faltam uns *porquezinhos* para que isto funcione melhor. Porque realmente está ali o posto do turismo, mas só isso, às vezes não chega. Havia de haver mais... sei lá... uma organização mais completa a nível de estrutura, de... pronto... mas como as câmaras hoje em dia também há muitos problemas, estão falidas, não é? Como se costuma dizer... e então também existe esse problema. Portanto isso são coisas que já não é do meu conhecimento mas sei que existe essa... Por isso, mais ou menos, eu acho que eles estão a fazer o que podem, porque da maneira como isto está talvez não consigam fazer melhor.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Eu acho que sim, recebem, pronto... a nível das pessoas que estão aí no turismo recebem bem, a outro nível é complicado porque também há pessoas que não estão disponíveis para esses entendimentos... É mais difícil essa gestão. Mas eu acho que a nível delas... vêm as pessoas, elas vão ensinar como as coisas se fazem.

Considera que o seu restaurante depende economicamente dos turistas que visitam as Salinas?

Os turistas são sempre bem-vindos, em tempos de crise é sempre bom que venham turistas porque sempre que vêm são uma ajuda para nós, porque isto também está mau, e quantos mais melhor. Houve uns anos melhores... agora está a piorar, mas tem que haver alguém que diga que... pronto... que há aqui restaurantes, que há isto e que há aquilo.

Então e os seus clientes, são na sua maioria os turistas que vêm aqui? Sente que quem vem visitar, almoça por aqui, ou nem por isso? Ou são as pessoas que habitualmente costumam vir?

Nós temos os nossos clientes certos, e depois há uns clientes que puxam outros, óbvio, tem que ser mesmo assim. E depois temos alguns clientes turistas que também vêm cá... franceses, alemães, ingleses, da Noruega, vários países, holandeses. Também vêm aqui alguns que costumam estar em Óbidos em casas turismo e depois sabem que há as Salinas e vêm visitar. Mas se houvesse mais um bocadinho de publicidade...

Era o que eu lhe ia perguntar... qual é a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que é feita às Salinas?

Hoje já há algumas coisas mas... as Salinas haviam de ser mais conhecidas porque isto a nível nacional... vamos lá ver... isto é uma coisa muito antiga, que não existe no mundo... praticamente não existe no mundo

umas Salinas como estas e era uma coisa que havia de ter mais publicidade, havia de ser talvez mais escrita em livros, em coisas... para as pessoas saberem mais o que há bom cá em Portugal. Porque hoje em dia há muitas pessoas que pensam que não há bom cá em Portugal, mas há o bom cá em Portugal!

O que conhece relativamente à promoção e à publicidade que é feita aqui às Salinas?

Mais a nível da Internet, eles ali do turismo até nos puseram na Internet, nós também pusemos. Mas pronto...isto se fosse mais organizado talvez houvesse mais pessoas a visitar as marinhas. Hoje já vêm mais do que há alguns anos, mas pronto... há muitas pessoas que são de cá de Portugal e não conhecem as Marinhas. Há pessoas que passavam na Nacional 1, que fica pertinho... aí a dois km daqui, na nacional número um antiga, e dizem porque é que há aqui marinhas e nós não conhecíamos isto... nunca ninguém nos disse que havia uma coisa destas... existir umas marinhas aqui e principalmente longe do mar... pronto, ficam admiradas.

O que acha que deveria ser feito ainda aqui nas Salinas?

Eu acho que devia ser feito muita coisa que hoje em dia não é feita. Por exemplo... estão aí essas casinhas... muitas casinhas aí feitas de restauração, umas são bares, outras são restaurantes... Restaurantes só há dois, só funcionam dois! Só que isto... a Câmara também funciona de uma maneira um bocadinho... mas hoje está-se a debater sobre isso... abre-se hoje aí uma lojinha, não está legalizada, amanhã abre-se um barzinho não está legalizado, há todos esses pormenores que deviam ser feitos e que hoje não são. Porque hoje em dia ninguém pode fazer isso, e é fora da Lei, como se costuma dizer, não é? E eu acho que esse sistema também havia de ser debatido de outra maneira diferente, que hoje não é. Uma pessoa qualquer abre uma tasquinha ou uma loja de artesanato, se alguém for abrir isso, por exemplo, numa cidade ou até numa pequena aldeia tem de pagar tudo um pouco não é? E assim há só dois ou três a pagar pelos outros todos e isso... acho que também não é lógico esse sistema. Vamos lá ver se isto muda, porque é bom que mude, porque isto não é só... todas as pessoas precisam de viver, mas também nem todos podem pagar tudo e outros não pagarem nada. Esse esquema é um bocado complicado.

Por último peço-lhe que me indique sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a receber um maior fluxo de turistas.

Em primeiro lugar ter uma estrada como deve ser e as pessoas não terem de vir para dentro das marinhas com os carros... passar ao lado! Em segundo lugar havia de ter um parque de estacionamento com espaço para merendas, com árvores, para picnics, que não tem. Em terceiro deviam ter as excursões mais bem organizadas, que isso também não existe e... a nível mesmo de estrutura de ambiente, também há muitas coisas que estão mal que deviam estar mais estruturadas. Por exemplo, falo a nível de limpezas... coisas assim. É uma coisa que deviam debater... porque para vir o turismo... as pessoas gostam de ver o que veem nos outros países, porque eu também já fui emigrado e eu sei o que existe nos outros países e sei, logicamente, a diferença. E hoje em dia isso vê-se já em muitos lados e aqui ainda não se viu isso. Em termos de limpeza... vê-se aí coisas que às vezes não se devia ver. E pronto... não estou a dizer... O parque, por exemplo, era uma das coisas mais preciosas e nunca foi feito, é debatido mas a Câmara não tem dinheiro, é sempre esse o problema e pronto... não se anda para a frente. Mas nós vamos a outros lados e vimos... vamos a Óbidos, vamos aqui, vamos acolá e

vimos os parques todos limpinhos, e a Câmara é que faz. E hoje em dia é assim... pronto... temos que pagar pelo erro dos outros.

Então, na sua opinião, esse conjunto de estruturas, seria o que poderia chamar mais turistas?

Chamava mais, porque uma pessoa que vem visitar há de dizer assim "uma coisa destas havia de estar mais limpo"... umas até podem nem dizer, mas pensam, como se costuma dizer, e pensar ainda é pior. Mas isso vê-se, isso vê-se aqui, porque eu tenho aqui clientes, que são os próprios a dizer "as marinhas... isto é bonito, uma coisa destas podia estar mais desenvolvido, a nível disto e daquilo"... as próprias pessoas às vezes vêm aqui e confirmam... dizem assim "a nível de casas de banho têm uma casa de banho que também não tem grandes condições, haviam de ter umas condições melhores e depois vamos a tal lado e tem uma enorme casa de banho", pronto... as pessoas têm a sua razão e a nível de excursões até havia de ser assim. Porque vem aqui muita gente e diz assim: "O senhor não se importa que vamos à casa de banho?" e pronto nós deixamos... mas há pessoas... se fossem outros até fechavam a porta da casa de banho, porque não consomem nada e a gente se formos a ver, ainda tem prejuízo, é águas, é papel... Há outros que, lá às vezes consomem um cafezito ou uma garrafa de água, mas outros não consomem nada.

Ou seja, acabam por ser os comerciantes a dar esse apoio.

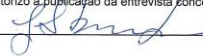
É verdade, é sim senhora... porque eu estou farto de debater isso e já disse a eles... a Câmara não tem dinheiro... Tem ali uma casa de banho, as pessoas vão lá e pelas condições, as pessoas não gostam de ir aquela casa de banho. Pronto, não tem condições aquela casa de banho. Houve um dia que vieram aqui trezentas pessoas de várias excursões, outras vezes vieram de uma "coisa" de motas, trezentas de hora a hora... Não! De meia em meia hora e não havia condições de casas de banho e as pessoas vinham nas motas, queriam fazer necessidades e pronto... encheram aqui o... tiveram que vir aqui à minha casa de banho, e se calhar dos outros... porque também há poucas casas de banho... e o problema está aí... porque o problema é só haver dois restaurantes, há uma casa de banho municipal, que é da Câmara... não tem condições, as casas de banho dos restaurantes têm condições mas também... nós não podemos servir para pessoas que... pronto... não são nossos clientes. Pronto... um cliente que vem beber um café ou uma água, concerteza... tem direito à casa de banho, mas outros clientes, chegam aqui... não fazem consumo como acontece várias vezes... é difícil... não dão lucro. Pronto... são essas coisas que a Câmara havia de debater e ter isso organizado.

E muitas vezes as pessoas também já se veem na necessidade de vir consumir alguma coisa, só para ver se podem vir à casa de banho, usufruírem desse...

É verdade... há pessoas que são excelentes... às vezes perguntam logo: "O senhor tem uma casinha de banho? Mas eu quero beber uma coisinha... olhe tire aí já que eu vou"... pronto têm aquele sentido... mas por exemplo... em outras casa de banho... são pessoas... nem todos têm posses e hoje em dia já se vê essa diferença... Dantes... quando eu abri isto há cinco anos... há seis anos que eu estou aqui. Há seis anos vinham excursões e quase todos consumiam... uma garrafinha de água ou uma ginja, ou isto ou aquilo... hoje em dia já não há. Essas excursões hoje em dia acabaram todas. Hoje, as excursões são miúdos da escola, vêm permanente, todos os dias. Pessoas que vêm de estudos, por exemplo ou que estão em centros

turísticos em Óbidos, ou noutro lado qualquer e vêm visitar as marinhas, pronto... são pessoas que vêm só visitar as marinhas e pronto. Elas também não têm conhecimento do que se cá passa, não é? Mas esse desenvolvimento, acho que está muito atrasado aqui nas Salinas. Porque é bem para todos nós... para nós como restaurante como para os outros.

Pois... os que vêm visitar.

Nome: José Luís Dias Ricardo Azeiteiro	Idade: 49
Alojamento <input type="checkbox"/>	Restauração <input checked="" type="checkbox"/>
Identificação: Adega do T'Actur	
Data: 16/05/2012	Hora: 15 h 45 m
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
	

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Anexo VI

Transcrição das entrevistas aplicadas a Comerciantes

Esta página foi propositadamente deixada em branco

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas de Rio Maior são um ponto importante para a região... talvez único no seu sistema e, claro que a nível de turismo é interessantíssimo ter visitantes. Todo o turismo que vier aqui vai desenvolver toda a atividade comercial, que se resume mais em atividade de artesanato e de restauração.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Acho que sim, todas as pessoas que estão aqui tentam receber da melhor maneira... limitadas no espaço, porque como sabe tudo isto eram cabanas de guardar o sal, os espaços são pequenos, estão adaptados, mas todos tentam fazer, realmente, o melhor possível e... dentro da sua especialidade receber o turista como deve ser.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Nós estamos abertos há muito pouco tempo, ainda não temos a noção de... realmente... a nível económico, o que é que vai dar. Para já, nós não dependemos do turista mas com certeza que se isto tiver bastantes visitantes vai ter influência no negócio de cada um. Nós, neste momento ainda como estamos há muito pouco tempo... abrimos há uma semana... não temos ainda essa noção mas certamente que é importante.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

(não resposta)

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Ora bem... aquilo que eu sei, neste momento, e o que tenho visto é que esse serviço existe neste momento feito pelo turismo. O turismo tem sempre aqui... funcionários do turismo, que pertencem também à câmara que fazem todo esse papel... de guia, de explicação, de mostrar toda a parte envolvente e existem também... de metros em metros certos quadros que explicam também a história do local, e portanto, esse serviço é presentemente assegurado pelo turismo.

Então não vê a necessidade de um centro de interpretação... para já?

Penso que não... porque realmente também é pequeno... e eles fazem esse papel.

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região?

Neste caso... como é um estabelecimento ligado à alimentação, tem produtos fornecidos aqui por locais?

Sim, praticamente tudo o que compramos é a pessoas locais... da região.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, de forma a aumentar o volume de receitas no território?

Isso é um bocado complicado... uma das coisas que nós já notámos e que toda a gente se queixa é a falta de espaço que tem para estacionamento... Portanto, uma das coisas mais importantes talvez, era termos um parque de estacionamento para, principalmente, autocarros de turismo. Passam muitos turistas estrangeiros, portugueses, e não podem parar por não haver estacionamento. Isso seria uma das coisas que traria muito mais visitantes ao espaço. Outra das medidas seria... fazer uma circular, também, que não passasse diretamente aqui dentro o trânsito automóvel e que ficasse para peões, o que daria mais hipóteses das pessoas visitarem cada barraquinha e cada

comerciante... E também o perigo que existe dos carros transitarem aqui e às vezes a altas velocidades, porque não respeitam... o que se torna perigoso... tanto para nós como para os visitantes. Isso era das coisas principais... Depois toda a divulgação a nível de publicidade... seria talvez aí... porque a que existe ainda não é suficiente.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Como lhe disse... estamos aqui há pouco tempo... ainda não temos essa noção exata, mas penso que poderia ser feito mais por aquilo que existe e que nós agora estamos realmente a conhecer, pensamos que poderia ser feito mais.

Ainda relativamente à autarquia e ao investimento... acha que têm investido na promoção das Salinas?

Sei que houve agora um prémio, há coisa de duas semanas, que as Salinas concorreram internacionalmente a um prémio de limpeza e ganharam esse prémio... pronto, isso é uma coisa internacionalmente reconhecida e é bom para as Salinas mas, penso que talvez pudesse ser feito mais também, mais promoção... mesmo a nível internacional... porque os estrangeiros não conhecem minimamente agências de viagens de turismo... poderiam conhecer e promover as visitas.

Que outras sugestões daria para dinamizar o espaço?

Neste momento, eu penso que se podiam organizar a nível comunidade de Salinas, vários eventos, por exemplo... uma feira medieval, o concurso da flor... que todas as barraquinhas tivessem enfeitadas. Coisas que, não só pelo sal as pessoas viessem aqui, mas que viessem aqui também chamadas por outros motivos e que ao mesmo tempo iriam conhecer a história do sal. Mais qualquer coisa que chamasse e que também unisse todos os comerciantes e desse aqui um aspeto mais bonito, mais arranjado, mais saudável... Tudo isso era importante para o turismo, penso eu.

Nome: <u>Maria José Moreira</u>	Idade: <u>64</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/>
Data: <u>15/05/2012</u>	Hora: <u>11h 00m</u>
Tasquinha do Rodo	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Maria José Moreira</u>	

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

A atividade turística aqui nas Salinas vejo... com bastante importância para a sustentabilidade das pessoas que aqui moram e para a sustentabilidade das pessoas que têm aqui comércio e torna-se um fator económico bastante importante para esta pequena aldeia, mas também para a cidade de Rio Maior e para o distrito, e para a zona oeste de Portugal. É um ponto de referência para esta zona e que... merece principal importância de todas as pessoas porque pode-se tornar um ponto turístico bastante atraente e que não tem sido muito valorizado.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Na nossa loja pensamos que recebe muito bem. Temos um atendimento cuidado, personalizado e... costumamos corresponder às necessidades das pessoas, também pela variedade de produtos que temos e... juntando a outros projetos que nos

envolvemos, penso que sim. Num modo geral, penso que também recebemos bem... Se bem que algumas infraestruturas, portanto... mais físicas podiam acolher melhor e dar mais condições às pessoas e se calhar, também mais apoio em termos autárquicos podia ser importante para receber.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Grande parte, sim. Temos um volume de negócios... para além dos turistas e que é em grandes... maiores quantidades, nomeadamente, para um mercado mais gourmet, para os chefes de cozinha e depois é o consumidor final, é ao público em geral e às pessoas que visitam... que levam os nossos produtos e... sim... dependemos, claro!

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Se calhar podemos dizer à volta dos 50%.

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Concordava, claro! Porque de um modo geral, enquadrava as pessoas e dava-lhe uma noção mais clara do fenómeno que existe aqui, também correspondendo um pouco às necessidades das pessoas, que são de diversas culturas, têm diversos idiomas e que podem não perceber bem aquilo que se passa aqui, principalmente também no inverno, porque funciona durante uma época específica e durante o inverno não existe exploração e as pessoas pensam que as Salinas estão abandonadas e... portanto, faz todo o sentido. Também faz durante o verão... é verdade... e que junto a esse centro de interpretação poderiam colocar-se mais infraestruturas que respondessem mais às necessidades dos visitantes.

Agora pergunto-lhe se os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região? No vosso caso... são vocês mesmo que produzem grande parte dos produtos que aqui vemos à venda, mas também têm outros fornecidos por produtores locais?

Nós temos apostado na diversificação de produtos e... somos nós que somos artesãos, fazemos a exploração do sal porque as Salinas também já vêm dos nossos antepassados, do meu avô, do meu bisavô... e então fazemos extração do sal, fazemos da flor de sal e elaboramos nós alguns temperos, fazemos também nós os queijos de sal e algumas formas de sal... moldamos o sal fazendo diversas peças de decoração... isso é tudo trabalho nosso. Juntamente a esses, depois também enquadrámos as ervas aromáticas para misturar ao sal... que são as ervas predominantes aqui da Serra de Aire e Candeeiros. Depois... para responder à segunda parte da pergunta... vendemos também produtos dos nossos parceiros que nós temos daqui do concelho de Rio Maior, nomeadamente os enchidos, que é uma charcutaria tradicional e que já tem grande prestígio aqui no concelho... Vendemos também doces de agricultura biológica que também é de uma quinta bastante conhecida aqui do concelho de Rio Maior, temos também uma parceria com um artesão que pinta à mão em loiça e que faz a interpretação de algumas pontes daqui... que coloca nos pratos, em saleiros, também... nós, atualmente produzimos mel em que temos as abelhas aqui no Parque Natural e fazemos uma pequena exploração.

Que sugestão proporá para tornar as Salinas mais atrativas para o turista, de forma a aumentar o volume de receitas no território?

