

João Paulo Vieira

A INFLUÊNCIA DO ORDENAMENTO/CONSTRUÇÃO URBANA
DAS CIDADES INSULARES NA PERCEPÇÃO/SATISFAÇÃO DO
TURISTA.

O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL.

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Porto 2012

João Paulo Vieira

A INFLUÊNCIA DO ORDENAMENTO/CONSTRUÇÃO URBANA
DAS CIDADES INSULARES NA PERCEPÇÃO/SATISFAÇÃO DO
TURISTA.

O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL.

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Porto 2012

João Paulo Vieira

A INFLUÊNCIA DO ORDENAMENTO/CONSTRUÇÃO URBANA
DAS CIDADES INSULARES NA PERCEÇÃO/SATISFAÇÃO DO
TURISTA.

O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL.

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Porto 2012

Orientador: Professor Doutor João Gomes

Trabalho apresentado à Universidade
Fernando Pessoa como parte dos requisitos
para obtenção do grau de mestre em Ciências
Empresariais

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Professor Doutor João Gomes agradeço a disponibilidade, empenho e colaboração prestada no decorrer deste trabalho.

À Professora Doutora Ana Salazar o meu obrigado pela partilha de conhecimentos e total disponibilidade.

À minha mulher e filhas o meu agradecimento pelo apoio incondicional, compreensão pela minha ausência, e estímulo.

E, ainda, um especial agradecimento à minha amiga Nélia Alves pelo apoio que me deu.

RESUMO

O objectivo deste estudo é avaliar a interligação de variáveis associadas ao ordenamento turístico/ construção urbana e à satisfação do turista. Para atingir os objectivos recorreu-se, numa primeira fase, a um método qualitativo com *design* exploratório útil na investigação e análise de dados secundários. A segunda fase da investigação caracterizou-se por uma metodologia de carácter quantitativo com *design* descritivo com recurso a dados primários obtidos graças a questionários administrados a uma amostra probabilística aleatória composta por turistas de visita à cidade do Funchal de Fevereiro a Abril de 2012. Obtiveram-se 464 respostas válidas num total de 600 questionários distribuídos em unidade hoteleiras de várias tipologias sitas na cidade do Funchal tendo sido estes dados sujeitos a uma análise descritiva, de regressão linear, de correlação e tabelas de contingência com recurso ao *software* IBM SPSS 20.

Este estudo considerou como indicadores do ordenamento turístico a existência de harmonia entre património e construção e equilíbrio entre edifícios e espaços verdes da cidade do Funchal. Como indicadores de satisfação avaliou-se a intenção de regresso e de recomendação da amostra. Os resultados demonstram que os indicadores de satisfação global do turista que visita o Funchal são positivos e ligeiramente influenciados pelo ordenamento territorial, construção urbana com um peso relativo de 16.5% embora não sendo a satisfação/fidelização do turista explicada apenas pela variável ordenamento territorial.

Conclui-se, à luz dos resultados obtidos neste estudo, que o turista que visita o destino Madeira e que se afirma satisfeito ou muito satisfeito com a estada, em simultâneo, revela concordância relativamente à existência de harmonia e equilíbrio entre construção e património, entre edifícios e espaços verdes. Destacam-se como positivos os indicadores de Satisfação salientando-se a apreciação positiva para a intenção de recomendação a amigos e familiares que atingiu o valor mais elevado, estatisticamente, logo seguido de uma apreciação positiva à hospitalidade da comunidade residente.

Palavras-chave: Ordenamento Turístico, Construção Urbana, Satisfação, Hospitalidade Comunidade Residente, Intenção de Recomendar.

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the interconnection of variables associated with Tourism Planning / Urban Construction and Tourist Satisfaction. To achieve these goals the first step applied was a qualitative method and an exploratory design useful in the research and analysis of secondary data. The second phase of research was characterized by a quantitative methodology and descriptive design being primary data obtained through questionnaires administered to a random probabilistic sample, consisting of tourists visiting the city of Funchal from February to April of 2012. In result 464 valid responses were counted for a total of 600 questionnaires distributed in various types of hotels located in the city of Funchal. The primary data was analyzed by running a descriptive analysis, correlation, multiple linear regressing and contingency tables using the software application IBM SPSS 20.

This study considered as indicators of urban construction the existence of harmony between heritage and construction and balance between buildings and green spaces in the city of Funchal. As indicators of tourist satisfaction were assessed intentions to return and to recommend. The results show that overall satisfaction indicators of tourists visiting Funchal are positive and slightly influenced by land use and urban construction with a relative weight of 16.5%. Nevertheless, satisfaction and tourist loyalty and not explained only t by the urban construction variable.

It was concluded, in light of the results obtained in this study that tourists who visit Madeira and claim to be satisfied or very satisfied with their stay also agree with the existence of harmony and balance between construction and patrimony and buildings and green spaces. Also positive are the indicators of Satisfaction with emphasis on a positive appreciation for the intent of recommendation to friends and relatives who reached the highest value, statistically, followed by an also positive appreciation regarding Hospitality of the host community.

Keywords: Tourism Planning, Urban Construction, Satisfaction, Hospitality Resident Community, Intention to Recommend.

INDICE GERAL

1 - CAPITULO I – INTRODUÇÃO GERAL

1.1.	Introdução	1
1.2.	Tema	1
1.3.	Justificação da Escolha	3
1.4.	O Problema	4
1.5.	Objectivos	5
1.6.	Metodologia	6
1.7.	Limitações	6
1.8.	Estrutura da Dissertação	7

2. CAPITULO II – A AVALIAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS INSULARES

2.1.	A Actividade Turística em Territórios Insulares	9
2.1.1.	O Desenvolvimento das Cidades Turísticas.....	11
2.1.2.	Imagem dos Destinos Turísticos Insulares	13
2.1.3.	A Sustentabilidade dos Destinos Turísticos Insulares	15
2.1.4.	Impactos da Actividade Turística Sobre o Desenvolvimento Local	18
2.1.4.1.	A Capacidade de Carga	21
2.1.4.1.1.	Na Perspectiva do Turista	25
2.1.4.1.2.	Na Perspectiva da Comunidade Residente	27
2.2.	Ordenamento do Território e Desenvolvimento Local	28
2.2.1.	Na Óptica da Sustentabilidade	30
2.2.2.	Ordenamento Turístico	31
2.2.3.	Ordenamento Territorial.....	34
2.3.	Imagem do Destino Turístico	35
2.3.1.	Qualidade Global e Qualidade Percebida	41
2.3.2.	Imagem do Destino e Satisfação do Turista	42
2.3.3.	Envolvimento da Comunidade Residente	45
2.3.4.	Infra-estrutura, Recursos e Serviços Turísticos.....	46
2.4.	Indicadores para a Monitorização do Desempenho de Destinos Turísticos.....	48
2.4.1.	Indicadores Económicos.....	53
2.4.2.	Indicadores Ambientais.....	54
2.4.3.	Indicadores Sócio Culturais	56

2.4.4. Indicadores de Sustentabilidade do Sector Turístico	58
2.5. Ordenamento Territorial e a Avaliação da Satisfação do Turista.....	60
2.5.1. A Satisfação do Turista.....	63
2.5.1.1. Impactos da Satisfação do Turista	64
2.5.1.2. Satisfação e Fidelidade do Turista	65
2.5.1.3. Intenção de Revisitar do Turista	66
2.5.1.3.1. O Modelo de Alegre e Cladera	68
2.6. O Barómetro da Qualidade da Região Autónoma da Madeira.....	70
2.7. Conclusão.....	71
3. CAPITULO III – METODOLOGIA	73
3.1. Introdução	73
3.2. Métodos de Pesquisa	73
3.3. Fases do Processo de Pesquisa	75
3.3.1. Definição do Problema	78
3.3.1.1. Objectivos	78
3.3.1.2. Hipóteses	79
3.3.2. Design da Pesquisa	79
3.3.3. Amostra	81
3.3.4. Método de Recolha de Dados	82
3.3.5. Análise de Dados	87
3.4. Conclusão	88
4. CAPÍTULO IV: O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL: Enquadramento e Instrumentos de Ordenamento Territorial	89
4.1. Introdução	89
4.2. Evolução e Caracterização da Cidade do Funchal	89
4.2.1. Plano Ordenamento Turístico (POT)	92
4.2.2. Capacidade de Carga Instalada na Cidade do Funchal	94
4.2.2.1. Projectos Gestão Territorial na Óptica da Sustentabilidade	96
4.2.2.2. Património Edificado	97
4.2.2.3. Património Natural	98

4.2.2.4. Fragilidades do Ordenamento Territorial da Cidade do Funchal.....	99
4.2.3. Barómetro da Qualidade: Avaliação da Satisfação dos Turistas.....	99
4.3. Conclusão.....	101
5. CAPITULO V: O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL: Apresentação dos	102
Resultados obtidos com os Inquéritos aos Turistas	
5.1. Introdução.....	102
5.2. Perfil da Amostra	102
5.3. Características da Viagem.....	104
5.4. Tipologia de Alojamento, Tipo de Reserva e Consumo	105
5.5. Mercados Emissores e Visitas Anteriores.....	109
5.6. Decisão de Compra	110
5.7. Equilíbrio entre Ordenamento Territorial/Construção Urbana e Espaços Verdes e Património.....	111
5.8. Grau de Satisfação e Fidelização	114
5.9. A Madeira versus Destinos Concorrentes.....	121
5.10. Análise Correlacional	123
5.11. Análise de Regressão Linear Múltipla.....	127
5.12. Discussão dos Resultados.....	128
5.13. Conclusão.....	134
6. CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO	135
6.1. Tema	135
6.2. Objectivos.....	136
6.3. Hipóteses	137
6.4. Contributos do Estudo	138
6.5. Recomendações Ordenamento Turístico / Construção Urbana.....	139
6.5.1. Recomendações para a Satisfação/Fidelização do Turista.....	140
6.6. Limitações do Estudo	141
6.7. Orientação para Pesquisas Futuras	142

INDICE DE FIGURAS

2.1. Modelos de Planificação e Sistema de Turismo	32
2.2. As organizações, o Espaço e o Sistema de Turismo	33
2.3. Modelo Análise de Satisfação de Alegre e Cladera.....	69
2.4. Modelo Estrutural de Satisfação do Turista.....	71
4.1. Plano Director do Funchal	91
4.2. Densidade Populacional por Municípios em 2010	92

INDICE DE GRÁFICOS

2.1. Factores limitativos da Capacidade de Carga Turística	23
4.1. Evolução da Capacidade de Alojamento por Concelhos.....	95
5.1. Caracterização da Amostra por Grupo Etário	103
5.2. Caracterização da Amostra por Estado Civil	103
5.3. Principal Motivo da Visita à Madeira	104
5.4. Serviços Reservados Com e Sem Aquisição de Pacote Turístico	105
5.5. Gastos Efectuados no Acto da Reserva	106
5.6. Gastos Efectuados Cidade Funchal/Serviços Não Incluídos Reserva Inicial .	107
5.7. Número de Noites a que se referem os Gastos Efectuados na Cidade.....	108
5.8. Número de Pessoas a que se referem os Gastos Efectuados na Cidade.....	108
5.9. Caracterização da Amostra por País de Residência.....	109
5.10. Número de Visitas Anteriores ao Funchal	110
5.11. Grau Concordância Turista Equilíbrio Edifícios Versus Espaços Verdes.....	112
5.12. Grau Concordância Turista Harmonia Património Versus Construção.....	113
5.13. Grau Concordância Turista Serviços Turísticos de Qualidade	114
5.14. Grau Concordância Turista relativamente a Expectativas	115
5.15. Grau Satisfação Visita ao Funchal.....	116
5.16. Classificação pelo Turista da Hospitalidade	117
5.17. Intenção Declarada de Regresso	118
5.18. Intenção de Recomendação do Destino e Cidade do Funchal.....	119
5.19. Intenção de Publicação Online.....	120
5.20. Apresentação Reclamação	121
5.21. Tipo de Reclamação	121

5.22. Indicação, pelo Turista, Destino Visitado Antes da Madeira	122
5.23. Avaliação Turista Funchal Versus Destino Anterior	123

INDICE DE TABELAS

2.1. Lista de Temas, Subtemas e Indicadores criados no âmbito do SIET	52
3.1.Principais Características Pesquisas Qualitativas versus Pesquisas Quantitativas.....	74
3.2. Fases do Processo de Pesquisa	75
3.3. Características das Escalas de Medidas	84
4.1. Registo Histórico e Cronológico Cidade do Funchal	90
4.2. Distribuição Geográfica de Camas e Quotas por Concelhos.....	95
5.1. Fontes de Informação com Alguma e Muita Influência na Selecção do Destino	111
5.2. Correlação entre Grau de Satisfação e Indicadores Ordenamento Território.	124
5.3.Cruzamento do Equilíbrio entre Edifícios e Espaços Verdes e Satisfação.....	125
5.4. Cruzamento da Harmonia entre Património e Satisfação.....	126
5.5. Correlação de Pearson entre Fidelização e Indicadores Ordenamento do Território.....	126
5.6. Relação entre Satisfação e os Indicadores Construção Urbana.....	128
5.7. Caracterização Sócio Demográfica da Amostra.....	128
5.8. Avaliação dos Indicadores de Ordenamento / Construção.....	131
5.9. Avaliação dos Indicadores de Satisfação.....	132

ANEXOS

I Questionário Aplicado para Recolha de Dados Primários em Língua Portuguesa

CAPITULO I: Introdução Geral

1.1. Introdução

O Turismo é um sector estratégico e essencial ao desenvolvimento económico da Região Autónoma da Madeira (RAM), sendo uma actividade de forte contribuição para o PIB, tal como mencionado no programa do Governo da RAM.

A sustentabilidade dum destino agrega em si mesmo uma panóplia de factores e critérios que condicionam ou permitem o sucesso do mesmo, nomeadamente a problemática do património edificado versus a percepção / avaliação do turista relativamente ao destino visitado.

Fundamental para a sustentabilidade dum destino será aferir a avaliação da satisfação do turista e intenção de aconselhar ou de regresso deste e, conseqüentemente, a consciencialização e implementação de acções que visem a criação / manutenção ou reposição de índices de satisfação percebida do turista.

Este capítulo apresenta a temática em estudo e as razões pela qual a mesma foi considerada de interesse, bem como o problema e objectivos a que este estudo se propõe. A metodologia adoptada, bem como as limitações encontradas são apresentadas, especificando-se de seguida a estrutura aplicada neste trabalho em cada um dos seus seis capítulos.

1.2. O Tema

Segundo a agenda para um Turismo Sustentável e Competitivo, divulgado pela Comissão Europeia (Bruxelas, 2007) é referido:

“O turismo é uma das actividades económicas com mais potencial para gerar crescimento e emprego na União Europeia (EU). Considerado na sua acepção estrita, o turismo representa

actualmente cerca de 4% do PIB da UE. Em contrapartida, o contributo indirecto para a criação do PIB é muito mais elevado: o turismo gera indirectamente mais de 10% do PIB da UE e assegura cerca de 12% do emprego total”.

A sustentabilidade do turismo engloba não só a dimensão ambiental, como também a económica e sociocultural. A Organização Mundial do Turismo define a sustentabilidade como o desenvolvimento de um produto turístico que “satisfaz as necessidades dos turistas e regiões, protegendo e melhorando as oportunidades para o futuro”.

Conforme refere Baptista (2003), reportando-se às conclusões do congresso Europeu de Turismo em Beja em 2000:

“... o conceito de turismo sustentável tem como princípios medir o impacto ambiental e sociocultural do turismo e tem sido incluído em muitos planos regionais e nacionais e políticas de turismo...Actualmente é premente a necessidade de identificar e medir claramente os impactos provocados pela actividade turística”.

Firmino (2007) refere que os destinos turísticos têm que melhorar os seus indicadores de qualidade focando a importância da protecção da cultura e património, saturação turística e a fidelização e satisfação dos clientes entre outros factores.

Vera (cit in Machado et. al., 2009) refere que todos os espaços são susceptíveis de serem turísticos, sendo a função turística traduzida pela capacidade de atrair visitantes através de recursos de diversos tipos (Ivars, cit. in Machado et al., 2009). Conforme referem Machado et al. (2009), o ordenamento turístico baseia-se numa capacidade funcional híbrida conjugando solo rústico e urbano e na capacidade de operar tanto a nível físico (infraestruturas, uso do solo) como a nível económico (favorecimento de relações de comercialização, compra e venda e consumo de serviços tendo em vista uma oferta turística actualizada e competitiva).

O Plano de Ordenamento Turístico da Madeira foi aprovado pelo Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29.08.2002 e é identificado como um instrumento de gestão

territorial do sector turístico. Conforme salientam Machado et al. (2009, 103), este plano tem “um carácter eminentemente estratégico que ilustra um modelo de ordenamento turístico preconizado para a região, através de plantas-síntese, não pressupondo a apresentação de usos do solo”. O autor refere ainda que é previsto até ao ano de 2012 um máximo de alojamento turístico fixado em 35 000 camas na Madeira, sendo estas distribuídas por concelhos e áreas de vários concelhos e havendo um grande destaque para o Funchal com 23 000 camas. Este facto levanta a questão da capacidade de carga do destino bem como a importância de aferir o impacto deste ordenamento na avaliação / percepção do turista.

A revisão da literatura revela a importância da sustentabilidade turística das regiões turísticas, indicando haver relacionamento entre a satisfação dos turistas e a sustentabilidade. Uma das variáveis apontadas é a relação entre o património cultural e edificado e os índices de satisfação e taxas de recomendação e regresso, sendo esta a temática a explorar neste estudo.

1.3 Justificação da Escolha

A sustentabilidade dum destino é uma preocupação constante e cada vez mais presente, tal como se poderá constatar na imprensa mundial e programas de acção que vários países tentam implementar objectivando a preservação de recursos.

A temática da sustentabilidade é particularmente pertinente no caso de destinos turísticos que dependem da tomada de decisões no presente, tendo por objectivo preservar a actividade turística no futuro.

Uma consulta ao comunicado da comissão das Comunidades Europeias (Bruxelas 2007) referente à agenda para um Turismo Europeu sustentável e competitivo, é esclarecedora já na sua apresentação:

“Consciente do papel crucial que desempenha o turismo na economia europeia, a Comissão adoptou em Março de 2006 uma política de turismo renovada, cujo objectivo principal é ajudar a melhorar a competitividade da indústria europeia do turismo e criar mais e melhor emprego através do crescimento sustentado do turismo na Europa e a nível mundial”.

Reportando a alguns pilares da nova visão do turismo (OMT, 1990): reconhecimento da importância do Turismo por parte dos governos (sector público); equilíbrio entre o sucesso económico e o ambiente, as pessoas e a cultura; compromisso partilhado para crescimento e prosperidade a longo prazo, considera-se que estes são particularmente interessantes no caso do destino Madeira, cuja actividade económica está profundamente ligada ao Turismo e que é um destino que se caracteriza por elevados índices de satisfação dos turistas relativamente ao destino e de revisita.

A manutenção da taxa de satisfação, aferida pelo Barómetro da Qualidade de 2008 realizado na Madeira, é fundamental na sustentabilidade do destino, pelo que uma avaliação actual da percepção/avaliação do turista das variáveis ordenamento/construção e do seu impacto na satisfação, revela-se pertinente e necessária.

1.4. O Problema

A sustentabilidade do destino e a sua importante actividade turística podem ser seriamente ameaçadas pela construção desenfreada e não regulamentada por entidades independentes. A capacidade do destino tem que ser devidamente considerada, dadas as características geográficas próprias das ilhas.

O caso das ilhas Canárias com excesso de construção quer em volumetria quer em número de camas (Bardolet, 1998), motivaram a procura do destino pelas massas, causando descida no preço médio pago pelo turista pelos serviços e, em particular, pelo alojamento. A preocupação com a sustentabilidade motivou, em alguns locais costeiros, a demolição de unidades hoteleiras.

As ilhas Baleares são outro caso em estudo, em virtude de terem adoptado um plano estratégico para o desenvolvimento de um turismo mais sustentável: as principais regulamentações do turismo nas ilhas Baleares têm objectivos comuns quanto à qualidade de vida (através do planeamento territorial) e a sustentabilidade do turismo (através da excelência financeira e competitividade) (Bardolet, 1998).

A Madeira é promovida no exterior como um destino de natureza. Contudo, têm-se registado elevados níveis de construção nos últimos anos, com especial destaque para a cidade do Funchal. Alguns estudos publicados pela Secretaria Regional de Turismo e Transportes (DRT, 2008) revelam que os turistas atribuem importância ao ordenamento territorial. No entanto, estes estudos não são dedicados à problemática em análise neste trabalho pelo que se revela pertinente aferir o grau e impacto do ordenamento/construção territorial na satisfação do turista.

1.5. Objectivos

Com este trabalho pretende-se:

- Avaliar, com recurso a questionários a turistas de visita à cidade, as suas percepções quanto às variáveis ordenamento territorial, satisfação com o destino e intenção de regressar e de recomendar.
- Com base nos dados recolhidos, elaborar um documento de consulta que alerte as entidades com responsabilidades assumidas nas várias áreas, para a importância da relação entre as variáveis em estudo.
- Aferir a importância do ordenamento na satisfação.
- Aferir a importância do ordenamento na intenção de visitar.
- Aferir a importância do ordenamento na intenção de recomendação do destino.

1.6. Metodologia

A metodologia aplicada inicialmente foi de carácter qualitativo com design exploratório, recorrendo-se à revisão da literatura existente sobre a temática, incluindo estudos com dados secundários sobre o Tema e a Região da Madeira. Esta metodologia favorece uma análise em profundidade do tema em estudo, a aferição de modelos existentes e a identificação de melhores práticas em destinos insulares com características similares.

Para obtenção de dados primários, relevantes e actuais, utilizou-se um modelo quantitativo com um design descritivo, através da aplicação de questionários a turistas de visita à cidade do Funchal durante um período de três meses, recolhidos em unidades hoteleiras desta cidade.

Obteve-se informação e dados que possibilitam analisar o grau de impacto do ordenamento territorial na cidade do Funchal nos índices de satisfação do turista de visita à cidade. As recomendações visam apontar estratégias efectivas para a

sustentabilidade da actividade turística, através da manutenção de índices de satisfação elevados.

1.7. Limitações

Considera-se que uma das limitações do estudo em questão se relaciona com o período temporal de aplicação do questionário, bem como a qualidade e validade dos dados obtidos.

Pretendeu-se obter uma amostra significativa e abrangente mas não havendo possibilidade temporal e financeira de recolha de dados durante um largo período de tempo e em outros locais que não as unidades hoteleiras, os dados obtidos poderão não ser representativos do universo de turistas que visita a cidade do Funchal durante diversas estações. Como os questionários foram deixados nos Hotéis sendo recolhidos posteriormente, não houve possibilidade de controlo da resposta ao questionário. De notar no entanto que, nos questionários recolhidos, a exclusão de questionários inválidos foi marginal.

1.8. Estrutura da Dissertação

Este trabalho divide-se em 6 capítulos, fazendo-se no primeiro Capítulo uma introdução geral sobre esta dissertação, nomeadamente quanto à temática em estudo e as razões subjacentes à escolha da mesma focando-se ainda o problema e os objectivos que se pretendem atingir. Uma breve introdução à metodologia a aplicar e as limitações encontradas antecedem a estrutura da dissertação deste estudo.

No Capítulo dois apresenta-se a revisão da bibliografia existente sobre a temática da avaliação dos Destinos Turísticos Insulares, sua sustentabilidade e relação com o ordenamento do território. Esta foi efectuada com base em vários autores destacando-se

os trabalhos de Lim e Cooper (2009) com foco no turismo em territórios insulares e sua sustentabilidade; Baptista (2003 e 2008) incidindo sobre a sustentabilidade turística, a capacidade de carga dos destinos turísticos, a qualidade de serviços turísticos e a influência do ordenamento na avaliação/percepção do turista) e, ainda Machado et al. (2009) com referência ao ordenamento turístico nomeadamente em Portugal. Recorreu-se ainda a uma análise documental de vários estudos e dados secundários, realçando-se o Barómetro da Qualidade /Avaliação da Satisfação dos Turistas elaborado pela Direcção Regional de Comércio, Indústria e Energia da Região Autónoma da Madeira e o SIET-MAC (2006) que engloba os diversos indicadores de sustentabilidade do turismo da Macarronésia.

No Capítulo III, apresenta-se a Metodologia adoptada neste trabalho como forma de obter os resultados considerados necessários para responder aos objectivos definidos para esta tese.

Nos Capítulos IV e V apresentam-se os dados obtidos para o caso em análise, a cidade do Funchal, na óptica da influência do ordenamento/ construção urbana na avaliação dos turistas de visita a este destino insular e a esta cidade em particular como capital da Região. No Capítulo IV apresentam-se os dados secundários recolhidos sobre a problemática em estudo e no Capítulo V faz-se a análise dos dados obtidos via recolha primária, junto da amostra seleccionada, apresentando-se os principais resultados relativamente a caracterização sócio-demográfica da amostra e relação dos diversos indicadores de ordenamento turístico/construção urbana e os indicadores de satisfação considerados neste estudo.

Finalmente no Capítulo VI apresentam-se as conclusões e recomendações resultantes da investigação e análise de dados elaborada no decorrer deste trabalho.

CAPITULO II – A AVALIAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS INSULARES

2. Introdução

O capítulo, que aqui se inicia, é dedicado à análise documental e dados secundários resultantes da revisão bibliográfica efectuada e cujo objectivo é o de favorecer um melhor entendimento do tema em estudo. São focados vários aspectos tais como a actividade turística nas cidades insulares, sustentabilidade e impactos do turismo analisando-se, por isso, a capacidade de carga.

São apresentados modelos de avaliação de destinos turísticos insulares, seus componentes e dimensão dessa avaliação focando-se a temática do ordenamento territorial, a influência do mesmo na avaliação /percepção do turista e indicadores de análise e monitorização dessa avaliação considerada crucial na satisfação e fidelização do turista.

2.1. A Actividade Turística em Territórios Insulares

O Turismo, por definição, envolve visitantes que viajam para locais que implicam uma certa distância e que não são a sua residência habitual (Avraham et al., 2008).

Lim e Cooper (2009) referindo-se a turismo em territórios insulares referem que a palavra “ilha” dá origem a uma imagem de fantasia e de escape a uma vida agitada e caracterizada pelo *stress* e pela rotina. A insularidade torna-se atractiva e motiva as pessoas a viajar além-fronteiras políticas, sociais e emocionais para experienciar o destino insular como turistas.

Os territórios insulares têm características únicas como o são o isolamento, a vulnerabilidade e o seu carácter periférico, que significam que a sustentabilidade da actividade turística está intrinsecamente ligada à capacidade de carga, envolvimento da

comunidade residente, o ambiente político local e actividades de especial interesse (Lim e Cooper, 2009). Estes autores referem três aspectos importantes relacionados com a actividade turística em territórios insulares:

1. Reportando à capacidade de carga das ilhas: os recursos existentes têm um determinado limite quantitativo para suportar a actividade turística não devendo o mesmo ser ultrapassado. A operacionalização e definição deste limite de capacidade de carga revelam grandes desafios e os estudos limitam-se a variáveis mensuráveis onde as evidências empíricas e teóricas devem ser filtradas e complementadas com dimensões qualitativas num processo de tentativa e erro que terá de envolver observação continuada e adaptação consistente.
2. Quer o papel do envolvimento da comunidade no desenvolvimento da actividade turística insular, quer o aspecto do desenvolvimento do ambiente físico local são importantes, podendo significar impactos negativos ou positivos. Assim sendo, quer o planeamento, quer as políticas adoptadas deverão prevenir medidas com impactos negativos reconhecidos pela aposta na promoção de incentivos positivos incentivando iniciativas de conservação e reabilitação por parte da comunidade e sector privado.
3. Ilhas de pequenas dimensões são, frequentemente, consideradas política e economicamente frágeis, vulneráveis e instáveis, além de susceptíveis de perder a sua identidade política e económica devido a posições de dependência ao território continental ou forças externas. Regra geral, os ilhéus têm pouco poder para controlar e ultrapassar essa dependência por sua conta.

Enquanto Lemon (cit.in Lim e Cooper, 2009) refere que a instabilidade em territórios insulares está comumente ligada a problemas económicos que podem, consequentemente, levar a conflitos internos de carácter político ou social, autores como McElroy e Pearce (cit.in Lim e Cooper, 2009) defendem que a jurisdição sub-nacional de territórios insulares pode contribuir para uma afluência económica e estabilidade política mais consistente que ilhas independentes.

De qualquer forma, há consenso na literatura ao referir-se que o desenvolvimento sustentável da actividade turística em territórios insulares está intrinsecamente relacionado com a estabilidade político-social dos mesmos.

Lim e Cooper (2009) referem ainda que o desenvolvimento do turismo nas ilhas apresenta características particulares e que o crescimento e popularidade crescente de actividades especiais como turismo vocacionado para a natureza e experiências culturais, representam desafios acrescidos ao planeamento e desenvolvimento sustentável do turismo em territórios insulares.

2.1.1. O Desenvolvimento das Cidades Turísticas

Gaio e Gouveia (sd) referem que a gestão e promoção do território são um dos principais focos da organização social e politica, com particular influência no modo de vida e impacto no desenvolvimento económico.

O desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida nas cidades e incremento da sua competitividade são alvo de desenvolvimento de modelos sob diversas ópticas. Conforme sugerem Gaio e Gouveia (sd) a obtenção de uma posição competitiva pelas cidades depende da denominada atractividade integrada do território sendo esta o resultado da existência de um território apelativo e capaz de despertar o interesse de diversos intervenientes na cidade como investidores, comunidade local, turistas, sector institucional e privado entre outros.

A competitividade dos territórios como o são as cidades, é definida pela Comunidade Europeia (1996) como:

“a capacidade de produzir bens e serviços capazes de passar o teste dos mercados internacionais enquanto mantêm, simultaneamente, altos e sustentáveis níveis de rendimento, ou seja, a capacidade das regiões de gerar rendimento e níveis de empregabilidade adequados enquanto exposta à competitividade externa”.

Em última instância, para um território ser competitivo é importante que sejam assegurados níveis quantitativos e qualitativos de emprego.

Segundo Gaio e Gouveia (sd), desde a década de 90 do século XX que é reconhecida e considerada pertinente a abordagem aos lugares numa perspectiva de marketing e a promoção dos lugares assume-se como um eixo estratégico para a competitividade conforme opinam Anholt, Gertner, Kotler e Kotler et al. (cit. in Gaio e Gouveia, sd).

A interpretação da cidade como um produto é, referem os citados autores, um processo dinâmico baseado na identidade e activos físicos e psicológicos do território em toda a sua complexidade.

Do contacto com a identidade territorial advém a interacção directa com a cidade, da qual resulta a sua imagem sendo esta influenciada por vários factores referidos por Avraham (cit. in Gaio e Gouveia, sd) tais como:

- As características e dimensão da população e do espaço.
- O seu *status* ou poder político.
- A sua taxa de crime.
- O número e carácter das instituições nacionais situadas dentro da cidade.
- A sua localização.
- O seu historial.
- O valor artístico e cultural.
- *Product placement* em filmes e séries de televisão que foram filmadas na cidade.
- Natureza e volume de cobertura pelos *media*.
- Beleza natural e patrimonial.

A consciência que uma imagem positiva resulta da interacção entre as características da identidade do local e um esforço de comunicação das mesmas (*product placement*, publicidade, identidade visual e outros) é considerada pertinente e deve ser tida em séria consideração. Para Therkelsen e Holkier (cit. in Gaio e Gouveia, sd) a promoção de imagem comum a áreas funcionais distintas relacionadas com o desenvolvimento

territorial (como o são o investimento e a actividade turística) mas que, em simultâneo, sejam uma imagem diferenciada, depende de uma forte cooperação entre actores públicos e privados, exigindo uma concentração de esforços para uma estratégia unificadora derivando uma visão partilhada da cidade. Esta concentração potencia a existência de uma marca de cidade forte permitindo almejar mais-valias competitivas, maior projecção e notoriedade.

Através de uma marca territorial fomenta-se a atractividade, a conquista de confiança e credibilidade posicionando-se a cidade e contribuindo para uma dinâmica de desenvolvimento. Reconhece-se a importância da integração do *branding* (marketing estratégico das marcas) na equação da competitividade e sustentabilidade dos lugares.

Considerando-se que os aspectos mencionados são importantes às marcas das cidades, estes assumem particular relevância em cidades onde a actividade turística tem impacto e significado relevantes no desenvolvimento económico e social.

2.1.2. Imagem dos Destinos Turísticos Insulares

Conforme Lockhart (cit. in Stylidis et al., 2008), as ilhas tornaram-se um dos destinos mais atractivos para os turistas. Mas o que motiva essa atractividade? Segundo Conlin e Baum (cit. in Stylidis et al., 2008) os turistas são atraídos a ilhas graças às suas características físicas e climáticas em conjugação com outros factores menos tangíveis como o são a insularidade, a distância e tradições dado que as ilhas, sejam tropicais ou não, apresentam-se como uma oportunidade de escape.

Conforme referem Lim e Cooper (2009) a palavra “ilha” cria uma imagem de fantasia, escape ao habitual e rotineiro e ao stress do dia-a-dia, possibilitando um paraíso com um estilo de vida associado ao exotismo das ilhas. A insularidade torna-se assim um factor de atracção motivando as pessoas a atravessar fronteiras políticas, sociais e emocionais para viver a experiência insular.

Não obstante a atractividade que as ilhas exercem como destinos turísticos estas, regra geral, deparam-se com algumas dificuldades fruto da sua localização geográfica periférica e mais isolada, bem como devido à reduzida dimensão em termos populacionais e área (Stylidis et al., 2008).

O conceito de imagem de um destino turístico tem sido identificado na literatura sobre turismo como um ponto crítico e, conforme Etchner e Richie (cit. in Stylidis et al., 2008), muitas definições do conceito “imagem de destinos turísticos” utilizadas em alguns estudos são consideradas vagas, variando consoante o investigador.

A título exemplificativo, Crompton (cit. in Stylidis et al., 280) aplica a definição que “imagem” é “a soma das crenças, ideias e impressões que um individuo tem dum determinado destino”, enquanto para Hunt “imagem” são as percepções que os turistas têm sobre uma determinada área. Por sua vez, Milman e Pizam (cit. in Stylidis et al., 280) descrevem “Imagem de um destino turístico” como a impressão, visual ou mental, dum local ou produto experienciado pelo público em geral, enquanto Etchner e Ritchie sugerem que a “imagem” não são apenas os traços ou qualidades individuais mas também a impressão geral que uma entidade provoca na mente de outrem.

No geral e conforme referem Stylidis et al. (2008) o termo “imagem” refere-se a uma compilação de crenças e impressões baseadas em informação derivada de uma variedade de fontes ao longo do tempo resultando numa imagem mental que é construída e internamente aceite pelo consumidor.

Segundo Hunt (cit. in Stylidis et al., 2008) o consumidor age com base na sua imagem, crenças e percepção relativamente a um destino turístico, em detrimento da sua realidade objectiva sobre o mesmo. Como tal, a imagem de destinos turísticos é importante na organização de uma estratégia de marketing de sucesso, na medida em que a imagem influencia tanto o comportamento e processo de tomada de decisão, como

também tem relação com os níveis de satisfação obtidos relativamente à experiência do turista.

De acordo com Treloar e Hall (cit. in Stylidis et al., 2008) a imagem de ilhas paradisíacas tem sido consistentemente divulgada como um estereótipo baseado em palmeiras tropicais, praias de areias brancas e águas quentes e límpidas tendo por base a imagem das ilhas do Pacífico. Simultaneamente, as ilhas do Mediterrâneo criaram uma imagem associada ao mar, sol e praia como características primordiais destes destinos turísticos.

Styldis et al. (2008), perante o acima exposto levantam a questão se não haverão, igualmente, outras características que possam constituir a imagem de um destino turístico insular diferenciando-o de outros destinos e estereótipos.

2.1.3. A Sustentabilidade dos Destinos Turísticos Insulares

Ruschmann (2008), reportando-se à World Commission of Environment and Development (1987), salienta que o desenvolvimento sustentável do turismo é aquele que “atende às necessidades dos turistas actuais, sem comprometer a possibilidade de usufruto dos recursos pelas gerações futuras”. Este factor assume cada vez mais importância para os destinos turísticos da actualidade.

Conforme referem Lim e Cooper (2009), o turismo insular é um atractivo mas existem aspectos negativos associados à insularidade, podendo estes representar uma ameaça à sustentabilidade, como é o caso de adversidades políticas e económicas, escassez a nível de transporte e comunicações, falta de controlo ao desenvolvimento turístico e impacto social causado por visitantes e/ou desastres naturais.

O foco do desenvolvimento turístico insular, segundo os autores supra citados, tem sido mais nos aspectos económicos do que nos factores sociais e humanos, resultando em

diversos exemplos de desenvolvimento de turismo de massas. Isto tem forte impacto no ambiente e poderá ter implicações negativas nos sistemas sociais e culturais das ilhas. De acordo com Lim e Cooper (2008), o conceito de sustentabilidade provocou nos finais dos anos 80 e início dos anos 90 do século passado acesos debates, tendo-se a comunidade científica apercebido que os princípios de desenvolvimento sustentável estavam alicerçados em interesses sociais e políticos. Foi neste período, que as Nações Unidas a par com outras organizações internacionais, demonstraram particular interesse sobre o estado da sustentabilidade dos destinos turísticos insulares e começaram a intervir através de publicações como a Declaração de Cocoyac, 1984; o Relatório Bruntland 1987; a Agenda Rio 1993 e as Metas de Desenvolvimento para o Millennium, 2000.

O turismo sustentável tem sido alvo de diversas definições as quais, referem Lim e Cooper (2009), têm sido criticadas por serem consideradas ambíguas, vagas, sectoriais, demasiado conceptuais e alvo de confusão com aspectos ambientais. Isto aplica-se também ao turismo insular, sendo uma temática sobre a qual não se alcançou ainda um consenso relativamente aos objectivos, aplicabilidade e exequibilidade do conceito de sustentabilidade. A falta de precisão na definição do nível e *status* de sustentabilidade levantou questões e dúvidas relativamente à implementação e processo de monitorização do desenvolvimento turístico sustentável.

Segundo Lim e Cooper (2009) muitos investigadores apresentam uma visão de sustentabilidade baseada apenas em termos ambientais, pelo que os modelos de desenvolvimento sustentável não incluem a dimensão da gestão e monitorização de resultados. Como consequência, surge a necessidade de existirem processos de gestão de destinos turísticos baseados em conceitos mais práticos que possibilitem a identificação de soluções efectivas e eficientes com vista à optimização do turismo em destinos turísticos insulares.

Embora se apresente como um desafio, devido à referida falta de consensos e critérios, os mencionados autores defendem que o processo de gestão sustentável de um destino

turístico insular deverá ser baseado num modelo holístico para dar lugar a planeamento, políticas e desenvolvimento capazes de assegurar que os benefícios da actividade turística são equitativamente distribuídos entre todos os *stakeholders*, anfitriões, visitantes, empresários e gestores.

Não obstante a identificada dificuldade de obtenção de consenso, McElroy e Albuquerque (cit. in Lim e Cooper, 2009), definem sustentabilidade dos destinos turísticos insulares como:

“Sustainability ideally seeks to preserve a permanent and widely shared stream of income by creating an adaptive competitive destination niche market through the ongoing guidance of participation community planning without unacceptably sacrificing the socio cultural integrity of the asset base”.

Conforme Fazenda (2008) o Turismo sustentável tem como objectivos:

1. O desenvolvimento de actividades turísticas prósperas e economicamente viáveis, capazes de melhorar a qualidade de vida da comunidade anfitriã.
2. Possibilitar ao visitante uma elevada qualidade na sua experiência turística.
3. Manter a qualidade de ambiente do qual o próprio turismo depende (Sadler, cit. in Fazenda, 2008).

Com base no exposto, refere Fazenda (2008), o desenvolvimento do turismo sustentável implicará a protecção ambiental, o bem-estar da comunidade residente, a satisfação do turista e a integração económica.

Segundo Baptista (2008:61) várias publicações da Organização Mundial de Turismo (OMT) têm sido dedicadas à problemática do turismo sustentável considerando como factor adicional à sustentabilidade do ambiente natural a referente ao património histórico. Alguns indicadores chave relativos à actividade turística sustentável são tidos em consideração tais como:

1. Medição das áreas protegidas.
2. Medição da perda de biodiversidade.

3. Relativamente à manutenção da qualidade do património histórico e sua popularidade como atracção:
 - 3.1 Preservação da identidade do local.
 - 3.2 Índice de satisfação dos visitantes e tendência do seu número.

Baptista (2008) salienta ainda a importância das recomendações da Organização Mundial de Turismo (OMT) relativamente à temática da sustentabilidade do turismo, dado que é realçada a importância de todos os indivíduos, desde o sector institucional ao próprio turista. Todos os indivíduos, sem excepção, têm um papel importante no garante da sustentabilidade ambiental e histórico-cultural em que se apoia o turismo.

2.1.4. Impactos da Actividade Turística Sobre o Desenvolvimento Local

Conforme referem Da Cunha et al. (2005), o turismo destaca-se como uma das actividades com maior potencial de expansão à escala mundial, tendo sido alvo de um impressionante aumento da sua actividade fruto da aceleração dos processos de internacionalização e abertura das economias nacionais. Devido ao potencial de crescimento da actividade turística e dado ser um produto que só pode ser consumido *in loco*, o turismo desempenha um papel estratégico de grande importância no desenvolvimento local.

Conforme salienta a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2004) o turismo favorece o desenvolvimento local ao ser uma actividade geradora de emprego, que aumenta os rendimentos dos trabalhadores, incrementa os investimentos de capital em novas oportunidades de negócio e cria novas organizações sendo algumas de pequena e média dimensão. No entanto, o turismo e o seu desenvolvimento acarretam, também, impactos negativos relacionados com a sustentabilidade económica, social e ambiental da comunidade local como é o caso da poluição ambiental, invasão de áreas protegidas, especulação imobiliária, incremento das taxas de violência, perda de identidade e cultura locais e de padrões de consumo, entre outros.

Conforme Da Cunha et al. (2005), os impactos da actividade turística no desenvolvimento local podem ser positivos, negativos ou ambos e a direcção e intensidade desses impactos dependem da forma como os actores sociais se organizam e relacionam, de forma a conquistar metas comuns de melhoria de qualidade de vida, aumento da competitividade e poder de atracção turística, bem como a preservação e protecção do ambiente natural e cultural.

Concluem os referidos autores que a actividade turística tem forte impacto no desenvolvimento local e, se por um lado tem efeitos positivos, por outro tem impacto negativo, requerendo acções capazes de minimizar a pressão negativa efectuada sobre o ambiente, a integridade cultural e qualidade de vida da comunidade residente. No entanto, reflectem que a actividade turística e o desenvolvimento local se fundem harmoniosamente quando as características regionais, sociais e culturais e ambientais são respeitadas.

Com base no turismo, Da Cunha et al. (2005) refere a existência de três elementos do desenvolvimento local que se destacam: a sociedade, o ambiente e a economia. Estes três elementos são integrados e reforçam-se mutuamente num contexto em que a diversidade social e cultural e a diferenciação produtiva devem ser aplicadas como elementos capazes de potenciar mudanças e desenvolvimento da localidade. Conforme referenciado, o turismo distingue-se de outras actividades produtivas e estimula o desenvolvimento de actividades económicas (alojamento, transportes, entretenimento, comércio, artesanato e serviços de suporte) e de infra-estruturas (estradas, aeroportos, saneamento, energia e outros), pelo que tem forte relação com o espaço edificado também.

Conforme Da Cunha et al. (2005), que nem todas as regiões dispõem das mesmas condições para o desenvolvimento da actividade turística. As regiões que apresentam maior potencial de desenvolvimento da actividade turística devem possuir factores como:

1. Características culturais, físicas, naturais e sociais que identifiquem e diferenciem a sua identidade regional.
2. Infra-estruturas que garantam uma acessibilidade adequada.
3. Supra estruturas que assegurem a qualidade do produto turístico (alojamento, transportes, comércio e outros serviços).
4. Posição geográfica e estratégica relativamente aos mercados emissores de turistas.
5. Atrações turísticas em número adequado e capaz de viabilizar economicamente as actividades relacionadas com o turismo.
6. Estratégias de marketing turístico capazes de promover uma imagem atractiva, diferenciada e competitiva do produto turístico.

Salienta Smith (cit. in Da Cunha et al., 2005), que os referidos factores são de extrema importância e ditam o potencial de desenvolvimento turístico de uma determinada região.

Conforme Da Cunha et al. (2005), a partir de inícios da década de 90 do século XX regista-se uma preocupação crescente relativamente à avaliação do papel desempenhado pelo turismo enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento do território. Considerando que o crescimento desordenado do turismo pode ter impactos e trazer problemas às comunidades locais (agressão ao meio ambiente, destruição cultural e do património histórico e destruição do próprio potencial da actividade turística local), o planeamento e avaliação de desenvolvimento passaram a fazer parte da agenda da Organização Mundial de Turismo com a elaboração, em 1995, da Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo.

Segundo Da Cunha et al. (2005), a sustentabilidade do desenvolvimento da actividade turística é alvo de cuidados e directrizes a nível mundial embora, pouco se tenha avançado em termos de desenvolvimento de avaliação quantitativo e/ou qualitativo do impacto do turismo. Existem, no entanto, alguns modelos de medida de impacto sendo os mais comuns os modelos qualitativos de impacto económico, dos quais se destacam

o modelo multiplicador de emprego e renda Keynesiano, modelos que medem o impacto do turismo na balança de pagamentos de um país ou região e modelos de impactos sociais e capacidade de carga.

No que se refere ao planeamento e ordenamento territorial de regiões turísticas, um dos modelos de medição aplicados é a metodologia de capacidade de carga que mede o uso que o espaço de um destino pode suportar sendo esta a temática a explorar no ponto seguinte.

2.1.4.1. A Capacidade de Carga

A capacidade de carga turística é definida como o número de visitantes em determinado local num espaço de tempo específico sendo o seu cálculo baseado em parâmetros e critérios cientificamente estabelecidos de forma a manter a dinâmica ambiental do local visitado (Boggiani et al., 2007).

Para Boo (cit. in Oliveira, 2003) a capacidade de carga de um recurso turístico é entendida como “o número máximo de visitantes (por dia/ mês/ ano) que uma área pode suportar antes que ocorram alterações no meio físico e social”. Esta capacidade de carga está ligada e depende do tipo e tamanho de área geográfica, do solo e da topografia, mas também dos hábitos das pessoas e da vida natural e da quantidade e qualidade dos equipamentos instalados para satisfazer os turistas. Apesar de não estar claramente definido qual o limite de capacidade de carga, refere Oliveira (2003) que quanto maior o desenvolvimento turístico das atrações maior é a probabilidade destes ultrapassarem a sua capacidade de carga.

Uma metodologia aplicada relativamente ao planeamento e ordenamento territorial de regiões turísticas é a capacidade de carga que, conforme referem Da Cunha et al. (2005), se destina medir o nível de uso que um espaço de destino é capaz de suportar

sem causar efeitos negativos nos recursos naturais, na comunidade local e na economia, sem que diminuía o nível de satisfação dos turistas.

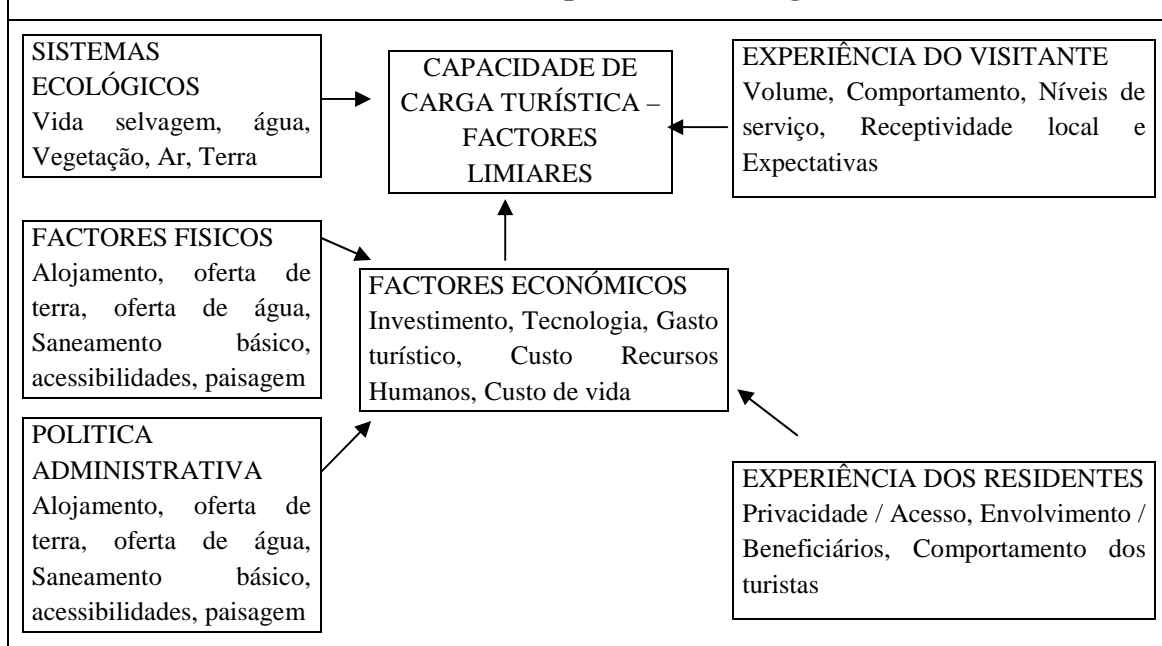
Baptista (2003), refere que uma posição de equilíbrio entre a capacidade de carga e a densidade de estruturas e serviços turísticos e de infra-estruturas e serviços de apoio é almejada. Se por um lado há que considerar os fluxos de visitantes e satisfação das suas necessidades, por outro, não podem ser descurados os interesses dos residentes na óptica de ambiente, tráfego, ocupação de espaços de lazer, ruído e segurança entre outros.

No entanto, salienta Baptista (2003), no que se refere a conceitos como a capacidade de carga não existe ainda uma noção exacta e objectiva de equilíbrio. A natureza e evolução da procura das motivações, cada vez mais diversificadas e complexas, apontam para um equilíbrio instável conducente a situações de saturação, mesmo que sazonais, dado que dificilmente as infra-estruturas (saneamento básico, abastecimento de água e telecomunicações) poderão estar dimensionadas para níveis excepcionalmente altos de procura durante uma parte limitada do ano, ficando subutilizadas durante o resto do tempo.

O acima exposto é considerado um dos dilemas da actividade turística (Baptista, 2005) e só poderá ser minimizado via a diversificação e inovação na oferta turística (serviços, atracções, estruturas e outros) e a captação de outros e distintos segmentos de mercado objectivando-se, em última instância, uma melhor distribuição temporal das taxas de ocupação.

Baseado no acima exposto Baptista (2003), salienta que existem os factores limitativos da capacidade de carga turística conforme se esquematiza no gráfico 2.1.

Gráfico 2.1: Factores Limitativos da Capacidade de Carga Turística



Fonte: Adaptado de Baptista (2003)

Conforme salientam Williams e Gill (cit. in Firmino, 2007) os factores apresentados no esquema anterior são os principais que limitam a capacidade de carga de um destino turístico e concorrem para a determinação do grau de atractividade, competitividade e sustentabilidade do destino.

Jamal et al. (cit. in Firmino, 2007) levantam seis questões relacionadas com a capacidade de carga:

1. Que sítios ou áreas são mais apropriadas ao desenvolvimento do turismo?
2. Quantos visitantes devem ser autorizados em cada local?
3. Que tipos de actividade turística ou de desenvolvimento turístico são apropriados?
4. Que infra-estrutura é necessária para o turismo?
5. Quais são as limitações dos recursos relevantes para o desenvolvimento do turismo?
6. Que mecanismos são necessários para controlar os operadores turísticos e turistas?

Para determinar limites aceitáveis, os referidos autores referem o modelo LAC (*Limits to Acceptable Change*) o qual considera as perspectivas da comunidade local, do conhecimento científico, dos técnicos de planeamento e dos gestores.

No entanto, Firmino (2007) considera que continua a existir um conflito, em termos metodológicos, dado que por um lado existe a comunidade local que impõe um limite máximo de turistas bastante baixo tendo em atenção medidas subjectivas do seu bem-estar. Por outro lado, quer o Estado quer os investidores privados consideram um limite máximo ao número de turistas muito superior ao da comunidade residente, dado que pretendem maximizar entrada de divisas e impostos (no caso do Estado) e retorno ao investimento para viabilização da actividade económica (por parte dos investidores).

Destaca Baptista (2005) que se o planeamento e desenvolvimento do turismo não forem alvo de medidas devidamente consideradas e estruturadas, poderão surgir situações de concentração excessiva como resultado de uma caótica ocupação dos espaços afectando assim o ambiente natural e originando situações de saturação estrutural e sazonal. Assim sendo, a capacidade de carga é de extrema importância às regiões turísticas.

Conforme refere Pigram (cit. in Baptista, 2008), a gestão da capacidade de carga, à luz das mais recentes directrizes, exige a manutenção de um guião de apoio às formas de turismo sustentável salientando-se quatro aspectos importantes:

1. Desenvolvimento que reflecta o carácter arquitectónico e estilo em consonância com a herança cultural e ambiente local.
2. Preservação, protecção e recuperação da qualidade dos recursos locais.
3. Desenvolvimento de serviços aos visitantes que destaque as tradições locais e os recursos ambientais.
4. Crescimento capaz de melhorar a qualidade de vida da comunidade local.

A capacidade de carga é um factor de extrema importância nos destinos turísticos e deverá ser constantemente monitorizada até porque, destaca Baptista (2008), a

capacidade do ambiente resistir a mudanças pode-se alterar, pelo que o nível de capacidade de carga necessita de ser adequadamente reajustado, apesar de ser reconhecido que sistemas de controlo para limitar o acesso turístico são de difícil implementação.

2.1.4.1.1. Na Perspectiva do Turista

Referenciando a capacidade de carga aceitável numa área turística, Cooper et al. (cit. in Firmino, 2007) colocam esta questão sob diversas perspectivas, considerando que esta capacidade de carga poderá ser analisada sob diversas ópticas:

1. Capacidade de carga física: refere-se aos espaços “sustentáveis que estão disponíveis para as instalações e, também inclui a capacidade física destas instalações”, enfatizam Cooper et. al. (cit. in Firmino, 2007).
2. Capacidade de carga biológica: considera-se que é ultrapassada quando o dano ou perturbação ambiental é inaceitável.
3. Capacidade de carga social: associada aos níveis de aceitação das mudanças por parte da comunidade residente.
4. Capacidade de carga psicológica ou perceptiva: considera-se que esta atingiu valores insustentáveis quando a experiência de um visitante é significativamente afectada.

Segundo Firmino (2007), a capacidade de carga física é uma medida directa mas a capacidade de carga psicológica ou perceptiva é mais complexa, dado que é variável e está dependente da subjectividade e gostos dos turistas.

A determinação de um nível de carga aceitável é de difícil definição mas há que ter particular atenção à capacidade de carga psicológica que está relacionada com motivações e gostos dos turistas. Salienta Firmino (2007), que esta capacidade de carga tem que ser atentamente monitorizada pela atenção aos mercados, dado que estes irão

determinar o que é aceitável, ou não, pela opção dos próprios turistas, ou seja, pela procura.

Segundo Van Houts (cit. in Oliveira, 2003) os limites do meio ambiente físico estão relacionados com a capacidade máxima de pessoa numa determinada área e o grau de deterioração que o seu excesso provoca no meio ambiente e nos recursos turísticos construídos pelo homem. A saturação psicológica dos turistas é a componente comportamental que reflecte a qualidade da experiência turística e é manifestada pelo desconforto que os turistas passam a sentir devido a um excesso de visitantes na mesma área ou no mesmo recurso, em simultâneo, o que provoca o risco de procura por outros destinos turísticos.

Haymond (cit. in Oliveira, 2003), refere que há que considerar algumas variáveis de forma a delimitar a capacidade de carga, salvaguardando desvios acentuados à mesma. Algumas das variáveis são:

1. Dispersão ou distribuição dos turistas dentro de determinada área.
2. Características do local da visita.
3. Características dos turistas.
4. Época do ano em que ocorre a visita.

Van Houts (cit. in Oliveira, 2003) enfatiza que deverão ser tomados em consideração os impactos negativos que o ultrapassar da capacidade de carga pode causar, quer no meio ambiente físico, quer nas atitudes psicológicas dos turistas, quer na aceitação social da comunidade residente e ainda na economia local.

2.1.4.1.2. Na Perspectiva da Comunidade Residente

Cooper et al. (cit. in Firmino, 2001) referem-se à capacidade de carga social como a relacionada com os níveis de aceitação das mudanças por parte das comunidades anfitriãs (residentes e organizações locais). Em causa está o determinar do nível de desenvolvimento considerado sustentável, ao nível do planeamento, sendo assim passível de ser determinado os limites máximos aceites pelos residentes face à mudança.

Salienta Firmino (2007), que na discussão de uma estratégia de desenvolvimento turístico é sempre importante partir do princípio que existem limites, quer no que diz respeito ao aumento da oferta e obtenção de receitas (implica a competitividade do destino), quer no que se refere à reacção das comunidades anfitriãs.

Referindo-se às conclusões do Congresso Europeu do Turismo de Beja, em 2000, Baptista (2003) salienta algumas recomendações importantes relacionadas com turismo sustentável e capacidade de carga tais como:

1. O conceito de turismo sustentável visa uma medição dos impactos ambientais e socioculturais da actividade turística e é parte integrante de muitos planos nacionais e regionais e políticas de Turismo Europeu. Actualmente, é premente a necessidade de identificação e medição dos impactos provocados pela actividade turística via a adopção de indicadores de sustentabilidade sobretudo a nível local em coordenação com os níveis nacionais e regionais.
2. Os indicadores e medidas a implementar deverão estar enquadrados no contexto de capacidade de carga dos destinos turísticos, promovendo-se o envolvimento e cooperação de todos os *stakeholders* a nível local.

Conforme refere Oliveira (2003, 23) o conceito de capacidade de carga no planeamento sustentável da actividade turística deve ser considerado como uma tentativa de adoptar essa ferramenta, objectivando o sucesso de qualquer acção a implementar em locais com potencial turístico. É conhecido o facto que, quer o património natural, quer o

construído, têm um limite para absorver turistas e caso o mesmo seja ultrapassado há o risco de descaracterização do local.

No que diz respeito à aceitação social da comunidade residente, salienta Oliveira (2003) esta pode ocorrer quando se considera que os turistas agridem o meio ambiente visitado, a cultura local e/ou impedem a participação da comunidade residente em actividades ou locais que lhes pertencem. Considera-se que a capacidade de carga social da comunidade residente atingiu o seu limite, ou ultrapassou-o, quando os locais não aceitam mais os turistas e têm atitudes hostis relativamente aos mesmos.

2.2. Ordenamento do Território e Desenvolvimento Local

Conforme a OCDE (OECD: Organization for Economic Co-operation and Development, 2008), em Portugal, o Programa Nacional da Política do Ordenamento do Território (PNPOT) foi concebido enquanto instrumento destinado a conhecer o território nacional, prever o seu futuro e velar pelo desenvolvimento do território.

O ordenamento do território pode ter como consequência induzida, apoiada e esperada o desenvolvimento de um determinado território. Na perspectiva de Da Cunha et al. (2005) o conceito de desenvolvimento local envolve a evolução e a interacção como pontos focais no sentido em que um conjunto de processos participativos permite a progressão continuada do debate e reforço de capacidades de planeamento e mobilização de recursos económicos, sociais e ambientais da sociedade no curto e longo prazo.

Da Cunha et al. (2005) destacam ainda que o conceito de desenvolvimento local engloba também duas ideias associadas ao território, as quais se referem a:

1. Espaço concreto e delimitado: vincula-se à ideia de constância e inércia podendo ser identificado como uma região, micro região ou município.

2. Espaço abstracto das relações sociais: indicativo de movimento e interacção dos grupos sociais que se apoiam ou opõem em tornos de interesses comuns, salienta Fischer (cit. in Cunha, 2005). A ideia de movimento e interacção considera que o território deve considerar a interdependência da natureza e o seu uso o que inclui a acção humana, ou seja, o trabalho e a política, conforme destaca Santos (cit. in Da Cunha, 2005).

Relacionando a actividade turística e o desenvolvimento local, registam-se três elementos importantes: sociedade, ambiente e economia. Estes “são integrados e reforçam-se mutuamente num contexto em que a diversidade social e cultura e a diferenciação produtiva devem ser utilizadas como recursos potenciadores de transformação e desenvolvimento local”, salientam Da Cunha et. al. (2005).