Atualmente é de tudo um pouco, ou seja, temos que criar condições para receber bem... também temos que formar as pessoas aqui para receber melhor... ou

seja... seja em atendimento ao público, seja em domínio de línguas, seja em ter as Salinas mais cuidadas, em dar condições sanitárias... postos de descanso se possível, também de alojamento rural e depois... depois de termos um local que tenha todas as condições reunidas para receber bem, então aí, depois convidá-los, ou seja, depois entrar com uma estratégia de marketing ou de comunicação que faça chegar às pessoas o local que nós temos. Depois de termos todas as condições, então convidar as pessoas... mas nessa altura termos todas as condições para receber bem.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Investimento há sempre... não é aquele que ambicionávamos ter. Penso que é reduzido... porque toda a gente considera que as Salinas são os olhos da cidade de Rio Maior, que são o ex-libris de Rio Maior mas que, na verdade, só serve para algumas vezes e... normalmente e... infelizmente serve para campanhas políticas. Tem-se feito... é verdade... mas penso que ainda está muito aquém daquilo que podem fazer, porque as questões económicas, como muita gente sabe, depende de prioridades... as Salinas não passa por uma prioridade, a crise é sempre um motivo para não se fazer.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Na promoção... considero que até tem um papel bastante importante. Penso que o posto de turismo, que dantes só estava aberto durante o verão, e que agora está durante todo o ano, é importante... a questão da sinalética na qual se candidataram a fundos comunitários para fazer sinalética nas zonas envolventes à cidade, também é importante... a criação do blog e de outros meios de comunicação, também é importante... mas falta mais.

Por último, vou-lhe pedir para me indicar outras sugestões de dinamização, aqui para o espaço. O que é que sugeria para dinamizar o espaço de forma diferente?

Eu penso que se pode fazer muitas atividades que promovam o espaço, nomeadamente atividades mais culturais que possam recriar tempos mais passados, tempo medieval... época romana... e que se possa criar, frequentemente, aqui nas Salinas... seja a recriação histórica e de como é que se trabalhava o sal no passado, seja algumas rotinas que se tenham feito no passado, para enquadrar as atividades no ambiente que nós temos, que é um ambiente de passado. Depois... já que estamos inseridos numa zona protegida... roteiros, nomeadamente caminhadas, em que tenham vários pontos e que depois esses pontos possam enquadrar as Salinas com várias etapas, ou seja, se tivermos uma caminhada de, por exemplo, 5 km, de km a km, enquadrar um tipo de símbolo das Salinas, com que as pessoas façam uma caminhada e de algum modo descubram tudo o que está aqui, seja de zonas do poço, seja de instrumentos utilizados, seja do modo de exploração, de qualquer coisa assim. Depois, como já falámos anteriormente, todas as condições físicas... de recursos humanos... são todas elas importantes e penso que o mais importante é as pessoas todas que estão aqui estarem motivadas em querer fazer mais, desde o atender bem, do responder bem às necessidades das pessoas e que tenham boa vontade para trabalhar.

Nome: Luís Carlos Henriques Lopes Idade: 22
 Residente Comerciante Loja do Sap
 Data: 15/05/2012 Hora: 11 h 20 m
 Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.
L. C. H. Lopes

A/6 – Sr. António Joaquim Ferreira Duarte
 A Casinha dos Bordados – Artesanato

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Eu acho que as Salinas de Rio Maior são o ex-líbris da cidade, portanto... é a minha opinião... Acho que nem sempre a autarquia tem olhado para este local com olhos de ver.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Acho que não estão devidamente preparadas para isso, como referi no ponto anterior, a autarquia nem sempre tem olhado para isto. Portanto... recebem com o mínimo...

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Sim, essencialmente... essencialmente dos turistas. Não é com a população local... uma vez que me dedico ao artesanato... não é a população local que vem à procura disto.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

O turista... entre nacionais e estrangeiros... mais de 80%.

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Acho sim... acho que isso era essencial, muitas vezes tenho de ser eu com os parques conhecimentos que fui adquirindo que tenho de estar a explicar às pessoas... portanto... todo este envolvimento e o porquê... da existência das Salinas.

Considera, então, que a informação que está disponível não será suficiente para responder a essas questões dos turistas?

Sim... até porque o posto do turismo está num dos extremos... e acho que não está bem situado, acho que o local onde está não é o ideal. Geralmente as pessoas procuram aqui o centro, quando chegam visitantes, tirando ser as visitas programadas, as pessoas procuram o centro e depois muitas delas nem se apercebem...

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região?

É tudo artesanato, aliás... essencialmente... mais de 90% são produtos produzidos diretamente por nós... sou eu e a minha esposa.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território?

Essencialmente o parque de estacionamento onde pudessem estacionar autocarros e mesmo carros ligeiros, porque não existe qualquer estacionamento nas Salinas. Portanto, muitas pessoas passam e não chegam a parar porque não têm condições para estacionar e os operadores turísticos, esses, nem pensar em virem cá porque não têm onde meter os autocarros. Há quatro anos que eu sugiro isso... mas está difícil.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Acho que... muito pouco! Quase não se vê... Se tem sido feito, não é visível.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Acho que está ligado, acho que a promoção de um local é feita essencialmente com os operadores turísticos e acho que a autarquia não tem promovido junto dos operadores turísticos porque também não tem condições para lhe oferecer.

Indique outras sugestões de dinamização para o espaço.

Seria criar as condições para poder receber os turistas, portanto... a partir daí podia-se fazer a promoção. Criar essas condições... seria... essencialmente olhar pela limpeza do espaço envolvente, dos sanitários, espaços onde as pessoas se pudessem sentar e passar um bocado... essencialmente isso... E por outro lado, junto dos proprietários das casas, sensibilizá-los para que muitas delas que estão em estado degradado, fossem recuperadas.

Nome: António Joaquim Ferreira Duarte Idade: 64
 Residente Comerciante A Casinha dos Bordados - Artesanato
 Data: 15/05/2012 Hora: 12 h 25 m
 Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.
António Joaquim Ferreira Duarte

A/7 – Sra. Idalina Paula Matias Inácio
 Taverna do Salineiro

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Muito fraco! Acho que ninguém tem interesse por isto... acho que isto podia estar muito mais desenvolvido.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Isso... acho que receber... recebem! Mas não têm meios para receber... não tem estacionamento... não tem parque de merendas... não tem sombra... não tem nada. Não basta só chegarem aqui e a gente explicar o que é... tem que haver acolhimento.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não! Ajudam um bocadinho... mas não dependemos deles. Dependemos aqui dos vizinhos, também.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região?

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território?

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

O que é que conhece relativamente à promoção e à publicidade que é feita aqui às Salinas?

Acho que é muito pouco! Até nos últimos tempos a Câmara não se tem interessado muito por isto, acho eu. Não sei se agora... como já esta outra Presidente, não sei se está a melhorar se não... mas, também estamos na crise! Não temos muitos turistas como dantes tínhamos.

Então o que é que conhece da promoção que é feita

aquí às Salinas?

Tenho conhecido pouca coisa... só tem vindo aqui a Televisão mas, depois quando a Televisão cá vem... parece que é abafado, como não há divulgação... pronto. E depois há muita gente que chega aqui, pensa que a água vem por esse rio... não vem! Pensa que isto está sempre a fazer sal... e não está! Porque isso... o sal... isso vai ter de ser tudo lavadinho e depois é que põem água limpa e vão fazê-lo. Muita gente pensa que isso está a ser explorado assim como está... essa água toda suja... mas não!

Indique outras sugestões de dinamização para o espaço.

Tanta coisa... tanta coisa... A primeira coisa era arranjar um objetivo para isto ter estacionamento. Já tem um passo dado, agora já estão aqui os do turismo, já está aí um por dia, o turismo já está aberto, já está um bocadinho melhor... já é um começo. Agora vamos ver... também não há dinheiro para fazer melhores coisas.

Então... indique-me outras sugestões no sentido de tornar as Salinas mais atrativas, de forma a que viessem mais turistas.

Eu acho que estas casinhas todas abertas! Não é... muita gente chega aqui e está uma ou duas abertas. Ainda ontem só estavam três abertas... Eu acho que quanto mais isto tiver coisas para ver mais pessoas traz. Mais divulgação, umas festas... sei lá.

Nome: <u>Fátima Pa Pa Talar Fúcio</u>	Idade: <u>45</u>
Alojamento <input type="checkbox"/> Restauração <input checked="" type="checkbox"/>	
Identificação: <u>Taverna do Salineiro</u>	
Data: <u>15/05/2012</u> Hora: <u>12 h 40 m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Fátima Pa Pa</u>	

A/8 – Sra. Maria de Jesus
O Salgadinho

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Eu acho que o turismo é favorável aqui nas Marinhas. Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Às vezes... mas todas as pessoas tentam ao máximo que os turistas sejam bem recebidos, por mim falo... mas... às vezes há coisas que nos falham... Mas fazemos todos os possíveis para que o turista saia satisfeito.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Sim... Só dos turistas não... mas... portanto dos clientes diários que são vizinhos aqui... das aldeias próximas.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Uns 30%... Porque eu aqui tenho mais os clientes diários... os vizinhos aqui das aldeias que vêm ao almoço... vêm à tarde... vêm à noite e desde que eu abri quase que tenho os mesmos clientes, já tive os pais, agora tenho os filhos.

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Concordo e acho que a pessoa que está no turismo devia ter mesmo essas aptidões, porque... pronto... aqui as pessoas dos estabelecimentos não falam línguas e acho que a pessoa que está no turismo devia ser uma pessoa que falasse línguas corretamente para falar com os turistas.

154

E acha que isso não acontece?

Quer dizer... este último ano o posto de turismo até está a funcionar bem, mas durante muitos anos funcionou muito mal, mesmo! Estava ali uma pessoa que era paga pela Câmara, por todos nós e que não desempenhava bem as funções porque grande parte do tempo estava fechado, mas agora esta moça que lá está até é muito acessível e acho que ela desempenha bem a sua função.

Os produtos que comercializa aqui no seu espaço são fornecidos por empresas da região? O pão... queijos...

Os queijos que eu vendo são aqui da zona de Rio Maior e o pão também é aqui da zona. De resto... tem que se vender produtos legalizados... não se podem vender... antigamente é que se vendia o vinho do vizinho... hoje em dia não se pode fazer isso.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o turista, de maneira a aumentar o volume de receitas?

Devia de haver mais atividades, por exemplo, ao domingo, as pessoas vêm e bebem café e não há mais nada para ver... não há música... devia haver música ao vivo, outras atrações que não há... Mas mesmo assim as pessoas vêm... é porque isto aqui... alguma coisa especial tem.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Não.

E relativamente à promoção... acha que a autarquia tem investido na promoção das Salinas? Não.

Indique-me, por último, outras sugestões de dinamização para o espaço.

Aqui todos os espaços, os barzinhos... são espaços muito pequeninos, não dá para fazer grandes coisas porque isto são casinhas muito pequenas e não dá para alterar aqui nada.

A autarquia que tem as noites de verão em Rio Maior, devia deslocar, não digo todos, mas alguns dias aqui para as marinhas, mas não fazem isso. Há outras atividades que a autarquia promove e esquece-se um bocado das Marinhas. Mas depois quando chegam aqui a dizer "Isto é a menina dos nossos olhos"... mas a nível monetário esquecem-se muito de nós. E depois isto aqui... durante o verão ainda vai tendo alguns turistas... agora, por exemplo durante o inverno só estamos aqui porque gostamos. Eu estou aqui porque se não estivesse aqui estava em casa. Porque... não é que isto dê rendimento, porque se eu contasse o meu ordenado... nem podia aqui estar. Só que se não estiver aqui, estou em casa e opto por estar aqui... sempre vai aparecendo alguém... Muitas vezes vem alguém só para falar, não consomem. E vamos passando aqui o tempo... Durante o verão há dias que isto ainda dá, mas... são negócios muito pequeninos, ninguém pode viver daqui deste negócio, porque isso não dá para ninguém viver. Eu estou aqui nas Marinhas há catorze anos e nunca vivi daqui. Eu costumo dizer... quando sobra alguma coisa compro os meus botões, quando não sobra... isto são negócios muitos pequeninos, não dá para ninguém sobreviver porque é muito pequenino.

Nome: <u>Maria de Jesus</u>	Idade: <u>50</u>
Residente <input type="checkbox"/> Comerciante <input checked="" type="checkbox"/>	<u>O Salgadinho</u>
Data: <u>15/05/2012</u> Hora: <u>12 h 55 m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Jesus</u>	

A/17 – Sra. Maria do Rosário Inácio
O Café d'avó

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

A atividade turística nas Salinas de Rio Maior acho que está muito pouco desenvolvida... portanto... em todos os níveis. As pessoas... aqui a Câmara de Rio Maior não tem feito muita divulgação acerca das Salinas, portanto, estão a ser mais “concorridas” desde que alertaram na televisão para as Salinas de Rio Maior, mas acho que estão muito pouco desenvolvidas a nível do turismo.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Sim, acho que sim.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não, eu estou aqui mais por passatempo, porque eu só estou aqui ao domingo praticamente, e é mais um passatempo como não vou para lado nenhum, como tenho a casinha... é minha e estamos aqui... mais para conviver com os amigos, como tenho trabalho... é mais para convívio.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Sobreviver com isto está mesmo fora de questão.

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Em parte já existe... que eles... o posto de turismo, pertence a Câmara Municipal, aí já dão informações, já tem a ver um bocadinho com essa pergunta o posto de turismo.

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por empresas da região?

Sim, os salineiros... é o sal e temos só aqui também um cafezinho da avó e umas filhoses, é tudo aqui local.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território?

Mais divulgação a nível de comunicação social, toda a divulgação... mais identificações nas localidades próximas a identificar as Salinas.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Não, não, muito pouco... não, não tem!

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Também não! A autarquia não se importa muito com as Salinas, devia olhar mais um bocadinho por isto.

Indique outras sugestões para a dinamização para o espaço. Portanto... outras atividades que pudessem acontecer aqui nas Salinas?

Sei lá... mais coisas culturais, eventos que pudessem chamar os turistas a virem às Salinas.

Nome: <u>Maria do Rosário Inácio</u>	Idade: <u>50</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>O Café d'Avó</u>
Data: <u>19/05/2012</u>	Hora: <u>16h 45m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Maria do Rosário Inácio</u>	

A/18 - Sra. M.^a da Conceição de Abreu Rebelo Maria Laurindinha - a Rainha da Filhós

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Dadas as características deste sal que não se pode comparar com o sal, por exemplo, de Aveiro e outros

locais porque isto é o sal-gema mesmo... enquanto que o outro sal não é sal-gema. Eu acho que isto merecia... não agora... já há muitos anos atrás ter sido mais valorizado, mais... até estimado, mais divulgado... porque acho que se podia ter feito muito mais e melhor por isto. Eu nem sequer pertenço a Rio Maior, venho do distrito de Leiria, concelho de Alcobaça, já há dezassete anos, portanto... serei talvez das pessoas... Isto foi uma “carolice” uma brincadeira, só abrimos sábados, domingos e feriados e na véspera de Natal para alguém que precise das nossas coisas. Tenho realmente pena, gostava que isto fosse mais divulgado, agora ultimamente já há umas indicações “Salinas”, uma aqui, outra além, mas anteriormente até havia dificuldade em se chegar aqui e há muita gente mesmo aqui relativamente perto que não conhece isto e muita gente que vem aqui mas que não sabe que isto é sal-gema tão pouco, pensa... “não passa aqui o mar, como é que há aqui sal?” Admiram-se...

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Recebem, recebem, as pessoas são hospitaleiras e recebem bem. Também temos muitas dificuldades quanto ao turismo porque não temos parqueamento, não é? Não temos parqueamento... Outro dia uns senhores disseram-nos que passaram aqui cinco autocarros e não tiveram hipótese de parar porque não tinham estacionamento... não tinham hipótese... não têm estacionamento. Agora há uma comissão, aí, nova, que parece que vai tentar tratar... uma das coisas junto com a Câmara era ver se conseguia parqueamento.

Estava-me a dizer que já está aqui há dezassete anos... ia-lhe perguntar e, se calhar, isto não faz muito sentido... Se depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não... não... não! Nem eu, nem ninguém aqui... a única casa... ninguém, exceto aqui o Sr. Manuel do Solar dos Frangos, esse depende economicamente, de resto todas as pessoas que aqui estão... não. Isto é um *hobbie*, é uma brincadeira, as rendas não são propriamente baratas, as rendas aqui são caras, a luz está cara, como a senhora sabe, a água também...

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Eu penso que temos isso... porque anteriormente não tínhamos, porque não tínhamos cá... a Câmara, agora, tem sempre aqui uma pessoa, aqui no turismo... O turismo está aberto sempre e essa senhora acompanha os visitantes e explica-lhes e também... Há aqui mais que um senhor, umas pessoas já idóneas que têm os respetivos livrinhos e acompanham as pessoas na visita aqui ao poço e explicam. Também... todos os anos, tem sido agora feito a recriação... pelo menos há uns três anos, salvo erro, que tem sido feito. Este ano não sei se vai ser, mas os outros anos... o que também é muito interessante, porque as pessoas vêm com aquelas carrocinhas, com aqueles trajas à moda antiga, põem a picota e os homens vestidos aquela maneira antiga a tirar água e a moeda de troca trazem cebolas nos carros, por exemplo, e levam o sal, porque antigamente era assim que funcionava com a moeda... não havia dinheiro trabalhava-se com as trocas.

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos/empresas da região?

A filhó é aqui feita, o pão de ló, o bolo de chocolate e o café d'avó também é feito aqui... isso é feito de manhã e traz-se para aqui, uma vez que eu só abro da parte da tarde.

Que sugestão é que gostava de dar para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, de forma a aumentar o volume de receitas no território?