O sector turístico, segundo Da Cunha et al. (2005), diferencia-se de outras actividades produtivas graças a algumas características em particular:

- Produto que só pode ser consumido *in loco*.
- Estímulo ao desenvolvimento de outras actividades económicas como é, a título exemplificativo, o alojamento, os serviços e outros.
- Estímulo ao desenvolvimento de infraestruturas de transportes, de saneamento, de energia e outras.
- Tem um efeito indutor forte na geração de receita e emprego a nível local.
- Depende da sustentabilidade cultural e ambiental.

Estas características associadas ao turismo atribuem-lhe um papel importante e estratégico no desenvolvimento local que é, assim, favorecido graças à actividade turística. No entanto, na perspectiva de Da Cunha et. al. (2005) existem poucos estudos que, além de salientarem o potencial do turismo a vários níveis, analisem modelos de avaliação do impacto do turismo (positivo /negativo) no desenvolvimento local em termos económicos, sócio culturais e ambientais sendo este um factor a ter em consideração.

2.2.1 Na Óptica da Sustentabilidade

Referem Cunha et al., (2005) que um modelo de desenvolvimento local alicerçado numa actividade turística sustentável só é concretizável caso sejam consideradas diversas dimensões da realidade de uma determinada região ou território. Ruschmann (cit. in Cunha et al., 2005) destaca que a conquista da sustentabilidade no planeamento do desenvolvimento local tem que ter em consideração várias dimensões tais como:

1. Sustentabilidade ecológica e ambiental: relaciona-se com a parte física do processo de desenvolvimento e tem por principal objectivo a conservação e uso racional dos recursos naturais afectos às actividades turísticas.
2. Sustentabilidade económica: refere-se ao crescimento/desenvolvimento económico via a alocação e gestão eficientes dos recursos bem como a contínua realização de investimentos públicos/privados de forma a assegurar tanto a rentabilidade empresarial como a eficácia económica em termos sociais no presente e no futuro.
3. Sustentabilidade sociocultural: engloba a necessidade de manter a diversidade cultural e valores existentes numa região e, também, a construção da cidadania e integração social dos indivíduos.
4. Sustentabilidade Política Institucional: relaciona-se com o fortalecer dos mecanismos democráticos de formulação e implementação de políticas públicas e ainda com o fortalecimento de organismos institucionais e de representação político social que se regam tendo em consideração critérios de sustentabilidade.

No que diz respeito a desenvolvimento local na óptica de sustentabilidade e, no âmbito do Turismo, Da Cunha et. al. (2005) defendem que uma das responsabilidades dos agentes públicos responsáveis pelo planeamento e implementação de políticas de desenvolvimento é a utilização de modelos com competitividade, sustentabilidade e justiça social.

No entanto, reconhecem os citados autores, apesar do potencial de crescimento do turismo e do seu papel de destaque como estratégia de desenvolvimento local, ainda são poucos os avanços em termos de estudos e pesquisas havendo necessidade de desenvolver modelos de medição do impacto que a actividade turística exerce no desenvolvimento local de forma a garantir a sustentabilidade do mesmo.

2.2.2. Ordenamento Turístico

Conforme referem Machado et. al. (2009), o planeamento e ordenamento turístico são:

“Actividades políticas, sistemas de representação institucional que fazem inserir um determinado modo de produção, um espaço ou uma transacção como turística nesse sistema, integrando-os e dando-lhes sentido num determinado ambiente físico, social e económico.”

Gunn (cit. in Machado et al, 2009) destaca também que o planeamento e desenvolvimento deverão ser entendidos como actividades políticas de preferência, avaliação e valorização responsáveis pela presença, distribuição e disposição no território de instrumentos capazes de influenciar o desenvolvimento e bem-estar da comunidade residente (Zoído, cit. in Machado e Costa, 2009).

Vera (cit. in Machado et al., 2009) refere que qualquer espaço no território é susceptível de ser turístico e, conforme Ivars (cit. in Machado et al., 2009) a função turística traduz-se na capacidade de atrair visitantes através de recursos de diversos tipos.

Salientam Machado et. al. (2009) o ordenamento turístico tem por pedra basilar uma capacidade funcional híbrida:

- Conjugar o solo rústico com o solo urbano (ex: urbanizações com campo de golfe e áreas verdes envolventes).
- Operar quer no plano físico (infraestruturas, utilização do solo) quer no económico (incremento de relações comerciais e serviços para uma oferta competitiva)

Por sua vez a figura 2.2, abaixo é demonstrativa ao ilustrar modelos de planificação e sistemas de turismo.

Figura 2.2. As Organizações, o Espaço e o Sistema de Turismo:

Espaço	Organizações (exemplo)	Sistema	Incidências (exemplo)
Complexo turístico integrado	Aldeamento turístico	Porquê?	Resolução problemas colectivos (ex: segurança, recolha lixo)
Destino Turístico local	Estâncias classificadas / Municípios turísticos	O quê?	Liderança no sistema turístico local (ex: combinação ordenamento/promoção)
Destino turístico sub-regional e regional	Parques Naturais regionais	Como?	Contracto entidades publico-privadas. Recursos gerados por serviços turísticos
		Onde?	Território físico/económico
		Quando?	Calendarização de investimentos/acções/programas

Fonte (Adaptado de Machado et. al, 2009)

Para assegurar um ordenamento turístico eficiente e capaz de respeitar o desenvolvimento sustentável diversas questões deverão estar devidamente enquadrados e resolvidos (Machado et. al., 2009):

- Porquê? (as razões que estão na base do ordenamento).
- O quê? (atribuições, competências e que organizações vão investir para atingir os objectivos).
- O como? (recursos e instrumentos para, eficientemente, cumprir objectivos).
- O onde? (território físico e económico).
- O quando? (calendarização, acções, investimentos).

Destacam Machado et al. (2009), conforme exposto nas figuras 2.1. e 2.2 acima, que

“os sistemas de turismo constroem-se com estruturas institucionais e organizações, nomeadamente, com combinação política eficiente entre ordenamento e promoção turística, com superação transversal de distintos níveis horizontais de planeamento e de divisões entre planificação económico e física ou estratégica e normativa”.

No caso concreto de Portugal e, conforme Machado et. al. (2009), o planeamento/ordenamento turístico deverá:

“Respeitar os princípios constitucionais de defesa da qualidade de vida e do ambiente (art.º 9, alínea d), art.º 66 n.º 2 alínea b) e 90º da Constituição de República Portuguesa (CRP), enquanto objectivos gerais do planeamento e desenvolvimento, no quadro de uma estratégia de desenvolvimento sustentável, que constitui também uma incumbência prioritária do Estado no âmbito económico e social (art.º 81, alínea a) da CRP). Deverá ainda o planeamento honrar as recomendações da Organização Mundial do Turismo (OMT) de que é membro Portugal desde 1976 (D.L 519/76 de 21.07.1976) ”.

Considera-se que o ordenamento turístico terá que respeitar directrizes já bem definidas o que implica a avaliação e monitorização do desempenho de destinos turísticos com recurso a indicadores vários.

2.2.3. Ordenamento Territorial

De acordo com a perspectiva da Carta Europeia do Ordenamento do Território (1988) o conceito de ordenamento territorial é definido como:

“ O ordenamento do território é a tradução espacial das políticas económicas, social, cultural e ecológica da sociedade...É, simultaneamente, uma disciplina científica, uma técnica administrativa e uma política que se desenvolve numa perspectiva interdisciplinar e integrada tendente ao desenvolvimento equilibrado das regiões e à organização física do espaço segundo uma estratégia de conjunto.”

Segundo o referido documento, o ordenamento do território deve ser democrático, integrado, funcional e prospectivo regendo-se pelos seguintes objectivos fundamentais:

1. Desenvolvimento socioeconómico equilibrado das regiões.
2. Melhoria da qualidade de vida.
3. Gestão responsável dos recursos naturais e protecção do ambiente.
4. Utilização racional do território.
5. Implementação dos objectivos do ordenamento do território.

6. Coordenação entre diferentes sectores: distribuição da população, actividades económicas, energia, água, saneamento, transporte, protecção do ambiente e do património natural, histórico e cultural.
7. Coordenação e cooperação entre os diversos níveis de decisão e obtenção de recursos financeiros (ao nível Europeu, nacional, local e regional sendo este último o nível considerado como o mais apropriado para uma política de ordenamento territorial).
8. Participação das populações.

Conforme refere Santos (2005) o ordenamento territorial implica tipos básicos de intervenção os quais constituem as diversas etapas do processo de ordenamento territorial: legislar, elaborar planos e execução dos planos previamente aprovados. Enquanto a legislação determinará os principais objectivos a alcançar bem como os principais instrumentos a utilizar, a execução dos planos aprovados inicia a realização física dos objectivos delineados para um determinado território.

A execução dos planos definidos para o ordenamento territorial é a fase mais decisiva mas, também, a mais delicada devido ao envolvimento de diversos agentes e possível resistência de grupos afectados pelos impactos das acções de ordenamento do território, conforme destaca Santos (2005).

2.3. Imagem do Destino Turístico

As componentes e dimensões da avaliação de destinos turísticos insulares são abaixo exploradas nos seguintes aspectos: imagem do destino turístico, ordenamento territorial, qualidade global e qualidade percebida, satisfação e lealdade do turista, envolvimento da comunidade residente, infra-estruturas, recursos e serviços turísticos e a influência do ordenamento na avaliação / percepção do turista.

Conforme referem Kotler, Haider e Rein (cit. in Gândara, 2008) a imagem de um destino turístico pode ser definida como:

“La suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de ella. Las imágenes representan la simplificación de un gran número de asociaciones y trozos de información conectados con la localidad. Son un producto de la mente que trata de procesar y esencializar enormes cantidades de información sobre un lugar”.

Segundo Gândara (2008), a imagem de um destino turístico é a soma do produto global oferecido (todos os produtos distintos que constituem a oferta turística) acrescido do conjunto de acções de comunicação de que é alvo o produto ou destino. Assim, a imagem do destino turístico está relacionada com a comunicação emitida sobre o mesmo e com a qualidade do destino sendo, ainda, fundamental o conhecimento de como a imagem pretendida foi emitida e como a percebem e descodificam os turistas.

A correspondência entre a imagem na mente do turista e a satisfação das suas expectativas durante a visita são factores considerados importantes, salienta Gândara (2008), pelo que quanto mais e melhor informação tiver o turista relativamente ao destino maior é a probabilidade da imagem que este tiver corresponder à realidade. Estes são valores importantes relativamente à imagem dado que influem na satisfação, e consequentemente, na fidelização do turista relativamente ao destino turístico.

A análise à importância da imagem do Destino turístico pela Organização Mundial de Turismo (cit. in Gândara, 2008) salienta o seguinte:

“la decisión de compra por parte del consumidor turista se guía por una cautela mayor que para otros bienes de consumo ya que el riesgo percibido es mas alto. En consecuencia, la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino o un servicio concreto, será decisiva para el proceso de toma de decisión y afectará al tipo de vacaciones elegido, aunque dicha imagen no se corresponda con la realidad”.

Para que a imagem do destino turístico seja efectiva, esta deverá corresponder à realidade e ser credível, refere Gândara (2008) que acrescenta, também, que a imagem deverá ser de fácil compreensão não gerando confusão, além de ser atractiva e distintiva de forma a ser capaz de despertar no turista o desejo de “experimentar” o destino

turístico. Referindo-se à imagem de um destino turístico há que considerar dois níveis de imagem:

1. A imagem orgânica constituída por toda a informação deliberadamente emitida pela publicidade e promoção do destino.
2. A imagem induzida que se forma mediante a descrição deliberada e a promoção efectuada por parte de diversas organizações envolvidas no turismo.

Conforme Cooper, Fletcher, Gilbert e Wanhill (cit. in Gândara, 2008,4) é importante a distinção entre estes dois níveis de imagem dado que a imagem induzida é de fácil controlo mas a imagem orgânica é muito mais difícil de influenciar. A obtenção da imagem desejada pelo destino implica o conhecimento de como e quando actuar.

Do acima exposto se afere que existe a possibilidade de intervir na imagem que os turistas têm de um destino, podendo essa intervenção acontecer em diversos momentos da relação turista/destino. Importante é também considerar que, embora o mais habitual seja intervir aquando da promoção e distribuição, não se poderá descuidar a qualidade do destino (produção), pois assim a comunidade local terá direito à participação e usufruto dos benefícios.

Considerando a imagem do destino e percepção que o turista tem do mesmo Valls (cit. in Gândara, 2008,5) salienta que:

“cualquier destino turístico tiene la imagen que se ha creado, a partir de fuentes muy diversas, en la mente del turista real o potencial. La imagen turística constituye un factor clave del marketing en el momento de diseñar las políticas de acción comunicativa de un destino, puesto que es un elemento que permite influir decisivamente en las expectativas de los turistas potenciales y reales”

A imagem do destino turístico, refere Gândara (2008,4) é um elemento essencial na estratégia de marketing a adoptar devendo esta considerar aspectos como qualidade do destino, distribuição, comunicação e preço, almejando-se sempre a competitividade turística. O mercado dos destinos turísticos é cada vez mais competitivo pelo que o posicionamento competitivo do destino depende de uma imagem diferenciada sendo

fundamental realçar as características únicas e factores distintivos do destino (Gândara, 2008,10). Refere ainda o autor que pela imagem diferenciada o destino poderá atrair mais visitantes e se proteger mais das tendências globalizadas.

A imagem de marca de um destino deverá ser eficaz e diferenciadora para que os consumidores/turistas sejam menos sensíveis a factores externos no momento de tomada de decisão sobre o destino a visitar, salienta Gândara (2008, 12). A imagem de marca é o reflexo externo captado pelo público-alvo, específica do produto, da personalidade e identidade do destino e deverá representar todos os produtos desse destino dado que este é, em última instância, a soma dos diferentes produtos existentes numa determinada região.

Com referência específica a cidades de destinos turísticos Gândara (2008,13) refere que a imagem é um guarda-chuva que abriga as organizações, produtos, lugares, instituições e serviços, atribuindo-lhes um valor permanente capaz de ajudar a cidade a diferenciarse, de forma rápida e eficaz, ante outros mercados. A gestão da cidade como localidade turística implica o conhecimento dos mercados, as características dos consumidores/turistas, a sua capacidade de carga ideal e capacidade competitiva, bem como um delinear correcto dos objectivos a alcançar e estratégias a adoptar para conquista das metas propostas.

Conforme destaca Valls (cit. in Gândara, 2008,13) é crucial a existência de sinergias e coordenação de esforços, planificação e controle de qualidade por parte da comunidade, colectividade e instituições dado que um código de actuação conjunta denotará um espaço turístico com mais qualidade. O autor salienta que somente um trabalho coordenado entre o sector público e o privado e a comunidade local, fundamentado no efectivo conhecimento do mercado e do destino, permitirá fortalecer e gerir uma imagem de marca capaz de identificar claramente o destino turístico tal como desejado pelos seus habitantes.

Conclui Gândara (2008,19) que é essencial ter em consideração que cada turista percebe o destino de maneira diferente pelo que é muito importante identificar claramente a imagem que os consumidores/turistas têm de um determinado destino e não a imagem que o destino pretende de si próprio. A competitividade do mercado turístico obriga a que os destinos que pretendam ser competitivos sejam desenvolvidos de forma sustentável trabalhando a sua imagem de forma eficaz e continuada.

Classificando-se a imagem de um destino turístico como um instrumento de sustentabilidade, o cuidado continuado com essa imagem é responsabilidade fulcral de todos os stakeholders, ou seja, dos gestores à comunidade local englobando-se todos os responsáveis pela comunicação e distribuição do produto turístico.

Conforme referem Silva e Silva (2003), o crescimento dos principais indicadores macroeconómicos associados ao Turismo português fazem das actividades que lhe estão associadas uma das principais especializações produtivas. Torna-se assim relevante avaliar estrategicamente o turismo em contextos regionais para que as estratégias de desenvolvimento sejam instrumentos de promoção do desenvolvimento das regiões, nomeadamente, de carácter insular.

Efectivamente, as actividades turísticas são um denominador comum de estratégias de desenvolvimento regionais devido aos factores que Silva e Silva (2003) referem como abaixo:

1. O esgotamento de modelos de localização espacial de algumas actividades produtivas (ex: agricultura) devido a movimentos de reestruturação de carácter nacional e internacional.
2. O dinamismo da procura turística, quer a nível quantitativo, quer no que diz respeito à permanente diversificação dos seus perfis.
3. A valorização, pela procura, dos recursos capazes de diferenciar os produtos turísticos em particular os que se associam às características ambientais e culturais de um território.

Ainda de acordo com Silva e Silva (2003) a conjugação de potencialidades quer ao nível de procura quer ao nível da oferta levanta a questão do desafio que é evitar uma expansão desordenada de actividades turísticas que possam gerar desequilíbrios comprometedores da sustentabilidade da região.

Referem os autores que o turismo, como actividade utilizadora de bens ambientais e de recursos base que as favorecem, dependem da existência sustentada de um ambiente em equilíbrio. Desta forma, quer os recursos naturais, quer os históricos culturais, são factores de desenvolvimento turístico das regiões a tomar em atenção em qualquer avaliação e modelo de desenvolvimento turístico.

Defende Baptista (2003), que os modelos turísticos alheios à planificação e ao planeamento urbano geram, em si mesmos, dificuldades na sua consolidação e atracções sendo estas mais sensíveis ainda em áreas de maior densidade turística.

O referido autor defende que é necessário um modelo que aplique uma estratégia territorial que facilite a integração regional de diversas áreas turísticas contribuindo para a melhoria e diversificação da oferta através de instrumentos de planeamento tais como planos directores de espaços turísticos. Salienta Baptista (2003) que os espaços turísticos se encaminharão para o fracasso e os circuitos de turismo para o seu desaparecimento se não houverem planos directores uma vez que a procura encontrará respostas em modelos emergentes.

Mesmo quando os modelos emergentes sofram de erros comuns aos existentes em destinos mais maduros, cuja primordial vantagem é a tradição, a experiência e o *know-how* na gestão de negócios turísticos, os destinos turísticos novos e os seus modelos conseguem captar quota de mercado uma vez que o exotismo e a atracção do novo e do desconhecido são factores de grande atractividade nestes destinos que, numa fase inicial, estão menos saturados.

Conclui Baptista (2003) que, considerando o acima exposto, é fundamental a promoção de modelos e produtos capazes de reflectir os factores únicos e diferenciadores das regiões evitando modelos estereotipados que, frequentemente, se verificam na origem de novas iniciativas turísticas.

2.3.1. Qualidade Global e Qualidade Percebida

Conforme Baptista (2003), a qualidade objectiva resulta da concepção e composição do produto e/ou serviço mas é a qualidade subjectiva ou a percebida que motiva o consumidor aquando das decisões de compra o que passa, ainda, pelas imagens do destino (e do alojamento no caso do turismo) de que foi tomando consciência sendo, elas próprias, inspiradas ou criadas pela publicidade e facilitadas pelo posicionamento do produto nos canais de distribuição e pontos de venda.

Refere Aaker (2007) que existem vários estudos que demonstram que a qualidade percebida é, por si só, o factor mais importante para o retorno sobre o investimento apresentando um impacto maior que a participação no mercado, a pesquisa e desenvolvimento ou as despesas de marketing. Segundo este autor, a qualidade percebida contribui para a rentabilidade pela melhoria do preço e participação no mercado além de ser um impulsionador essencial à satisfação do cliente sendo, frequentemente, identificada (qualidade percebida) como uma vantagem competitiva sustentável de uma organização.

No entanto, defende Aaker (2007), que a gestão da qualidade exige entendimento do que significa a qualidade para o cliente alvo, além de ser crucial a existência de uma cultura de apoio e um processo de melhoria da qualidade capaz de dotar a organização da capacidade de fornecer produtos/serviços de qualidade. Não obstante a criação de um produto ou serviço de qualidade, ressalva o autor, esta é apenas uma conquista parcial dado que é necessário criar a percepção de qualidade junto do cliente.

Na perspectiva de Aaker (2007) a qualidade percebida pode diferir da qualidade real por muitas e diversas razões, pelo que é importante à organização assegurar que os investimentos em qualidade ocorrerão em áreas que terão ressonância junto dos clientes além de ser essencial entender as pequenas coisas usadas pelos clientes como base para uma avaliação da qualidade.

Segundo Baptista (2003), e em relação à qualidade dos serviços turísticos, é importante considerar o nível de qualidade em todas as componentes do serviço turístico. Esta não é tarefa fácil quando existem vários responsáveis da oferta sendo que a qualidade deverá ser encarada numa óptica de percepção do cliente e não associada às percepções dos fornecedores do produto. Este é um factor de particular importância nesta área de turismo, em que são de elevado valor a personalização do serviço/atendimento, a competência e sensibilidade cultural e ética dos recursos humanos, para além dos aspectos técnicos e materiais do produto turístico.

2.3.2. Imagem do Destino e Satisfação do Turista

A eleição de um destino turístico bem como a satisfação que estes venham a ter como resultado da visita é influenciada pela percepção que os turistas têm relativamente a um determinado destino (Gândara, 2008).

A correspondência entre a imagem que tem o turista antes da visita, ou seja, as expectativas do mesmo relativamente ao destino, e a realidade encontrada durante a visita (satisfação das expectativas do turista) são factores considerados fundamentais para a satisfação e possível fidelização do turista relativamente ao destino. Assume-se, então fundamental, que as imagens percebidas pelos turistas correspondam a uma realidade que encontrarão no destino dado que, em caso contrário, a insatisfação conduz à não repetição da visita por parte do turista que teve a experiência e também à divulgação de uma imagem negativa (Gândara, 2008).

Refere Gândara (2008) que a percepção do turista relativamente a um destino turístico é a soma das informações e experiências detidas por esse turista e estes são factores influenciadores, quer do processo de selecção do destino, quer dos níveis de satisfação que os turistas venham a ter na futura viagem. Assim, a imagem do destino é a causa da decisão de compra, da satisfação e da possível repetição do destino turístico.

A identificação da percepção dos turistas relativamente à imagem dos destinos permitirá definir o turista alvo do destino (sendo estes os mais fidelizáveis) e ainda identificar adaptações necessárias do destino com o objectivo de satisfazer as necessidades identificadas do público-alvo.

Segundo Gândara (2008) a satisfação obtida pelo turista em resultado da sua experiência no destino está directamente relacionada com as expectativas geradas pelo que se torna fundamental que estas correspondam, o mais possível, à realidade que se encontra no destino.

A qualidade dos destinos turísticos assume-se como um factor fulcral para a satisfação das expectativas geradas no turista (Gândara, 2008) sendo que quanto mais, e melhor, a informação de que dispõe o turista relativamente ao destino mais correcta será a sua escolha e, conseqüentemente, maior a possibilidade de satisfação de expectativas. Efectivamente, salienta Gândara (2008) cada vez mais se procuram satisfazer expectativas através da qualidade de forma a fidelizar os turistas o que significará que foi desenvolvida uma relação duradoura entre o turista e o destino.

Conforme refere Gândara (2008), a qualidade dos destinos está directamente relacionada com a satisfação dos turistas, sendo essencial ter em atenção a relação entre factores como a capacidade de carga do destino turístico e a imagem que é projectada. Outros factores a ter em consideração são: nível de desenvolvimento, número de turistas compatíveis com a imagem do destino e do produto turístico e tipo de experiência que procuram os turistas. Destaca Chivirella (cit. in Gândara, 2008) que baixos índices de satisfação do turista devido a factores que diminuem a qualidade (saturação da carga

turística, degradação do meio ambiente e atracções, entre outros) implicam que o destino perca fama, havendo ainda o risco de perda de quota de mercado.

A Organização Mundial de Turismo (1998) foca a relação entre satisfação e fidelização do turista e refere:

“Tradicionalmente las estrategias seguidas por los empresarios turísticos eran más bien ofensivas (“push”) tratando de aumentar sus ventas mediante la apertura de nuevos mercados. Actualmente, han cobrado importancia las estrategias defensivas (“pull”) centradas fundamentalmente en conseguir la satisfacción del cliente, a fin de aumentar su fidelidad y su transmisión de imágenes positivas del producto”.

Conforme Alegre et al. (2009), num mercado turístico internacional cada vez mais competitivo e com cada vez mais destinos emergentes, os destinos turísticos consolidados poderão ganhar vantagem competitiva graças aos turistas que revisitam o destino. Os turistas que repetem a visita ao destino são considerados um “mercado” estável para esse mesmo destino além de serem uma fonte de promoção gratuita na forma de recomendação do mesmo a familiares e amigos.

A taxa de repetição a um destino e a intenção declarada de revisita são considerados dois indicadores de lealdade do turista ao destino os quais são, frequentemente, mencionados na literatura, conforme Oppermann (cit. in Alegre et al., 2009). Segundo Alegre et al. (2009), os principais factores que determinam a intenção de revisita e que parecem estar relacionados com a satisfação obtida durante a estada, motivações específicas na escolha do destino e a ligação desenvolvida pelo turista ao destino.

Salienta Alegre et al. (2009), que a identificação das determinantes da intenção de visitar o destino é crucial para promover o aumento das taxas de repetição de visita. Desta forma, os determinantes que influenciam esta variável podem ser alvo de estratégias específicas com o objectivo de incrementar as probabilidades de revisita do turista a um determinado destino o que comprova a satisfação e lealdade do turista.

Segundo Aaker (2007), a lealdade dos clientes oferece uma barreira à penetração da concorrência, o tempo necessário para uma organização poder responder às inovações da concorrência e uma protecção contra uma eventual competição prejudicial de preços, além de possibilitar a aplicação de um preço Premium. Conclui o autor que a satisfação do cliente é, assim, um indicador de extrema importância para organizações de serviços dado que os serviços são um sector em que a lealdade é associada a experiências de uso.

Referem, ainda, Lendrevie et al. (2007) que o próprio consumidor de serviços (turista no caso de destinos) desempenha um papel contributivo à qualidade dos próprios serviços quer pelo seu grau de exigência, competência, experiência e estado de espírito (bom ou mau humor), quer pela forma como se envolve no acto de consumo desse serviço.

2.3.3. Envolvimento da Comunidade Residente

Autores como Ko e Stewart (2000), Gursoy et al. (2002) e Gursoy e Rutheford (2004) (cit. in Oviedo-Garcia et al., 2008), numa análise de modelos estruturais da atitude dos residentes relativamente ao turismo, revelam algumas conclusões obtidas:

1. A satisfação da comunidade residente é influenciada pela percepção dos impactos da actividade turística e poderá ser útil aquando do planeamento de desenvolvimento turístico adicional.
2. A comunidade anfitriã que suporta o desenvolvimento turístico é afectada directa e/ou indirectamente pelo grau de importância atribuído pela comunidade, à utilização dos recursos turísticos de base e relativamente ao grau de envolvimento da comunidade local, estado da economia local, benefícios económicos, benefícios social e culturais e custos a nível social
3. O apoio da comunidade anfitriã é afectado pelo nível de interesse existente, pelos custos percebidos e pelos benefícios advindos do desenvolvimento turístico.

Salientam Oviedo-Garcia et al. (2008), que os residentes de um destino turístico que revelam maior interesse pelo desenvolvimento turístico podem ser aqueles que não obtêm benefícios directos advindos da actividade turística. Estes residentes reconhecem os impactos negativos que o turismo pode causar na sua comunidade na ausência de planos adequados ao desenvolvimento turístico, enquanto os elementos da comunidade local que beneficiam directamente do turismo revelam menor grau de preocupação relativamente a possíveis impactos negativos do turismo na comunidade residente.

Conforme Oviedo-Garcia et al. (2008), existem efeitos económicos e ambientais determinantes da atitude da comunidade residente relativamente ao planeamento e desenvolvimento da actividade turística. Defendem os autores que o grau de benefícios obtidos graças ao turismo influencia as percepções da comunidade residente relativamente aos impactos da actividade turística e, conseqüentemente, o apoio que atribuem à mesma.

Assim sendo, defendem Oviedo-Garcia et al. (2008) o apoio da comunidade residente é crucial ao desenvolvimento e implementação de estratégias de sucesso sendo a participação dos locais uma necessidade fundamental à sustentabilidade do desenvolvimento turístico do destino.

2.3.4. Infra-Estruturas, Recursos e Serviços Turísticos

Conformem referem Silva e Silva (2003) as actividades turísticas geram impactos, de natureza positiva e/ou negativa, mas estes estão dependentes da dimensão e natureza das actividades turísticas que os recursos existentes na região possam proporcionar. Os recursos de uma determinada região poderão ser naturais (paisagem, praias, parques, fauna e flora) ou recursos histórico-culturais edificados (centros históricos, museus e igrejas) e não edificados (gastronomia, artesanato e feiras tradicionais).

Segundo Silva e Silva (2003), a ocupação existente num determinado território poderá ser encarada como um recurso turístico pelo valor potencial que detêm para o desenvolvimento de actividades turísticas. Isto significa então, que o turismo compõe-se por actividades com uma grande abrangência e dispersão espacial podendo, como tal, ocorrer em diversos tipos de solo sejam eles território urbano, áreas florestais, praias ou espaços naturais.

As actividades decorrem assim directamente dos recursos existentes ou via a inserção dos mesmos num determinado território o que poderá ter efeitos negativos, ou positivos, em consequência da implementação dessas actividades, e/ou por via da maior ou menor compatibilidade que se vier a estabelecer entre as diversas actividades turísticas.

Salientam Silva e Silva (2003) que há que considerar que eventuais impactos negativos tributáveis ao desenvolvimento das actividades turísticas são derivados da construção e utilização de infraestruturas turísticas (equipamentos hoteleiros, urbanizações turísticas, restaurantes e acessibilidades rodoviárias) mais do que do decorrer da própria actividade turística.

Na perspectiva de Silva e Silva (2003), as infraestruturas de um determinado território poderão ser de carácter básico ou de natureza específica. No domínio das infraestruturas básicas incluir-se-ão todas aquelas que, por terem um carácter indispensável à qualidade de vida da comunidade residente, condicionam o desenvolvimento do turismo sendo este o caso das infraestruturas de saneamento básico e de energia e água, sistema de recolha de resíduos, equipamentos de saúde e acessibilidades. Todas estas infraestruturas básicas estão intimamente associadas à qualidade ambiental e à própria competitividade do turismo.

No que se referem a infraestruturas específicas estas associam-se aos serviços e equipamentos relacionados com alojamento, alimentação e animação surgindo como elementos básicos da procura (recursos e atracções). As infraestruturas específicas são, então, particularmente sensíveis à variação dos gostos e preferência dos turistas.

A localização das infraestruturas de carácter específico é apontada pelos citados autores como um dos principais factores de sucesso, exigindo um planeamento cuidado quer da sua localização geográfica quer do tipo de estrutura, oferta de serviços e dimensão das mesmas.

Concluem Silva e Silva (2003) que a melhoria das infraestruturas e a qualidade dos produtos turísticos deverá sempre estar associada à preocupação com a competitividade e melhoria da produtividade via o desenvolvimento de objectivos estratégicos de longo prazo.

2.4. Indicadores para Monitorização do Desempenho de Destinos Turísticos

Conforme Gallopin (cit. in Hanai, 2009) os indicadores são “componentes essenciais na avaliação global do progresso rumo ao desenvolvimento sustentável” e, salienta Meadows (cit. in Hanai, 2009) são “componentes que fornecem informações indispensáveis para a compreensão do mundo, para a tomada de decisões e para a planificação de acções”.

Refere Hanai (2009) que os indicadores são ferramentas de análise objectiva essenciais à identificação das características relevantes de um sistema e são úteis na clarificação das relações existentes entre as diferentes variáveis envolvidas num determinado fenómeno.

Graças ao recurso a indicadores é possível a monitorização contínua e consistente de transformações de desenvolvimento do turismo ao longo do tempo numa determinada localidade permitindo visualizar e reforçar metas previamente estabelecidas.

Conforme refere a Organização Mundial de Turismo (2005) o indicador é

“Um instrumento que facilita a análise e a avaliação da informação colectada de forma que, conjuntamente com outros instrumentos, permite aos tomadores de decisão reduzir a possibilidade de adoptar inadvertidamente decisões afortunadas”.

Os indicadores permitem, assim, medir o cumprimento dos objectivos, metas e desempenho proporcionando sinais de alerta à necessidade de alteração das políticas adoptadas, implementação de novas acções e servem de pedra basilar ao planeamento e gestão da actividade turística.

Segundo Manning (cit. in Hanai, 2009), o recurso a indicadores é parte integrante de uma abordagem holística do planeamento e gestão de destinos turísticos sendo projectado para promover a integração entre comunidades, recursos e sectores relacionados com o Turismo.

Valentin e Spangenberg (cit. in Hanai, 2009) alertam para o facto que cada comunidade é individual, pelo que deverão desenvolver conjuntos específicos de indicadores a nível regional viabilizando a oportunidade de tornar visível a referida individualidade na selecção de indicadores tornando-os, assim, parte integrante da identidade local e regional. Assim, considera-se que a pertinência dos indicadores é variável consoante as regiões e o seu contexto em particular.

Pérez et. al. (cit. in Hanai, 2009) salientam que a OMT reconhece que sendo as manifestações do turismo tão variadas e aplicáveis em ambientes e condições tão diversas é necessário a adopção de indicadores locais específicos.

Conforme referência no Projecto SIET-MAC (Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo da Macaronésia, 2006) a medição da performance da actividade turística esteve durante muito tempo centrada apenas na dimensão económica e financeira da questão e, por vezes, nos aspectos laborais.

No entanto, refere o citado documento, as infraestruturas e serviços turísticos bem como as actividades dos próprios turistas, originam uma diversidade de impactos positivos e negativos que englobam desde aspectos ambientais a socioculturais. Objectivando-se uma abordagem mais abrangente, tenta-se identificar e medir todo o tipo de impactos que a actividade turística pode causar numa determinada área tentando obter maior consistência na ligação entre os aspectos económicos, sociais e ambientais.

No contexto da actividade turística e, conforme discriminado no projecto SIET-MAC (2006), existem vários tipos de indicadores que constituem conjuntos de informação regularmente aplicados em aspectos chave do desenvolvimento e gestão do turismo num determinado destino turístico. Estes indicadores são utilizados conforme se revelam úteis para os decisores e poderão ser de diversos tipos conforme apresentado:

- Indicadores de aviso (ex: decréscimo do número de turistas com intenção de visitar).
- Indicadores de pressão sobre o sistema (ex: aumento de criminalidade).
- Indicadores de medição do estado do sector (ex: taxas ocupação hoteleira).
- Indicadores de medição do impacto (ex: alteração nível rendimento da comunidade local e padrões de consumo, índice de urbanização da orla costeira).
- Indicadores de medição de esforço de gestão (ex: custos de limpeza da costa).
- Indicadores de performance ou resultados (ex: aumento de nº turistas repetentes, alterações aos níveis de poluição).

O projecto SIET-MAC (2006) alerta para o facto do processo de selecção de indicadores não ser apenas técnico dado que as prioridades na construção dos indicadores estão relacionadas com a importância que stakeholders e sector institucional turístico de uma determinada região atribuem aos diferentes aspectos da sustentabilidade do turismo.

No entanto, os principais critérios de selecção de indicadores de sustentabilidade em turismo são: relevância para a questão em análise, exequibilidade, credibilidade, clareza e comparabilidade ao longo do tempo entre diversas regiões (“benchmarking”).

Considerados os indicadores conforme os objectivos a atingir existem, também, dois aspectos fundamentais que são a avaliação e a monitorização dos resultados. Refere Middleton (2002) que “se os objectivos não puderem ser monitorizados e avaliados por métodos fiáveis, não devem ser seleccionados”. Ainda segundo Middleton (2002) a avaliação é definida como “a avaliação periódica e sistemática do desempenho avaliada diária, semanal ou mensalmente, a qual avalia os resultados”.

Considerando-se que a sustentabilidade do turismo envolve a actividade turística mas também os seus impactos na região turística em análise, nos aspectos económicos, sociais, culturais e ambientais, o Projecto SIET-MAC (2006) apresenta uma lista de temas, subtemas e indicadores conforme apresentado na página seguinte na tabela 2.1.

A acrescer aos indicadores acima mencionados importa referir que a OMT (cit. in SIET-MAC, 2006) considera como indicador base do turismo sustentável a aferição da existência do número de planos de desenvolvimento turístico numa determinada região.

Na óptica da sustentabilidade este indicador é importante e é considerado, pela OMT:

“Imprescindível que antes de programar formas de actuar se tenha um plano turístico que defina um modelo de desenvolvimento turístico sustentável que cubra as necessidades actuais dos turistas e da sociedade, protegendo e melhorando as perspectivas de futuro, e que projecte uma imagem de integração de gestão de recursos, de modo a cobrir as necessidades económicas, sociais e estéticas, mantendo o mesmo tempo de identidade cultural, paisagística, de processos ecológicos essenciais, diversidade biológica e dos sistemas vivos.”

Tabela 2.1: Lista de temas, subtemas e indicadores criados no âmbito do SIET

Temas	Subtemas	Indicadores
Economia	Emprego	Emprego no sector turístico; Grau de qualificação
	Rentabilidade	Peso do Turismo na Economia
	Investimento	Investimento público e privado em turismo
	Preços	Evolução dos preços turísticos
Actividade turística propriamente dita	Oferta	Densidade; Qualidade; Turismo no espaço rural
	Procura	Estada média; Afluência; Segmentação; Mercados emissores; Gasto turístico; Perfil do turista; Distribuição territorial; Sazonalidade
Meio Ambiente	Qualidade / Satisfação	Estabelecimentos com certificação de qualidade; Grau de satisfação dos turistas; fidelidade dos turistas
	Paisagismo	Espaços naturais protegidos; Grau de naturalidade do meio
	Gestão Ambiental	Qualidade das águas de banho marítimas; Consumo de água, de electricidade, de resíduos sólidos atribuível aos turistas; Índice de motorização atribuível ao turismo; superfície de costa urbanizada
Sociedade e Cultura	Demografia	Pressão dos turistas sobre a população; Visitantes a lugares de interesse turístico
	Indicadores da Comunidade local	Rácio de utilização das infraestruturas hoteleiras pelos residentes; Opinião dos residentes sobre o futuro do turismo na região; Nível de satisfação da população local.
Institucional		Planos e programas com incidência em Turismo e sustentabilidade

Fonte: SIET MAC 2006

Abaixo são explorados alguns indicadores específicos no âmbito económico, ambiental, sócio cultural e sustentabilidade do sector turístico tomando por base indicadores associados ao Projecto SIET-MAC dado que estes se referem, em particular, a destinos turísticos insulares. Este projecto pretende desenvolver um sistema de indicadores através do qual se possa medir e acompanhar a evolução do turismo sustentável nas regiões envolvidas no projecto que são destinos turísticos insulares (Açores, Canárias e Madeira),

2.4.1. Indicadores Económicos

Tomando como referência o projecto SIET-MAC, apresentam-se cinco indicadores que visam caracterizar o impacto no turismo da economia:

1. *Emprego*: no sector turístico o indicador emprego é importante no seu aspecto económico sem descurar a abrangência a nível social. A situação laboral e acesso ao emprego da comunidade residente são determinantes da capacidade económica da população.
2. *Grau de qualificação do mercado de trabalho turístico*: Com repercussão no nível de satisfação do turista e, conseqüentemente, com capacidade para influenciar o sucesso do destino a médio e longo prazo este indicador visa avaliar o nível de competência dos recursos humanos ao serviço do sector turístico. Este indicador é relevante do grau de profissionalismo existente no âmbito da gestão e serviço turístico. De relevar que o empenho na especialização e profissionalização reflectem-se no atendimento, qualidade e eficácia dos serviços turísticos que são considerados pilares da sustentabilidade do sector.
3. *Peso do Turismo na economia da Região*: objectiva este indicador determinar o grau de dependência da região relativamente à actividade turística avaliando-se o peso que os bens e serviços produzidos pelo sector turístico têm na economia regional.
4. *Investimento no Turismo*: fulcral na modernização e desenvolvimento do sector turístico, este indicador tem por objectivo caracterizar a regularidade dos fluxos do investimento, quer públicos quer privados.
5. *Evolução dos preços turísticos*: Considerando a correlação que existe entre excessivo aumento dos preços turísticos e recessão no consumo de produtos e serviços turísticos, este indicador que mede o nível e evolução dos preços é considerado relevante e importante. O principal objectivo deste indicador é o de

medir a evolução no tempo, dos preços de um conjunto de bens e serviços considerados turísticos.

2.4.2. Indicadores Ambientais

Conforme o projecto SIET-MAC (2006) é importante quantificar aspectos associados ao impacto da actividade turística no meio ambiente sendo que os indicadores abaixo referidos poderão constituir uma ferramenta a utilizar no planeamento turístico e ambiental do destino turístico insular. Os indicadores considerados no referido projecto englobam três parâmetros primordiais como é o caso do urbanismo, paisagismo e gestão ambiental:

1. *Espaços naturais protegidos*: avalia a percentagem de superfície classificada como importante para a biodiversidade e para o equilíbrio dos recursos naturais existentes. A percentagem de superfícies protegidas está relacionada com a capacidade das regiões protegerem e conservarem os seus recursos e permite medir a reacção da sociedade relativamente à protecção da diversidade biológica e do território.
2. *Grau de naturalidade do meio*: afere a percentagem de superfícies das áreas de conservação da biodiversidade bem como o grau de protecção dos habitats e espécies consideradas de interesse. Este indicador permite a obtenção de dados pertinentes contributivos à preservação da biodiversidade ameaçada pelo impacto da actividade humana.
3. *Qualidade das zonas balneares*: avalia as condições ambientais e qualidade das zonas de banho marítimas bem como afere o interesse e sustentabilidade dos municípios a essas características pela adesão a programas de qualidade como a campanha da bandeira azul (atribuída a zonas de banho marítimas que correspondem a determinados padrões qualitativos tais como boa qualidade da

água, adequado cumprimento da legislação ambiental, serviços associados à segurança dos utilizadores e actividades de consciencialização e educação ambiental).

4. *Consumo de água de abastecimento humano imputado ao turismo*: objectivando estabelecer uma aproximação ao grau de pressão que a actividade turística exerce sobre este recurso natural, este indicador visa a obtenção de uma estimativa do consumo da água atribuível ao turismo. Este é um indicador importante dado que os recursos híbridos podem constituir um factor limitativo ao desenvolvimento turístico em destinos insulares que são, particularmente, afectados pelo consumo derivado da afluência turística.
5. *Consumo de energia atribuível ao turismo*: visando estabelecer uma aproximação do grau de pressão que a actividade turística exerce sobre os fluxos energéticos este indicador pretende calcular uma estimativa do consumo de energia eléctrica passível de ser imputado ao turismo. A energia é, tradicionalmente, vista como um motor do processo económico mas a produção, a utilização e os subprodutos da energia têm consequências significativas para o meio ambiente.
6. *Produção de resíduos sólidos urbanos atribuíveis ao turismo*: objectivando aferir o grau de pressão da actividade turística sobre o solo e o território e, indirectamente, sobre as necessidades de dimensionamento dos serviços de gestão desses resíduos este indicador pretende estimar a quantidade de produção de resíduos sólidos imputados ao turismo. A produção de resíduos implica consumo de materiais e de energia e a sua gestão acarreta custos económicos e ambientais estando este indicador associado à actividade económica das regiões.
7. *Índice de motorização imputado ao turismo*: visando conhecer o grau de utilização de veículos por parte dos turistas em relação ao total de veículos este indicador visa medir a participação do turismo no índice de motorização. A necessidade do turista de requisitar serviços de meio de transporte para as

deslocações no destino implica, do ponto de vista ambiental, um maior consumo de combustível, emissões de dióxido de carbono, congestionamento de trânsito podendo levar, também, à necessidade de construção de infraestruturas rodoviárias o que têm consequências na utilização do solo, impactos no ecossistema e na qualidade de vida no destino.

8. *Superfície de costa urbanizada*: avalia a pressão urbana e a deterioração ambiental a que está sujeita a superfície da orla costeira. Este indicador assume particular relevância dada a atractividade turística a que estão sujeitas as áreas costeiras e porque o desenvolvimento urbanístico, turístico e residencial a que está submetido o litoral exerce uma forte pressão sobre os ecossistemas costeiros pondo em perigo a sua conservação.

2.4.3. Indicadores Sócio Culturais

À semelhança dos pontos anteriores os indicadores sócio culturais, abaixo apresentados, tomam como referência destinos turísticos insulares considerados no projecto SIET-MAC (2006).

Os impactos sócio culturais da actividade turística assumem particular relevância dado que o turismo integra-se e influencia a vida quotidiana das comunidades residentes. Torna-se, assim, relevante e pertinente aferir em que medida o turismo exerce maior ou menor pressão sobre os destinos turísticos e avaliar a forma como os consumidores locais encaram o desenvolvimento turístico na sua região.

Considerando que os níveis de satisfação da população local estão relacionados com a forma como este encara e apoia, ou não, o desenvolvimento turístico na medida em que este está de acordo, ou não, com os interesses da população os indicadores, abaixo referidos, são considerados numa abordagem sociocultural:

1. *Intensidade turística*: visa medir a pressão que a afluência turística exerce sobre a população no decorrer do ano. O índice de dispersão relativo (IDR: resultante da divisão do desvio padrão pela média é uma medida de dispersão cujo valor é tanto maior quanto menos uniforme for a distribuição) pretende aferir a dispersão ao longo do ano pela pressão exercida pelo número de turistas sobre a população residente sendo que a pressão é tanto mais baixa quanto menor o carácter sazonal do turismo.
2. *Visitantes a locais de interesse turístico*: aferir o número de turistas que visitam locais considerados de interesse turístico versus o número de residentes que visitam esses mesmos locais. Este é um indicador com limitações dado que apenas são contabilizados os locais com mecanismo de controlo de entradas.
3. *Utilização de infraestruturas turísticas (alojamento e restauração, salas de conferência, ginásios, entre outros) pela comunidade residente*: pretende medir o grau de utilização destas infraestruturas pelos locais visando avaliar a adesão à dinâmica gerada pela utilização turística.
4. *Opinião dos residentes sobre o futuro do turismo na região*: analisa a opinião dos locais em relação ao desenvolvimento futuro do sector turístico podendo indiciar a preocupação da população relativamente aos impactos ambientais e sociais da actividade turística.
5. *Nível de satisfação da população local*: afere a opinião da comunidade residente sobre o papel do turismo na região sendo um indicador associado ao indicador 4 e que permite avaliar a opinião dos locais face ao desenvolvimento turístico e o grau de concordância ou optimismo existente.

2.4.4. Indicadores de Sustentabilidade do Sector Turístico

Destaca o projecto SIET-MAC (2006):

“ a correcta gestão do desenvolvimento da actividade turística, garantindo que os seus efeitos sejam os mais benéficos sem acarretar consequências prejudiciais quer a nível social que ambiental, é um factor essencial à sustentabilidade do sector”.

Assim, o referido projecto considera os indicadores abaixo indicados para caracterizar a actividade turística nos destinos turísticos insulares a que se reporta (Açores, Canárias e Madeira) segundo três parâmetros principais que são: a oferta, a procura e a satisfação:

1. *Densidade da Oferta Hoteleira*: considerando a oferta visa medir o grau de concentração hoteleira.
2. *Qualidade da oferta hoteleira (alojamento)*: avalia quer o número total de estabelecimentos quer a capacidade de alojamento num sector onde a exigência de qualidade de serviços é cada vez maior.
3. *Turismo em espaço rural*: analisa a diversificação da oferta de alojamento aferindo a existência de alternativas ao turismo tradicional.
4. *Estada média/turista*: pretende caracterizar a procura turística pela avaliação da duração da estada no destino dado que este factor está directamente ligado aos impactos sociais e ambientais que a actividade turística, e o seu desenvolvimento, podem ocasionar. Permite, ainda, avaliar a atractividade da região.
5. *Densidade da Procura Turística*: visa medir a pressão exercida sobre o território pelos turistas através do número médio de turistas diários por km².
6. *Distribuição da Procura turística por segmentos*: objectiva quantificar a principal motivação das visitas, indicada pela maior percentagem de turistas, com o intuito de conhecer os interesses e preferências dos turistas que visitam a região.

7. *Dependência dos principais mercados emissores*: indicador importante dado que esta informação permite a adopção de estratégias turísticas adequadas e uma melhor adaptação aos interesses e preferências dos principais mercados que visitam a região. Afere-se pela avaliação da percentagem de turistas num determinado mercado relativamente ao total de turistas entrados.
8. *Gasto Turístico*: O conhecimento do quando e onde os turistas efectuem gastos no destino permite avaliar a oferta existente na região. Este indicador é uma das mais importantes e complexas informações na óptica da procura sendo fundamental para medir o impacto económico do turismo no destino.
9. *Perfil do turista*: a adequação da oferta turística depende da correcta identificação das características predominantes dos turistas que visitam o destino. Consideram-se características classificadas como importantes para efeitos de análise da procura turística e definições de tipologia do turista: idade, principal motivo da viagem, principal fonte de informação para eleger o destino, composição do grupo e grau de instrução.
10. *Distribuição territorial dos turistas*: aferir o grau de concentração dos turistas no território em estudo possibilitando verificar até que ponto o desenvolvimento turístico abrange toda a região ou apenas algumas áreas.
11. *Sazonalidade da procura turística*: avalia a distribuição mensal dos turistas ao longo do ano.
12. *Estabelecimentos com sistema Certificado de Qualidade e Gestão Ambiental*: avalia o grau de adequação e sensibilização da oferta de alojamento na óptica da gestão de qualidade e meio ambiente.
13. *Grau de satisfação dos turistas*: a percepção do grau de satisfação dos turistas relativamente ao destino é um factor muito importante para avaliar o estado do sector e definir adequadas estratégias de planeamento, desenvolvimento e gestão turística. Este indicador analisa a percentagem de turistas que emitiram uma opinião

positiva em relação à estada sendo este um factor importante do ponto de vista da competitividade do destino a médio prazo.

14. *Fidelidade dos turistas*: indicador que permite a obtenção de dados adicionais associados à qualidade e atractividade da região mediante o grau de repetição dos turistas na visita a uma determinada região.

Os indicadores revestem-se de particular importância podendo ser de cariz económico, ambiental, sócio-cultural e outros em associação à sustentabilidade do sector turístico. Estes parâmetros servem para medir de forma objectiva a influência do ordenamento na avaliação, percepção do turista que é o tema que este estudo explora em particular.

2.5 Ordenamento Territorial e Avaliação de Satisfação do Turista

Baptista (2003) refere que é importante reconhecer-se que entre os componentes do produto turístico, em que se fundamenta a decisão de compra, é muito relevante a imagem promovida da oferta primária ou original tais como paisagens, clima, património arqueológico, histórico, religioso e cultural, urbano e rural construído e de raiz humano como cultura, tradições, festas entre outros.

Além dos referidos, outros componentes que contam ainda mais para a escolha do destino, do que a oferta derivada ou construída (caso do alojamento) são as infra-estruturas como transportes, comunicações, saneamento básico, electricidade e água e sistemas de saúde. Um factor crucial é ainda manter presente que a imagem promovida das ofertas e componentes do produto turístico acima referidos serão, no próprio destino, confrontadas com a realidade.

Salienta Baptista (2003) que algumas componentes desta oferta primária ou original são usufruídas pelo turista, regra geral, sem haver lugar a pagamento específico (paisagem, clima, parte do património construído e património de raiz humana). No entanto, a importância económica das referidas componentes não é de negligenciar dado estarem

integradas, com maior ou menor consciência do facto, nos preços dos bens e serviços
61 transacionáveis correspondentes às componentes da oferta derivada ou construída.

Na perspectiva de Baptista (2003) uma estratégia territorial para o futuro desenvolvimento do turismo deverá apostar em modelos capazes de conferir coerência espacial à dinâmica turística considerando-se os seguintes critérios:

1. A base para ultrapassar a saturação de determinados modelos deverá ser uma estratégia territorial turística como marco que visa a regeneração e reestruturação de infraestruturas turística já antigas.
2. A lógica territorial deverá ser um instrumento para facilitar o desenvolvimento de modalidades alternativas favorecendo o aparecimento/desenvolvimento de novos produtos capazes de complementar os produtos tradicionais.
3. O turismo deverá ser interpretado como um factor de reequilíbrio e melhoria da eficácia do território para a produção e distribuição social dos benefícios. Como tal, a inserção de uma estratégia territorial na política turística deverá ser realizada a partir da escala regional.
4. Na globalidade as acções deverão ser orientadas para a correcção de deficiências detectadas nos espaços turísticos existentes facilitando a sua evolução no contexto de um processo global de reestruturação onde o turismo tem um papel de actividade estratégica.
5. A estratégia deverá estar centrada em modelos precedentes de ordenamento do território e alicerçar-se no pressuposto que o papel das administrações públicas é de construtoras do espaço mantendo-se equilíbrio entre planeamento e viabilidade.
6. As estratégias adoptadas deverão afirmar a vontade de coordenação administrativa enquanto se estabelecem as bases para a articulação das iniciativas sectoriais sobre o território, as quais têm na actividade turística um verdadeiro agente de transformação. Este conceito ultrapassa os estritos limites de planeamento à escala municipal e deverá prever a inserção da dimensão ambiental e paisagístico como base do planeamento espacial do turismo. O próprio produto turístico e a sua configuração são as reais apostas no futuro inerente a qualquer processo de regeneração de áreas consolidadas.

O ordenamento territorial influencia a actividade turística e, conseqüentemente, a avaliação/percepção do turista. Conforme refere Veal (2002) o ordenamento territorial está ligado a várias áreas especializadas como é o caso do planeamento a nível demográfico, de transportes e alojamento embora seja particularmente relevante na área do turismo.

Salienta Veal (2002) que a importância do ordenamento territorial para a actividade turística deve-se ao facto deste constituir uma forma de definir áreas de conservação da natureza e da herança existente, sendo ainda um sistema de protecção a edifícios históricos e monumentos mesmo quando estes são propriedade privada.

Conclui Veal (2002) que o processo de planeamento e ordenamento territorial é essencial, constituindo-se uma das formas mais eficientes de proteger áreas e implementar políticas estatais definindo, nomeadamente, áreas que constituem património mundial, reservas naturais, parques ou outras mesmo quando se denotem iniciativas de outro tipo de gestão e desenvolvimento por parte de actores privados com interesses distintos. Assim sendo, remata Veal (2002), o ordenamento territorial não é importante apenas para áreas como transportes, construção e industria mas assume-se como essencial na área de turismo e lazer.

Conforme Costa et al. (2004) o sucesso do turismo está intrinsecamente associado à necessidade de planeamento a nível nacional, justificando-se o papel de coordenação do Estado dada a natureza compósita do produto e pelo facto do sector privado turístico não controlar todos os factores que constituem a competitividade de um determinado local.

2.5.1 A Satisfação do Turista

Embora o conceito satisfação tenha já originado diversas teorias a nível académico e aplicações na área de marketing, desde o início da década de oitenta até aos nossos dias, ainda não se encontrou e definiu definitivamente o conceito satisfação. Oliver (cit, in Larán e Espinoza, 2004) define satisfação como:

“A resposta do contentamento do consumidor, o julgamento de que uma característica do produto ou serviço, ou o produto ou serviço em si ofereceu (ou está oferecendo) um nível prazeroso de contentamento relativo ao consumo”.

Solomon (1999), por sua vez, sugere que a satisfação é o julgamento formado durante o uso ou consumo de um produto/serviço, ou depois dele e, como tal, constitui uma reação ou sentimento em relação a uma expectativa. Evrard (1993) conclui que a satisfação é um estado psicológico resultante do processo de compra e consumo.

Na literatura de marketing é aceite que a satisfação tem uma influência positiva no comportamento pós-compra e, de acordo com a teoria prevalecente, a qualidade percebida induz à satisfação do consumidor o que, por sua vez, gera intenções tais como recomendação boa orelha e/ou uma possível futura visita ao destino (Brady e Robertson, 2001).

A literatura revela que vários estudos foram desenvolvidos e dedicados à análise que a satisfação global e/ou satisfação associada a diversos aspectos do destino tem na intenção de recomendar e/ou de visitar (Alegre e Cladera (2006); Um et al. (2006); Yoon and Uysal (2005); Petrick (2004); Caneen (2003); Pritchard (2003); Kozak (2001); Baker e Crompton (2006); Kozak e Rimmington (2000); Juaneda (1996); e Ross (1993).

Os estudos dos referidos autores concluem que a satisfação do turista com o destino tem um efeito positivo na repetição de visita ao destino turístico. Assim sendo, a satisfação do turista com um destino tornou-se um indicador chave para os destinos turísticos regionais e a literatura revela existirem estudos que demonstram que vários aspectos de

um destino turístico contribuem, embora de formas distintas e com impactos diferentes, para a satisfação global.

Conclui-se assim que se poderá considerar pertinente explicar a satisfação do turista com um destino como um conceito complexo baseado na percepção do turista relativamente a diversos aspectos de um destino turístico.

2.5.1.1 Impactos da Satisfação do Turista

A satisfação do consumidor tem sido um tema amplamente abordado na literatura analisando-se os aspectos capazes de induzir à satisfação bem como os impactos da mesma ao nível de comportamento do cliente (Larán e Espinoza, 2004).

É assumido que a satisfação do cliente gera benefícios e Fornell (1992) sugere que para as organizações essas vantagens podem ser:

- Menor elasticidade ao nível do preço.
- Custos inferiores em transações futuras.
- Custos menores no processo de atrair novos clientes.
- Melhoria da reputação da organização (destino turístico).

Vários estudos exploram mesmo a relação entre satisfação e intenção de comportamento do cliente e Garbarino e Johnson (1999) sugerem que a satisfação direcciona as intenções futuras do cliente sendo um factor determinante na confiança e compromisso do cliente. Estes resultados são também apoiados por Bolton (1998) e Seitham et al.(1996) afirmam que o entendimento das intenções futuras dos clientes é crucial para estimar o seu potencial de consumo e de continuar com a organização, ou não.

De salientar que um cliente satisfeito tem maior tendência em manter um relacionamento com a organização considerando-se este um comportamento de lealdade (Jap, 2001).

2.5.1.2 Satisfação e Fidelidade do Turista

Uma das consequências da satisfação que se manifesta com frequência, em termos conceptuais e empíricos, é a fidelidade. Oliver (cit. in Larán e Espinosa, 2004) sugere que, sob a óptica do consumidor, este tenderá a ser fiel quando se sentir satisfeito já que esta satisfação influenciará a sua atitude relativamente a um produto e, no caso do turismo, em relação a um destino.

A fidelidade é um comportamento que não se traduz apenas em repetição da compra mas também numa atitude do consumidor constituída por componentes cognitivas e afectivas e representando dimensões várias tais como: confiabilidade, acessibilidade, emoções e sentimentos. Na verdadeira lealdade não só a repetição de compra (ou revisita) é consistente como a atitude do cliente é favorável a uma determinada marca dado que a taxa de repetição de compra, por si só, não é sinónimo de fidelidade dado que a compra poderá ser baseada em preço, conveniência ou lealdade a mais de que uma marca.

Refere Oliver (cit. in Larán e Espinoza, 2004) que a satisfação é um passo necessário à formação de fidelidade embora não seja o único antecedente de lealdade. De registar que, refere o autor, após a satisfação derivar em lealdade estes dois conceitos não se misturam e têm mesmo características distintas.

Larán e Espinoza (2004) apresentam um modelo que apresenta uma relação entre satisfação e lealdade do consumidor sendo que esta se traduz pela repetição de compra (revisita) e pela recomendação. O modelo considera que variáveis diversas conduzem à satisfação e, conseqüentemente à fidelidade que pode ser medida pela repetição da compra ou visita e pela intenção declarada de recomendação.

Este modelo é considerado pertinente neste estudo por se considerar que diversas variáveis são consideradas indicadores de satisfação e a fidelidade é uma atitude que qualquer destino turístico almeja dado que incrementa a taxa de revisita e promove a

recomendação do destino. Este trabalho foca, especificamente, o impacto do ordenamento turístico no grau de satisfação do cliente podendo este ser medido, também, pela intenção de recomendar e pela intenção de visitar o destino turístico.

2.5.1.3 Intenção de Revisitar do Turista

No competitivo mercado turístico internacional onde novos destinos emergem com frequência, um destino turístico maduro poderá conquistar vantagem competitiva graças a visitas repetidas. Os turistas que revisitam um destino são um mercado estável para esse mesmo destino além de serem uma fonte de publicidade gratuita na forma de recomendação boca-orelha a amigos e familiares (Alegre e Cladera, 2009).

A promoção de visitas repetidas num destino turístico implica que esse destino identifique claramente os factores que determinam e incentivam no turista essa intenção de regresso. Desta forma, referem Alegre e Cladera (2009) os factores que influenciam a variável de intenção de regresso podem ser melhorados de forma a aumentar a probabilidade do turista visitar o destino.