Eu acho que era muito importante e já fiz alguns apelos nesse sentido... Eu acho que era de uma grande importância a Câmara ajudar... mesmo que ajudasse e que nós tivéssemos que colaborar com alguma coisa, no sentido de trazer aqui uns ranchos folclóricos... no ano todo ela manda aqui vir as chamadas "Tardes de verão"... não sei se a senhora pertence aqui a Rio Maior?? Mas em Rio Maior há as chamadas Tardes de verão e vêm aqui, por exemplo, uma vez... eu acho... não é uma vez! Acho que isto é uma riqueza que Rio Maior tem e que anteriormente dedicaram-se mais ao futebol, à bola e não valorizaram isto. Penso que esta presidente agora, que está a puxar um bocadinho por isto, pelo menos tudo me indica que sim. Mas... as câmaras também não têm dinheiro, lutam com dificuldades mas... eu acho que, o que ia promover muito isto era a divulgação.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Não... não tem! As casas de banho que aqui estão... a Câmara, neste momento, até está com dificuldade para as manter limpas, não tem, por exemplo, papel. Acho que a Câmara também está com dificuldades para realmente aguentar aqui isto e não está em condições de poder, possivelmente, agora, fazer aqui assim grandes investimentos. As câmaras também estão a sentir as dificuldades como também nós sentimos, uns de uma maneira outros de outra.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

A divulgação não tem sido muita... quem estiver a ouvir a rádio SIM aqui de Rio Maior, não se ouve falar nas Salinas, eu nunca ouvi falar nas Salinas! Eu acho que também podiam servir... uma vez que a rádio SIM está sempre a dizer... "de Rio Maior... a Rádio SIM", acho que essa rádio também podia fazer uma referenciazinha às Salinas e a alguma coisa que aqui houvesse, alguns eventos.

la perguntar-lhe... outras sugestões para dinamizar o espaço. Já me falou nas Tardes de verão...

Eu acho que era... pronto... não só essas festas que a comissão organiza... tem organizado... uma por ano mas... eu acho que é muito pouco. Tem de haver uma maneira de atrair aqui as pessoas, até porque há muita pessoa que pertence aqui ao distrito de Santarém mas não conhece, chegam aqui a dizer... "olha nunca tinha visto isto... não conhecia..." E eu acho que é pena porque... isto é um sal diferente, é um sal que não há... isto tem oitocentos e muitos anos, e não há... sal deste... porque há sal deste lá fora mas é em minas e o sal das minas não presta para alimentação, e este presta! Tanto presta, que os alemães vêm cá buscá-lo e quase o levam todo... Uma grande parte da produção vai para a Alemanha e eles descobriram-no... e nós aqui, às vezes, temos as coisas tão pertinho de nós e temos dificuldade de as descobrir, ou não as valorizamos tanto.

Nome: <u>Maria da Conceição da Abreu Ribeiro Tava</u>	Idade: <u>66</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Louçãzinha a Rua de Filiz</u>
Data: <u>19/05/2012</u>	Hora: <u>11h 00m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	

A/19 – Sra. Maria Manuela Lopes Gaspar Ribeiro Pinto
Peças de Fogo

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O nosso interesse aqui foi mais para divulgarmos as nossas peças, o nosso produto que é um trabalho único no país e no estrangeiro... uma criação nossa e decidimos abrir aqui uma lojinha porque... para ver se... divulgávamos mais.

Então também era interessante para vocês terem aqui algum turismo... terem aqui a atividade turística mais desenvolvida...

Exatamente... porque realmente as pessoas que vêm de fora são as que compram mais. Muita gente não sabe, não é divulgado...é pouco divulgado e é uma pena realmente, mesmo a nível de televisão, a nível de rádio, podia ser mais divulgado.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Sim... sim... acho que sim. Eu não estou aqui há muito tempo, embora eu seja daqui perto... de uma aldeia aqui perto... mas... estou cá só desde outubro e só venho aos sábados, domingos e feriados, mas penso que sim... que as pessoas recebem bem.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não... era impossível. Neste momento não... a menos que isto vá para a frente, traga mais gente... mas nós temos outras coisas... e não vivemos só disto.

E acha que se houvesse mais turistas que viessem... que valesse a pena estar aberta todos os dias, isso poderia ser uma realidade?

Sim... sim... sem dúvida nenhuma... Eu até pensava este verão tentar abrir todos os dias.

Era uma coisa que gostava de fazer?

Gostava... gostava realmente... mas não sei ainda... ainda estamos... é como lhe digo... Ainda é o primeiro ano que cá estou e... por acaso já houve pessoas aí que me disseram para eu vir todos os dias... mas vamos ver...

Agora isto também ainda não está a produzir... mas quando as pessoas chegam e encontram tudo fechado, também não prende muito as pessoas a ficar...

Se calhar... também é assim... se calhar se as pessoas todas... ou quase todas abrissem, era capaz de vir mais gente. Porque eu às vezes ouço, mesmo aos sábados abrem muito poucos, e eu às vezes ouço as pessoas passarem, que vêm de fora, de longe mesmo, porque há já muitos turistas que vêm... mesmo do estrangeiro e tudo e dizem "então mas isto está tudo fechado". Eu às vezes ouço esses comentários... Se realmente as pessoas abrissem mais, se calhar era capaz de ser melhor para todos nós... mas pronto... cada qual também tem as suas vidas, não é?

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Sim... eu acho que sim... As pessoas ficariam a saber mais sobre as Salinas, além disso há mais coisas aqui à volta sem ser as Salinas, talvez tivesse mais gente, embora esteja ali já o turismo e também eles já dão explicação às pessoas e fazem visitas guiadas aqui às Salinas.

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos da região? No vosso caso são vocês próprios que produzem...

Sim... somos nós que produzimos, é uma produção

própria que foi uma criação do meu genro, ele é que é o autor, tem direitos de autor e que não existem em mais lado nenhum. São coisas feitas em carvão, bijutarias e... mais se poderia chamar joalheria, quadros, presépios, estatuetas em carvão. E além disso também temos bijutaria sem ser em carvão, mais tradicional mas que é também a minha filha que faz.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território?

Era a tal divulgação... isto ser mais divulgado mais... talvez fazerem aqui mais... mesmo a televisão, vir cá mais vezes, acho que às vezes que vêm, mas acho que é pouco. A todos os níveis... mesmo na rádio e tudo... assim as pessoas vinham. É como digo... às vezes vêm pessoas... "mas eu não conhecia isto... eu não sabia e isto é tão bonito"... e ainda não está tão bonito porque agora a partir deste mês já começa a haver sal e então é que as Salinas ficam mesmo bonitas.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Se calhar muito pouco... não sei... nisso aí não estou muito por dentro... mas, se calhar, muito pouco, porque... por exemplo, não há parque de estacionamento, as pessoas querem estacionar e não têm onde, por exemplo se vierem excursões... muitas delas não param, se parar é uma ou outra e param ali atrás, se houver espaço. Hoje está pouca gente, mas aos domingos, está cheio de gente, estão aí muitos carros, não é? O espaço é tão pouco... às vezes, diz que passam aí... eu não vejo, nem venho de manhã, por exemplo ao domingo... podia vir de manhã mas não venho de manhã, porque de manhã vêm é as excursões... mas é a tal coisa, as excursões vêm mas praticamente não param. E então venho fazer o quê??

Já falámos na promoção mas ainda assim vou perguntar-lhe... considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Eu acho que deveria haver mais, eu acho que... que não há o suficiente. Acho que deveria, realmente, haver mais.

Que sugestões é que gostaria de dar para dinamizar aqui o espaço? Eventos... outras atividades que gostava de ver desenvolvidas aqui para atrair mais gente...

Pois... não sei... isso aí realmente não sei... Diz que sim... que há aí já umas festas, eu por acaso nunca vi, embora eu seja daqui perto... mas nunca vi. E depois as casas de banho também não têm grandes condições... mas isso também não será por aí... Mas... para mim é mais a falta de divulgação e os parques de estacionamento é o que faz, realmente, mais falta. Mais divulgação também a nível das coisas que existe aqui em redor... a Serra que tem umas coisas interessantes... há a vila romana em Rio Maior que é aqui pertinho.

Nome: <u>Íria Traveira Lopes Gaspar Ribeiro Pinto</u> Idade: <u>66</u>
Residente <input type="checkbox"/> Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Peças de Fogo</u>
Data: <u>19/05/2010</u> Hora: <u>11 h 25 m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.
<u>Íria Traveira Lopes Gaspar Ribeiro Pinto</u>

A/20 – Sr. Paulo Jorge Lopes Candoso
Oficina e Casa de Artesanato - o Poço

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

A atividade turística nas Salinas de Rio Maior tem todo o interesse pelo enquadramento que a zona tem em

termos turísticos, porque estamos a falar num património de interesse público, um património que está classificado a nível nacional como de interesse público e nesse enquadramento tudo o que é património e tudo o que é único deve ser visitado, com as devidas regras, e divulgado.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Pensamos que sim, serão melhor eles a responder a essa pergunta do que nós mas, pelo menos nós, os vários comércios tentam recebê-los da melhor forma... de forma a que eles levem uma grande informação e é possível verificar em quase todas as casas que existe... que há um conhecimento também muito pessoal e próprio do que são as Salinas e quando o turista solicita esse esclarecimento é dado com todo o gosto.

Depende economicamente dos turistas?

Não.

A sua casa, por exemplo, não está aberta durante a semana?

Atualmente não... só ao fim de semana, durante a semana às vezes no período da tarde ou pontualmente quando há excursões ou no período do verão.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Claro que isso era a base para a divulgação. Durante muitos anos existiu um só organismo que era a Cooperativa, responsável pela comercialização do sal. Nos últimos anos e com o atual mandato a Câmara Municipal tem assumido muito mais a divulgação desta região. As Salinas por ser um ponto único, necessita de ter uma classificação e de ser feito um Plano de Pormenor das mesmas, porque o Plano Diretor Municipal abrange todo o concelho, à exceção das próprias Salinas, porque foi considerado na altura da sua elaboração que as Salinas em si exigiam um Plano de Pormenor adaptado ao contexto único que as mesmas representam. E nesse sentido não foi feito na mesma altura. Está neste momento em elaboração e também vai contemplar, portanto, essa zona de intervenção, como também um conjunto de instalações públicas que façam aumentar e receber bem os turistas, futuramente.

Os produtos que comercializa aqui no seu espaço são produzidos por artesãos ou empresas aqui da região?

Na maioria por artesãos da região.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para os turistas, de forma a aumentar o volume de receitas no território?

Há um conjunto de situações que têm que ser feitas e estão a ser pensadas e o Plano de Pormenor a estar concluído, vai permitir e vai identificar essas necessidades. Uma delas é um parque de estacionamento, associado a um parque de estacionamento tem que existir instalações sanitárias, também... porque quando existe um grande aglomerado de pessoas e visitantes há que criar essas mesmas condições. Depois as tais instalações de um plano de intervenção, de um auditório onde se explicasse o que são as Salinas e a partir daí criar toda esta zona pedonal, com animação... uma animação cultural, regular, pelo menos durante o fim de semana.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Atualmente sim, no passado poderia ter sido melhor.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Recentemente sim, até porque a autarquia candidatou-se a um projeto e nessa candidatura visava neste quadro comunitário desse projeto, mesmo, criar um conjunto de elementos de divulgação. Passava por cartazes, por pontos de referência, identificação e sinalização das Salinas, passava também por um site que ainda não está, mas penso que a curto prazo vai estar. A esse nível é devido ao projeto a que se candidatou, que foi aprovado... tem estado...

E estamos a falar de que projeto?

Estamos a falar do Ecosal...

Atlantis

Por sua vez também do sal-atlântico.

Por último gostava que me indicasse outras sugestões para dinamizar o espaço.

É quase aquilo que já lhe disse, passa por criar instalações que possibilite que as pessoas que queiram visitar as Salinas possam estacionar em segurança e deixar as suas viaturas em segurança e depois com uma animação cultural de rua, porque quando nós pensamos em criar uma feira de antiguidades, uma feira de artesanato em qualquer local, não há o espaço envolvente, muitas vezes... aqui existe! Estamos a falar e está identificado como aldeia turística, esta zona, em que já existem as lojas de artesanato, existem os bares, existem os restaurantes, existe um conjunto de lojas que têm as suas instalações. Falta essa animação de rua porque a pessoa ao fim de semana quando faz uma visita às Salinas, pela beleza que tem todo o espaço, busca o local para entreter as crianças, busca o local também para ouvir um bocadinho de música popular, a animação de rua de fim de semana. Penso que este espaço tem condições únicas para que isso seja feito, até porque no verão, estamos a falar das Salinas em que é um museu vivo em que está ali em atividade... plena atividade, em que a pessoa pode desfrutar da beleza natural. Falta só é esse complemento, porque depois já existem os bares, já existe todos os outros elementos essenciais.

Nome: <u>Raquel Jorge Lopes Cardoso</u>	Idade: <u>39</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/>
Data: <u>19/05/2012</u> Hora: <u>18h 00m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>[Assinatura]</u>	

A/21 – Sr. Vítor João Marecos Henriques
Casa de Artesanato, Faiança e Azulejaria

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Isto tem interesse no aspeto se fosse mais divulgado e houvesse um marketing mais expansivo, não é? Porque até à data a divulgação aqui era mínima quase, ou muito pouca. Evoluiu um pouco desde que está lá esta nova Presidente da Câmara... isto mudou um pouco, mas ainda não o suficiente.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Sim, recebem bem os turistas.

Depende economicamente dos turistas?

Não.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Isso já existe. Está ali a casa do turismo, já aí estão pessoas adequadas nesses termos de divulgar e de interpretação quando há turistas ingleses ou isso...

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por artesãos da região?

Sou eu mesmo que produzo.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para o visitante/turista, aumentando assim o volume de receitas no território?

É o marketing, é a divulgação sobretudo na Internet, nos meios mais tecnológicos, mais avançados e não só... mesmo chegar aos bons jornais com grande abrangência. Porque, por exemplo, há aqui terras aqui perto, se calhar, até mesmo até Peniche, até essa zona, que não conhecem nem sabem o que isto é. Isto é património da Unesco, isto é único no país. No país não... na Europa! A nível mundial é único, o sal entre as serras... Isso é uma coisa... Os estrangeiros chegam aqui e dizem "como é que é possível isto...".

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

A autarquia aqui tem pouco investimento... a não ser na casa do turismo... de resto... isto está mais entregue ao Parque da Serra de Aire e Candeeiros e à Cooperativa, e a alguns particulares porque a Cooperativa não abrange tudo. Há particulares que trabalham por conta própria, exploram o sal mesmo por eles... mas a maior parte é a Cooperativa. Mas a expansão disto... isto tem uma boa venda o sal... tem uma boa saída, porque a maior parte, parece que 80% é para a Alemanha... é para exportar para a Alemanha... Mas podia ser mais bem divulgado, mais bem estruturado, a Câmara podia, talvez dar uma ajuda... mas a Câmara, nesse aspeto, a Câmara interessa-se pouco por isto. A Câmara divulgou um pouco isto desde que entrou para lá esta presidente e há pessoas aqui dentro da Cooperativa que estão ligadas também à Câmara... familiares, digamos... e isto avançou um pouco nesse aspeto, até está um pouco mais melhorado e tudo... e divulgou-se um pouco, mas não o suficiente.

Eu ia mesmo perguntar isso e já que está a falar na divulgação... Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Pouco... é mais as placas de sinalização.

Que outras sugestões, gostaria de dar para dinamizar o espaço de outra forma. Que outro tipo de atividades ou eventos gostaria de ver aqui para chamar mais gente?

Isso era, talvez, as melhorias de parque e saneamento de casas de banho, é o essencial. Sobretudo na questão do parque... o estacionamento... falta de espaço para autocarros e ligeiros. Porque, hoje em dia se as pessoas não tiverem o carro... seguem caminho.

Nome: <u>Vitor João Marecos Henriques</u>	Idade: <u>57</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/>
Data: <u>19/05/2012</u> Hora: <u>18h 40m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>[Assinatura]</u>	

A/22 – Sra. Isabel Maria Matias Anselmo Colaço
Bela Bordados (Loja 2)

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O interesse... olhe o meu interesse é a procura de mais algum dinheiro, pronto... a crise bateu à porta de todos.

E acha que era interessante aumentar a atividade turística...

Eu acho que sim... só que isto, para mim... no meu pensar, está pouco divulgado, pronto. E a gente ainda tivemos há pouco aqui uma reunião sobre o parque de estacionamento... é pouquíssimo. Os autocarros ainda

há bocado chegaram ali e tiveram de seguir em frente... e há outras coisas em que isto devia evoluir mais e ainda não evoluiu, pronto.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Eu penso que sim... Porque é assim, eu nasci aqui perto, sou aqui de uma aldeia perto, cresci aqui dentro e acho que recebem sempre as pessoas bem.

Depende economicamente dos turistas que visitam aqui as Salinas? Não vive só disto?

Não, se vivesse só disto então... Não, não... pronto, tenho a outra loja, vivo da loja. Agora, esta aqui é mesmo só para representar os trabalhos que eu faço. Trabalho muito em bordados e as pessoas conhecem-me... vêm.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Eu acho que há ali a parte do turismo... a casinha do turismo...

Acha que o turismo já faz esse papel da interpretação... de ajudar os visitantes a compreender...

Já... já... há uns anos. Pelo menos são pessoas doutoradas... que eu conheço... pelo menos duas senhoras e um senhor... e fazem visitas guiadas.

la perguntar-lhe se os produtos que comercializa aqui no seu espaço são produzidos por artesãos aqui locais... mas já percebi que é a senhora... que faz os seus produtos.

Eu própria... mas todas as pessoas que têm aqui as casinhas... é... vamos aqui para a senhora do lado é pão... bolos...

Cada um faz aquilo... praticamente... que vende, não é?

A seguir é o senhor do sal... que isto é... centenário... já era dos avós, já passou...

Gostaria de lhe perguntar que sugestão gostava de dar para tornar as Salinas mais atrativas, de forma a chamar mais gente, de forma a que deixassem mais dinheiro aqui no local?

Eu não sei se vou responder bem... mas... andam há uns anos a querer pôr aqui um hotel, eu acho que chamava mais turistas para aqui, a meu ver, agora as pessoas mais antigas, não sei se concordariam.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Podia investir mais um bocadinho, começando logo ali nas casas de banho. Investir no tal parque para os autocarros... principalmente para os autocarros.

Estacionamento e infraestruturas sanitárias...