Refer Opperman (cit in Alegre e Cladera, 2009) que visitas repetidas a um destino e intenção declarada de revisita são dois indicadores de lealdade a um destino sendo estes referidos com frequência em trabalhos académicos. Assumindo-se que os principais factores que determinam a declaração da intenção de revisita são satisfação com a visita, motivação do turista, experiência prévia no destino esta intenção pode ser avaliada e monitorizada em termos de medição da taxa de repetição da visita.

Na literatura dedicada ao turismo que analisa esta temática é reconhecido que a decisão de visitar um destino é uma decisão complexa que envolve muitos factores interrelacionados Consequentemente, alguns modelos têm sido analisados para se tentar encontrar uma resposta e regista-se que questionários são uma importante fonte de

informação na análise turística dado que se reúnam diversas variáveis de forma categórica.

Registe-se que embora alguns métodos tenham sido desenvolvidos para estimar um tipo de modelo com variáveis organizadas em diversas categorias, estes não foram ainda aplicadas ao sector turístico. No caso da intenção de revisita do turista os dados referentes a esta variável são, tradicionalmente, agregados de forma dicotómica em questionários administrados aos turistas no final da esada num destino turístico. Consequentemente, esta variável tem sido analisada à luz de modelos lógicos binários (Alegre e Cladera, 2009). À luz destes modelos, os efeitos de um leque de variáveis exploratórias relativas à probabilidade de visitar um destino podem ser estimadas. No entanto, referem Alegre e Cladera (2009), estes modelos não permitem que se especifiquem outras interdependências mais complexas embora tal se pudesse realizar com recurso a um modelo SEM (“*Structural Equation Modelling*”).

Num estudo realizado por Alegre e Cladera (2009), dedicado às ilhas Baleares, um modelo SEM foi aplicado com recurso a uma amostra de turistas de visita às referidas ilhas. Os dados utilizados resultaram de um questionário aplicado aos turistas para analisar os gastos dos turistas nas Ilhas Baleares mas é um questionário que, em simultâneo, colecta informação relativa a outras variáveis sendo que algumas estão relacionadas com o estudo levado a cabo pelos autores. No referido estudo, um modelo SEM é especificado e estimado para analisar determinantes de intenção de visitar. O modelo sugerido pelos referidos autores recorre a duas variáveis endógenas que são especificadas como: satisfação global com a estada e intenção de regresso. Um dos objectivos deste estudo é analisar determinantes que influenciam a intenção de visitar um destino sendo que, um segundo objectivo, é o de analisar o peso que a satisfação, com variáveis distintas associadas, tem relativamente à satisfação global.

De salientar que esta metodologia não havia sido ainda aplicada ao sector turístico mas considera-se que a mesma poderá ser particularmente útil quando se usam dados obtidos

com recurso a questionários onde diversas variáveis são, frequentemente, reunidas de forma categórica.

Conclui-se que existem inter-relações entre variáveis distintas que podem afectar a satisfação global do turista pelo que medir o impacto das mesmas torna-se relevante e crucial ao destino turístico (Alegre e Cladera, 2009). Salienta-se que muitos estudos dedicados à intenção de visitar o destino se focam nos factores que determinam essa intenção e, em anos passados, diversos estudos (Baker e Crompton (2000); Bigné et al. (2001); Prichar (2003); Patrick (2004); Yoon e Uysal (2005); Um et al. (2006) têm sido dedicados ao exame de inter-relações entre variáveis diversas (Qualidade, satisfação, motivações. Impressões sobre o destino, lealdade entre outras).

2.5.1.3.1 O Modelo de Alegre e Cladera

Existem diversas variáveis que, em hipótese, afectam a intenção do turista em revisitar um destino turístico, afirmam Alegre e Cladera (2009), sendo a satisfação apresentada como um conceito multidimensional. A satisfação do turista é considerada o resultado da percepção do turista a diversos aspectos do destino sendo que estes aspectos desempenham um papel crucial na determinação da satisfação global.

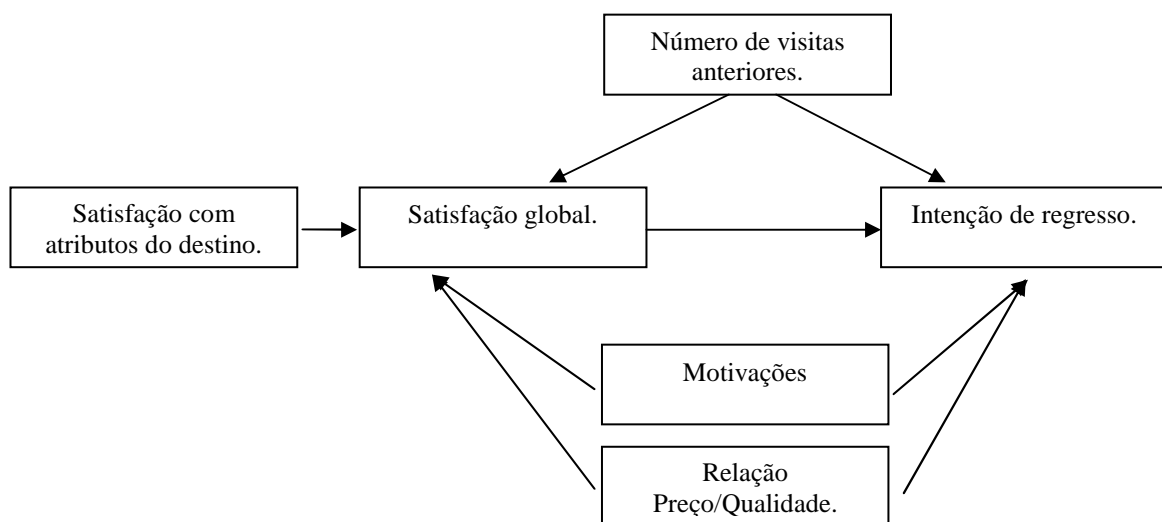
O modelo sugerido do Alegre e Cladera (2009) considera que níveis de satisfação com vários aspectos do destino são considerados determinantes da satisfação global. As variáveis endógenas deste modelo, conforme demonstra a figura 2.3 abaixo, são satisfação global e intenção de regresso. No modelo a satisfação global é determinada por níveis de:

- Satisfação parcial.
- Número de visitas anteriores.
- As motivações que levaram o turista à selecção do destino.
- A avaliação do turista relativamente à relação preço/qualidade.

No que diz respeito à intenção de regresso o modelo considera que o mesmo é influenciado por:

- Número de visitas.
- Satisfação Global.
- Motivação do turista.
- Opinião do turista relativamente à relação preço/qualidade.

Figura 2.3 : Modelo Análise de Satisfação de Alegre e Cladera



Fonte: Adaptado de Alegre e Cladera (2009)

Conforme referem os autores do apresentado modelo, se as visitas repetidas do turista são um incentivo à actualização e melhoramento do produto turístico a principal determinante associada à intenção de regresso deverá ser a satisfação global com estada do turista no destino-

De igual forma, os resultados obtidos com a análise sugerida revelam aspectos do destino que exercem influência na satisfação global podendo, no entanto, cada destino considerar os que considerar mais adequados ao seu caso particular. De qualquer forma, uma análise deste género providencia informações cruciais sobre os factores chave que

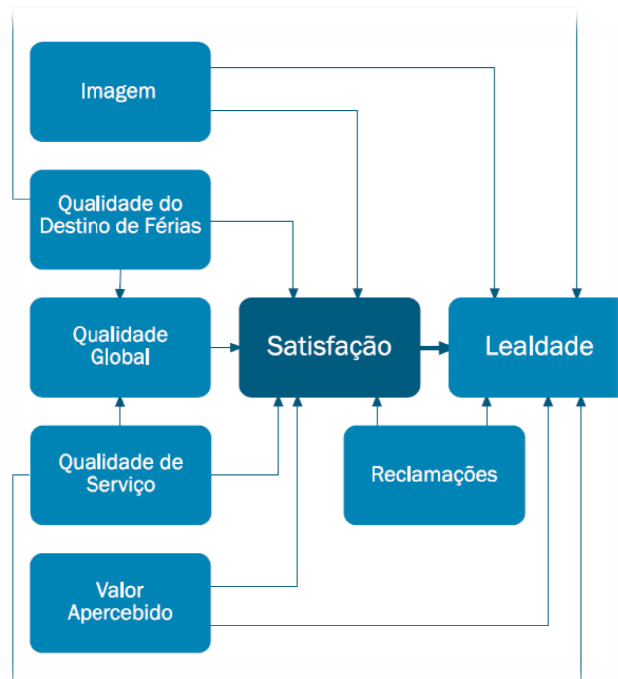
deverão ser promovidos pela gestão do destino objectivando favorecer a satisfação global dos turistas que visitam o destino.

2.6 O Barómetro da Qualidade da Região Autónoma da Madeira

Neste estudo, considerando o tema, objectivos e hipóteses a concepção dos questionários e análise dos mesmos são orientados pelo Modelo Estrutural de Satisfação do Turista que é aplicado pelo Barómetro Regional da Qualidade – Avaliação da Satisfação dos Turistas. Assim usa-se um modelo já aplicado e com resultados comprovados na Região Autónoma da Madeira mas avalia-se, também e especificamente, a dimensão do ordenamento/ construção urbana na cidade do Funchal.

O Modelo Estrutural de Satisfação do Turista, ilustrado na figura 2.4 abaixo tem a satisfação como dimensão central do mesmo sendo o modelo constituído por 6 dimensões determinantes (Imagem / Qualidade do Destino de Férias / Qualidade Global / Qualidade de Serviços / Valor Apercibido) do índice de satisfação e por uma dimensão consequente deste índice que é a lealdade.

Figura 2.4: Modelo Estrutural de Satisfação do Turista



Fonte: Barómetro Regional da Qualidade RAM

2.7 Conclusão

Este capítulo é dedicado à revisão bibliográfica tendo-se explorado temas considerados pertinentes à análise do tema e problema em estudo. Os dados secundários analisados envolveram a investigação à actividade turística em territórios insulares analisando-se a imagem, sustentabilidade e impactos da actividade turística nesses territórios. Foi, também, estudada a capacidade de carga nas perspectivas do turista e da comunidade residente bem como feito investigação relativamente ao ordenamento territorial e desenvolvimento dos locais.

A investigação é desenvolvida com a avaliação de destinos turísticos insulares, modelos e componentes e dimensões dessa avaliação como é o caso de: imagem do destino turístico, ordenamento territorial, qualidade global versus qualidade percebida,

satisfação/lealdade do turista, envolvimento da comunidade residente, infra-estruturas e serviços turísticos e, também, a influência do ordenamento na avaliação/percepção do turista. Este capítulo apresenta ainda com uma investigação feita à monitorização e indicadores da percepção/avaliação do turista sejam elas de carácter económico, ambiental, socioculturais ou associados à sustentabilidade do sector turístico.

O capítulo é finalizado com uma análise ao conceito satisfação e aos vários factores que podem determinar essa mesma satisfação no turista avaliando-se o modelo de Alegre e Cladera que apresenta determinantes da satisfação relacionando-os com os factores que a determinam bem como com as consequências da mesma no turista como o sejam a intenção de visitar e intenção de recomendar que são aspectos relevantes neste estudo.

Este capítulo e os temas estudados revelaram-se úteis na análise do problema em estudo na cidade do Funchal tendo sido cruciais na selecção do método e análise de dados que são apresentados, em detalhe, no capítulo de metodologia que se segue. Foram, igualmente, essenciais para a selecção dos temas que se expõem no capítulo IV dedicado ao tema aplicado à cidade do Funchal, o capítulo V dedicado à exposição dos principais resultados e às conclusões que se apresentam no capítulo VI.

CAPITULO III - METODOLOGIA

3.1 Introdução

Neste capítulo é apresentado o método aplicado na execução da parte empírica desta dissertação sendo descrito o processo de pesquisa e justificada a selecção do mesmo bem como as fases seguidas. Segue-se a exposição do *design* da pesquisa, o método de recolha de dados e o processo de amostragem. A metodologia aplicada na análise de dados é apresentada antes da conclusão que encerra este capítulo.

3.2 Métodos de Pesquisa

Conforme McDaniel e Gates (2003), as pesquisas qualitativas podem gerar dicas e percepções sobre um produto ou serviço e os dados da pesquisa não estão sujeitos a análises de quantificação ou quantitativas.

Segundo os referidos autores a pesquisa qualitativa é frequentemente utilizada quando se pretende entender a fundo as motivações e os sentimentos dos consumidores, além de poder melhorar a eficiência da pesquisa quantitativa sendo esta última, regra geral, mais onerosa que a pesquisa qualitativa. Por sua vez, a pesquisa quantitativa faz uso de estudos que utilizam análises matemáticas e amostras de grandes dimensões.

Segundo Salazar (2010), os métodos quantitativos permitem medir a reacção de um grande número de pessoas a um conjunto limitado de questões e requerem o uso de medidas estandardizadas pelo que as perspectivas dos inquiridos se podem adaptar a um número limitado de categorias pré-determinadas de respostas às quais os números estão associados. O método quantitativo facilita a comparação e agregação estatística dos dados permitindo a apresentação sucinta de observações e conclusões.

A pesquisa qualitativa e quantitativa são, muitas vezes, usadas de forma complementar. A tabela 3.1, abaixo, apresenta as principais características de cada um dos métodos.

Tabela 3.1. Principais Características Pesquisas Qualitativas versus Pesquisas Quantitativas

Dimensão Comparação	Pesquisa Qualitativa	Pesquisa Quantitativa
• Tipo de Pesquisa	• Perguntas com grande profundidade	• Perguntas com profundidade limitada
• Tamanho da Amostra	• Pequena	• Grande
• Informações por inquiridos	• Muitas	• Variável
• Administração	• Requer entrevistadores com competências específicas	• Menos competências específicas requeridas
• Tipo de Análise	• Subjectiva / Interpretativa	• Estatística / Sumarização
• Hardware	• Gravadores / Fotos / Guias de Discussão/Entrevistas	• Questionários / Computadores / Documentos Impressos
• Capacidade de réplica	• Baixa	• Alta
• Tipo de Pesquisa (Design)	• Exploratória	• Descritiva ou Causal

Fonte: Adaptado de McDaniel e Gates (2003)

No caso específico desta dissertação aplicou-se, inicialmente um método qualitativo com *design* exploratório e, para obtenção de dados primários relevantes aplicou-se depois método quantitativo dado ser este o método mais adequado para analisar se a percepção do turista que visita a Madeira e a cidade do Funchal está correlacionada com o ordenamento/construção urbana da cidade.

Os dados neste estudo quantitativo foram analisados com recurso ao software SPSS visando-se a obtenção de dados quantificados que permitam a aferir se as hipóteses se confirmam, ou não, e fazer recomendações pertinentes em relação ao problema e tema em análise.

3.3 Fases do Processo da Pesquisa

A pesquisa foi orientada por fases iniciando-se com a identificação das necessidades para realizar a investigação e, a partir dessas formulou-se o problema e objectivos. A tabela 3.2, abaixo, expõe as fases do processo de pesquisa sob as perspectivas de Pizam (1994), Churchill (1995) e Kinneer e Taylor (1996):

Tabela 3.2. Fases do Processo de Pesquisa

PIZAM (1994)	CHURCHILL (1995)	KINNEAR E TAYLOR (1996)
• Formulação do Problema de Pesquisa	• Formulação do Problema	• Necessidade de Informação
• Revisão de Pesquisas relacionadas	•	• Objectivos da Pesquisa
• Definição de conceitos, variáveis, hipóteses	•	•
• Selecção do Design da Pesquisa	• Determinação do Design da Pesquisa	• Selecção do Design da Pesquisa
• Selecção da Técnica de Recolha de Dados	• Determinação método e forma Recolha de Dados	• Procedimento da Recolha de Dados
• Selecção dos sujeitos	• Escolha da amostra e recolha de dados	• Design da Amostra
• Recolha, Codificação e Análise dos Dados	•	• Recolha de Dados
•	• Analisar e interpretar dados	• Processamento dos Dados
•	•	• Análise dos Dados
• Conclusões e Recomendações	• Preparar o Relatório da Pesquisa	• Apresentação dos Resultados

Fonte: Adaptado de McDaniel e Gates (2003)

As fases do processo de pesquisa desta dissertação seguiram, então, várias etapas conforme abaixo exposto:

1. Identificação e Formulação do Problema:

Conforme McDaniel e Gates (2003) o processo de pesquisa inicia-se com o reconhecimento de um problema que, neste estudo, é a influência do

ordenamento/construção urbana na percepção/avaliação do turista que visita a cidade do Funchal, Madeira.

2. Definição dos Objectivos da Pesquisa

Considerando-se o problema formulado objectiva-se aferir se existe correlação entre ordenamento territorial/construção urbana na cidade do Funchal e a avaliação de satisfação turista medida pela sua declaração de satisfação, intenção de revisita e de recomendar o destino.

3. Selecção do Design da Pesquisa

O design da pesquisa é o plano a ser utilizado para atender os objectivos/hipóteses da pesquisa (McDaniel e Gates, 2003). Assim sendo, aplica-se neste trabalho um estudo descritivo/correlacional: verificar o impacto do ordenamento turístico na satisfação dos turistas.

4. Selecção da Técnica de Recolha de Dados

A população, ou o universo de interesse, precisa ser definido para se encontrar o grupo do qual será extraída a amostra de forma a encontrar-se as informações necessárias à solução do problema de pesquisa (McDaniel e Gates, 2003). Considerando-se o problema e objectivos em análise e, dado que se afigura necessário aferir as opiniões dos turistas que visitam o Funchal foram aplicados questionários em várias unidades hoteleiras do Concelho do Funchal. A população deste estudo incluiria por isso todos os visitantes da cidade do Funchal que não residem na Região. No entanto, por limitações de tempo optou-se por definir como população alvo do estudo os visitantes do Funchal que ficam alojados em unidades hoteleiras desta cidade.

5. Selecção da Amostra

As amostras probabilísticas caracterizam-se por todo o elemento de uma população ter uma probabilidade de ser seleccionado que não seja zero, sendo possível estimar a percentagem de erro de amostragem de um determinado estudo (McDaniel e

Gates, 2003). Considerando-se esta definição, a população definida e o processo utilizado para recolher os dados, considera-se que a amostra deste caso é não-probabilística sendo obtida por conveniência.

6. Recolha e Processamento de Dados

Numa primeira fase deste trabalho procedeu-se à revisão de pesquisas e investigações relacionadas com o tema em análise recorrendo-se a dados secundários. Estes foram obtidos para a elaboração da revisão bibliográfica implicando a consulta a livros e artigos científicos publicados por autores conceituados, bem como outros trabalhos e documentos considerados pertinentes na recolha de dados.

Os dados primários obtidos referem-se ao tema e problema em análise, tendo sido obtidos com recurso a questionários entregues a turistas alojados em hotéis do Funchal. Os questionários foram deixados na recepção dos hotéis seleccionados e foi pedido aos respectivos recepcionistas para pedirem aos turistas para preencherem os inquéritos no momento do check-out. Estes dados primários foram analisados com recurso a *software* específico que foi o programa SPSS tendo sido seguidas cinco fases: 1) Validação dos questionários. 2) Codificação agrupando códigos numéricos às várias respostas de uma questão. 3) Inserção de dados. 4) Verificação dos dados inseridos, sua validade e erros. 5) Análise de resultados da Pesquisa.

7. Conclusões e Recomendações

Fruto do processo descrito e seguimento das etapas apresentadas foram obtidas conclusões relativamente ao problema em estudo e elaboradas recomendações pertinentes.

3.3.1 Definição do Problema

Neste caso em particular regista-se que a Madeira e a sua capital (cidade do Funchal) tiveram elevados níveis de construção e estudos publicados pela Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes revelam que os turistas atribuem importância ao ordenamento do território. Como tal, pretende-se analisar este problema pela avaliação da percepção e satisfação do turista que visita o Funchal e se este factor está associado à avaliação do ordenamento territorial na cidade do Funchal.

3.3.1.1 Objectivos

Como objectivo primordial, este trabalho visa analisar qual a associação que tem o ordenamento territorial/construção urbana da cidade do Funchal na percepção/avaliação do turista. Pretende-se aferir se estes aspectos estão relacionados, de que forma estão associados e qual a relação que têm com os índices de satisfação e intenção de re-visitar e/ou recomendar o destino.

Pretende-se, ainda, elaborar um documento de consulta que reflecta a importância das variáveis em análise e possíveis consequências para o sector turístico no futuro e/ou linhas de orientação para potenciar índices de satisfação associados ao ordenamento territorial.

Finalmente, objectiva-se propor recomendações associadas ao tema em análise visando-se a sustentabilidade da actividade turística na Madeira e, consequentemente, na sua capital – a cidade do Funchal.

3.3.1.2 Hipóteses

Considerando o tema, problema e objectivos deste trabalho colocam-se as seguintes hipóteses:

H1. Quanto maior a satisfação do turista face ao ordenamento turístico da cidade do Funchal maior é sua satisfação com o destino.

H2. Quanto maior a satisfação do turista face ao ordenamento turístico da cidade do Funchal maior é sua intenção de visitar o destino.

H3. Quanto maior é a satisfação do turista face ao ordenamento turístico/territorial da cidade do Funchal maior é a sua intenção de recomendação do destino.

3.3.2 *Design da Pesquisa*

Conforme Kinnear e Taylor (1996), o *design* adequado assegura que a informação a recolher está em sintonia com os objectivos do estudo e que a recolha de dados é efectuada através de procedimentos bem definidos. O *design*, conforme refere Churchill (1995) pode, então, ser definido como um plano para o estudo e usado como um guia para a recolha e análise dos dados.

O *design* pode ser classificado conforme três tipos: pesquisa exploratória, pesquisa descritiva e pesquisa causal. A pesquisa exploratória está relacionada com a descoberta de ideias, usa-se para formular melhor o problema, o desenvolvimento de hipóteses, estabelecimento de prioridades e clarificação de conceitos podendo ser aplicada como fase inicial para estudos exploratórios e/ou causais (Salazar, 2010). De notar que os estudos exploratórios revelam-se, ainda, úteis para gerar informações para elaborar questionários.

Nos estudos causais é investigado se uma variável gera ou determina o valor de outra sendo que mudanças na variável independente causam alterações na variável dependente (McDaniel e Gates, 2003). Definem os autores que uma variável dependente

é uma variável que se espera que seja prognosticada ou explicada enquanto que, uma variável independente é um símbolo ou conceito sobre o qual o investigador tem algum controle e pode, até certa medida, manipular, modificar ou alterar. Salientam McDaniel e Gates (2003), que num projecto de pesquisa uma variável independente é a causa presumível da variável dependente, o efeito presumível.

Conforme McDaniel e Gates (2003), as pesquisas causais seguem vários critérios que têm que ser observados sendo que o primeiro é a sequência temporal pois é importante uma apropriada ordem de eventos causais. O segundo critério, referem os citados autores, é a variação concomitante que se define como o grau no qual uma causa presumida (neste estudo, o ordenamento territorial da cidade do Funchal) e um efeito presumido (neste estudo, a satisfação/intenção de revisita e/ou recomendação do turista) ocorrem ou variam em simultâneo.

Referem, também McDaniel e Gates (2003), uma terceira categoria associada à causalidade que é a associação espúria que implica que outras variáveis não examinadas possam causar mudanças na variável dependente. Idealmente, o investigador procurará demonstrar que não se aplicam outros factores causais mas, na prática, é muito difícil identificar e controlar todos os potenciais factores causais.

Reiteram Johnson e Scholes (1999), que três condições devem ser satisfeitas para justificar a inferência de uma relação causal entre duas variáveis: 1) variação concomitante. 2) Ordem de tempo de ocorrência das variáveis, 3) Ausência de outros possíveis factores causais. Estas condições necessitam ser satisfeitas para justificar uma inferência causal embora, apenas, a sua presença não garanta que tenham sido isoladas as verdadeiras responsáveis pelos efeitos observados. Conclui-se que o significado científico da causalidade é apropriado à pesquisa de marketing dado ser sensível às limitações que cercam o processo de recolha de dados e às inferências causais que podem ser legitimamente concluídas (Johnson e Scholes, 1999).

Referem McDaniel e Gates (2003) que os estudos descritivos são conduzidos para responder às perguntas: quem? O quê? Quando? Onde? E como? Está implícito que as relações básicas da área do problema são já conhecidas ou entendidas pelo investigador. As pesquisas descritivas são ainda usadas para descrever as características de certos grupos, fazer previsões específicas ou estimar a proporção de pessoas de uma determinada população que se comportam de determinada forma.

As pesquisas que aplicam um *design* descritivo relacionam-se, então, com a frequência de ocorrência de algo ou o relacionamento entre duas variáveis. No caso particular deste estudo objetiva-se avaliar a frequência com que ocorre a satisfação do turista e consequente intenção de revisita e/ou recomendação do turista pela avaliação do relacionamento entre duas variáveis que, recorde-se, são: uma, o ordenamento territorial na cidade do Funchal e, outra, a satisfação do turista que visita a referida cidade.

O *design* descritivo aplicado neste trabalho foi sujeito à perspectiva de uma amostra não probabilística selecionada por conveniência conforme se descreve no ponto abaixo.

3.3.3 Amostra

Refere Pizam (1994) que uma vez definido o método de recolha de dados o passo seguinte do processo de investigação é a selecção dos elementos de quem a informação será obtida. O universo são os elementos de uma população a que se refere um tema em estudo e a amostra é o subconjunto de uma população.

O processo de amostragem pode ser dividido em dois tipos principais: amostra probabilística e amostra não probabilística (Pizam, 1994).

Conforme Pizam (1994), as amostras não probabilísticas implicam uma selecção não aleatória não sendo possível estimar a precisão e, como tal, é difícil atribuir representatividade da população à amostra. Este factor é uma fraqueza inerente às

amostras não probabilísticas implicando que o investigador terá que minimizar esta desvantagem, até certo ponto, aplicando conhecimento, competências e particular cuidado na selecção da amostra. As amostras não probabilísticas subdividem-se em várias técnicas: por conveniência, por julgamento, por quotas e bola de neve.

Numa amostra probabilística, cada elemento da população tem uma determinada probabilidade de ser seleccionado, procurando-se que esta seja igual para cada sujeito, refere Churchill (cit. in Pizam, 1994). As amostras probabilísticas podem ser divididas em quatro técnicas específicas: aleatória simples, sistemática, cluster, estratificada e multi-fásica.

Este estudo fez recurso de uma amostra não probabilística por conveniência tendo-se entregue os questionários a turistas de visita à cidade do Funchal e alojados em unidades hoteleiras localizadas no Concelho do Funchal no período decorrido entre Fevereiro e 15 de Abril de 2012.

3.3.4 Método de Recolha de Dados

Um método é um processo racional para chegar a um determinado fim. Conforme Pizam (1994), o objectivo das várias técnicas de recolha de dados é a produção de evidências válidas e confiáveis que sejam relevantes para a resposta à temática em investigação.

Refere Pizam (1994), que os instrumentos aplicados na recolha de dados são, regra geral, definições aceites das variáveis importantes e têm características de medição específicas. Essencialmente, existem três métodos de recolha de dados: 1) Observação. 2) Comunicação directa com a amostra. 3) Dados secundários obtidos de fontes secundárias, cujos dados tenham sido obtidos para satisfazer outros objectivos. Cada uma destas três categorias pode ser subdividida em técnicas específicas.

Este estudo fez uso de dados secundários obtidos via documentação publicada quer de organizações científicas, quer de organizações governamentais e documentos estatísticos publicados.

Os dados primários foram obtidos com recurso a um questionário elaborado especificamente para a questão em análise e respondido por turistas em visita à cidade do Funchal, alojados em Hotéis durante o período em que durou a recolha de dados.

Conforme especifica Pizam (1994), os questionários são endereçados aos inquiridos e respondidos por estes, sem ajuda do investigador, sendo a informação obtida limitada às respostas escritas dos inquiridos a questões previamente definidas. Refere Pizam (1994), que os questionários têm, pelo menos, duas funções: 1) descrição de características individuais ou do grupo. 2) Medição de variáveis do indivíduo/grupo tais como valores, atitudes e opiniões. Quatro categorias de perguntas fazem, normalmente, parte dos questionários: sócio-demográficas, comportamentais, conhecimento e atitude.

De acordo com Pizam (1994), a aplicação de questionários tem as seguintes vantagens comparativamente a outros métodos de recolha de dados:

1. São, relativamente, pouco onerosos.
2. Não exigem competências específicas na sua administração.
3. Asseguram anonimato do inquirido, quando convenientemente elaborados.
4. Podem ser entregues a um grande número de inquiridos, em simultâneo.
5. Podem ser enviados por correio electrónico.
6. Eliminam a influência do entrevistador.
7. Proporcionam uniformidade e estandardização.

Por outro lado, salienta Pizam (1994), os questionários também apresentam algumas desvantagens como é o caso das seguintes:

1. Têm uma baixa taxa de resposta.
2. Restringem o comportamento verbal.
3. Não há controlo sobre o ambiente de investigação.

O questionário, aplicado neste estudo como método de recolha de dados e seleccionado como o mais adequado nesta dissertação face aos objectivos e hipóteses colocadas é apresentado no Anexo I.

Conforme Bandeira (sd), ainda antes de versar sobre a análise de dados das pesquisas quantitativas é importante descrever as características básicas das medidas dado que os testes estatísticos a serem utilizados na análise de dados de uma pesquisa vão variar consoante o tipo de medida aplicada na recolha de dados. Refere a autora que, deverá ser seleccionado o procedimento estatístico que for mais adequado para cada tipo de medida. A tabela 3.3 apresenta os escalas de medidas existentes e que podem ser escalas nominais, ordinais, intervalares e de razão.

Tabela 3.3: Características das Escalas de Medidas

Escalas de Medidas	Características:
Escala Nominal	Classifica os sujeitos conforme pertençam, ou não, a uma categoria ou característica. São variáveis categóricas não podendo avaliar se uma é maior que a outra. Ex: sexo, estado civil
Escala Ordinal	Ordena os sujeitos segundo a ordem que ocupam. Sabe-se que um valor é maior que outro, mas não há avaliação de intervalo entre os dois valores. Ex: Ordem de chegada, classe social.
Escala Intervalar	Atribui valores numéricos a indivíduos sabendo-se que um valor é maior do que o outro e que os valores diferem em intervalos iguais. Ex: escalas tipo Likert, grau de satisfação de interesse.
Escala de Razão	É uma escala de intervalo, porém possui um zero absoluto (ausência total da qualidade da medida), ou seja inclui valores que não podem ser rebaixados na parte inferior. Ex: Variáveis tipo físico como idade.

Fonte: Adaptado de Bandeira (sd).

O questionário aplicado neste estudo (anexo I) foi orientado pelos objectivos do trabalho e pelas hipóteses colocadas para obter dados que permitam, conforme a perspectiva do turista, testar as mesmas. Este instrumento de recolha de dados primários foi entregue em unidades hoteleiras na cidade do Funchal e foi aplicado em português, inglês, francês e alemão considerando os mercados que, habitualmente, visitam a região na altura em que decorreu a recolha de dados. Tendo por orientação o crescimento de quota urbana registada na cidade do Funchal, na última década, considerou-se pertinente

aferir a percepção do turista relativamente à integração paisagística e harmonia entre o rico património da cidade e a construção urbana.

As questões iniciais do questionário aplicado objectivam avaliar se o turista visita a região pela primeira vez ou se repete a visita e qual o principal motivo da estada. A questão 3 analisa a influência e grau de influência que exercem várias fontes de informação que são: TV/Radio; Internet; Jornais ou Revistas; Tour Operador; Agência de Viagens; Recomendação Amigos, Familiares; Visita anterior; Portais da Madeira na Internet e brochuras de informação turística. Esta questão deriva para a questão 4 que pretende aferir o meio de organização utilizado na viagem.

Por sua vez, as questões 5 e 6 analisam se o turista que visita a cidade do Funchal viaja só ou acompanhado e, neste último caso, com quem se faz acompanhar bem como a tipologia de hotel que selecciona para a estada. As perguntas do grupo 7 pretendem avaliar o grau de concordância/discordância do inquirido relativamente a questões pertinentes neste estudo: expectativas relativamente à cidade do Funchal, equilíbrio entre edifícios e espaços verdes, harmonia entre património e construção urbana. A estas seguem-se as perguntas que visam avaliar o grau de satisfação do turista relativamente à cidade e à hospitalidade classificando-as relativamente ao destino turístico visitado antes e cuja identificação é requerida para aferir o tipo de destino com o qual o turista faz a relação de comparação solicitada.

A intenção de revisitar, recomendar e partilhar comentários e opiniões *online* (USG: *User Generated Content*) é analisada nas questões seguintes. A pergunta 11, por sua vez, objectiva analisar os serviços adquiridos aquando da reserva e se os mesmos foram adquiridos integrados em pacote turístico ou não, qual o montante despendido na reserva de serviços, o gasto turístico efectuado no destino, bem como a quantas noites e a quantas pessoas se referem os referidos gastos.

Finalmente, as questões 15 e 15.1 visam avaliar se o turista apresentou reclamação no destino, a que se referem essas eventuais queixas e a quem são apresentadas. O questionário é fechado com as perguntas que se referem aos dados sócio-demográficos do inquirido para descrição das características do mesmo.

As perguntas que são colocadas à amostra, com este questionário, visam avaliar o tipo de turista que visita a cidade do Funchal e a satisfação do mesmo relativamente a esta cidade aferindo-se se o ordenamento turístico é uma variável capaz de influenciar, ou não, essa mesma satisfação. A satisfação das expectativas, a avaliação do destino face a outro(s) visitado(s), a opinião sobre hospitalidade e a intenção de revisita e recomendação são aspectos considerados importantes na avaliação da satisfação do turista.

Foram aplicados um total de 600 questionários em várias unidades hoteleiras de 4 e 3 estrelas (Hotéis e apart-hotéis) localizados no centro da cidade do Funchal e na área hoteleira do concelho do Funchal. As unidades hoteleiras onde foram aplicados os questionários foram as organizações que se mostraram cooperantes na elaboração deste estudo permitindo a aplicação e recolha de dados primários aos seus hóspedes por considerarem pertinentes e uteis os resultados visados.

Os questionários foram elaborados nos idiomas: português, inglês, francês e alemão considerando-se que os principais mercados emissores para a Madeira na estação de inverno são europeus (Alemanha, Reino Unido, e França, principalmente). Obtiveram-se 464 respostas válidas o que equivale a uma taxa de resposta de 74% tendo os questionários sido aplicados entre Fevereiro e 15 de Abril de 2012.

3.3.5 Análise de Dados

A análise e interpretação dos dados envolvem comparações de grandezas estatísticas das variáveis de interesse. As conclusões destas comparações baseiam-se na rejeição ou aceitação de hipóteses formuladas.

As perguntas do questionário aplicado relacionam-se com dimensões mencionadas no modelo intitulado de Barómetro Regional da Qualidade da Região Autónoma da Madeira (apresentado no capítulo II, ponto 2.6) e com a dimensão adicional que é o ordenamento/ construção urbana na cidade do Funchal dado que se pretende, em primeira instância, avaliar a influência desta última dimensão na avaliação/satisfação do turista relativamente à cidade do Funchal.

Os dados são analisados com uma análise descritiva com recurso ao software IBM SPSS 20 e cruzada a análise dos parâmetros associados a ordenamento/construção urbana com os indicadores considerados para análise da satisfação para, assim, se obter resultados e confirmar, ou não, as hipóteses.

Além da análise descritiva dos dados obtidos, este estudo aplicou ainda as seguintes técnicas de análise estatística:

- Regressão, que estuda o relacionamento entre uma variável denominada de dependente e outras chamadas de variáveis independentes sendo este relacionamento representado pelo modelo de regressão linear simples se definir uma relação linear entre a variável dependente e uma variável independente. No entanto, se foram incorporadas mais do que variável independente o modelo passa a denominar-se de regressão linear múltipla.
- Correlação, que se dedica à inferência estatística medindo a correlação ou associação entre variáveis; os coeficientes utilizados neste estudo pretendem medir a “força” de relacionamento entre a variável dependente que é, neste

estudo, o grau de satisfação relativamente à visita à cidade do Funchal, com as variáveis independentes que foram considerada como equilíbrio entre edifícios e espaços verdes na cidade do Funchal, a harmonia entre património (histórico, cultural, religioso) e construção urbana na cidade do Funchal. A satisfação é avaliada medindo-se a intenção de revista manifestada pelo turista bem como a intenção de recomendar o destino a amigos/familiares. De salientar que a selecção de indicadores teve como inspiração o modelo de Alegre e Caldera (2009) em que os autores consideram que existem factores do próprio destino que podem influenciar a satisfação do turista sendo que esta satisfação é medida pela intenção de visitar e de recomendar o destino. Dado que este estudo pretende analisar a correlação entre ordenamento territorial e satisfação do turista aplicaram-se, então, os indicadores referidos considerando que os mesmos se aplicam bem à cidade do Funchal e são pertinentes no tema em análise.

3.4 Conclusão

Este trabalho orientou-se por um método qualitativo numa fase inicial em que se exploram os temas associados ao problema e objectivos delineados. Numa segunda fase aplicou-se um método de pesquisa quantitativo considerado o adequado para analisar as questões da pesquisa e avaliar se as hipóteses que foram colocadas se confirmam ou não.

Foram apresentadas as fases do processo de pesquisa elaborado que foram: a definição do problema, os objectivos, o *design* (descritivo), a amostra (probabilística aleatória), o método de recolha de dados (questionários dirigidos a turistas de visita à cidade do Funchal) e a análise de dados elaborada com recurso ao software de análise de dados IBM SPSS 20.

CAPÍTULO IV – O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL: Enquadramento e Instrumentos de Ordenamento Territorial

4.1. Introdução

Neste capítulo apresentam-se os resultados obtidos provenientes do levantamento de dados secundários relativos à cidade do Funchal. Inicia-se o capítulo com a caracterização da cidade do Funchal, o Plano de Ordenamento Turístico em vigor, uma apresentação do património edificado, edificações urbanas e infra-estruturas turísticas, e a análise do Barómetro da qualidade e componentes da qualidade percebida. Este capítulo faz, assim, uma análise a dados pertinentes da cidade do Funchal que ajudam a caracterizar esta cidade e contextualizar os resultados apresentados no capítulo seguinte.

4.2. Evolução e Caracterização da Cidade do Funchal

Conforme publicado online, pela Câmara Municipal do Funchal (<http://www1.cm-funchal.pt>) a caracterização da cidade do Funchal implica um registo histórico e cronológico da sua evolução ao longo dos tempos. A tabela 4.1, abaixo, é um registo da evolução da cidade do Funchal desde o descobrimento e povoamento até ao tempo em que se torna o principal centro turístico da Região Autónoma da Madeira.

A nível da evolução espacial na cidade do Funchal e, conforme publicado no *website* da Câmara Municipal do Funchal, é referido que o primeiro “Plano de Urbanização para a cidade do Funchal”, foi elaborado em 1915 pelo Arquitecto Miguel Ventura. Este plano objectivava a valorização dos espaços públicos da cidade de forma a tirar novos partidos da situação paisagística.

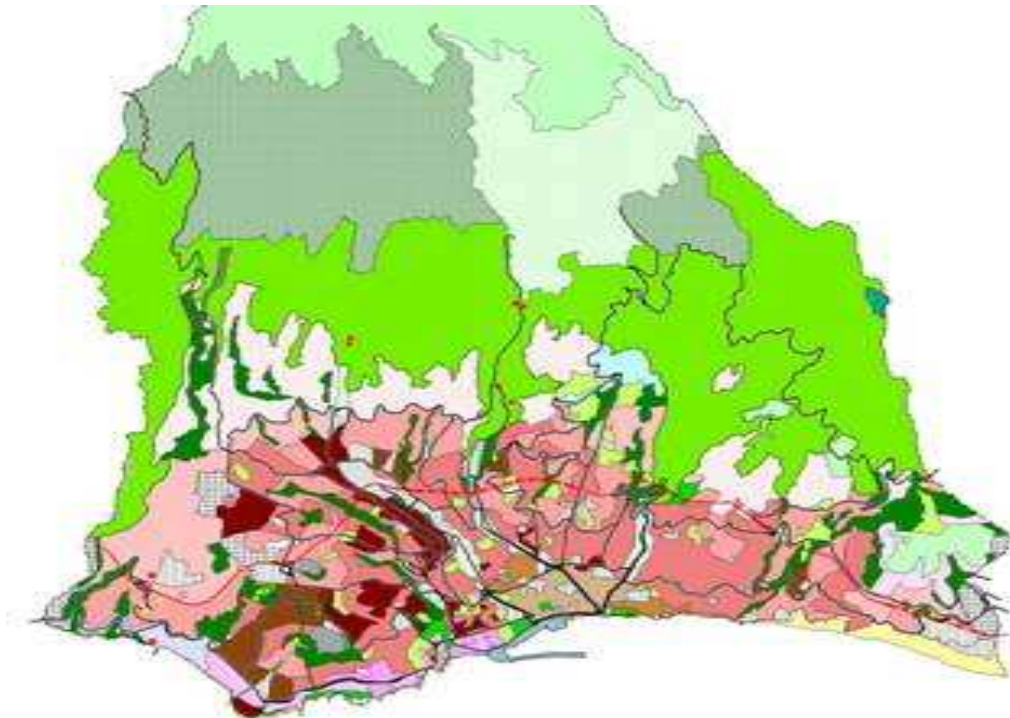
Tabela 4.1: Registo histórico e cronológico da cidade do Funchal

Séc. XV	1420/25	<ul style="list-style-type: none"> • Início do povoamento;
	452/54	<ul style="list-style-type: none"> • Elevação a Vila e Sede de Concelho;
	1481	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada dos mesteres na vereação camarária ("Casa dos 24");
	1491	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada em funcionamento dos Paços do Concelho e dos Tabeliães;
	1493	<ul style="list-style-type: none"> • Início da construção da futura Sé, por ordem de D. Manuel;
Séc. XVI	1508	<ul style="list-style-type: none"> • Elevação do Funchal à categoria de cidade; • Elevação da nova igreja da cidade a Sé;
	1514	<ul style="list-style-type: none"> • D. Manuel ordena a construção de um hospital e de uma nova alfândega; • A Cidade é atacada por corsários franceses;
	1566	<ul style="list-style-type: none"> • O Vinho Madeira adquire fama e notoriedade;
Séc. XVII		<ul style="list-style-type: none"> • Instalam-se na Ilha importantes mercadores ingleses que controlam o comércio vinícola;
Séc. XVII I	1750	<ul style="list-style-type: none"> • Início das obras do Porto do Funchal; • Incremento da actividade comercial no centro da Cidade; • A Cidade cresce pela encosta até ao Monte;
Séc. XIX		<ul style="list-style-type: none"> • Duas graves epidemias atacam as videiras madeirenses, levando à tentativa de recriação da cultura de cana sacarina e à implantação de castas mais resistentes; • O Funchal torna-se uma estância turística e terapêutica, sendo visitado por diversas personalidades notáveis da Europa;
Séc. XX		<ul style="list-style-type: none"> • Com a criação do Porto do Funchal - e, posteriormente, do Aeroporto de Santa Catarina, actualmente apelidado de Aeroporto Internacional da Madeira - o Funchal torna-se num centro de turismo internacional, dotando-se de um importante parque hoteleiro.

Fonte: Câmara Municipal do Funchal (2012)

Este plano evoluiu para o Plano Director da Cidade do Funchal, elaborado por Rafael Botelho em 1968, que se definiu como um plano que registou as alterações efectuadas até então. Finalmente em 1997 é ratificado o actual Plano Director Municipal do Funchal, segundo o Sistema de Gestão Territorial em vigor na altura, que veio alargar o perímetro urbano definido no antigo plano de 1968, conforme a figura 4.1 que se segue.

Figura 4.1: Plano Director do Funchal



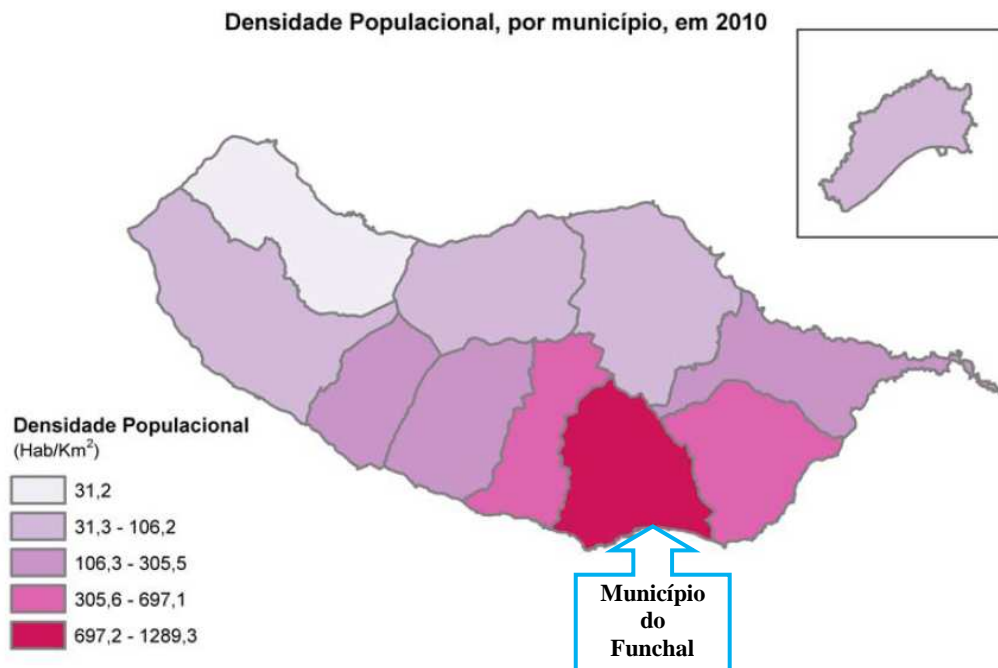
1997 - Plano Director Municipal do Funchal

Fonte: Câmara Municipal do Funchal (2012)

Segundo dados estatísticos da Região Autónoma da Madeira (RAM) de 2010, editados em 2012, regista-se que a população residente na Madeira (RAM), em 31 de Dezembro de 2010, foi estimada em 247 568 indivíduos sendo o Funchal o município que apresentou maior crescimento. No que se refere à densidade populacional da RAM, em 2010, a mesma era 308,9 Habitantes/Km² e, novamente o Funchal é o município com a maior densidade (1.289,3 hab/Km²).

A figura 4.2, representa a densidade populacional, por município em 2010 comprovando-se que, efectivamente, o Funchal é o local onde se concentra a população sendo, também, considerado o centro nevrálgico da RAM.

Figura 4.2: Densidade Populacional por município em 2010



Fonte: Direcção Regional Estatística Madeira (2012)

Refere o Programa Ordenamento Turístico (POT) da Madeira que, a cidade do Funchal é considerada o principal centro urbano da região bem como é o seu motor de desenvolvimento sendo, neste contexto, reflexo da actividade turística que aí está concentrada, quer ao nível do alojamento, quer como principal centro de serviço e de ofertas complementares de toda a RAM.

4.2.1. Plano Ordenamento Turístico (POT)

O Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT) é o documento legal que define as estratégias e políticas do Governo Regional para o sector do turismo que é considerado, pelo citado documento, uma das principais actividades económicas da Região e como tal há necessidade de criação de mecanismos de gestão de estratégias e políticas a adoptar em tal aspecto. O POT foi aprovado pelo Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto e refere que:

“O Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT) define a estratégia de desenvolvimento do turismo na Região e o modelo territorial a adoptar, com vista a orientar os investimentos, tanto públicos como privados, garantindo o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e equipamentos turísticos...”

“Constitui, ainda, objectivo do POT que a distribuição territorial e as características dos empreendimentos turísticos se adequem às realidades paisagísticas e históricas das diversas zonas da Região e que se insiram no meio social e cultural, contribuindo para o desenvolvimento local integral. Tendo em conta a necessidade de orientar o crescimento no horizonte temporal e físico que abrange, o POT estabelece limites e ritmos de crescimento do alojamento, bem como valores para a sua distribuição territorial.”

À data de aprovação do POT o número de camas existente na cidade do Funchal era considerado adequado e praticamente esgotado, considerando-se as unidades hoteleiras em funcionamento e os compromissos assumidos mas ainda por concretizar. Assim sendo, foi considerado premente a inclusão no POT de normas que, relativamente ao Funchal, consubstanciassem um mecanismo de contenção, de modo a gerir eficientemente o número de camas da Região, salvaguardando a possibilidade de os restantes concelhos acolherem novas unidades hoteleiras sem ultrapassar os limites totais possíveis, refere o Decreto Legislativo Regional nº 12/2007/M.

É exactamente o Decreto Legislativo Regional nº 12/2007/M, publicado no Diário da República a 17 de Abril de 2007 que considera o POT suspenso no concelho do Funchal, determinando a suspensão parcial do artigo 5º e a suspensão do artigo 6º das normas de execução do POT. Tal vigora até à revisão do POT e foi aprovado em sessão plenária da Assembleia Legislativa da Região Autónoma em Fevereiro de 2007. A proposta de suspensão recolheu pareceres quer da Câmara Municipal do Funchal e Direcção Regional de Ordenamento do Território e, conforme publicado no Diário de Notícias, o diploma invoca “motivos excepcionais resultantes de alterações significativas das perspectivas de desenvolvimento económico-social consubstanciadas na necessidade de reorientar os investimentos, não restringindo o crescimento do alojamento turístico no Funchal”

A suspensão, é ainda referido, deve-se à redução de empreendimentos em funcionamento na cidade do Funchal dado que não foram concretizadas todas as intenções de edificação e não tendo sido absorvido, pelos concelhos rurais, a disponibilidade de camas que o POT lhes havia consignado.

Face ao acima exposto e até revisão do POT não foram estabelecidos limites de crescimento do alojamento no Funchal.

4.2.2. Capacidade de Carga Instalada na Cidade do Funchal

Conforme dados publicados pela Secretaria Regional do Turismo e Transportes, relativamente a Estatísticas do Turismo 2006-2010, a capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros é considerada o:

“Número máximo de indivíduos que os estabelecimentos podem alojar num determinado momento ou período, sendo este determinado através do número de camas existentes e considerando como duas as camas de casal. Não se consideram os estabelecimentos encerrados.”.

Conforme tabela 4.2, abaixo, a distribuição geográfica de camas é de 19.900, em 2010, sendo o concelho do Funchal o que regista a maior quota de ocupação da Região Autónoma da Madeira contabilizando 64,14% da capacidade de carga instalada na ilha da Madeira.

No que diz respeito à evolução da capacidade de alojamento (ver Gráfico 4.1), o concelho do Funchal lidera, embora não se registem aumentos drásticos havendo mesmo uma ligeira diminuição de 2009 para 2010 fruto, principalmente, do encerramento ou demolição de unidades hoteleiras para remodelação e modernização.

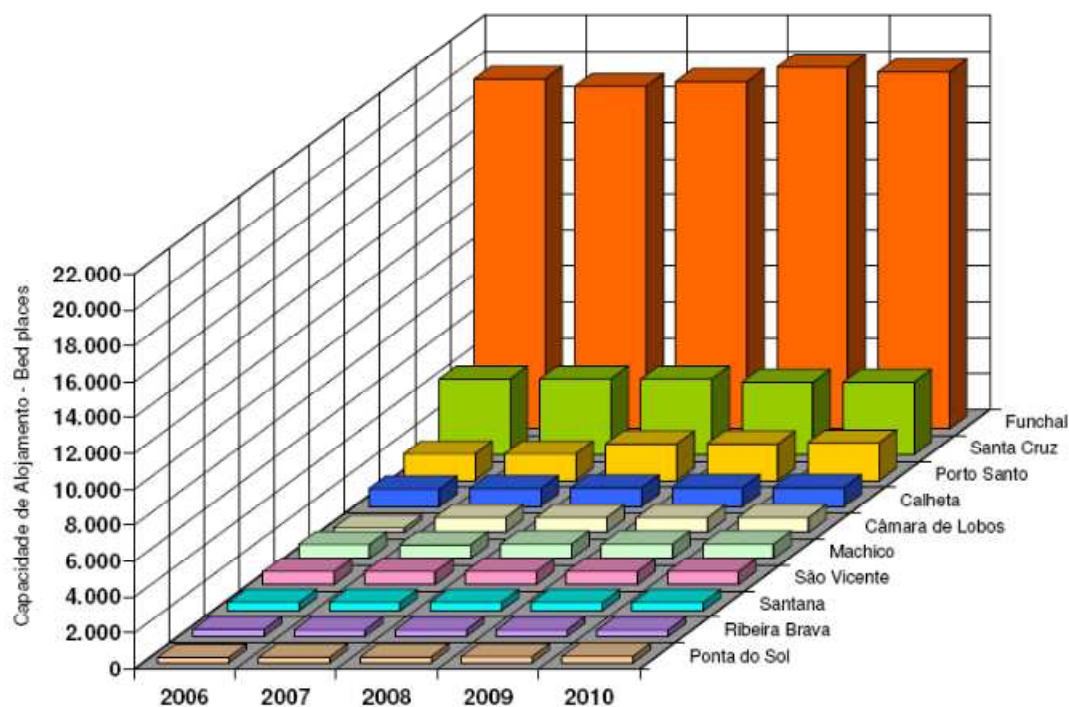
Conclui-se que na Região Autónoma da Madeira é o concelho do Funchal que lidera no número de camas existentes em hotelaria e como tal é onde se regista a maior capacidade de carga instalada na Ilha da Madeira.

Tabela: 4.2: Distribuição Geográfica de Camas e Quotas por Concelhos

	2006		2007		2008		2009		2010	
	Camas	Quota %	Camas	Quota %	Camas	Quota %	Camas	Quota %	Camas	Quota %
Funchal	19.499	66,11	19.105	64,41	19.373	63,35	20.160	64,59	19.900	64,14
Santa Cruz	4.229	14,34	4.239	14,29	4.239	13,86	4.065	13,02	4.065	13,10
Porto Santo	1.500	5,09	1.500	5,06	2.069	6,77	2.069	6,63	2.110	6,80
Calheta	994	3,37	1.020	3,44	1.058	3,46	1.069	3,42	1.069	3,45
Câmara de Lobos	260	0,88	833	2,81	833	2,72	833	2,67	835	2,69
Machico	785	2,66	775	2,61	815	2,67	815	2,61	815	2,63
São Vicente	718	2,43	712	2,40	712	2,33	712	2,28	712	2,29
Santana	457	1,55	457	1,54	457	1,49	457	1,46	457	1,47
Porto Moniz	364	1,23	369	1,24	369	1,21	369	1,18	369	1,19
Ribeira Brava	387	1,31	343	1,16	343	1,12	343	1,10	343	1,11
Ponta do Sol	300	1,02	308	1,04	312	1,02	321	1,03	351	1,13
Total	29.493	100,00	29.661	100,00	30.580	100,00	31.213	100,00	31.026	100,00

Fonte: Direcção Regional de Turismo (2010)

Gráfico 4.1. Evolução da Capacidade de Alojamento por Concelhos



Fonte: Direcção Regional de Turismo (2010)

4.2.2.1. Projectos Gestão Territorial na Óptica da Sustentabilidade

Refere o Programa Nacional de Ordenamento do Território (PNPOT 2007) que:

“como resultado da implementação estratégica de desenvolvimento preconizada no Plano de Desenvolvimento Económico e Social (PDES) da Região Autónoma da Madeira (RAM), esta assume o desígnio estratégico de manter ritmos elevados e sustentados de crescimento da economia e do emprego assegurando a protecção do ambiente, a coesão social e o desenvolvimento territorial.”

Este documento, que é um relatório anexo à Lei 58/2007 de 04 de Setembro de 2007 que aprova o Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território, refere ainda que para além do exposto é pretendido que, em 2013, estejam concretizadas algumas dimensões estruturantes das políticas regionais, como é o caso de um modelo de organização de gestão do território regional estabilizado.

O ponto 109 do referido relatório, com referência ao contexto estratégico da RAM menciona que, no que concerne à organização e gestão do território regional (consideradas dimensões essenciais para a promoção da coesão territorial e do desenvolvimento equilibrado), a estruturação tem sido dinamizada pela cidade do Funchal onde se concentram a maioria das actividades produtivas e serviços públicos e privados na RAM.

Conforme referido no POT (2002) da Região Autónoma da Madeira e visando a sustentabilidade do sector turístico regional é definido um eixo estratégico de desenvolvimento que implica a consolidação do chamado produto dominante, pela qualificação dos seus factores diferenciadores que são apresentados como:

- Alojamento tipo *resort* de elevada qualidade (4 e 5 estrelas) e com vista para o mar.
- Oferta complementar centrada na cidade do Funchal (passeios, jardins, compras, património e animação).
- Excursões e passeios na ilha.

Assim sendo, na RAM, o desenvolvimento do Turismo baseou-se em três componentes: o alojamento do tipo *resort*, a cidade do Funchal como centro de serviços, comércio e oferta complementar e o consumo da paisagem via circuitos organizados pela ilha.

4.2.2.2. Património Edificado

A cidade do Funchal apresenta-se como a capital da Região Autónoma da Madeira e centro onde se localizam os principais serviços públicos e privados além de condensar, numa área relativamente pequena, património edificado de grande valor.

Com referência à arquitectura dos séculos XV e XVI, a cidade do Funchal possui a Sé Catedral, a Igreja e o Convento de Santa Clara, o Palácio de São Lourenço, Parte do Edifício da Alfândega Nova, a Igreja da Encarnação e, ainda vestígios arqueológicos, expostos no Museu da Quinta das Cruzes.

A arquitectura dos séculos XVII e XVIII é representada pela Igreja do Colégio e também pelas igrejas do Carmo, de São Tiago e de São Pedro, pelas capelas de Santo António da Alfândega e da Senhora das Angústias; as três Fortalezas da Baía do Funchal; o Forte do Pico e ainda algumas casas senhoriais, de que são exemplo os palácios de São Lourenço e do Conde de Carvalhal (hoje sede da Câmara Municipal do Funchal), e alguns palacetes.

Do estilo neoclássico, e igualmente na cidade do Funchal encontra-se a Igreja Inglesa da Sagrada Trindade; e o palacete do Cônsul Inglês Henry Veitch onde se localiza a sede do Instituto do Vinho da Madeira. Referindo-se ao século XIX e como invocação da época do Romantismo encontra-se, na cidade do Funchal, o Teatro Municipal Baltazar Dias, o Reid's Hotel, e algumas Quintas do Funchal,

Finalmente, referenciando o património datado do século XX encontra-se o Liceu do Funchal, o Mercado dos Lavradores ao gosto Arte Deco. Do estilo Estado Novo faz-se

referência ao Palácio de Justiça e, de modelo neo-barroco encontra-se o edifício que alberga o Banco de Portugal; o moderno Hotel Pestana Casino Park Hotel da autoria do célebre Óscar Niemeyer.

De destacar ainda um amplo conjunto de fontanários e de residências funchalenses dos séculos XVII e XVIII, com os seus óculos de pedra nas paredes, as torres de avistamento, varandas de cantaria, o lagar de cocho no rés-do-chão, os mirantes, balcões, casas de prazer, e tectos de estuque, de que ainda abundam vários exemplares na zona velha da cidade e outras ruas do cidade do Funchal.

4.2.2.3. Património Natural

Além do património edificado, de carácter religioso, cultural e artístico o Funchal destaca-se pelo seu património natural representado pelos jardins e espaços verdes mas também pelo seu Parque Natural.

Foi no seguimento da instituição da Autonomia Política da Madeira que se decretou que uma grande parte da ilha, englobando cerca de 2/3 do seu território, passasse a constituir o fabuloso «Parque Natural da Madeira.

Fazem parte desse «Parque Natural» madeirense a «Floresta Laurissilva», que remonta ao Período Terciário, e é a maior e mais bem conservada do mundo, com uma área de 15.000 hectares que constitui uma «Zona de Protecção Especial» no âmbito da Directiva Aves Selvagens, e um «Sítio de Interesse Comunitário» ao abrigo da directiva Habitats, passando também a ser a partir de 1992, «Reserva Biogenética do Conselho da Europa»; que foi abrangida, em Dezembro de 1999, na relação da UNESCO, como «Património Natural da Humanidade».

4.2.2.4. Fragilidades do Ordenamento Territorial da Cidade do Funchal

Conforme referido no Plano de Ordenamento Turístico da RAM (2002) a cidade do Funchal é considerada área de intervenção diferenciada e o principal centro urbano turístico estando aí condensada a maioria da oferta ao nível do alojamento mas também, elementos que compõem a oferta complementar tais como: património, eventos, comércio, restauração e animação.