Sim... sim... Eu tenho aqui uma irmã que tem um restaurante, agora saíram as pessoas do autocarro, foram ao restaurante. É assim... não é a falar por ela... mas vão consumir água, papel... e não...

Não dão retorno à casa...

Se houvesse umas casas de banho em condições quando as pessoas chegam de autocarro, não iam para dentro... que eles estão agora a limpar as coisas... que é mesmo na altura em que estão a limpar as coisas.

Considera que por parte da autarquia tem havido investimento na promoção ou acha que poderiam promover mais?

Eu acho que sim... eu penso que quem está dentro desse assunto é a Câmara e a Junta de Freguesia... só que eles... isto também está mau.

Que outras sugestões gostaria de dar para ver este espaço dinamizado de outra forma? Que outras atividades gostava de ver aqui desenvolvidas, o que é que acha que poderia chamar mais gente?

É assim... já há aqui um bocadinho de tudo. Se formos começar numa pontinha e acabar na outra, já há aqui um bocadinho de tudo.

Está a falar das lojas... e eu estou a perguntar-lhe mais sobre a questão de eventos, espetáculos que se pudessem fazer aqui... de alguma animação e que animação poderia ser essa e que chamasse mais gente.

De verão há sempre aqui uma festa grande, com animações... tudo... em julho... acho que é sempre em julho.

E é uma festa que costuma chamar sempre muita gente?

Sim... sim... e às vezes fazem aí as Noites de verão... só que... de inverno isto é parado. Praticamente eu, nos três meses de inverno, não estou aqui, isto está mesmo fechado... eu e várias pessoas que têm as casinhas. Se calhar, se tivesse alguma atividade de inverno, as pessoas vinham mais.

Porque de verão, mesmo que não haja atividades, as pessoas acabam por passar, não é?

É só de passagem... vão ao restaurante e pronto... também isto é uma zona também fria, mesmo de inverno.

Mas no inverno, se calhar, podia então haver outras atividades...

Mas também não têm sítio para de inverno fazer essas atividades.

Pois... teria que ser uma coisa pensada com outras infraestruturas.

Porque de inverno é quando a Cooperativa... é o espaço que usam para as festas, e de inverno aquilo está cheio de sal, está ocupado.

Nome: <u>Isabel Maria Matias Anjos Colaco</u>	Idade: <u>47</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Bele. Bordados - loja 2</u>
Data: <u>19/05/2013</u>	Hora: <u>12 h 50 m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Isabel Colaco</u>	

A/23 – Sra. Maria dos Anjos Matias Martins Inês S/designação

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Eu acho que é bom, é bom para todos.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Às vezes, às vezes... nem sempre.

Mais pela parte das pessoas ou porque não tem as condições necessárias para receber os turistas? O que acha que às vezes falha mais?

Também por algumas pessoas e às vezes que não têm condições.

Depende economicamente dos turistas?

Não, isto é só um extrazinho, porque isto agora está muito... pronto... está muito complicado... não há dinheiro, não há empregos.

Mas não faz daqui a sua atividade principal, portanto... não é daqui que tira a totalidade do seu rendimento?

Não... nem dava. Isto é só um extrazinho para poder ajudar os meus netos, mais nada.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Sim, concordo.

Os produtos que comercializa no seu espaço são produzidos por si?

Sim... os produtos são produzidos por mim.

Que sugestão é que gostaria de dar de forma a tornar as Salinas mais atrativas para o turista, de maneira a que houvesse mais turistas, para que também deixassem cá mais dinheiro?

Tanta coisa que era preciso fazer... arranjar as casinhas melhor, haver aqui mais casas de banho, porque só há aqui à frente e ali as do turismo mas são poucas e a maior parte do tempo estão fechadas e aquelas ali, às vezes também precisavam mais de higiene... e parque de estacionamento.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Tem. A Presidente de Câmara que agora entrou para lá, ela tem feito aqui alguma coisinha...pela higiene e isso assim.

Então... tem notado melhoramentos no espaço?

Sim... sim senhora.

Considera que por parte da autarquia tem havido investimento na promoção das Salinas?

Sim, acho que ela tem feito alguma coisa...tem sim senhora. E tem posto aí... antigamente... pronto... aqui há uns anitos... agora, antes dela entrar, nem havia sinalização, nós vínhamos numa estrada não havia sinalização a indicar as Salinas, não havia nada, e agora há.

Por último... que outras sugestões daria no sentido de dinamizar o espaço. Portanto, que outras atividades gostaria de ver aqui desenvolvidas, a nível de animação ou eventos.

Sei lá... tanta coisa podia haver... sei lá... assim de repente. Haver outro tipo de atividades ao fim de semana. Esta água, está provado que é muito boa... até para tratamentos e... até umas piscinas ao ar livre, porque não? Acho que puxava para aqui muita gente.

Nome: <u>Maria dos Anjos Pereira Soares</u>	Idade: <u>51</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/>
Data: <u>19/05/2012</u>	Hora: <u>19h 10m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Maria dos Anjos Pereira Soares</u>	

A/24 – Sra. Ana Bela Tinta Arcanjo
Casinha dos Crepes

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

Eu vejo a atividade turística aqui, como poderei ver noutro lado qualquer, não é? Portanto... tendo em conta o objetivo desta zona é mesmo o turismo, além da exploração do sal... é um local a visitar para o turista ficar a conhecer e é uma das grandes apostas que as pessoas aqui podem fazer é desenvolver mesmo o turismo. Porque além do sal, só o turismo é que pode desenvolver isto.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

O que corresponde a mim, acho que sim, que recebo bem as pessoas, agora cada um... cada comerciante tem que falar por si. Isso depende da noção de educação e de respeito ao receber os outros, que cada um tenha não é? Eu por mim posso responder, agora... cada um... nem sempre... acho, que é o mais bem sucedido, aquele que melhor recebe.

Depende economicamente dos turistas?

Eu estou numa fase experimental desta área porque estou ligada a um produto que é a exploração do mel e eu, como fui sempre uma apaixonada por aquilo que a terra nos dá, por aquilo que é natural, mas que eu

própria posso ir criar, desenvolvi essa área e agora, na sequência dessa exploração estou a tentar desenvolver outras áreas. A comercialização, embora eu não tenha dificuldades em comercializar o mel, mas pronto... é uma forma de eu entrar noutra área e aliviar até o meu trabalho, que tem sido mais do lado do trabalho burocrático.

Mas acaba por não depender dos turistas? Portanto, não depende desta atividade aqui?

Não, não dependo desta atividade até porque era difícil depender desta atividade aqui, porque ainda não está completamente desenvolvida aqui esta parte como turismo e as pessoas aqui também ainda não estão bem mentalizadas que quanto mais comércio e mais diversidade de coisas houver melhor é. E as pessoas aqui do local estão muito vocacionadas ainda, que só as pessoas de cá, é que têm direito ao comércio.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Sim, formas atrativas e não só, como divulgar o local para dar a conhecer ao turista o espaço e a existência dele. Todas as formas que pudessem atrair as pessoas seria bom, seria benéfico.

la perguntar-lhe se os produtos que comercializa aqui são produzidos por produtores aqui da região... já percebi que é a própria que os produz...

Sim, sim, eu produzo os produtos que vendo, faço questão. Portanto, como o mel é da minha exploração, sou eu que vou ao campo, acompanhar o trabalho das abelhas, sou eu que vou recolher o mel, sou eu que faço a extração... portanto, sou eu, quer dizer... com a minha equipa que faço esse trabalho. E como gosto de produzir as coisas... sou eu que produzo o meu pão, sou eu que produzo praticamente tudo quanto consumo em casa, praticamente... não compro... não produzo o peixe, nem a massa, nem o arroz... E então como faço isso em casa, tento trazer para aqui esse conceito que eu tenho... e ser eu a fazer. Compro a farinha, não é? Mas depois confeciono eu tudo... até ao fazer os crepes e ao fazer as outras coisas, eu é que faço os doces e faço os outros recheios todos, tanto doces como salgados.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para os turistas, aumentando assim o volume de receitas no território?

Olhe... o receber bem, o manter o local atrativo e limpo. Por acaso nota-se que as pessoas aqui, embora haja dois WC públicos, as pessoas ainda têm pouca tendência a servirem-se deles, e criar talvez um espaço perto em que houvesse mais estacionamento. Se calhar aumentar mais o tipo de comércio, portanto... haver mais diversidade de comércio e pronto... tentar, realmente, atrair as pessoas, isso talvez em conjunto com a Câmara, o turismo e os próprios comerciantes locais.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Eu não posso pronunciar-me muito acerca do assunto, porque eu estou aqui há pouco tempo e não devo estar a pronunciar-me por aquilo que eu não conheço. Eu por acaso fiz um pedido para implantar aqui um outro produto feito no local e só aí é que, depois, poderei vir a dizer se eles colaboraram ou dificultaram o processo.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Não tenho noção mas apercebo-me que o turismo realmente que... Agora, se o turismo está ali para receber as pessoas ou se tem tido algum empenho em

divulgar, em chegar... sei lá... às outras autarquias, também será uma forma, visto que agora há muitas visitas dos seniores, há das crianças... se eles têm feito chegar às outras autarquias e aos outros pontos turísticos aquilo que aqui está e que podem dar a conhecer aos visitantes do exterior, isso não sei. Não sei quem vem, se vem por conhecer, se será pela promoção que é feita.

Por último gostava que me indicasse outras sugestões para a dinamização do espaço. Que tipos de atividades gostava de ver aqui desenvolvidas para dinamizar este espaço de outra forma?

Olhe... nós estamos numa época em que nos estamos a virar muito para a natureza. Aqui há uns anos toda a gente ia para o centro comercial, ia para os grandes centros... ia para o café tomar... portanto... para o comércio inovador que trazia aquelas coisas mais acessíveis ao olhar e fácil de se chegar a elas. As pessoas agora... penso que estão numa era que já estão mais terra a terra e se consciencializaram mais que a nossa base de vida está naquilo que é natural, que a própria terra, o próprio planeta nos dá. E por isso, hoje se vê mais pessoas a caminhar, a andar de bicicleta, naquelas coisas mais simples, que ao fim ao cabo, não custam nada, a não ser o nosso esforço que acaba por nos fazer bem... à alma, ao corpo e que é saudável, é são. Talvez arranjar mais atrativos por aqui... passear, andar de bicicleta. E depois, como lhe disse, podia-se fazer uma recuperação... olhe, eu posso falar por mim... O meu pai era tanoeiro e uma das coisas que eu tenho procurado é alguém que queira aprender a profissão, porque acho que é giro... portanto, gostava de ter aqui os barrilinhos, as celhas, essas coisas que o meu pai fazia, que... não era por ser meu pai mas ele era mesmo uma artista, trabalhava com perfeição e fazia coisas que poucos tanoeiros faziam. Fazia uma garrafa, por exemplo, de madeira, fazia uma celha, tudo com aduelinhas, não é? Não era a escavar num pau e fazer ali um buraco para fazer um tipo de uma garrafa como o escultor faz... ele fazia mesmo com as aduelas, todo esse material. Olhe... lembro-me e ele tem lá em casa um balseiro, tem sete fundos, leva sete qualidades de bebida o mesmo recipiente e portanto... e podia-se aqui, em conjunto, ir recriar alguns artesanatos que estão perdidos, algumas profissões que estão perdidas e que acho que até podia ser uma mais-valia para aqui. Eu própria tenho andado a tirar formação em "biscuit", a fazer flores de meias, a fazer coisas para trazer para aqui. E acho... mesmo com base no sal, eu própria já imaginei fazer outras coisas que aqui ainda não apareceram, eu só não disse ainda porque... eu só não divulguei aqui às pessoas... eles são de cá e ainda não pensaram.

Nome: <u>Ana Bela Tiata Arceujo</u>	Idade: <u>52</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Casinha das Cepes</u>
Data: <u>19/05/2012</u>	Hora: <u>19h 35m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	

A/25 – Sr. José António Ricardo Lopes
Várzea da Marinha

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas são um caso de natureza e neste momento estamos a atravessar uma fase em que é extremamente procurada tudo o que é situações ligadas à natureza. As Salinas, em particular, têm outras vertentes e digamos que, neste momento, têm

um relativo potencial de crescimento no futuro em termos turísticos, porque são uma coisa rara. São das poucas situações que há na Europa em atividade, há outras mais que estão desativadas. Pensamos nós, e eu penso em particular, que, à dimensão de Portugal, claro, que elas têm algum potencial de crescimento e desenvolvimento para sustentar também, de certa forma, esta região onde nós estamos. Atualmente, e em particular devido à crise que atravessamos, está-se a ver isso com outra atenção, porque dantes era um pormenor de verão e não passava disso. Hoje já estamos ver e a analisar vertentes novas ligadas ao turismo, ligadas ao sal, ligadas à saúde, ligadas a várias áreas que aqui esta situação das Salinas, podem potenciar.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes e os turistas?

Penso que apesar de ter havido alguma evolução nesse sentido, está muito aquém do desejável. Nós não temos a qualidade de receção que é minimamente aceitável em termos turísticos, nomeadamente em Portugal. Temos que evoluir e melhorar uma série de situações.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não, não dependo, digamos que nós estamos aqui num *part time*. Nós temos uma atividade principal que neste momento está desativa, está a atravessar uma fase difícil também, que é artes gráficas e publicidade. Estamos a fazer aí outras coisas, entre elas, esta. Não quer dizer que isto não se torne um negócio principal no futuro... é uma possibilidade acontecer.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Sim, claro. Essa é uma das ideias que estão, neste momento, a ser desenhadas para o futuro. Eu sempre defendi isso, aliás, eu também já tenho algumas viagens, já tenho algum conhecimento sobre outras situações de Salinas e de outras coisas e é importante as pessoas virem aqui e terem um acompanhamento personalizado e devidamente estruturado, com as condições para levarem daqui uma boa imagem, isso passa por aí claramente.

Os produtos que comercializa aqui no seu espaço são produzidos por produtores da região?

Nós, praticamente no nosso espaço aqui, além do café bar e esplanada... portanto, isso é os fornecedores normais. Nós temos a loja Flor de Sal em que os produtos são todos nossos, da nossa produção. Estamos ali a juntar mais alguns produtos agrícolas e alimentares, regionais, aqui da zona de Rio Maior. Que são de produtores da região também.

Que acabam por complementar, também, os vossos produtos...

Sim... sim... Nós estamos a fazer uma permuta de interesses, nós facultamos a algumas lojas e alguns sítios os nossos produtos e esses produtores do ramo alimentar, nomeadamente dos vinhos, dos azeites, da doçaria, nós fazemos esta permuta... eles vendem os nossos e nós vendemos os deles.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para os visitantes e turistas, aumentando assim o volume de receitas no território?

A primeira questão é uma questão legal que tem que se resolver... É uma questão de... todas as atividades que aqui estão, as que estão neste momento e as que virão no futuro têm que passar por um enquadramento legal que neste momento ainda não está... ainda falta algo para se concretizar. Nós já demos esse passo, ao

virmos para cá fizemos isso, tivemos bastantes dificuldades em conseguir isso mas conseguimos já. Neste momento... aliás, tivemos uma reunião agora há pouco dias com a Associação Aldeias do Sal, com a Câmara Municipal e com a Junta de Freguesia e esse é o ponto que toda a gente é unânime... toda a gente concorda com essa ideia. Primeiro legalizar, criar condições para que haja uma igualdade e para que haja alguma formação também nas pessoas, para se conseguir de certa forma que as pessoas quando aqui vêm visitar as Salinas tenham um acompanhamento e tenham, digamos, um atendimento mais ou menos equilibrado em todos os sítios, e isto não se passa neste momento. Há casas que trabalham relativamente bem, há outras que trabalham relativamente mal. Há uma disparidade muito grande na receção aqui nas Marinhas do Sal, assim como há nos estabelecimentos em si também. E esse é o primeiro passo... Claro que não pode ser tudo uniformizado, mas tem de se aproximar mais, para que depois também as pessoas que aqui venham, não vão levar daqui por azar uma má imagem, porque o atendimento ou serviço que lhe fizeram, ou o que não havia ou não lhe deram a informação certa, levem essa marca negativa. Temos que eliminar esses pontos negativos, temos que caminhar por aí. No segundo passo, no fim disso ser concretizado, ou ao mesmo tempo, temos que começar a desenvolver novos negócios ligados ao turismo e às Salinas. Já há uma série de ideias aí a serem desenvolvidas, uns ligados à agricultura, outros ligados à natureza, outros ligados ao próprio sal... Há aqui uma série de situações... até o desporto natureza, sei lá. Temos aí uma série de situações, em que estão já várias pessoas a trabalhar nelas, que farão parte de todo um pacote, um leque de oferta que vamos criar aí. Isso vai criar alguns postos de trabalho, vai criar algum desenvolvimento dos produtos e vai pôr as pessoas, de certa forma, no futuro, aí a estudar e a fazer algumas carreiras de trabalho, dirigidas especificamente aqui às Salinas, que é o que não há.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Tem havido pouco, estes anos têm sido muito fracos, agora há mais vontade de o fazer, mas também não há meios. Chegou-se ao ponto de... antes havia meios e não houve vontade, agora há vontade e não há meios. Estamos assim... mas também temos noção de uma coisa, ao contrário do que muita gente aí pensa, a autarquia não pode resolver aqui tudo, a autarquia tem é que criar os meios para que os privados façam e é isso que também não tem havido. A lei aqui é extremamente complicada... para se fazer algo em termos legais, ninguém sabe dar resposta adequada às coisas e nós, nesse sentido, tivemos algumas dificuldades. Agora, é preciso a parte legal como já disse e é preciso que de certa maneira aqui a autarquia facilite uma série de procedimentos... a autarquia, o Parque Natural, etc. e eles até ao tempo corrente, não se têm entendido em relação aos métodos de se fazer coisas... tem sido muito difícil às pessoas, por isso é que as pessoas vão pela ilegalidade, não vão pelo caminho correto, que é mais fácil ser ilegal do que ser legal cá. Agora, em termos de futuro, nós os privados que cá estamos, estamos a trabalhar com a Câmara nesse sentido, para que a Câmara também, de certa maneira, uniformize os procedimentos, colabore com as pessoas que cá estão, para elas se habituarem à ideia que têm que estar legais, têm que pagar impostos, estar dentro das regras que são comuns a todos, que é para haver mais uniformidade. Esse é um dos caminhos possíveis, logo... a partir daí a gente sabe bem, não tenhamos ilusões, que o tempo que

estamos a atravessar... da parte da autarquia não vamos ter aqui investimentos maciços públicos. Tudo o que estava desenhado irá ser feito no futuro, pelo menos se o fizerem em termos de projeto e que fique desenhado para o futuro já é bom e vamos aguardar que o tempo depois reponha o resto... o Centro de Interpretação, caminhos pedonais, espaços públicos, serviços de atendimento... o posto de turismo com outra dimensão, com outras condições. Tudo isso já está pensado e já está desenhado, simplesmente agora temos que esperar pelo tempo certo, e esperar que o tempo passe para as coisas serem implementadas.

Ainda relativamente à autarquia, considera que tem havido investimento na promoção das Salinas?

Tem, tem havido... melhorou bastante também. Nesse sentido, há cinco anos atrás não se falava nas Salinas sequer, a televisão vinha aqui quando o "Rei fazia anos", se havia aí qualquer coisa... Neste momento, podemos dizer que o ano 2010, por exemplo, lembrome perfeitamente... a televisão veio cá, seguramente, aí uma dez vezes, durante o verão especialmente. Durante o ano passado, talvez um pouco menos mas veio cá. As Salinas estão representadas em vários programas diretos em Lisboa, que a Câmara normalmente... ligados às tasquinhas, ligados à feira de setembro e outros eventos, as Salinas vão sempre representadas. As Salinas estão sempre representadas na Feira Nacional de Agricultura, vão lá estar este ano outra vez e outros certames alimentares em Lisboa é frequente assistir, ou seja, tudo isso também é um trabalho que a autarquia facilita, porque só eles é que têm esses contactos e só eles é que são convidados para isso. E acho que nesse aspeto temos que dizer que tem havido uma melhoria muito significativa. Agora, claro, nós exigimos sempre mais e queremos sempre mais. Agora temos que ter calma... o tempo é que vai fazer o resto.

Por último, ia pedir-lhe para me indicar outras sugestões para a dinamização do espaço.

Pensamos que uma das questões principais... há coisas que a gente sabe que estão limitadas, não desenvolvem mais, pronto... têm limitações, é complicado, é o caso da produção do sal. A produção de sal é um ciclo relativamente fechado e que não tem grandes espaços de progressão, poderá ter um pequeno núcleo de exportação como já tem, mas nunca teremos grandes hipóteses de sair daí. Agora, Rio Maior tem algumas áreas de negócio em desenvolvimento que no futuro se podem interligar às Salinas. Por exemplo o desporto é uma delas, porque neste momento há a possibilidade de se construir um hotel aqui na encosta das Salinas nascente, se isso vier a acontecer, isso vai provocar uma série de... digamos... todo este plano de desenvolvimento que está desenhado para aqui tem que avançar mais depressa. Porque uma coisa vai obrigar à outra, porque é importantíssimo esse investimento, porque isso à volta dele vai criar uma série de situações novas que ninguém ainda pensou, mas que algumas pessoas sabem que vão acontecer. Eu penso que essa é uma das principais razões de crescimento das Salinas, no futuro. Agora, temos que... depois... complementar isso com esses tais equipamentos públicos que a Câmara através desses projetos de desenvolvimento tem planeados para o futuro... têm que os fazer. Eu acredito se o hotel avançar, como parece que vai avançar agora a curto prazo, essa falta de dinheiro e crise que estamos a atravessar vai realmente ser esquecida e vamos avançar mais depressa para esses patamares que a gente pretende.

Nome: <u>José Antônio Ricardo Lopes</u>	Idade: <u>55</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Varzea da Marinha</u>
Data: <u>19/05/2012</u>	Hora: <u>20h 00m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	

A/26 – Sr. Tiago Rafael Salema Machado
Kopo Funil

De que forma vê o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

A atividade turística aqui nas Marinhas do Sal ou Salinas de Rio Maior, é muito importante e é o que nos faz gerar movimento aqui nas Marinhas e é uma atividade que só gera de verão, porque de inverno temos as Salinas... mas como não há produção de sal, em termos turísticos, é bastante mais reduzido porque as pessoas não têm interesse em vir cá. A outra alternativa que traz visitantes é um restaurante bastante conceituado que temos aqui, que por algumas entrevistas que já existiram também no “Nós por Cá” e outros programas atraem bastantes pessoas a virem cá.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

As Salinas recebem bem os visitantes, alguns dos comerciantes têm é pouca formação para receberem os visitantes, sejam eles... Para os portugueses tudo muito bem... mas a maior parte dos comerciantes têm falta de línguas, neste caso o inglês, o francês, que são as principais origens das pessoas que vêm cá.

Depende economicamente dos visitantes/turistas?

Não. Porque se nós fôssemos depender dos turistas não era fácil... Só existe uma casa aqui que consegue viver dos visitantes ou turistas para se conseguir manter, porque de resto, em termos de visitantes, como é muito fraco... as pessoas também não têm muito interesse em conhecer o processo, realmente, da produção do sal.

Se sim, qual a percentagem desse rendimento relativamente ao total do rendimento anual?

Concordaria (porquê?) com a instalação de um Centro de Interpretação nas Salinas de Rio Maior que ajudasse os visitantes a compreender toda a envolvente histórico-cultural do local?

Concordo e já houve um projeto para isso, porque existe aqui uma Associação que é a Associação Juvenil de Desenvolvimento das Marinhas do Sal, que um dos objetivos que tem... é uma Associação recente, foi criada em 2009, um dos objetivos que tem é mesmo criar um Centro de Interpretação das Salinas também para ajudar um pouco mais...

Os produtos que comercializa no seu espaço são fornecidos aqui por empresas da região?

No meu caso tenho as bebidas mas também tenho o sal da região e tenho o mel da região. Como o meu estabelecimento abre principalmente à noite e só ao fim de semana, como o meu cliente é o cliente da noite, as lojas normalmente estão fechadas, por isso é que eu também tenho o sal e a flor de sal.

Que sugestão proporia para tornar as Salinas mais atrativas para os turistas aumentando assim o volume de receitas no território?

Uma das sugestões era uma proposta que existiu para a realização de um hotel aqui, porque queriam... ali nas encostas, queriam construir aqui um hotel e isso também era uma forma de trazer mais turistas porque temos poucos quartos para alugar aqui na região, e

isso poderia aumentar. Outra coisa podia ser mesmo o melhoramento em si das Salinas, seja com pequenas obras, com iluminação, porque as Marinhas à noite, não sei se conhece... isto é muito pouco iluminado e se tivesse outro tipo de iluminação poderia ajudar também a que as pessoas viessem cá à noite e vissem... porque isto tudo iluminado é muito bonito. Porque quando a Associação realiza a festa anual, que é a festa do Sal, em que temos a recriação histórica, iluminamos as Salinas e não tem nada a ver com o resto do ano.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia nas Salinas?

Não tem havido grande investimento, o único investimento que eles fizeram agora recentemente foi a instalação de placas nas principais vias de comunicação como o IC2 e a A15 para atrair mais os visitantes. Porque de resto, a autarquia não tem feito aqui rigorosamente nada, até mesmo para a limpeza do próprio espaço que faz parte da autarquia, eles têm falhado.

Considera que tem havido investimento por parte da autarquia na promoção das Salinas?

Na promoção tem, porque eles também melhoraram ali um pouco o posto de turismo, porque de resto não tem mesmo investido em nada.

Por último gostava que me indicasse outras sugestões de dinamização para o espaço.

A dinamização, neste caso, era mesmo levar o nosso sal, por exemplo, a feiras estrangeiras de produtos internacionais porque também temos alguma dificuldade em vender o nosso sal para o estrangeiro. Temos um comprador neste caso que é a Bayer alemã, fábrica de indústria farmacêutica e a indústria de panificação, porque de resto não há assim grande dinamização que se possa vir aqui a fazer porque é assim... nós somos obrigados a produzir sal pelo processo tradicional, logo o processo tradicional só dá, mais ou menos, três meses por ano, que é o mês de junho, julho e agosto, às vezes o mês de setembro e outubro, é conforme o tempo, porque nós estamos dependentes da evaporação.

Que outras atividades se poderiam, na sua opinião, realizar aqui, que atráissem mais pessoas?

Poderíamos realizar umas tasquinhas, ou seja, juntar os comerciantes todos e promover um evento com espetáculos para atrair mais visitantes. Poderíamos... em vez de termos só uma vez por ano a recriação histórica, criar duas recriações históricas e ainda chamar, por exemplo, uma televisão ou um dos jornais para fazerem a cobertura jornalística da nossa recriação histórica. Porque se as pessoas vissem como é todo o processo, como é que era antigamente, as pessoas de certeza que iriam sentir interesse em visitar as Salinas de Rio Maior.

Nome: <u>Tiago Rafael Salema Machado</u>	Idade: <u>23</u>
Residente <input type="checkbox"/>	Comerciante <input checked="" type="checkbox"/> <u>Kopo Funil</u>
Data: <u>02/06/2012</u>	Hora: <u>15h 40m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Tiago Rafael Salema Machado</u>	

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Anexo VII

Transcrição das entrevistas aplicadas a Entidades

Esta página foi propositadamente deixada em branco

A/9 – Sr. José Casimiro Fróis Ferreira
Presidente da Direção da Cooperativa de Produtores
de Sal de Rio Maior

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O interesse penso que seja muito grande, porque Rio Maior... cidade de Rio Maior, em termos de turismo tem as Salinas de Rio Maior e daí todo o interesse, embora ainda não chegaram à conclusão que a vertente turismo em Rio Maior poderia dar muitos frutos. Penso que está a começar, só agora, infelizmente, embora seja numa altura complicada em termos de financiamentos por parte económico. As autarquias, nesta altura do campeonato, está tudo muito fraco e existem grandes projetos aqui para as Salinas para o desenvolvimento. Projetos esses que estão feitos, mas ainda não saíram da gaveta pela parte económica que está em falta. Agora que há muito interesse há, porque isto é uma coisa única no mundo! Não há nada igual como as Salinas de Rio Maior em qualquer parte do mundo, há parecido, mas não há igual, tudo natural, tudo artesanal, tudo... aqui no meio... neste vale tifónico, no meio da Serra. É único e vale a pena visitar este autêntico museu ao vivo.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Sim, é uma preocupação nossa... salineiros... Cooperativa do Sal receber bem os turistas porque nós somos visitados... não tenho números presentes... mas somos visitados por milhares de turistas durante o ano. Todos os dias, todos os dias, é raro o dia que não apareça aqui duas excursões, três excursões. Infraestruturas para os receber, por enquanto ainda não... já tivemos pior. Temos aí uma série de lojas de artesanato, uma série de restaurantes e bons restaurantes temos, mas falta a parte de higiene, parques de estacionamento, isso ainda anda um bocado assim muito baralhado... e às vezes geram-se aí grandes confusões por causa disso. Porque é assim, é muito bonito colocarem placas de informação nas principais estradas aqui à volta a convidar os turistas para virem para cá, mas depois é complicado gerir a situação. Temos aí dias de ter que gerir quatrocentas, quinhentas pessoas, e não é fácil... pronto... Para já não temos da parte de restauração, capacidade de resposta. No aspeto de hotelaria, então pior ainda, a hotelaria, infelizmente, teve um projeto que já podia estar feito, já podia estar a correr, mas os interesses... há grandes interesses em que isto aqui não se desenvolva... que é mesmo assim... A parte da cidade Rio Maior penso que não há muito... não tem havido... muito interesse em que esta parte aqui se desenvolva, porque têm medo que nós vamos roubar à cidade o protagonismo mas, penso que não. Há uns projetos de hotelaria para aqui, penso que a curto prazo isso vai arrancar, mas já peca por tardio.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que tem sido feita às Salinas de Rio Maior?

Penso que a Cooperativa, nesse aspeto, tem tido um papel fundamental, porque ultimamente temos recebido aqui a comunicação social, nomeadamente as televisões, a parte dos Média, dos jornais. A parte da Cooperativa tem feito um esforço enorme e também a minha intenção, é essa mesma, é tentar envolver os Média a que venham aqui fazer as suas reportagens, porque nós... apesar de ser um local único, penso que as televisões também têm a ganhar em mostrar isto ao país... em mostrar isto ao mundo. E penso que ultimamente a Cooperativa e eu, pessoalmente, me tenho empenhado nisso e pelo menos o ano passado, fizemos aqui três ou quatro reportagens... boas

reportagens que nós fizemos aqui!

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

O sal é um complemento da agricultura... apesar de ser um produto barato, digamos que... como a agricultura, neste momento, e ao longo destes anos tem estado um caos... que é mesmo assim... O que é que dá neste momento a agricultura? Só se for os subsídio-dependentes... que andam aí muitos, não é? Subsídios, subsídios, as pessoas acostumaram-se aos subsídios... mas agora viver só da agricultura é pouco e isto é um complemento. Normalmente os nossos sócios são agricultores, a maioria deles são agricultores, têm a sua agricultura de subsistência e depois vêm aqui na parte de maio a setembro, faz de conta que é as suas férias e ainda é um dos melhores complementos da agricultura. Apesar de isto estar tão mau, apesar de ser um produto barato, eles vêm aqui, não contam o seu tempo, fazem isto à tarde, de manhã e depois vão para o trabalho deles.

Ainda continua a ser, nesse aspeto, como era há anos atrás...

Exatamente! Pronto... nós temos salineiros que ainda são eles próprios que tomam conta... estão empregados noutras áreas e depois vêm aqui, ou de manhã antes de ir trabalhar ou ao final da tarde, a partir das seis horas. Isto é um complemento, nós fazemos aqui um movimento à volta dos trezentos mil euros... não é muito... pronto... Trezentos mil euros a dividir por oitenta pessoas, é um bocadinho, penso que ainda seja rentável, neste momento... quem tiver Salinas é muito melhor que ter floresta, na minha opinião.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

Relacionamo-nos bem, é esse o nosso papel, é haver sempre um trabalho de equipa... tem de haver sempre um trabalho de equipa... nós Cooperativa, nós salineiros, porque todos dependemos uns dos outros. Se o salineiro produz bom sal, tem que produzir bom sal, que por sua vez entrega à Cooperativa e a Cooperativa também tem hipótese de o vender melhor, por exemplo. E tem que haver sempre um conjunto de regras e participação entre as duas partes ou entre as três partes, por exemplo, nós temos uma boa relação com os lojistas, temos cerca de trinta lojistas aqui nas Salinas... A Cooperativa também tem que ter aí um papel importante na colaboração com os lojistas. As casinhas de artesanato fazem parte dos sócios da Cooperativa e alguns dos sócios dizem: "Se aparecer aí alguém que queira uma casinha para alugar, para meter um barzinho... ou um restaurante"... a Cooperativa dá-lhes apoio.

Neste momento ainda existem casas dessas para alugar?

Neste momento ainda existem casinhas para alugar! Também é do nosso interesse que haja a parte do comércio, que envolva as pessoas, que chame as pessoas aqui. Para haver desenvolvimento... havendo desenvolvimento do local... há prejuízo... também há "prejuízo", no aspeto de limpeza, no aspeto da beata do cigarro... quantas mais pessoas aqui vierem... mais uma beata de cigarro cá fica... e isso é preciso ter cuidado. Neste momento, de há um ano para cá, dois anos, melhorou bastante porque começámos a ter locais próprios para... Nós não proibimos... Lá dentro... fumar lá... isso é proibido, não é? Mas isto é feito a céu aberto, os próprios ventos... podem levar... e já temos tido aí alguns problemas por causa disso, não é agradável nós andarmos a tirar sal e aparecer uma beata de cigarro.

Mas isso, também há coisas que vocês não conseguem controlar...

Pois... porque nós sinceramente... o turismo... para

nós, salineiros, Cooperativa, no fundo, até é capaz de ter “pouco interesse”, porque não é o turismo que nos compra o sal, compra o pacote do quiló, a flor do sal, mas isso ainda não é muito significativo.

Porque vocês exportam, não é?

De grosso modo é.... O turismo vai sim senhor mas há os pontos maus e os pontos bons, mas não há desenvolvimento sem haver os pontos maus... Temos que ter as duas partes em consonância, agora temos é que trabalhá-las, encontrar o equilíbrio das duas coisas.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

Eu fui convidado para estar presente e penso que foi muito bom... isso foi uma coisa a nível nacional... A Câmara candidatou-se, como outras câmaras se candidataram a esse projeto e... chegou-se à conclusão que esse projeto, era o que estava melhor enquadrado para receber este prémio. A Câmara candidatou-se... recebeu o prémio... muito bem... sim senhor... Mas o mérito, se calhar, não foi só para a Câmara.

Pronto... mas esse prémio... eu considero esse prémio como da...

Da região...

Da comunidade...

Eu quando fui lá... quando me convidaram para receber o prémio... para assistir... ainda comentei... “afinal recebeu-se um prémio... mas quantos milhares de euros são para as Salinas? Ah... não é nada, zero! Então, mas o que é o prémio?” O prémio foi um quadro emoldurado, muito bonito... para mim pecou por pouco.

Mas não considera que isso é o reflexo do trabalho que tem sido desenvolvido por diversas partes aqui nas Salinas?