Considerando o âmbito territorial é na capital da Região (cidade do Funchal) que se registam muitos dos bloqueamentos decorrentes do rápido crescimento da oferta hoteleira aí verificado. É referido no POT (2002) que os investimentos públicos efectuados para melhorar a centralidade, recuperar espaços e edifícios de valor patrimonial, melhorar acessibilidades e mobilidade na cidade e alargar espaços de fruição pública, não se revelaram suficientes face ao ritmo acelerado de crescimento da oferta hoteleira que se verificou no Funchal.

O factor crescimento acelerado da oferta hoteleira no Funchal sem o acompanhamento de gestão do crescimento no âmbito do ordenamento territorial e turístico são identificados como fragilidades da cidade e classificados, no referido documento, como uma potencial ameaça à manutenção dos padrões de oferta que caracterizam o destino turístico Madeira.

4.2.3. Barómetro da Qualidade: Avaliação da Satisfação dos Turistas

Conforme se pode ler no Barómetro Regional da Qualidade /Avaliação da Satisfação dos Turistas (2007) este inicia-se como: “O Barómetro Regional da Qualidade na Região Autónoma da Madeira surge no âmbito da implementação da Estratégia para a Qualidade (ERAMQ), aprovada pela resolução nº 276/2005 de 17/03/2005.”

O objectivo deste barómetro é indicado pela Direcção Regional de Comércio, Indústria e Energia (DRCIE) como o de: “através de uma abordagem pragmática implementar um conjunto de indicadores (de desempenho e percepção) que permitissem aferir a situação actual da qualidade da RAM, a percepção da mesma, o grau de satisfação de...turistas”.

Os resultados obtidos com a edição elaborada em 2007 revelam que existe satisfação positiva por parte dos turistas em relação à Região Autónoma da Madeira como destino turístico, sendo a Imagem e a Qualidade do Destino de Férias as dimensões que se destacam como pontos mais fortes da Madeira e com grande impacto sobre a satisfação dos turistas. De notar que a dimensão Imagem, no referido estudo, engloba factores como o de ser um destino turístico onde se preocupam com os turistas e a dimensão Qualidade do Destino de férias inclui factores tais como a variedade e qualidade de actividades de lazer, de serviços turísticos comerciais (excepto restauração), qualidade e diversidade do património arquitectónico e limpeza e higiene dos locais visitados.

No que se refere à dimensão do Valor Apercibido é revelado que, comparativamente a destinos concorrenciais, os turistas fazem uma avaliação mais positiva relativamente à qualidade de serviços do que relativamente ao factor preço. A dimensão da Qualidade dos Serviços Complementares não é considerada, no Barómetro da Qualidade, como uma dimensão com forte impacto na satisfação dos turistas mas é uma dimensão que revelou ser apreciada pelos turistas com um resultado acima da média.

Finalmente, o Barómetro identifica como ponto fraco e merecedor de atenção por parte da Região a dimensão Reclamações ao nível de acções de seguimento e acompanhamento das mesmas. Considera-se que esta dimensão tem forte impacto na satisfação do turista mas revelou um valor médio baixo. No que diz respeito a lealdade e intenção de visitar e recomendar, o Barómetro de Qualidade da RAM (2007) revela que a lealdade é superior quando a região é visitada em época de eventos valorizando-se, assim, a animação turística na Madeira. De igual forma, os turistas que visitam a região por motivos de lazer e com estadas mais longas (4-7 dias) são os que registam maior índice de satisfação e lealdade.

4.3. Conclusão

O capítulo IV é dedicado ao caso da cidade do Funchal foca o enquadramento e instrumentos de ordenamento territorial nesta cidade. É apresentada a evolução e caracterização desta cidade, o Plano de Ordenamento Turístico existente e a capacidade de carga instalada. Referem-se, ainda, os projectos de gestão territorial considerando o factor sustentabilidade, o património edificado e natural bem como as fragilidades do ordenamento territorial.

Este capítulo é finalizado com a análise ao Barómetro de Qualidade da Região Autónoma da Madeira que apresenta dados pertinentes relativos à satisfação dos turistas que visitam a Madeira e que serão utilizados como base de comparação na análise dos dados primários que são expostos no capítulo V que se segue.

5. Capítulo V – O CASO DA CIDADE DO FUNCHAL: Apresentação dos Resultados Obtidos com os Inquéritos aos Turistas

5.1. Introdução

Com base nos resultados dos dados primários obtidos, fruto de 464 questionários válidos recolhidos das várias unidades hoteleiras onde foram administrados a uma amostra por conveniência de turistas de visita ao Funchal este capítulo apresenta uma análise descritiva que visa caracterizar o perfil dessa amostra, expor as características do alojamento, tipo de reserva e consumo, os mercados emissores e visitas anteriores do turista bem como a decisão de compra.

Dado que se pretende aferir a relação entre ordenamento territorial e satisfação são apresentados os indicadores associados a cada um destes aspectos focando-se o grau de satisfação e fidelização e avaliando a Madeira versus destinos concorrentes. A análise correlacional e a análise de regressão múltipla antecedem a apresentação dos principais resultados obtidos e a conclusão do capítulo.

5.2. Perfil da Amostra

Com base nos dados obtidos, verifica-se que a amostra é constituída por 51,7% de sujeitos do sexo feminino e 48,3% do sexo masculino, sendo a idade predominante entre os 45 e os 54 anos (24,7%) e os 55-64 anos (24,7%) (ver gráfico 5.1). Relativamente ao estado civil predominam os indivíduos casados (66,2%) sendo os solteiros 13,8% da amostra, divorciados 6,8%, viúvos 5,5% e em união de facto 7,9% (gráfico 5.2).

Gráfico 5.1: Caracterização da amostra por grupo etário

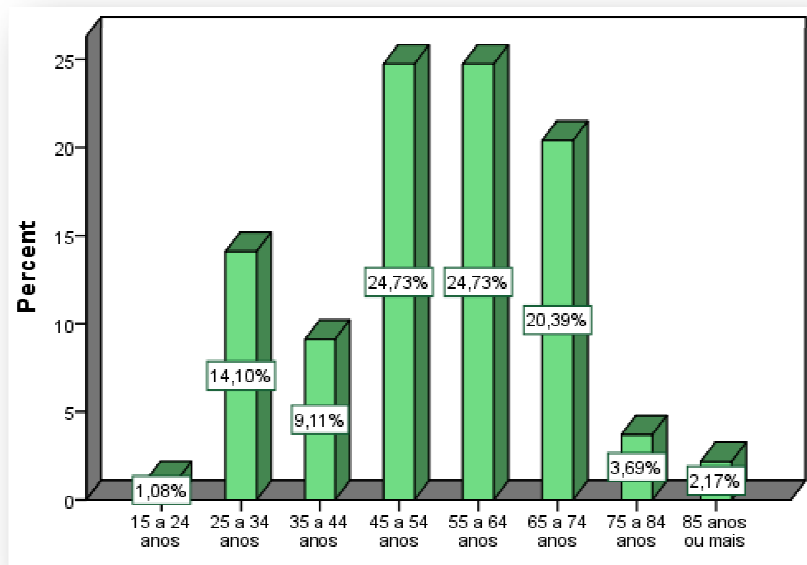
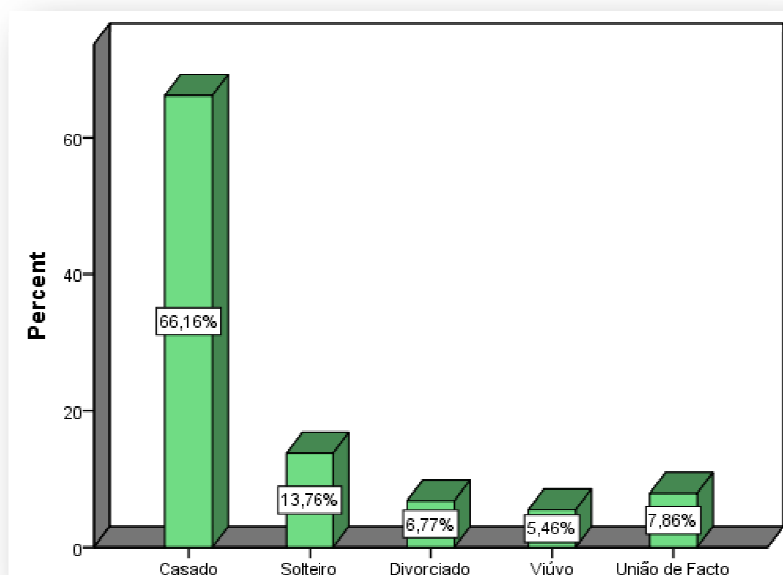


Gráfico: 5.2: Caracterização da amostra por Estado Civil



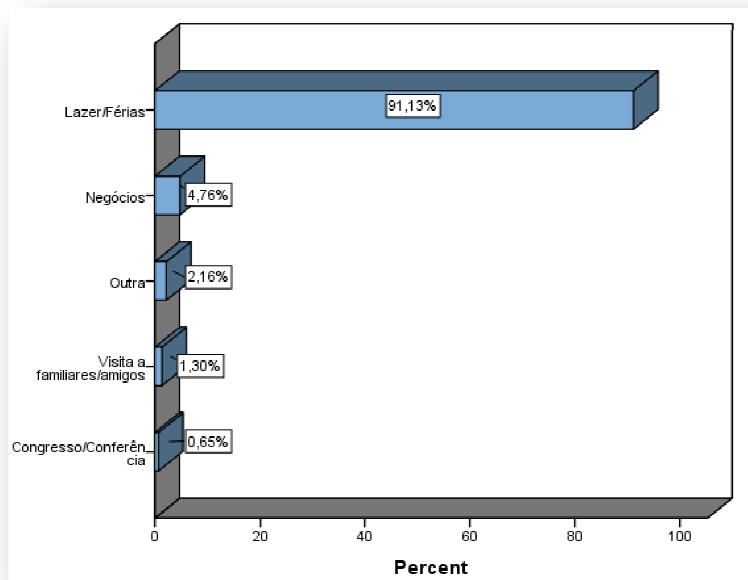
No que diz respeito às habilitações académicas salienta-se que, predominantemente, os turistas inquiridos revelam ter habilitações superiores ao nível de Licenciatura (31,3%), Mestrado (28,6%), Doutoramento (5,4%) e Pós-Doutoramento (1,3%) enquanto 26,8% afirmam ter o ensino secundário e 6,7% o ensino básico. Relativamente à situação

profissional dos inquiridos regista-se que 46,1% são empregados por contra de outrem e 14,1% revelam ser trabalhadores por conta própria enquanto, 33% da amostra são indivíduos na reforma.

5.3. Características da Viagem

Regista-se que 87,9% dos inquiridos viajam acompanhados pelo cônjuge ou pelo companheiro/cônjuge e filhos. O meio de organização da viagem foi a internet para 37,7%, embora as reservas através de agência de viagem e tour operador ainda se revelem, em conjunto, como o principal meio de organização da viagem com 31,2% e 23,8%, respectivamente. De notar que a organização via familiares e amigos foi o meio utilizado por 4,5% da amostra. O principal motivo da visita à Madeira, conforme apresentado no gráfico 4.6. foi referenciado como lazer/férias para 91,1% dos inquiridos seguido de motivos profissionais para 4,8%, visita a familiares (1,3%), Congresso ou conferência (0,6%) e outros motivos (2,2%).

Gráfico 5.3: Principal motivo da visita à Madeira

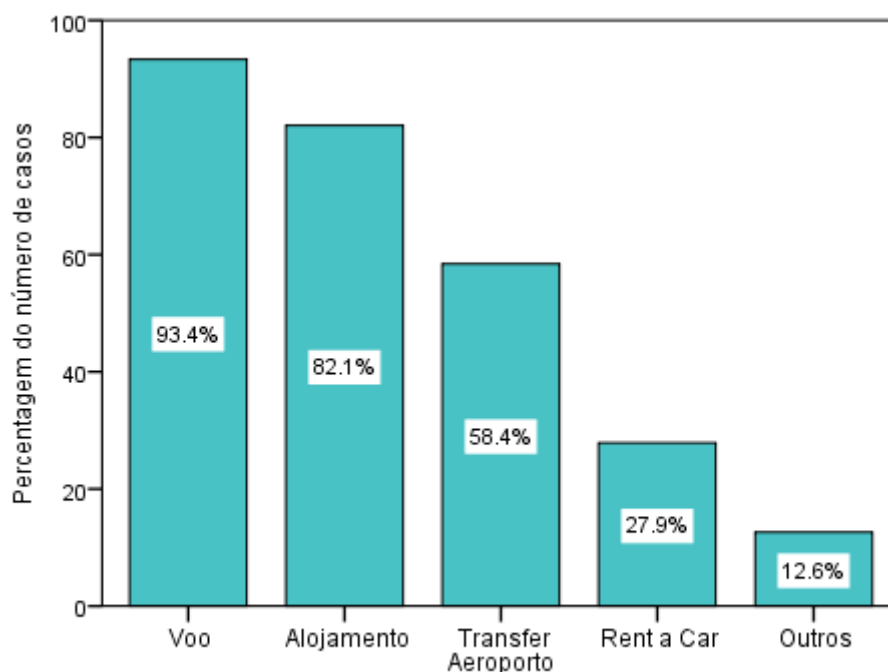


5.4. Tipologia de Alojamento, Tipo de Reserva e Consumo

O tipo de hotel selecionado para estada no Funchal foi de tipologia de 4 estrelas para 75,1% dos entrevistados, de 3 estrelas para 16,5%, aparthotel para 7,4% e de 5 estrelas para 0,7%. No entanto, poderão não ser considerados representativos da população de turistas que visita o Funchal, considerando que estão associados aos locais onde foi possível administrar os questionários e, como tal, não podem representar a tipologia de hotéis seleccionada pelo turista que visita o Funchal, apesar de esta ser uma cidade caracterizada por uma grande oferta de camas em unidades de 5 e 4 estrelas.

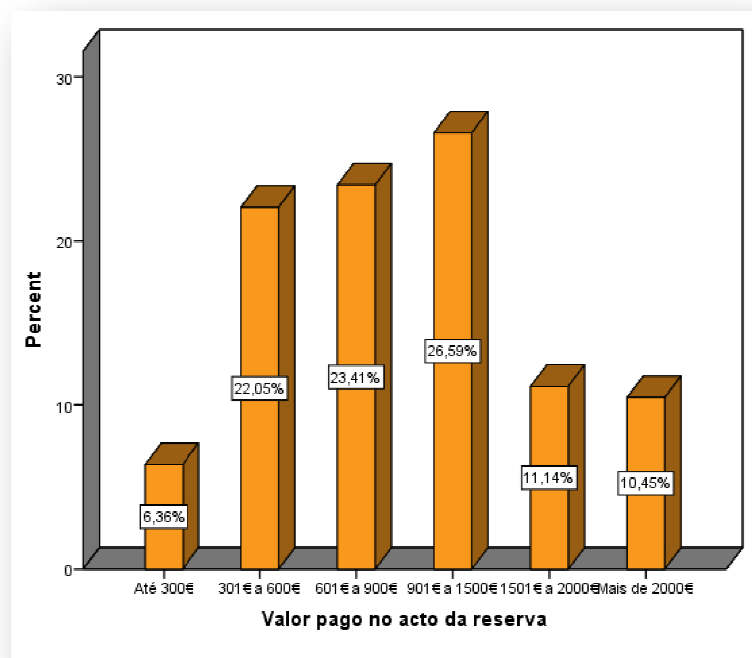
A aquisição de pacote turístico foi selecionada por 50,3% dos inquiridos enquanto 49,7% optou pela compra de serviços não associados a um pacote turístico pré-determinado. No que diz respeito aos serviços adquiridos aquando da reserva estes foram voo (93,4%), alojamento (82,1%), transfer do aeroporto (58,4%), aluguer de automóvel (27,9%) e outros não especificados (12,6%).

Gráfico 5.4: Serviços reservados com e sem aquisição de pacote turístico



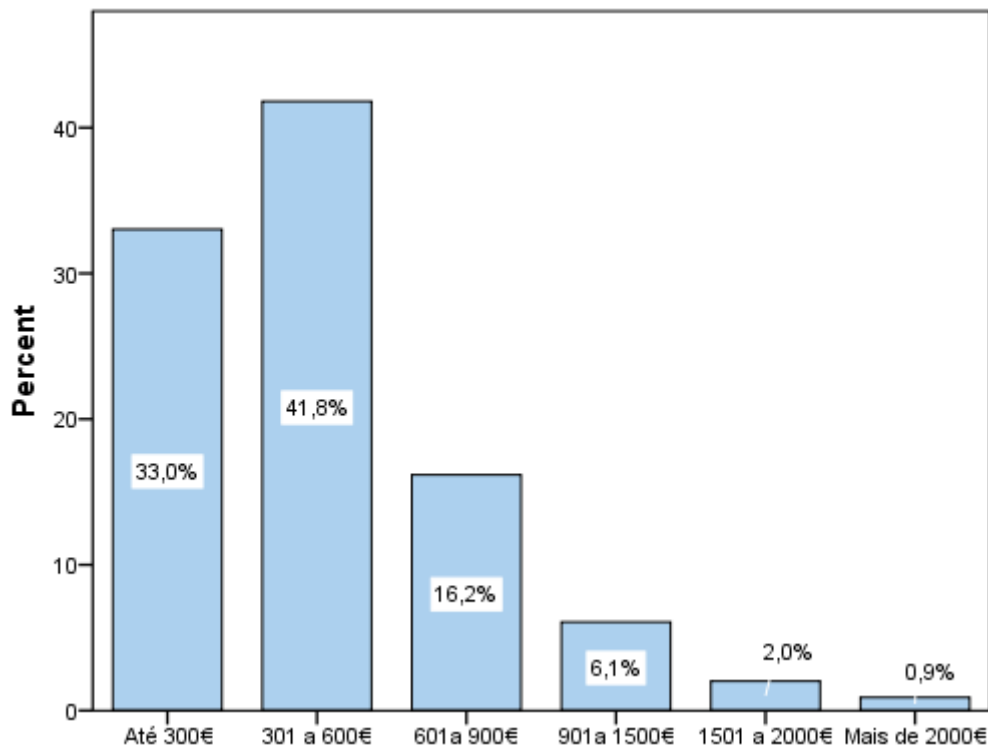
Referenciando-se os valores pagos pelos serviços reservados, no acto da reserva (gráfico 5.5), salienta-se que a maioria dos indivíduos dispensou entre 901€ a 1500€ (26,6%) ou entre 601€ a 900€ (23,4%). Seguem-se, percentualmente, os gastos calculados entre 301€ e 600€ (22% dos inquiridos), 1501€ e 2000€ (11,1%) e até 300€ (6,4%). Este é um dado importante dado que possibilita a informação básica para que a promoção do destino seja dirigida aos mercados alvo com capacidade económica adequada.

Gráfico 5.5: Gastos efectuados no acto da reserva



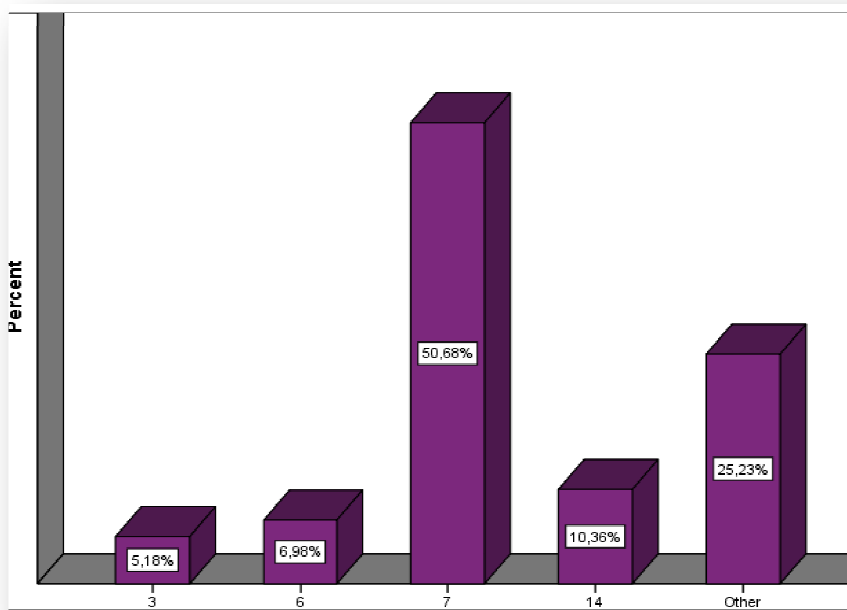
Relativamente a gastos efectuados na cidade do Funchal (gráfico 4.6) para além dos custos indicados em serviços não incluídos na reserva inicial regista-se que o montante para a maioria dos entrevistados é de 301€ a 600€ (41,8%), enquanto para 33% da amostra os gastos não ultrapassaram os 300€. O montante entre 601€ e 900€ foi indicado por 16,2% dos inquiridos, entre 901€ a 1500€ por 6% da amostra, entre 1 501€ 2 000€ por 2% da amostra e apenas 09% da amostra referiu gastos locais superiores a 2 000€.

Gráfico 5.6: Gastos efectuados na cidade do Funchal - serviços não incluídos na reserva inicial



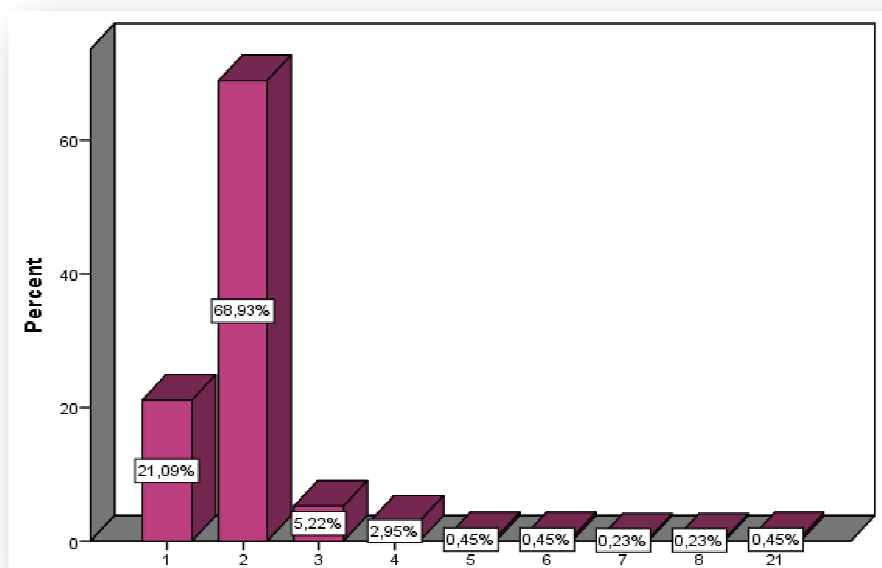
De notar que estes gastos estão associados e dependerão também do número de noites da estada, sendo as 7 noites a duração da estada indicada pela maioria dos entrevistados (50,7%) seguindo-se as estadas de 14 noites para 10,4% e 6 noites para 7% da amostra. Estes dados, que se representam no gráfico 5.7. demonstram que as estadas de 7 noites são as mais frequentes embora se saliente que este dado não pode ser generalizado para a realidade do turismo da Madeira por estar relacionado com as reservas via tour operadores e agentes de viagem e a frequência de voos dos mercados emissores para a Madeira conforme exposto pelas unidades hoteleiras quando, informalmente, inquiridas sobre a tipologia de reservas que detinham.

Gráfico 5.7: Número de noites a que se referem os gastos efectuados na cidade



Referenciando-se ao número de pessoas a que se referem os gastos é de referir que, em sintonia com os dados referentes ao viajar só e acompanhado, 66,9% dos inquiridos responderam que os gastos se referiam a duas pessoas (gráfico 5.8).

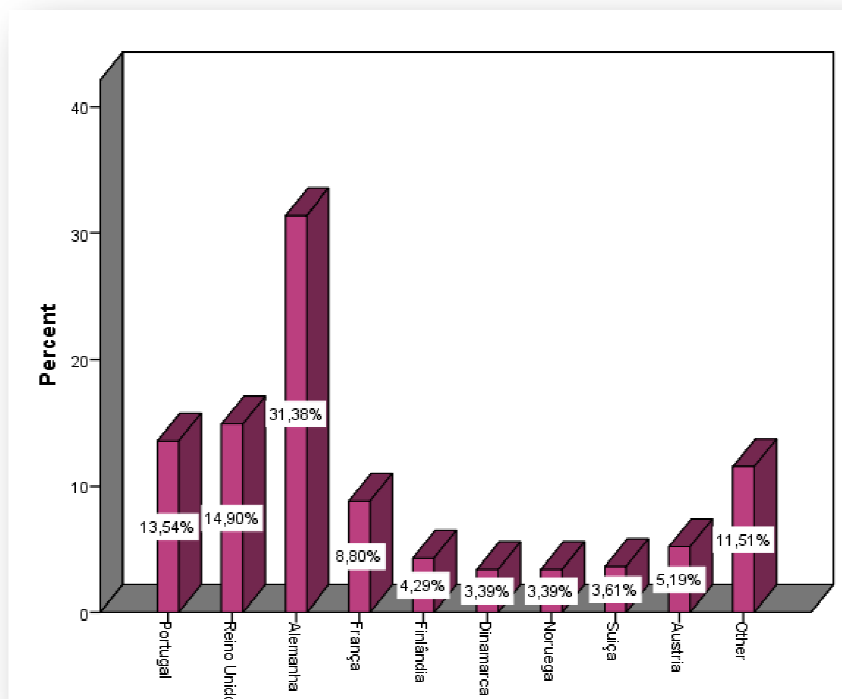
Gráfico 5.8: Número de pessoas a que se referem os gastos efectuados na cidade



5.5. Mercados Emissores e Visitas Anteriores

Em sintonia com os mercados emissores mais relevantes para o destino Madeira na época do ano em que decorreu a recolha de dados regista-se que os Países de residência dos entrevistados são: Alemanha (31,4%), Reino Unido (14,9%), Portugal (13,5%), França (8,8%), Áustria (5,2%), Finlândia (4,3%), Suíça (3,6%), Dinamarca (3,4%), Noruega (3,4%) (Gráfico 5.9).

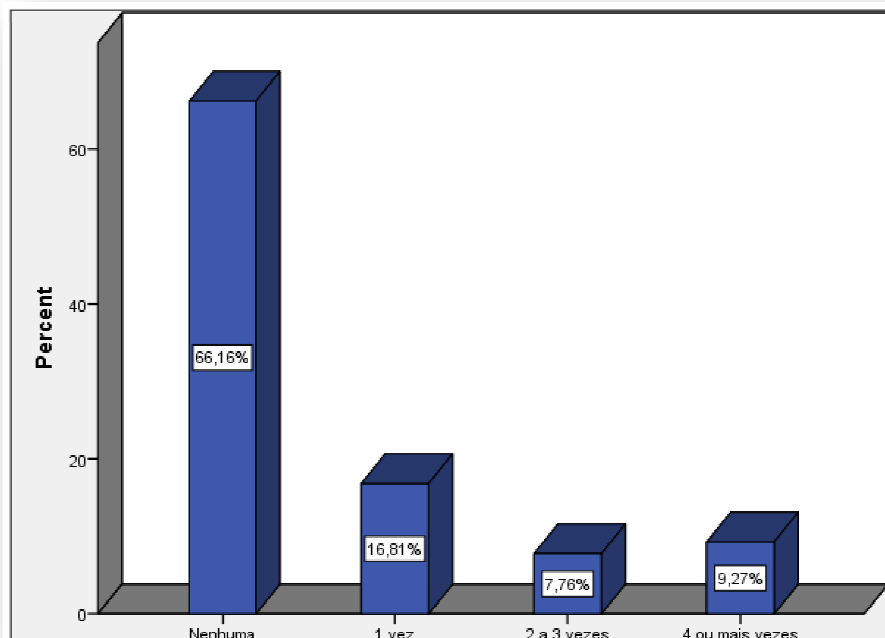
Gráfico 5.9: Caracterização da Amostra por Principais Países de Residência



É de referir que apesar dos mercados apresentados estarem em sintonia com os mercados emissores para a Madeira estes dados não podem ser generalizados para o universo de turistas que visitam a Madeira e o Funchal em termos percentuais pelos motivos já referidos e também, pelo facto dos mesmos poderem ser influenciados pela tipologia de hotel em que ficaram hospedados os turistas. Assim, regista-se que um número significativo de hotéis, que se dispuseram a colaborar, revelaram ter contratos específicos com operadores do mercado alemão o que lhes permitiu taxas de ocupação mais elevadas.

A grande maioria dos entrevistados nunca tinha visitado a cidade do Funchal antes (66,2%) mas os dados revelam que a taxa de repetição é elevada considerando que 16,8% já tinha visitado o Funchal uma vez, 7,8% já a tinha visitado duas a três vezes e 9,3% da amostra revelou já ter estado no Funchal quatro ou mais vezes (Gráfico 5.10). Este é um resultado importante por ser capaz de reflectir a satisfação e a qualidade percebida do destino.

Gráfico 5.10: Número de Visitas anteriores ao Funchal



5.6. Decisão de Compra

O questionário inquiria, também, sobre as fontes de informação utilizadas para esta viagem, de modo a identificar quais os factores que exerciam mais influência sobre a decisão de compra. Solicitou-se aos inquiridos para avaliar a influência de cada fonte de informação numa escala de 1 a 5, em que ao 1 se atribuiu a classificação “Sem influência” e ao 5 a categoria “Muita Influência”.

Os resultados obtidos apresentados na Tabela 5.1, permitem verificar que exercem muita influência a visita anterior, a internet, a recomendação de amigos e familiares e os portais da Madeira na Net. Com base nos dados obtidos considera-se que a aposta na qualidade dos serviços e foco na satisfação do cliente são cruciais ao destino. De salientar, também que os Tour Operadores e agências de viagem (se consideradas em conjunto devido à similaridade da sua acção junto do cliente) continuam a exercer influência significativa, embora se destaque que esta é a forma de organização da viagem para a maioria dos entrevistados.