Pela Cooperativa! Completamente! Penso que não ficava nada mal o prémio ser atribuído à Cooperativa do Sal, por exemplo, porque se não fosse a Cooperativa do Sal existir há vinte e sete anos, estava aí uma lagoa de sujidade... Estava ao abandono! Isso, não tenhamos dúvidas nenhuma! Se a cooperativa não agarra nisto... e a Cooperativa existiu porquê? Por causa de uma grande crise que houve em 1979, o sal não se vendia. Nós tínhamos aí sal nas barracas que não se escoava.... tínhamos aí barracas cheias de sal que tiveram aí dez anos. Pensámos assim... ou isto morre ou então temos de formar um grupo para conseguirmos vender o produto porque havia os oitenta proprietários, havia oitenta donos, havia oitenta barracas a vender sal, mas faziam guerra entre uns e outros, um fazia a três, outro fazia a dois, outro fazia a um, era a ver qual se desenrascava. E depois não havia uma estrutura própria, vinha aqui uma empresa que queria, por exemplo, 50 toneladas de sal mas, ninguém tinha 50 toneladas de sal para vender. Tinha de ser o Francisco... o António... o Manuel, todos juntos, e depois as pessoas são muito boas mas, trabalhar em sociedade e comunidade, é muito difícil. Então, a solução foi criarmos a Cooperativa... Assim que criámos a Cooperativa, começámos a meter o sal no mercado, a procurar novos mercados, começámos a fazer contratos com empresas, tivemos que nos mecanizar... porque antigamente... nem sacos tínhamos, era a própria empresa que trazia os sacos no próprio dia, o sal tinha que ser cavado nas barracas à enxada e à picareta porque estava rijo, era ensacado no dia, na hora e o camião estava ali à espera que a gente carregasse o carro. Agora não... agora telefonam para aqui a pedir 20 toneladas para amanhã... tem logo capacidade de resposta! Mas, muita gente ainda, muita gente aqui da comunidade tem a memória curta,

porque ainda temos pessoas aqui que dizem que a Cooperativa nunca fez nada para o desenvolvimento local. E está visível... quem conheceu isto há vinte anos atrás e conhece agora, não tem nada a ver. A Cooperativa é que foi a mola real da sobrevivência das Salinas, e continua a ser! Embora haja aí os tais 10% que estão por fora da Cooperativa, dizem mal da Cooperativa a torto e a direito, porque não lhes convém, porque são nossos concorrentes diretos, esses 10%... são meia dúzia de toneladas... não tem nada a ver... Então a gente aqui produz uma média de 1700 toneladas, os 10% são capazes de produzir 200 toneladas, ou nem isso, insignificativas... Mas, são aquelas pessoas que... parte comunitária, parte de trabalhar para a comunidade... não! Interessa-lhes é o poder para eles próprios, são pessoas que não querem dar nada à comunidade, mas sim satisfazerem-se a eles próprios. Pronto... e eu nesse aspeto sou direto, e há pessoas que não gostam do presidente da Cooperativa... pronto... isto é como tudo... porque o presidente da Cooperativa, por vezes tem que dizer que não... tem que dizer que não... Porque dizer que sim... é fácil dizer que sim... mas à vezes é preciso dizer que não... não pode ser... e a pessoa fica zangada comigo, mas isso eu não tenho medo... Eu tenho mais medo daqueles que dizem bem de mim que daqueles que dizem mal.

Agora... por último... a questão... Que futuro vê para as Salinas?

É assim... o futuro é muito complicado, penso que vêm aí dias difíceis... As exigências que o mercado quer, que as exigências de hoje não são as exigências de há vinte anos atrás. É um produto para a alimentação, o que eu acho muito bem que haja as exigências, e depois nós fazemos parte... isto é uma zona classificada pelo IPPAR, isto é considerado património público, depois faz parte do Parque Natural e todas estas entidades... se não nos apoiarem, com uma visão possível... Nós não queremos degradar nada, queremos manter tudo tal e qual como está, mas tem que haver uma evolução no século XXI, porque senão... comercializar sal como eles queriam há vinte anos atrás, ou há trinta, isso é impossível. Nós tentámos ao longo dos anos fazer uma participação em todos os aspetos, cultural, artesanal, manter como era antes... sim senhora, mas a parte comercial tem que desenvolver mais um bocadinho, a parte de extração tem que desenvolver mais um bocadinho, porque senão corremos o risco disto morrer.

Vamos ver... a minha missão neste momento, a longo prazo é difícil de me pronunciar mas, neste momento é tentar, pelo menos, manter as Salinas, o que já é muito bom. Vamos ver se a gente consegue porque, neste momento, a crise chegou aqui também, a crise é geral, mas ao longo destes anos nunca tivemos grandes problemas em escoar o nosso produto e neste momento estamos a ter um certo problema. Sabemos que o nosso produto é um produto de qualidade, tem a sua qualidade, ora... tendo a sua qualidade tem de ser pago ao justo preço e os nossos concorrentes diretos de sais que vêm do estrangeiro, da Tunísia, do Egipto, a preços baratíssimos estão-nos aqui a fazer uma concorrência danada, e nós não podemos entrar nessas loucuras. O nosso cliente tem que optar, produto natural de qualidade, a um preço x ou um produto industrial, que não tem nada a ver com um produto natural, mas tem que pagar. Agora, o produto industrial é um bocado mais barato que o nosso produto. E normalmente as pessoas querem é barato, desde que faça a mesma coisa, desde que salgue, não interessa se faz mal à saúde, se não faz mal à saúde ou se o sal tem branqueador, se é lavado ou se não tem os minerais, não quer saber disso para nada. Nós,

felizmente, temos o nosso mercado alemão, vai fazer agora dez anos, foi a tábua de salvação aqui das Salinas, porque são outros números, são outros preços. Eles gostam... eles vêm a Rio Maior buscar este sal, não é pelos nossos lindos olhos mas é por toda a vertente... artesanal... sal artesanal, parte cultural, eles ligam muito a essas coisas e a todo um ambiente familiar que há aqui à volta. Sal têm lá eles muito ao pé de casa, e a preços muito mais baratos e preferem vir buscar este a Rio Maior, porquê? Por tudo isso, porque eles ligam à qualidade. Eles vão fazer pão... porque a Alemanha deve ser um dos países que tem mais qualidades diferentes de pão, eles fazem pão com tudo e mais alguma coisa, mas querem qualidade a 100% no sal e daí tem o... que é o comércio deles. As pessoas vejam... realmente é capaz de ser verdade... nós temos de apostar na qualidade... no produto completamente natural.

Pois... vocês têm que se continuar a diferenciar pela qualidade...

Pronto... exatamente... mas entrar aí é difícil, em certas empresas é difícil porque as empresas... interessa é quanto mais barato melhor e nós não podemos entrar por aí porque senão... não vale a pena extrair sal. Eu digo sinceramente... o mercado nacional... neste momento... se nós trabalhássemos só com o mercado nacional, nós tínhamos muita dificuldade em manter isto, muita... mas muita mesmo, aliás ... se não tivéssemos já encerrado portas.

Nome: José Gasimiro Tróis Ferreira	Idade: 48
Cargo que ocupa: Presidente de Direcção	
Identificação: Cooperativa de Produtores de S.P. de Rio Maior	
Data: 16/05/2010	Hora: 9 h 30 m
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<i>[Assinatura]</i>	

A/10 – Eng.º Luís Filipe Santana Dias
Presidente da Junta de Freguesia de Rio Maior

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas de Rio Maior com a sua longa história que já têm, começam ou já há bastante tempo que têm alguma carência de várias ordens e a atividade turística pode ser um polo dinamizador, sendo até, porventura, o principal polo dinamizador das Salinas. A safra do sal e a utilização, a exploração do sal será sempre uma atividade que não é descurada por certo e garante alguma entrada de dinheiro, algum *input* em Rio Maior e nos próprios proprietários das Salinas, sendo que, acho que se deve começar a olhar para as Salinas, de forma a que a atividade turística seja a sua principal atividade. Temos nas próprias Salinas e na sua zona envolvente um sem número de vertentes e possibilidades que podem ser exploradas, desde a Serra ao património rural por ali existente que pode perfeitamente fazer com que a atividade turística seja a principal atividade das Salinas.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Na minha opinião recebem o melhor que podem. Existem muitas infraestruturas que fazem falta nas Marinhas do Sal, inclusivamente alguma ordenação da visita dos turistas, sendo que, temos tido ultimamente um crescendo de visitas e graças também ao desenvolvimento do posto de turismo das Salinas, agora há muito trabalho por fazer. Há trabalho que está a ser desenvolvido, já a ser conversado em termos de estacionamento, de instalações sanitárias condignas

para os visitantes, também ao fim e ao cabo, o que dizia há pouco, uma ordenação da visita que uma pessoa possa fazer às Salinas, é muito importante que o turista chegue ali e tenha uma visita organizada. Já se faz alguma coisa nesse sentido mas a verdade é que funciona muito por grupos ou então se chega isolado pela sua vontade e isso ao fim e ao cabo havia de estar mais bem trabalhado para que o visitante quando chegasse pudesse sentir-se orientado, nomeadamente através de *placards*, através de brochuras para que possa chegar e não precisar de um guia para saber o que está a visitar, como vemos em tantos outros monumentos do nosso país.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e promoção das Salinas?

Eu acho que as Salinas têm tido ultimamente alguma divulgação e promoção, muito embora não seja suficiente. Até há bem pouco tempo não existia sinalização das próprias Salinas, sinalização rodoviária, inclusive no IC2 foram colocadas agora umas placas grandes do género que vemos a anunciar património por essas autoestradas fora e está-se a fazer algum trabalho nesse sentido. No entanto acho que a comunicação das Salinas devia ser organizada porventura com uma comunhão entre as entidades que possam partilhar a gestão das Salinas, nomeadamente a Cooperativa do Sal, o turismo da Câmara Municipal, como a própria associação que existe que é a Associação Aldeias do Sal, que possam ao fim ao cabo envolver-se mais para que possa existir uma entidade que promove as Salinas de forma contínua. Dá-me ideia que as Salinas estão a ser mais bem promovidas do que estavam, mas de qualquer forma, é preciso uniformizar a comunicação por forma a que ela seja constante e que possam ser distribuídos programas, possam ser distribuídos roteiros, para que várias entidades possam contar com as Salinas, nomeadamente agências de viagens e tudo mais, possam contar com as Salinas como um destino fiável, e um destino que está sempre disponível a receber as pessoas.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

As Salinas são um ponto importante de desenvolvimento económico, não lhe vou chamar reduzido em termos financeiros, mas em termos de área que afeta. Efetivamente os proprietários daqueles talhos serão a Cooperativa e alguns proprietários das aldeias vizinhas. Eu creio que a atividade salineira nunca poderá e até porque é um produto com preço de venda razoavelmente baixo, nunca poderá ter uma expressão na área financeira, muito grande, em Rio Maior. Se bem que, como eu disse no início, creio que o que há a explorar é precisamente a área turística e aí creio que as Salinas podem ser, se não o principal, um dos principais pontos de desenvolvimento do concelho de Rio Maior e à volta das Salinas existe um mundo de atividades para fazer, desde o turismo rural ao ecoturismo, tudo é possível fazer-se ali nas Marinhas. Portanto, acredito que não só pela atividade salineira, obviamente respeitando-a, é uma atividade com séculos de história e mantendo-a mas, trabalhando a área turística por forma a que, essa sim, possa ser um ponto de desenvolvimento fulcral no desenvolvimento económico de Rio Maior.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

A Junta de Freguesia tem uma série de competências delegadas pela Câmara Municipal, neste caso, e nenhuma delas nos dá uma influência direta nas Marinhas. Obviamente o que temos é o cuidado de dialogar com estas entidades que fazem esta gestão por forma a não deixarmos que lhes falte as condições

para poderem trabalhar, as condições de acessos, de embelezamento, aquilo que nos for possível. Temos o cuidado de ter uma boa relação com todas as entidades, fazemos muito trabalho nas Marinhas, temos pena de não podermos fazer mais mas, efetivamente não são competências nossas. Agora, fazemos o trabalho de alindamento, tentamos colaborar com maquinaria, com trabalhos efetuados e, ao fim e ao cabo, tentamos potenciar as atividades que essas próprias entidades desenvolvem ou pretendem desenvolver, nomeadamente com o associativismo local temos tentado ter uma relação de parceria e conseguir felizmente uma relação de parceria no desenvolvimento de atividades, melhoria... nas benfeitorias que são necessárias fazer nas aldeias vizinhas, portanto... a nossa relação acaba por ser de *background* mas, acaba por ser muito importante para dar o conforto às pessoas que trabalham nas Marinhas.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

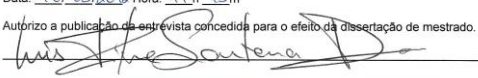
Este prémio de geoconservação, acho que a principal diferença das Marinhas, o que a diferencia das restantes candidaturas que possam ter havido a este prémio, é precisamente o facto das Marinhas serem uma realidade e não serem uma promessa que vão existir. Grande parte das candidaturas que são feitas a estes prémios são situações que se pretendem requalificar, ou que se pretendem melhorar e o que se pretende é premiar um projeto. Ao fim ao cabo as Marinhas não necessitam de um prémio para ser uma realidade, as Marinhas existem há muito mais tempo do que muita gente pensa e é realmente um museu vivo, é uma atividade que se faz da mesma forma agora do que se fazia há oitocentos anos. Acho que este prémio foi o reconhecimento do esforço que tem sido colocado, quer pelo município mas, maioritariamente pelas pessoas, pelos salineiros, e pela Cooperativa de produtores do sal. Este prémio foi o reconhecimento do que é manter um museu vivo, portanto, se as técnicas são iguais ou muito parecidas do que eram há oitocentos anos atrás, acho que isto foi o reconhecimento efetivamente daquilo que é um ecomuseu realmente vivo.

Que futuro vê ou espera ver para as Salinas?

Eu tenho muita esperança que aquilo que temos falado desde o início seja uma realidade, ou seja, que se consiga entender as Salinas como um ponto de atração turística em que a atividade salineira é a continuação de um trabalho já efetuado mas, para isso, há que mudar a visão sobre as Salinas. Na minha opinião, e modesta, espero, tem que se tentar tornar as Marinhas como um ponto de atração turística como base e depois sim, não descurar e manter toda a atividade comercial que elas encerram.

Não vejo que estejamos a atravessar tempos fáceis para que sejam feitos investimentos nas Salinas, não vejo que seja fácil fazer isso, mas da mesma forma, não creio, que seja preciso tanto dinheiro para fazer das Salinas um bocadinho melhor do que o que está. Sei que se está a trabalhar nisso, inclusive sou várias vezes convidado para grupos de trabalho sobre as Salinas e para as Salinas gostava de ver efetivamente uma visão, gostava que houvesse uma visão que permitisse considerar as Salinas pedra angular do desenvolvimento turístico do concelho. Portanto, este era o futuro que eu gostava de ver para as Salinas. Obviamente não sei se será fácil devido às condições económicas que temos, fazer todos os investimentos que são necessários nas Salinas, para que se possa tornar isto mesmo, nomeadamente na melhoria de acessos, nomeadamente no convencer os proprietários

e, porque não, apoiar os proprietários a manterem o traço rústico das casas, a manter os materiais utilizados, os originais, portanto, ao fim ao cabo cuidarem um pouco, também os proprietários, e isso só se consegue apoiando, cuidarem um pouco das suas propriedades para ao fim ao cabo podermos ter ali uma mini aldeia, que será diferente de tudo o resto que vemos em Portugal. Este era o futuro que eu gostava de ver para as Salinas, não sei se será fácil de conseguir mas, seguramente, vamos tentar.

Nome:	Luis Filipe Santana Dias (Eng.)	Idade:	33
Cargo que ocupa:	Presidente		
Identificação:	Junta de Freguesia do Rio Maior		
Data:	16/05/2010	Hora:	11h 15m
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.			
			

A/11 – Sr. Hugo Cláudio Silva Sampaio
Presidente da Associação Aldeias do Sal

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O interesse aqui, na minha perspetiva, como presidente da Associação, o interesse é total e é uma mais-valia aqui para a nossa zona, até para criar alguns postos de trabalho e as marinhas têm condições de ser autossustentável em termos turísticos. Agora, depende do que nos deixam fazer. Nós temos aqui muitas condicionantes também, muitas entidades... e as Marinhas têm um grave problema que é não haver uma entidade só a tutelar as Marinhas. Isto é tudo recintos privados, isto é tudo áreas privadas e quando há tudo privado é difícil entrar-se, daí eu esperar que a Associação consiga reunir um bocado o consenso das pessoas e... tento integrá-las o mais possível na Associação para uniformizarmos as ideias sobre as Salinas para ver se conseguimos, com o apoio do Turismo e da autarquia, juntas, se conseguimos levar isto a algum lado... que não está a ser fácil.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Na minha opinião... isso é muito subjetivo, porque eu não acompanho muito essa receção mas, está melhor... mas está muito aquém do que deveria ser ainda... Acho que sim, a vários níveis, infraestruturas e até mesmo em termos de acompanhamento dos turistas, o Turismo tem feito um grande esforço nisso mas, ainda está um bocado aquém.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e promoção das Salinas?

Pronto... nesse capítulo até acho que tem sido razoável, a Câmara e o Turismo têm trabalhado mais ou menos nesse sentido mas, pronto... a gente pede sempre mais. Sei que houve trabalhos nesse sentido há pouco tempo, informação, placas, houve até um grande investimento nesse sentido, acho que se está a melhorar.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico aqui da região?

É um bocado o que já respondi há bocado... Dou grande importância nisso, até porque nós somos aqui um meio pequeno que não temos grandes oportunidades. A indústria é pouca, quase nula, a agricultura neste momento não está no seu melhor e acho que o turismo aqui e o desenvolvimento das Salinas é importante, até porque isto é um tipo de atividade que funciona melhor no verão, e a nossa vida

não é só o verão não é? Temos um ano todo e... acho que criando as infraestruturas necessárias, até de inverno isto é um potencial turístico.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

Nós temos um bom relacionamento e até estamos a conseguir unir as pessoas através de algumas atividades que fazemos mas pronto... estamos no início, ainda, de um trabalho longo que temos pela frente... mas ainda estamos no início.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

Eu por acaso assisti à entrega desse prémio e pelo que me apercebi nos discursos das entidades, é uma mais-valia para a nossa zona, haver um reconhecimento no exterior do que nós temos aqui. Se calhar é pena que a população no geral não esteja muito informada sobre isso e acabamos por não dar o devido valor que as coisas têm, até porque estamos aqui todos os dias e não reparamos nalgumas coisas mas, isso é uma prova como o potencial está aqui e se há entidades e outras pessoas que até não coabitam aqui muito, avaliarem as coisas assim, é muito importante, haver um prémio desse género já é um grande empurrão.

Que futuro vê para as Salinas ou gostaria de ver?

Gostaria de ver isto em termos turísticos e atividade económica bastante desenvolvido. Se bem que... na minha opinião, essas coisas têm sempre uma contrapartida, não é? Às vezes acabamos por tirar a beleza natural que as coisas têm para desenvolver uma atividade, a gente sabe bem que os meios económicos falam sempre mais alto e isso, às vezes, não é sinonimo de as coisas virem a ficar melhores mas, vejo com bons olhos porque eu estou cá desde sempre, há trinta e tal anos e as Marinhas nunca estiveram como estão agora, nem de longe nem de perto. Acho que, tanto da parte da Cooperativa como alguns privados, que é o caso deste espaço onde estamos aqui, estão a apostar nisto e fazem com que as Marinhas não morram.

Tem havido uma evolução...

Tem.... tem... bastante. Nestes últimos anos tem havido uma boa evolução.

Nome: <u>Hugo Cláudio Silva Sampaio</u>	Idade: <u>38</u>
Cargo que ocupa: <u>Presidente</u>	
Identificação: <u>Associação Aldeias do SOP</u>	
Data: <u>16/05/2012</u> Hora: <u>14h 45m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Hugo Cláudio Silva Sampaio</u>	

A/14 – Sr. Sérgio Mendes Gonçalves
Presidente da Associação Empresarial do Concelho de Rio Maior

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O nosso interesse pela atividade turística nas Salinas é grande porque o nosso concelho é um concelho rico em património. Nós temos nas Alcobertas também o dólmen, temos as Salinas e então faz tudo parte aqui de um circuito de vários pontos de interesse turístico que nós temos, as Salinas é um deles. A nível nacional as Salinas são muito conhecidas... as nossas Salinas... e então é um dos nossos maiores pontos de interesse em Rio Maior. O turista quando vem a Rio Maior sabe que vem logo visitar é as Salinas porque é um dos

maiores pontos de interesse. A nível económico... acho que é um grande ponto de interesse turístico, as nossas Salinas.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Penso que sim, penso que recebem bem os turistas. A nossa Câmara tem lá um ponto de receção e penso que são bem recebidos, tanto pelas nossas funcionárias aqui da Câmara, como por todos os vendedores existentes naquela área, tanto na parte da venda do sal e do artesanato, como também na parte de dois ou três restaurantes ali envolventes, penso que a gastronomia da terra também está lá bem representada... Sim, penso que sim.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que tem sido feita às Salinas de Rio Maior?

Penso que tem havido alguma divulgação e aliás a nossa autarquia é sempre o ponto que mais tenta divulgar é as Salinas mas, pronto... se calhar podia fazer-se mais alguma coisa pela divulgação, mesmo a nível nacional ou internacional podia fazer-se sempre mais qualquer coisa... traria sempre maior número de visitantes.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

As Salinas acabam por ser um complemento de todo o polo económico que nós temos, que está ligado ao desporto, como nós sabemos, a cidade é conhecida pela cidade do desporto e as Salinas acabam por ser um complemento porque quem vem à nossa terra, vai visitar as Salinas, acaba por comprar lá o artesanato, acaba por almoçar lá e ajudar também ali os comerciantes da parte da restauração. É uma boa ajuda porque para além de se incluir no tal circuito que eu tinha falado, o circuito turístico, traz sempre um benefício à terra.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?


A nossa entidade não está diretamente ligada com as Salinas. Nós somos uma associação empresarial e comercial, estamos mais relacionados com os comerciantes aqui dentro de Rio Maior e com a nossa zona industrial, não estamos tão ligados às Salinas, mas os comerciantes que lá estão instalados, acabam alguns por ser nossos associados, os da restauração são nossos associados e tentamos sempre promover, para quando há alguma coisa turística tentamos sempre puxar para os nossos.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

Acho que foi muito importante para nós, até mesmo para ver se a nossa autarquia consegue desenvolver lá as infraestruturas que eles têm pensadas para lá e o projeto que há para lá, ver se eles conseguem desenvolver, acho que foi muito importante, foi muito bom. Talvez agora com este prémio, se consiga então fazer a tal divulgação a nível internacional e tudo.

Que futuro vê ou gostaria de ver para as Salinas?

O futuro que nós vimos para as nossas Salinas... nós gostávamos que os fundos comunitários que foram aprovados para lá fossem bem aplicados e que houvesse então uma sustentabilidade do negócio, para se criar ali um polo turístico de interesse, que se conseguisse levar a nível internacional e trazer mais benefícios para Rio Maior... até mesmo... fala-se que vai ser feito lá um hotel e para dar um desenvolvimento, para ver se crescia aqui a nossa economia local, crescia um bocadinho usando ali as Salinas como um meio de atração turística.

Nome: <u>Sérgio Tendes Gonçalves</u>	Idade: <u>33</u>
Cargo que ocupa: <u>Presidente</u>	
Identificação: <u>Associação Empressif do Concelho de Rio Maior</u>	
Data: <u>11/05/2013</u> Hora: <u>15h00m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
	

A/16 – Mestre Maria de Jesus Fernandes
Diretora Adjunta Departamento de Gestão Áreas
Classificadas do Litoral de Lisboa a e Oeste do ICNB
do Parque Nacional das Serras de Aire e Candeeiros

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

As Salinas de Rio Maior são um ex-libris da região, não só do concelho de Rio Maior, mas mesmo da zona da área Sul do Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros, e daqui da zona da Serra dos Candeeiros, porque são um acidente geológico e paisagístico e por essa razão, também, de atração turística, único no nosso país, não muito comum no mundo, não é muito vulgar existirem Salinas com estas características e que têm sido muitíssimo bem preservadas do ponto de vista cultural, etnográfico, da preservação do património, do espaço, etc. E portanto... passou de ser uma atividade económica tradicional muito importante, quer para as populações locais, quer para as populações da região, numa época não muito distante da nossa, em que a utilização do frio e da eletricidade não era uma coisa tão corriqueira assim aqui nas zonas... não só da Serra, mas da serra até ao mar e, onde a utilização do sal para a conservação dos alimentos era de facto um recurso muitíssimo utilizado. Eu sou de Caldas da Rainha e lembro-me de, em muito miúda, quando fundamentalmente vinha de férias a casa de familiares, de ver as arcas salgadeiras e de me dizerem que o sal vinha de Rio Maior e de chegar a vir com alguns familiares diretos, às Salinas buscar sal. É uma imagem que tenho de muito pequena e que seria uma situação muito comum, obviamente, em toda esta zona. Portanto, quando terminada essa fase de um valor económico direto para as populações, passou a ser... a ter para a região, não só para as pessoas que vivem diretamente ali, um valor importante do ponto de vista turístico, de atração turística, de paisagem, que é bastante interessante e que tem sido muitíssimo bem aproveitado.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os turistas?

Bem... é assim... eu tenho aqui uma posição dupla que é, aquilo que é a minha visão enquanto visitante, porque continuo a ir às Salinas com alguma frequência, como também utilizadora daquele espaço, porque vou com alguma frequência almoçar, passear, dar uma volta pelas Salinas, tirar umas fotografias, portanto... usufruir na qualidade de visitante mas, depois tenho uma outra vertente, que é a vertente de técnica do Parque Natural, de alguém com funções na direção desta área protegida e que olho, tenho uma visão mais crítica, um olhar um bocadinho mais aguçado e... e pronto... algumas coisas que não são perfeitas, há muito trabalho a ser feito, há muita coisa a ser feita. Não há dúvida que as Salinas de Rio Maior fizeram um percurso nos últimos 20 anos, de recuperação, de reabilitação, de alindamento daquele espaço, o Parque Natural teve um papel muito importante, eu posso dizê-lo à vontade, porque nem sequer cá estava e portanto não dei o meu contributo direto para isso mas, o Parque Natural teve um papel muito importante, como

entidade mais externa mas, se calhar, também, com uma visão um bocadinho mais alargada do território, de ajudar a que aquela intervenção fosse bem orientada, fosse programada e que não permitisse construções avulsas nem a deterioração daquilo que era o património. E felizmente conseguimos chegar aos dias de hoje com as casas em bom estado, com um bom nível de recuperação, sem grandes atentados do ponto de vista paisagístico e daquele património.

Portanto... a minha resposta é sim e não, eu acho que é um espaço muito atraente para os visitantes e para os turistas, tem crescido nessa dimensão, e tem havido uma preocupação clara de quem tem ali a sua atividade comercial de acolher bem, de acolher o melhor possível o turista. Há um bocadinho de voluntarismo a mais, às vezes, com algum prejuízo naquilo que é, enfim, outros atributos mais de competência, mais de qualidade daquilo que poderia ser a receção aos turistas, propriamente dita, e aos visitantes, porque alguns daqueles espaços, não todos, mas, muitos deles, são de facto reutilizações de outros espaços anteriores e as próprias pessoas tiveram profissões associadas ao sal e portanto... enfim... reconverteram-se noutras funções. Hoje começamos a ter ali alguns investidores jovens com outras perspetivas e que, provavelmente, vão dar outro dinamismo também ao espaço.

Qual a sua opinião acerca da divulgação e da promoção que tem sido feita às Salinas de Rio Maior?

Essas questões são sempre um bocadinho dúbias... Eu acho que a promoção é pequena e continuo a achar que é... eu julgo que foi sempre. Às vezes o que temos muito próximo de casa não lhe damos todo o valor e portanto, conseguimos, quando vamos lá fora ou quando nos afastamos uns quilómetros, 100 km ou 200 km já achamos giro ir ver uma igreja, as igrejas que temos à porta de casa, às vezes nunca lá entramos. Isto é um exemplo para o resto das coisas e da parte da própria autarquia e, no fundo, dos responsáveis locais, as Salinas estão ali, são uma realidade, existem, sempre existiram. E embora no discurso sejam apontadas como ex-libris, sempre foram apontadas como isso, no fundo depois na prática e naquilo que é importante, acabou por nunca haver um forte investimento naquela zona por parte dos responsáveis autárquicos. Talvez agora a atual presidente, a Dra. Isaura, tenha uma postura um pouco diferente, ela é dali, tem raízes diretas, pessoais, familiares, etc. com aquele espaço, ela própria é cooperante e talvez essa ligação afetiva também a ajude a outro tipo de envolvimento e de preocupação. Mas de facto tem havido, embora a fotografia das Salinas seja o emblema associado a Rio Maior, depois não passa muito disso e era preciso, do meu ponto de vista, fazer um trabalho mais sério, quer com a entidade regional de turismo, quer a outros níveis, até na própria sinalética de orientação, um bocadinho em tudo isso. Não basta termos um posto de turismo nas Salinas se depois não houver de facto um projeto associado, que promova, que acolha, que ajude e complementemente aquilo que é a atividade dos privados que ali trabalham.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

Ela continua a ter um papel importante ao nível... ali muito local. As Salinas tem duas vertentes, tem uma vertente da extração propriamente dita e portanto dos profissionais, dos salineiros, que continuam a viver, pelo menos parcialmente, da extração do sal, que estão, como sabe, organizados na Cooperativa e que atualmente exportam praticamente a totalidade do sal que é retirado e essa é uma componente importante, pelo menos para aquela comunidade, que hoje é mais

reduzida mas, que ainda envolve recursos financeiros com algum significado, que tem alguns trabalhadores em permanência, etc. Portanto há ali um peso... que se houvesse um problema com o poço, com o sal-gema, com alguma daquelas situações, foco de contaminação, qualquer coisa dessa natureza, de facto haveria... há uma população, uma pequena comunidade, que ficaria seriamente afetada do ponto de vista económico e nas suas raízes, na sua rede também económica e social. E depois há a parte... a outra componente que é a componente ligada ao comércio e ao turismo, que é um bocadinho mais vasta, que não se cinge apenas, embora haja uma forte visitação do espaço físico das Salinas, fundamentalmente durante os fins de semana, durante o verão, na época em que há extração do sal e em que de facto aquilo é uma marca significativa na paisagem mas, depois as pessoas quando vêm passear às Salinas, também não se cingem só pelas Salinas, e portanto... acabam por também passear um pouco na região.

De alguma forma há um reflexo económico direto numa região que é um bocadinho mais alargada do que a própria salina. Não sei dizer-lhe o que é que isso significa do ponto de vista real, económico, mas que é um polo de dinamização, de dinamismo e pode ser um polo de dinamismo do ponto de vista do desenvolvimento de novas áreas, fundamentalmente nas áreas ligadas ao turismo e à fruição, é de facto... julgo que sim, que tem um papel importante.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

Bastante bem, embora com alguns altos e baixos. Como eu disse, já anteriormente, o Parque Natural teve um papel importante desde que está implantado no território... portanto... desde o final dos anos setenta, princípio dos anos oitenta, um contributo fortíssimo na preservação daquele património, na ajuda da definição daquilo que é hoje aquele espaço e também servindo um bocadinho de juiz e um bocadinho quase de polícia para impedir que algumas... enfim... atrocidades ou pelo menos obras menos bem feitas e mais perturbadoras daquela paisagem pudessem ir para a frente. Hoje, felizmente, já não precisa de ter um papel tão ativo nessa matéria, porque a autarquia e os próprios cooperantes salineiros estão despertos para essas problemáticas e portanto, há uma auto e uma hetero regulação e há um maior controlo da sua própria atividade, mas sempre existiu uma colaboração muito forte, uma interação grande e uma preocupação grande por aquele espaço. Devo dizer-lhe, a título só de exemplo, de brincadeira quase... o único espaço... embora as pessoas às vezes considerem que nós somos donas deste território todo, era ótimo, teríamos aqui oitenta mil hectares que era assim uma coisa espantosa, não nossa, mas do Estado... Mas não temos! Temos uma franja pequena do monumento natural das pegadas de dinossauro em Ourém, na Serra de Aire, e temos um outro, em termos de território do Estado, e temos uma parcela de terreno, que deve ser do tamanho desta sala, nas Salinas de Rio Maior. E porque é que temos essa parcela de terreno? Porque foi a única forma de resolvermos um diferendo que opunha aquele espaço, com um proprietário que construiu uma coisa de cimento, um edifício de cimento logo no início, na entrada, onde é agora... ali assim... aquele pequeno espaço onde está o Posto de Turismo. Portanto, aquela entrada que está ali é propriedade do Parque Natural porque foi a única forma, comprou-se para deitar abaixo, para resolver de vez aquele diferendo. Por outro lado tentamos colaborar com a Cooperativa, com os salineiros... temos alguns uns diferendos, obviamente, de vez em

quando, o nosso papel também é esse.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

Fiquei bastante satisfeita de saber que a ProGEO atribuiu o prémio aqui às Salinas de Rio Maior e ao projeto Ecomuseu, porque, não obstante, os prémios da ProGEO serem prémios simbólicos, serem galardões, mas a verdade é que são galardões de qualidade e que representam, também eles, um compromisso entre diferentes partes da nossa sociedade, entre uma sociedade científica, que é a ProGEO que reconhece, que avalia, que trabalha na área da geologia, do património geológico e portanto reconhece, é um reconhecimento de que as Salinas de Rio Maior são um património geológico ímpar e... por outro lado, que o são, mas que estão bem conservadas, que há um esforço grande na sua conservação.

Mas isto tem um outro simbolismo, que é, da parte dos outros parceiros, nomeadamente, da autarquia, dos exploradores, dos vários salineiros que ali trabalham, quer sejam ou não parte integrante da Cooperativa ou trabalhem a nível individual e da própria comunidade que ali reside, há o facto de se aceitar aquele prémio, obriga de alguma forma a assumir um compromisso, que é... eu aceito que me deem um galardão a dizer que eu tenho aqui um património de elevado valor mas, ao receber esse galardão, eu assumo também que sou parte, que sou corresponsável na sua conservação e portanto, normalmente estas coisas funcionam muito bem. É mostrar às pessoas que aquilo que têm ao lado de casa, ou dentro de casa, é de facto de um valor, de uma riqueza única, não só no país mas também no mundo e que é reconhecido como tal e portanto ajudamos a olhar de outra forma, a trabalhar de outra forma e a ter outro respeito e outra atenção e outra consideração e a sentirmo-nos mais responsáveis pela sua conservação e portanto, nesse sentido, fico duplamente satisfeita, pelo prémio em si e por aquilo que o prémio pode representar no compromisso de todas as partes.

Por último... gostava de lhe perguntar... Que futuro vê ou gostaria de ver para as Salinas?

Primeiro gostava imenso, imenso, imenso que uma coisa chamada Plano de Pormenor das Salinas de Rio Maior, finalmente, ao fim de... não sei quantos anos, já de certeza que era adulto, emancipado, visse a luz do dia. É um projeto muito velho de reorganização do espaço envolvente às Salinas que permitia... de como... é um exercício urbanístico meramente mas que obrigava a criar ali algumas regras ao nível da circulação, do estacionamento, de uma série de outras coisas que, de facto, são preocupantes e não são... às vezes, as pessoas não têm a total perceção que a sua atividade individual pode, depois, também pôr em causa este tipo de coisas. Quer dizer... quando circulamos, quando temos um património daqueles, ainda por cima quando estamos a produzir sal a céu aberto... quando circulamos com os nossos belos carros para cima e para baixo na rua que dá diretamente para os tanques, de facto, de certeza que não estamos a fazer a melhor das coisas àquele espaço. O sal que de lá sai acaba por, diretamente ou indiretamente... não estou a dizer que estamos a poluir muito o sal, porque se não os testes de qualidade não dizem isso mas, não é também a melhor forma de o tratar. Mas, enquanto não for feita ali uma intervenção que permita desviar o trânsito para o outro lado, que permita reorganizar aquele espaço, permitindo uma maior fruição dos visitantes, portanto... melhores condições para quem vem visitar, em vez de aquilo se

transformar numa espécie de feira, a céu aberto, ao fim de semana. Porque depois a falta de espaço para as outras atividades faz com que aquilo vire uma espécie de feira durante os fins de semana de verão e... era possível que tivesse toda a oferta que tem, mas de uma forma bastante mais organizada e com menos impacto sobre aquilo que é aquele património rico e que convém ter o máximo de cuidado. Portanto... um plano de pormenor podia ajudar. Se não for feito o Plano de Pormenor não pode haver qualquer espécie de intervenção, porque as classes do solo naquele espaço, naquele local não permitem. Portanto, tem de haver aqui, de facto, um esforço grande nesse sentido. Acho que podia ajudar a organização... a reorganização daquele espaço... seria um bom passo, porque permitia depois algum crescimento ordenado de algumas atividades paralelas, nomeadamente na oferta turística... de restauração, de venda de pequenas coisas, etc., que ficaria toda bastante mais facilitada. Mas, de resto eu espero que tenha... futuro, tem de certeza! As Salinas são muito velhas, aquilo ainda há ali muito sal dentro.

Nome: <u>Fátima de Jesus Fernandes (nostr)</u>	Idade: <u>54</u>
Cargo que ocupa: <u>Directora Adjunta Departamento Gestão Áreas classificadas do Livro de Obras e Oeste do ICNB</u>	
Identificação: <u>PNVAC</u>	
Data: <u>11/05/2012</u> Hora: <u>11h 00m</u>	
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
<u>Fátima Fernandes</u>	

A/28 – Sr. Miguel Valente Moreira
Sócio gerente da Oliveira Velha Lda.

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

O interesse por parte dos visitantes ou o interesse existente em termos de oferta?

Nas duas vertentes...

Eu acho que por parte dos visitantes é muito, muito grande, digo isto pela reação que constato quando estou a trabalhar nas Salinas ou quando estou por aqui e sou interpelado por turistas de diversas nacionalidades e todos eles, incluindo os portugueses, gostam muito do sítio e acham fantástico. Em termos de oferta turística nas Salinas, acho que se podia fazer ainda muito mais, mas... está-se a fazer, é um caminho que se percorre.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Sim e não! Depende muito de quem o turista encontra mas, as Salinas, no global, podiam fazer muito mais. Os que são recebidos no Turismo, têm um acompanhamento técnico mas, um pouco de quem está por fora mas... têm um acompanhamento abalizado... vá... turisticamente. Se apanham salineiros, não têm essa componente do turismo, mas têm o saber, da labuta diária aqui, dão outra visão também muito interessante para os turistas mas, depende muito de quem se apanha. Portanto... as Salinas em termos de pessoas... de receção de pessoas. Em termos de espaço... há muito por fazer ainda, nomeadamente, falta de estacionamento e de casas de banho.

Qual a sua opinião acerca da divulgação/promoção das Salinas de Rio Maior?

Acho que é boa, tem-se notado um crescendo substancial nos últimos anos, nota-se que cada vez chegamos a mais público e mais distante, seja pelas intervenções televisivas que já ocorreram este ano e o ano passado, seja pela parte da Câmara, do Turismo...

sim... acho que sim.

Acha que se está a caminhar no bom sentido nesse aspeto?

Sim... bom sentido e a fazerem-se coisas importantes na divulgação deste património que temos aqui.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

Muito grande! Muito... muito... muito grande. Sobretudo por estarmos numa altura tão falada da crise, as Salinas empregam muita, muita, muita gente. As pessoas não têm ideia mas, diretamente, se calhar, cerca de uma centena de pessoas têm emprego garantido diretamente aqui nas Salinas, fora depois todos os empregos indiretos, também, que se criam aqui. Portanto... acho que é muito importante, as Salinas nesse aspeto, para as pessoas, para o emprego na região, para a dinamização, para as pessoas que têm pequenos negócios.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

Relaciona-se de várias maneiras. Somos proprietários de Salinas que exploramos turisticamente neste momento, portanto... uma atividade nova que iniciamos este ano, convidar as pessoas a partilharem connosco a experiência da labuta.

Essa atividade é?

"Seja salineiro por um dia". Isso é a forma enquadrada na vertente turística, depois exploramos o sal normalmente, os talhos estão na Cooperativa, os sócios são sócios da Cooperativa também, todo o sal que produzimos é entregue na Cooperativa. Depois eu, a título pessoal, aluguei dois talhos para poder comercializar então o meu sal, porque devido aos estatutos da Cooperativa os sócios não podem comercializar o seu sal, então criou-se esta alternativa, e eu comercializo o sal em meu nome, tenho os talhos alugados em meu nome, com a minha marca. Depois aqui na envolvente das casas, temos um armazém de sal e de flor de sal, também serve de apoio à atividade turística e está nos planos, muito em breve, termos aqui uma loja de todos os produtos da nossa empresa, aqui enquadrada. Temos marcas próprias, ainda estamos a acabar toda a parte de design, produzimos mel, azeite, vinho e está na calha mais uma série de produtos da terra, de valor acrescentado.


Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

Dou dois significados. Um na sequência daquilo que já falámos, na divulgação, este prémio e ser considerado um ecomuseu na sequência desse prémio, ou vice-versa, não sei bem como é que se terá passado esses pormenores burocráticos... mas muito importante nessa parte da divulgação. Em termos concretos... pois... do outro lado... carece de mais investimento, se para a Câmara, para as entidades isto é um posto nuclear de turismo da região, falta investir mais do que simplesmente pôr uma placas a dizer que isto é um ecomuseu, novamente a questão dos estacionamento, dos WC, alguma envolvente... falemos dos cabos de eletricidade podiam ser estudadas uma outra alternativa de os colocar, seja a conservação das casas que há pessoas que, infelizmente, não têm dinheiro para a manutenção das casas e algumas, felizmente poucas, mas existem... estão com um estado de degradação avançado e não existe qualquer tipo de apoio aos proprietários, nem incentivos, nem de dinamização. Seja as casas sejam os próprios talhos onde são feitos o sal, alguns também carecem de recuperação e que não é feita por falta de dinheiro dos proprietários, que é pena, dada toda esta importância e os prémios e a divulgação, merecia um pouco mais.

Claro que nestas alturas de crise é sempre complicado exigir verbas mas, existem fundos europeus, disponíveis, e existem formas criativas de tentar dinamizar e contornar as situações. Nós sempre fomos peritos nisso, portanto acho que está na altura de se fazer aqui um pouco mais.

Agora... por último... gostava de lhe perguntar... Que futuro vê ou gostaria de ver para as Salinas?

O futuro que vejo é um pouco o que eu também gostaria de ver, porque, felizmente, a nossa aposta aqui é muito forte... grande parte dos talhos que temos foram recuperados em laje tradicional e vê-se que há outras pessoas com intenções de fazer o mesmo. Falando novamente nos apoios comunitários, podem dispensar verbas para isso, nós investimos tudo do nosso bolso, não houve qualquer tipo de ajuda mas, para se fazer mais, se houver esses apoios, faremos mais, reconstruímos a nossa casa também de madeira, também respeitando a toponímia tradicional, de fachada... tudo isso e vejo nalgumas pessoas, não em todas, como é obvio mas, em algumas pessoas, uma grande vontade e com muitos projetos interessantes não só da minha parte mas, de outras pessoas aqui nas Salinas para desenvolver, para criar mais oferta turística, para criar mais condições, mais-valias. Outras pessoas, infelizmente, limitam-se a falar o que está mal, ignoram o que os outros tentam fazer, está sempre tudo mal mas, também não fazem, não apoiam, não dinamizam mas, isso creio que será assim em todo o lado. Mas vejo um futuro risonho, precisamente por notar que há muito por fazer, se isso já tivesse tudo feito, o futuro, se calhar, não haveria nada que nos fizesse mexer e puxar por isto. Uma vez que vimos tanto por fazer e tantas pessoas com vontade de dinamizar aqui, também a importância da criação dos postos de trabalho, sejam próprios, ou seja mais do que isso, vejo um futuro risonho, não a curto prazo mas, espero significativas melhorias, ano a ano e dentro de uma década, quinze anos, se as coisas começarem a andar, espero ter aqui um sítio ainda mais espetacular do que já é hoje.

Nome: <u>Luís Miguel Valente Pereira</u>	Idade: <u>35</u>
Cargo que ocupa: <u>Sócio gerente</u>	
Identificação: <u>Oliveira Velha Lda.</u>	
Data: <u>26/07/2019</u>	Hora: <u>18h 40m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.	
	

A/29 – Dra. Ana Cristina Oliveira Gomes Vicente
Chefe de Divisão – Unidade Cultural, Património Cultural, Turismo e Juventude
Câmara Municipal de Rio Maior

De que forma avalia o interesse da atividade turística nas Salinas de Rio Maior?

A atividade turística é fundamental para o desenvolvimento económico das Salinas, deste lugar, em particular, e do concelho de Rio Maior, em geral. As Salinas são o ex-líbris do concelho e, como tal, são o lugar com mais potencial turístico e tem um grande potencial que ainda só está explorado em parte, ou seja, há muito por explorar ainda.

Na sua opinião, as Salinas recebem bem os visitantes/turistas?

Recebem. Nós temos este Posto de Turismo aberto, normalmente sete dias por semana, só quando nos é de todo impossível abrir é que não abrimos, às vezes até porque acompanhamos grupos no exterior e por vezes temos falta de recursos humanos mas, a regra é

abrimos todos os dias, praticamente todos os dias do ano. E recebemos as pessoas muito bem aqui, embora eu seja suspeita para o dizer... mas penso que fazemos um bom trabalho não só porque divulgamos tudo o que há para visitar dentro do concelho, como divulgamos também os locais que há para visitar em redor, nomeadamente na zona do Parque Natural. Encaminhamos as pessoas também para a Pia do Urso, para as pegadas dos dinossauros, para os Olhos de Água do Alviela, enfim... para uma série de sítios aqui ao redor que também têm interesse e que estão ligados com Rio Maior através do Parque Natural.

Qual a sua opinião acerca da divulgação/promoção das Salinas de Rio Maior?

Nós fazemos esta promoção com este Posto de Turismo aberto, desde 1996, e o trabalho tem tido um incremento muito bom nos últimos anos. Nos primeiros anos, nós começámos a fazer, por exemplo, as visitas guiadas, começou por ser um serviço ocasional quando nos pediam ocasionalmente e como não queríamos dizer que não às pessoas, começámos um bocadinho por acaso a fazer as visitas guiadas e a acompanhar os grupos. O que acontece é que até hoje, foi um serviço que acabou por se instituir, nós hoje já fazemos as visitas guiadas por sistema, promovemos as visitas guiadas e, enquanto tínhamos aqui, há poucos anos, tínhamos, anualmente, à volta de duas mil, duas mil e quinhentas pessoas, três mil pessoas num ano muito bom, neste momento temos dezasseis mil pessoas aqui durante o ano todo, o que é bastante bom. Inicialmente, também não tínhamos o Posto de Turismo aberto a tempo inteiro como está agora, abríamos só nos meses de verão e estava sempre muito dependente da disponibilidade de recursos humanos, não havia pessoas afetas aqui a tempo inteiro. Tudo isso tem vindo a ser melhorado com o tempo, embora haja ainda muita coisa para fazer. Mesmo em termos de promoção e divulgação, a Internet que não existia também em 1996, aliás quando abrimos aqui o Posto de Turismo, a Internet ainda não estava divulgada e generalizada como está agora e a Internet ajuda-nos muito a divulgar também as coisas, aqui a própria iniciativa local, os proprietários das casinhas de artesanato, também alguns deles já têm outra visão e outra maneira de ver as coisas, eles próprios trabalham muito no sentido também de divulgar. E depois, para além disso, vamos tendo sempre os programas de televisão, a imprensa, que nos vai ajudando. O projeto, o Ecosal Atlantis, ajudou-nos também, permitiu-nos fazer algum investimento. O Ecosal Atlantis foi um projeto internacional com o qual fizemos parceria há uns anos, com o intuito de promover as salinas do Atlântico na Europa e, somos parceiros... temos parceiros em Portugal, nomeadamente, a Câmara Municipal de Aveiro e a Universidade de Aveiro, a Câmara Municipal da Figueira da Foz, temos também como parceiros algumas Salinas espanholas, francesas e inglesas e essa candidatura permitiu-nos fazer aqui alguns investimentos. Aqueles painéis que se veem lá fora têm a ver como isso, as obras que fizemos aqui dentro do Posto de Turismo...

Não conheceu o Posto de Turismo antes? Se calhar não conhecia aqui há uns anos... há dois anos...

Se calhar... não...

Posso-lhe dizer que o espaço que tínhamos para trabalhar era aquele espaço onde está o seu marido, ou seja, tínhamos mais espaço de casas de banho do que de Posto de Turismo e portanto o Ecosal permitiu-nos também fazer algum investimento a nível do equipamento e do imobiliário.

Qual a importância que dá às Salinas no desenvolvimento económico da região?

Na minha opinião é muito importante e em termos

turísticos, na minha opinião, é a prioridade. Nós temos outros sítios com interesse cultural e turístico mas, a meu ver, a prioridade, em termos de investimento, deve ser feita aqui nas Salinas... porque as Salinas podem servir como âncora, como ponto de partida porque investindo aqui nas Salinas, depois conseguimos atrair pessoas que acabam por ir visitar outros locais, se forem encaminhadas para isso.

Como é que a entidade que representa se relaciona com as Salinas?

Relaciona-se bem, embora... e nós estamos a atravessar uma fase muito difícil no país todo e de facto não é a melhor altura para se pensar em determinado tipo de investimento. O que eu penso é que, aqui como no resto do país, existe muito ainda por fazer, há muitos investimentos a fazer ainda e aqui as Salinas também nós poderíamos... foi uma pena não termos começado a investir um bocadinho mais há vinte ou há trinta anos atrás, porque elas precisam aqui de um grande investimento. Têm que ser tirados os cabos elétricos, os postes, isto está tudo muito feio ainda, aqui mesmo dentro das Salinas... os talhos, isto tudo deveria ser arranjado, há muita coisa, ainda, para fazer aqui. A Câmara Municipal tem feito, de facto, nos últimos anos, algum esforço, algum investimento mas, ainda não é o suficiente.

O que é que aqui nas Salinas é da competência da Câmara?

Nós promovemos, por um lado, o encontro entre as pessoas, porque estas Salinas, o que dá vida a estas Salinas, são muito estas lojas, estes restaurantes, estas pessoas e tentamos promover o encontro entre as pessoas, para traçarmos metas e objetivos comuns e trabalharmos todos para esses objetivos. Esse é um papel importante que a Câmara tem e o Posto de Turismo aqui funciona também um bocadinho nesse sentido. Tenta motivar as pessoas, tenta levá-las a fazer uma série de coisas, como viu agora... como estive cá naquele fim de semana da recriação histórica. Portanto... isto tem tudo um trabalho por trás, passa por convencer as pessoas a vestirem aqueles trajes antigos...

Eu própria também vesti um...

Também vestiu? E muitas vezes não é fácil convencer as pessoas ou levá-las a perceber que são pequenos passos, mas que são coisas muito importantes, como manter as lojas abertas. Há pessoas que só abrem ao fim de semana, mas há alturas em que nós sabemos que vamos ter grupos e vamos ter mais pessoas e é importante que as lojas estejam abertas, isso é um trabalho que nós fazemos e que a Câmara tem feito. Depois há aquela parte que tem a ver com as infraestruturas, a parte das obras, a parte física e estrutural da questão, a Câmara é responsável pela parte das infraestruturas. Faz muita falta um bom parque de estacionamento, um ou mais, umas boas instalações sanitárias ainda fazem falta também, porque estas que temos não chegam, sobretudo quando vêm grupos em autocarros, estas instalações sanitárias são manifestamente insuficientes.

Esse também é um ponto que foco na aplicação dos questionários – as infraestruturas.

Nós temos aqui estes sanitários no Posto de Turismo e há sanitários lá em baixo, junto ao restaurante. Para além de não terem muita qualidade, muitas vezes também não estão limpos como deveriam estar. São coisas muito básicas mas que são muito importantes para que o turismo tenha qualidade e para que as pessoas se sintam bem quando cá vêm e para que levem daqui uma boa imagem.

Que significado dá ao Prémio Geoconservação 2012 atribuído em abril pela ProGEO (Associação Europeia para a Conservação do Património

Geológico) ao Ecomuseu Salinas de Rio Maior?

O prémio ProGEO foi uma ótima surpresa, nós não estávamos nada a contar... Candidatámo-nos... enfim... foi um bocadinho na desportiva e depois ficámos muito, muito contentes por termos ganho. A candidatura foi entregue nos correios ao último minuto, os senhores dos correios tiveram que nos deixar entrar porque já tinha passado a hora e foi tudo assim... mesmo em cima da hora e foi muito bom, porque é muito bom ver o nosso trabalho reconhecido. O prémio ProGEO é o reconhecimento do investimento que tem sido feito aqui e do potencial que as Salinas têm, em termos geológicos, e não só.

Que futuro para as Salinas? Esta é a última questão...

Eu sou uma pessoa otimista e penso que isto tem tudo para resultar bem. Aqui... de facto, o que falta é um bocadinho mais de investimento e sobretudo nas tais infraestruturas que são essenciais que, na minha opinião, são mesmo os parques de estacionamento e as instalações sanitárias. Depois é a parte estética, digamos assim... que é a questão dos cabos da eletricidade, dos postes de eletricidade, haver aqui uma iluminação adequada é uma coisa fundamental, embora as pessoas, normalmente, não deem muita importância mas, vir aqui à noite com uma iluminação que dê destaque, seria uma coisa completamente diferente. Vamos ver agora... o que é que o futuro do país nos reserva também.

Nome: <u>Ana Cristina Oliveira Gomes Vicente (Lic)</u> Idade: <u>44</u>
Cargo que ocupa: <u>Coordenadora do Gabinete de Promoção Cultural, Turismo e Juventude</u>
Identificação: <u>Câmara Municipal de Rio Maior</u>
Data: <u>22/05/2012</u> Hora: <u>11h20m</u>
Autorizo a publicação da entrevista concedida para o efeito da dissertação de mestrado.
<u>Ana Cristina Oliveira</u>