Tabela 5.1: Fontes de informação com Alguma e Muita Influência na selecção do destino

Fontes Informação	Alguma Influência %	Muita Influência %
TV / Radio	60,71%	39,29%
Jornais e Revistas	57,14%	42,86%
Internet	38,25%	61,75%
Portais Madeira Net	41,86%	58,14%
Agência Viagens	45,54%	54,46%
Tour Operador	41,11%	58,89%
Visita anterior	20,91%	79,09%
Recomendação	39,55%	60,45%
Brochura Info Tur	46,48%	53,22%

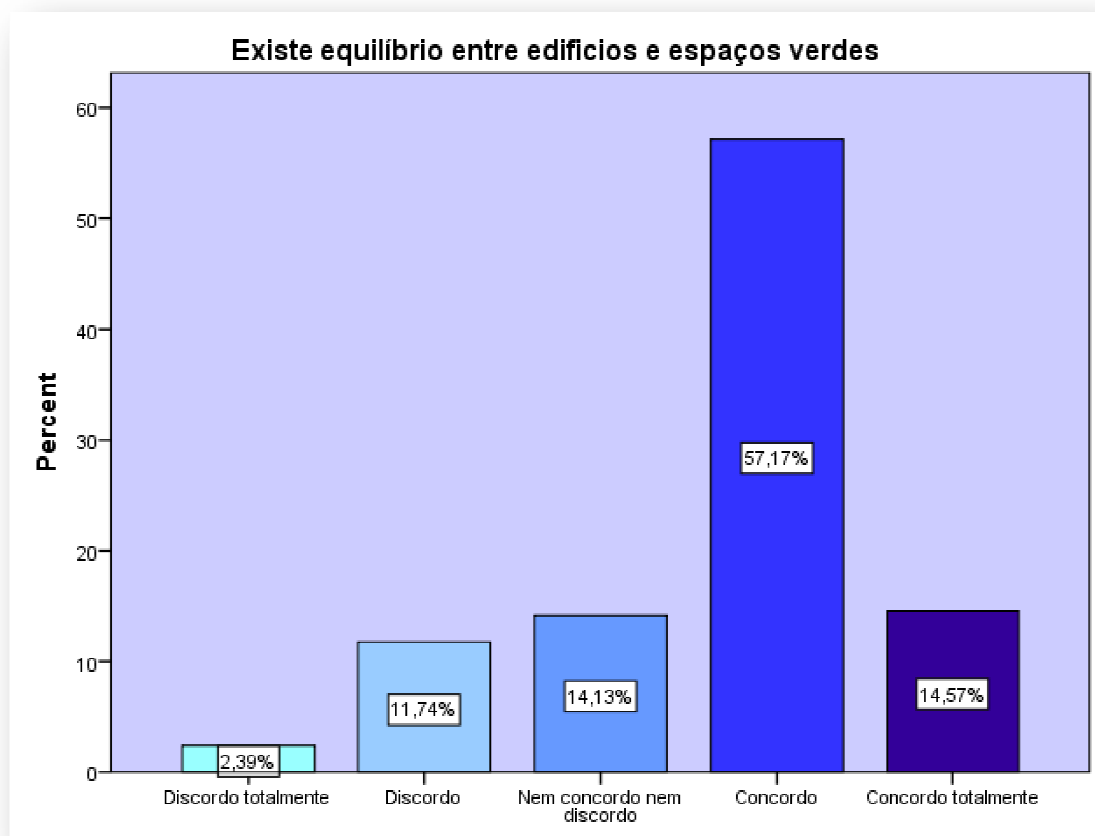
5.7. Equilíbrio entre Ordenamento Territorial/Construção Urbana e Espaços Verdes e Património

Para avaliar o ordenamento territorial, foi solicitado que os turistas indicassem o seu grau de concordância relativamente à existência de equilíbrio entre edifícios e espaços verdes e relativamente à existência de harmonia entre património (histórico, cultural e religioso) e construção urbana no Funchal. Referente ao ordenamento turístico foi, ainda, solicitado o grau de concordância relativamente à existência de serviços turísticos

dignos de um destino turístico de qualidade. O grau de concordância dos turistas em relação a estas questões é positivo, o que está de acordo com os resultados do Barómetro da Qualidade que mostram que o turista que visita a Madeira está satisfeito em relação à cidade e aos serviços turísticos.

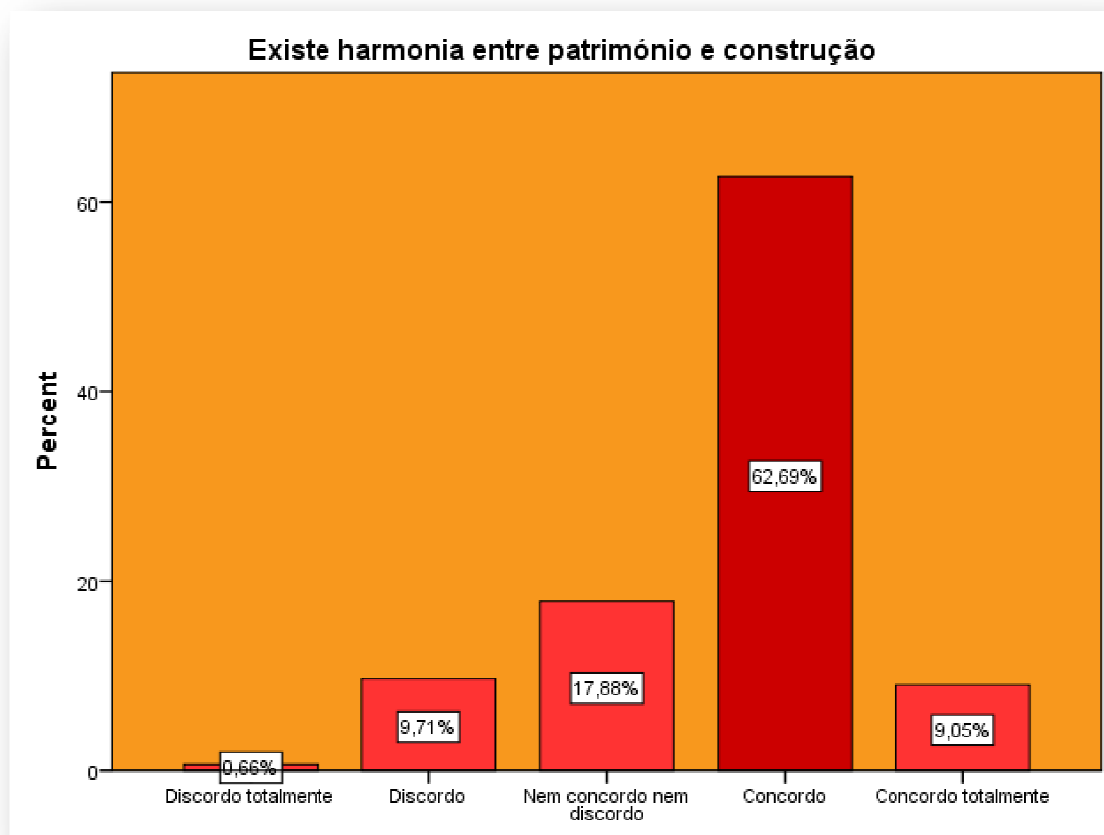
Apresentam-se, de seguida, gráficos que reflectem a posição dos entrevistados em relação às questões referidas sendo que, no caso da afirmação, “Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes na cidade do Funchal”, o grau de concordância é expresso da seguinte forma: 57,2% concorda, 14,6% concorda totalmente e 14,1% mantêm uma resposta neutra (Gráfico 5.11).

Gráfico 5.11. Grau concordância turista equilíbrio edifícios versus espaços verdes



Quanto ao grau de concordância dos turistas em relação à existência de harmonia entre património (histórico, cultural e religioso) e construção urbana na cidade do Funchal, também se regista que a maioria dos inquiridos manifesta concordar (62,7%) ou concordar totalmente (9,1%). Enquanto 17,9% não manifestam concordância nem discordância, 9,7% afirma discordar e 0,7% discorda totalmente (Gráfico 5.12).

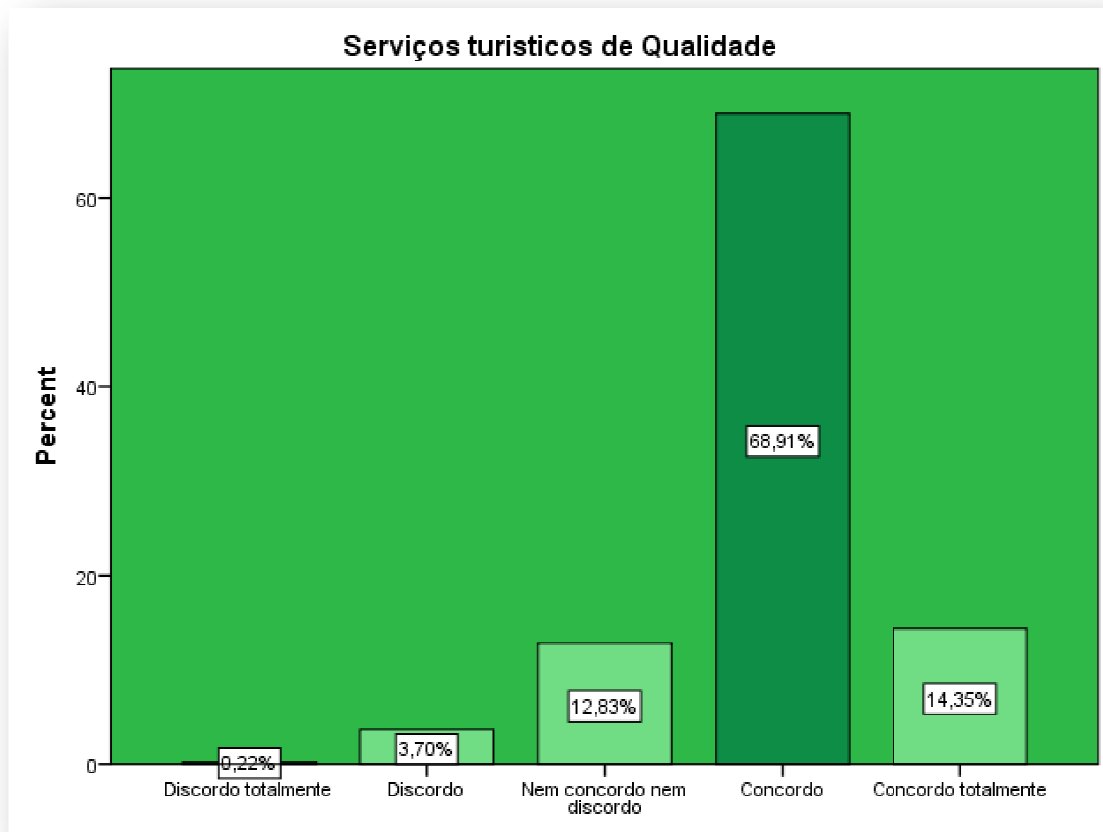
Gráfico 5.12.: Grau concordância turista harmonia património versus construção



Verifica-se por isso que, estas duas questões, têm uma manifestação de concordância positiva dos inquiridos, equivalente a 71,8% do total de sujeitos a amostra. Avaliou-se ainda a concordância com: “Os serviços turísticos ao dispor do visitante (informação, restauração, comércio e outros) são dignos de um destino turístico de qualidade”. Os dados revelam também uma avaliação bastante positiva, já que 68,9% manifestam concordar e 12,8% concordar totalmente, enquanto 12,8% dos inquiridos manteve-se

neutro, 3,7% discorda e apenas 0,2% dos entrevistados revela discordar totalmente da afirmação (Gráfico 5.13).

Gráfico 5.13: Grau concordância turista serviços turísticos de qualidade



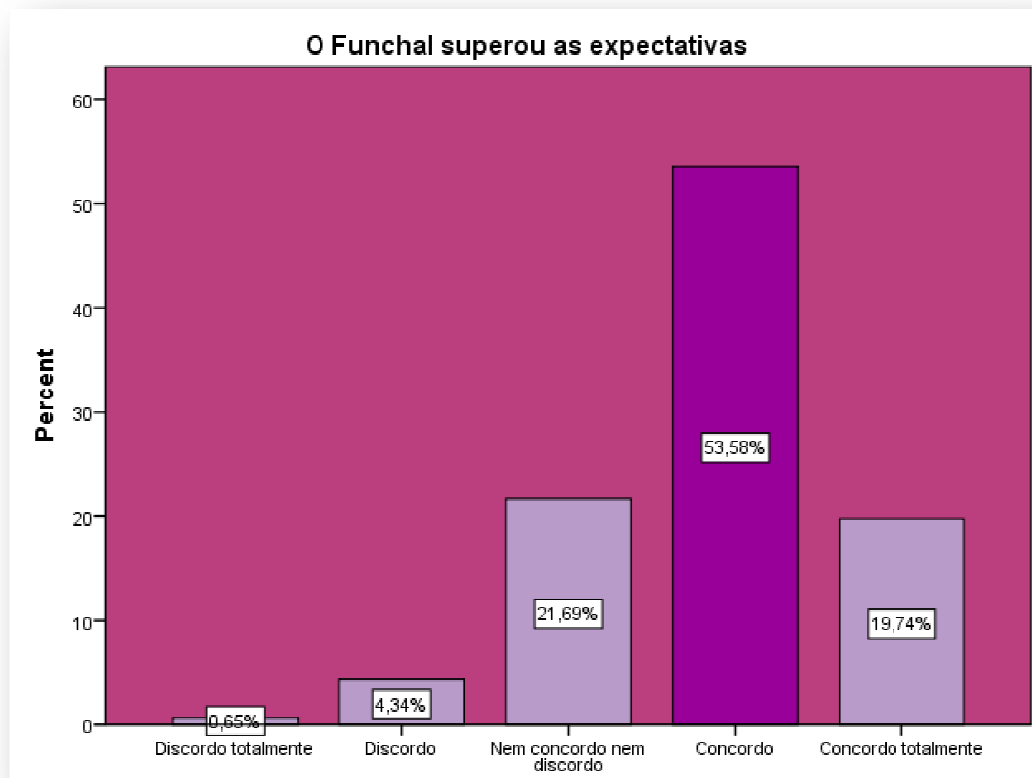
5.8. Grau de Satisfação e Fidelização

Sendo um dos objectivos deste estudo o de avaliar a relação entre o património cultural e edificado e os índices de satisfação e taxas de recomendação e regresso, solicitou-se o grau de concordância dos inquiridos relativamente a várias questões sobre satisfação e fidelização.

Por forma a analisar se a mensagem veiculada pelo destino em relação à cidade do Funchal é correspondida pela realidade local, questionou-se ainda o turista sobre as suas

expectativas relativamente a este local. A análise do gráfico 5.14 que se segue, permite verificar que a cidade do Funchal supera as expectativas da maioria dos entrevistados que revelam concordar (53,6%) ou concordar totalmente (19,7%) com a afirmação.

Gráfico 5.14: Grau concordância turista relativamente a expectativas

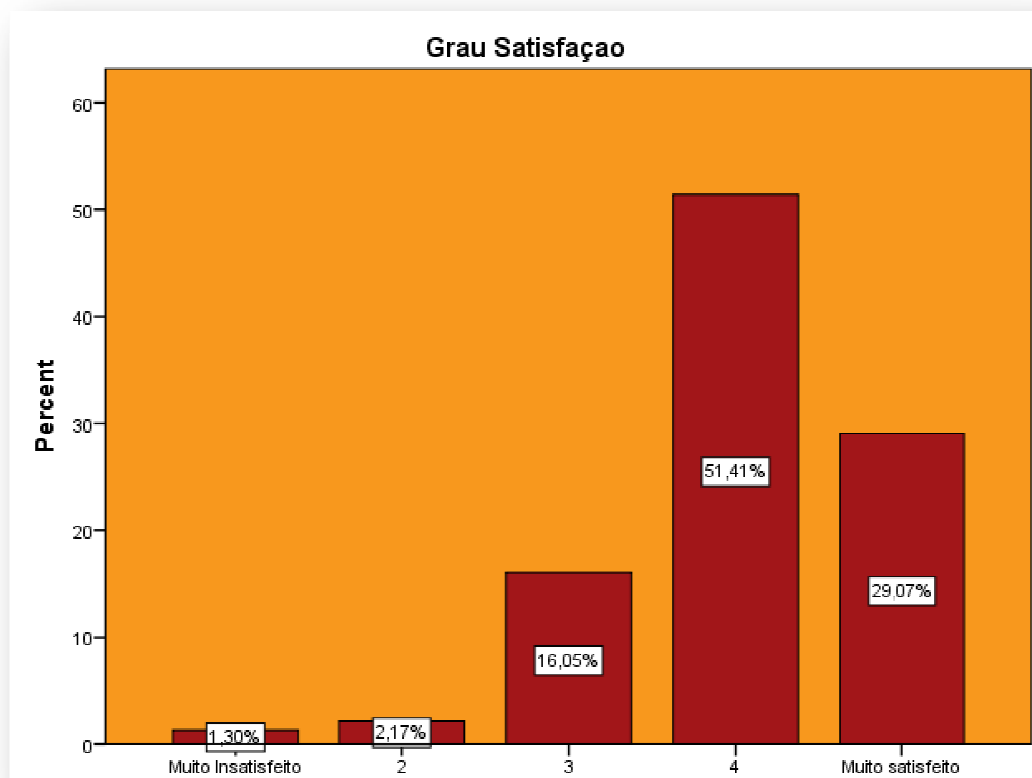


Como se referiu os dados obtidos visam obter a satisfação do turista relativamente à sua estada na cidade do Funchal e em relação à hospitalidade da comunidade local. Considera-se que a satisfação no geral do cliente é sintomática do destino e ambiência física, mas a hospitalidade da comunidade residente tem grande influência na satisfação do turista. O aspecto da satisfação do turista é crucial em qualquer destino turístico, uma vez que potencia a intenção de revisita e de recomendação potenciando o envolvimento e fidelização.

A Análise do gráfico 5.15 permite verificar, que a maioria dos turistas (80,5%) manifesta um grau de satisfação positivo declarando-se 51,4% satisfeitos e 29,1% Muito

Satisfeitos. Enquanto 16,1% dos entrevistados não manifestaram o seu grau de satisfação ou insatisfação apenas 2,2% afirmou estar insatisfeito e 1,3% declarou estar muito insatisfeito.

Gráfico 5.15: Grau Satisfação visita ao Funchal

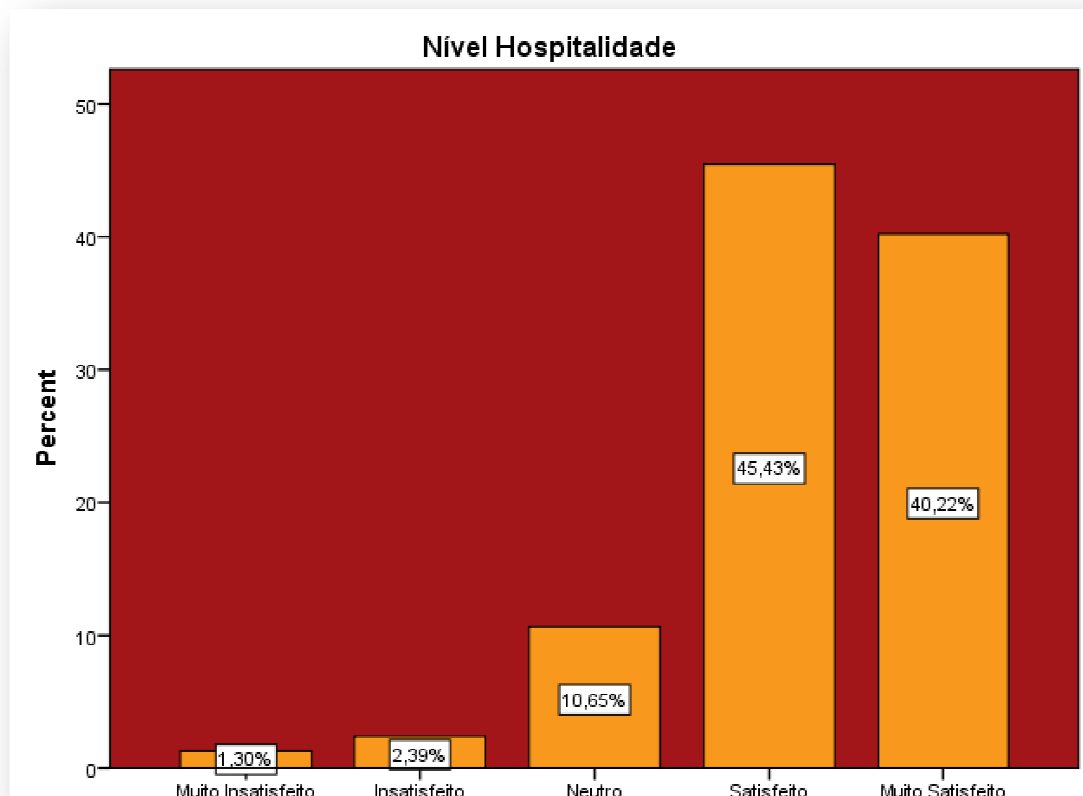


A hospitalidade é referida na literatura como um aspecto crucial na satisfação e lealdade do turista e forte motivador da intenção declarada de visitar e de recomendar. Assim sendo, analisou-se a hospitalidade do turista em relação à comunidade residente, durante a sua visita ao Funchal e aferiu-se, ainda, a intenção de visitar e de recomendar o destino e/ou publicar comentários *online*.

A percepção que os turistas manifestam em relação à variável hospitalidade é uma das mais altas obtidas neste estudo (80,5%) em acordo com os dados obtidos de outros estudos (ver Gráfico 5.16). Efectivamente a Madeira tem-se afirmado como um destino onde a hospitalidade é um dos factores únicos e diferenciadores, baseando-se no facto

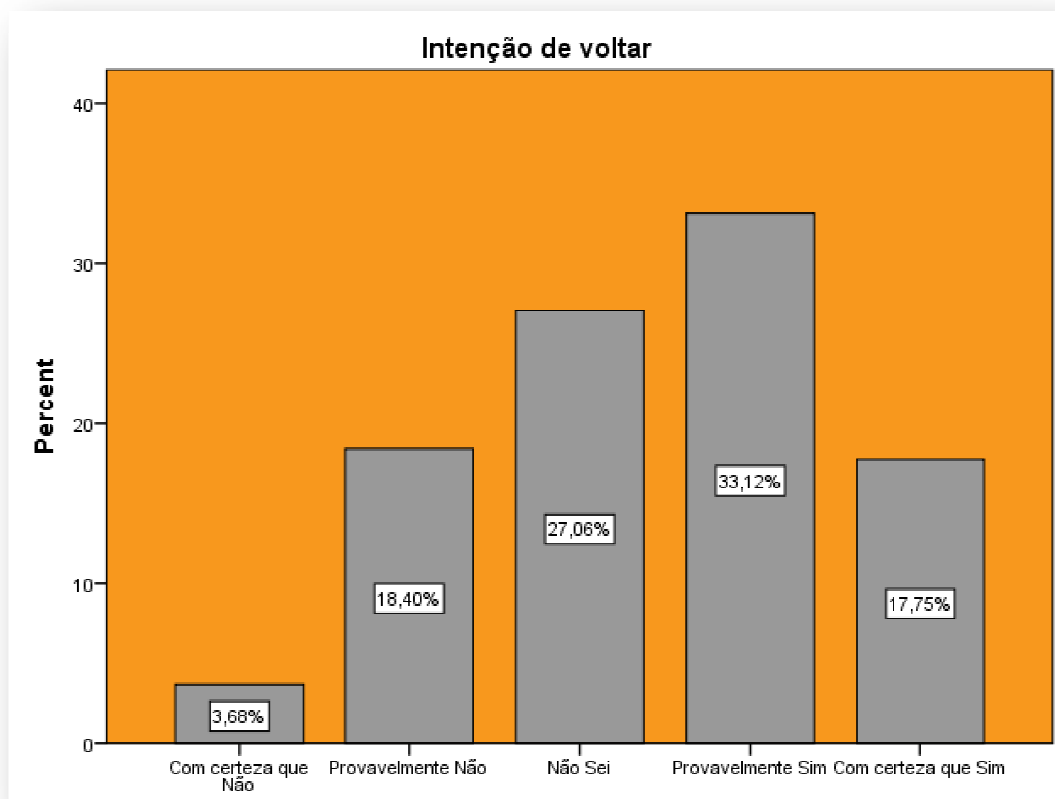
de ter uma cultura turística com mais de 200 anos e uma grande tradição no sector turístico. A Marca Madeira afirma-se como autêntica tendo por base a forma de receber e qualidade de serviços da sua oferta turística.

Gráfico 5.16: Classificação pelo turista da Hospitalidade



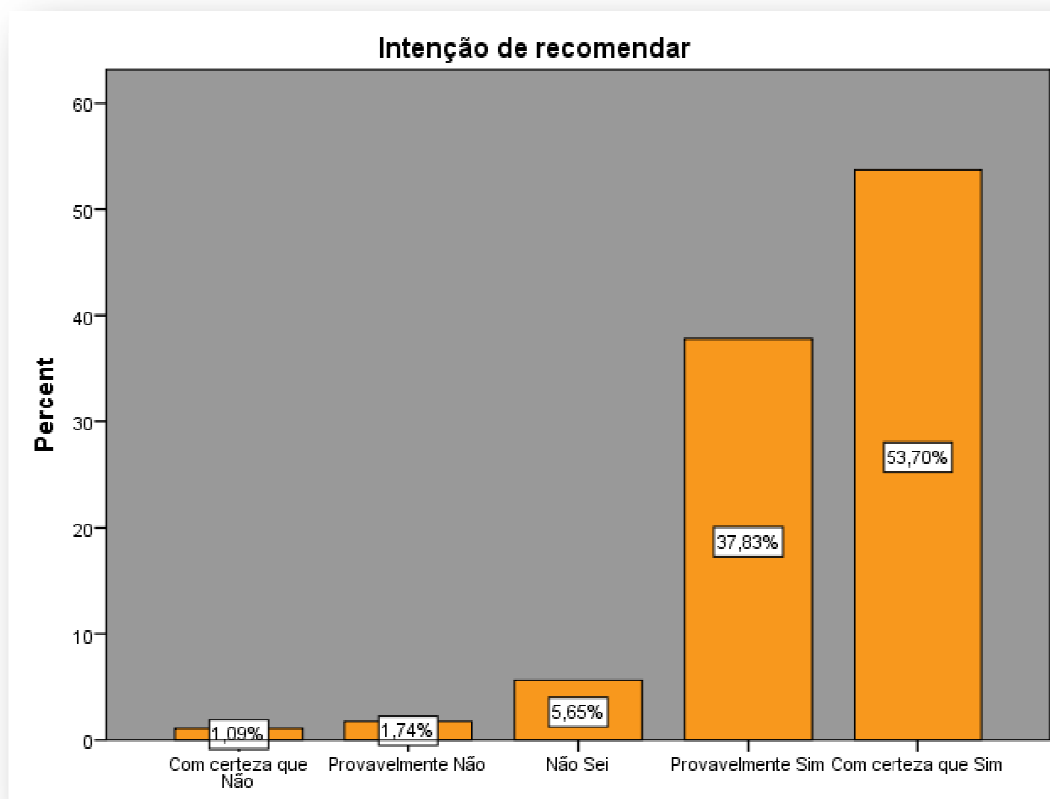
No que diz respeito à intenção de regressar à Madeira e visitar, novamente, a cidade do Funchal nos próximos três anos, a resposta maioritária dada por 50,8% dos inquiridos é a intenção declarada de regresso, com 33,1% a afirmar que provavelmente regressará e 17,7% a afirmar que com certeza que irá regressar (Gráfico 5.17).

Gráfico 5.17: Intenção Declarada de Regresso



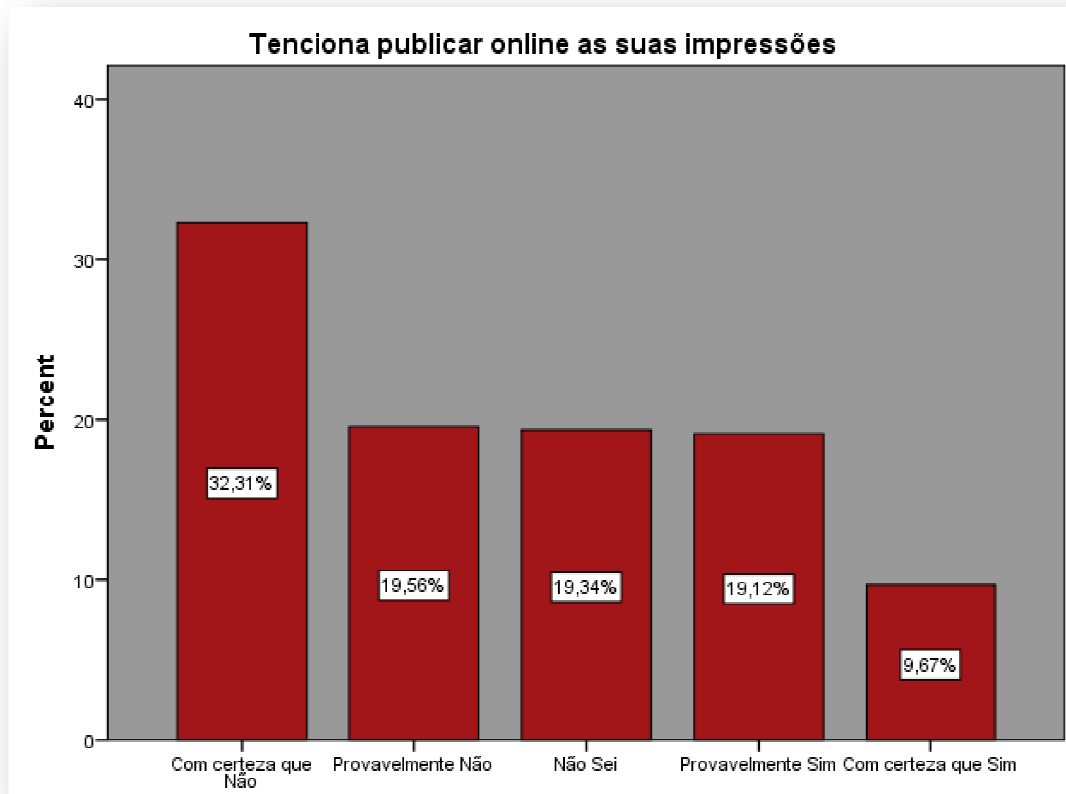
Relativamente à intenção de recomendar o destino a amigos/familiares, os resultados obtidos (Gráfico 5.18) são muito claros em relação à intenção dos turistas sendo esta a variável que reúne maior número de respostas afirmativas com uma percentagem total de 91,5%, sendo que 37,8% afirma que provavelmente recomendará o destino e 53,7% o recomendará com certeza. Este resultado é muito importante para o destino turístico uma vez que a confiança do consumidor na publicidade boca a boca é considerada elevada e mais significativa do que qualquer mensagem institucional veiculada pelo destino.

Gráfico 5.18: Intenção de Recomendação do Destino e cidade do Funchal



Analisou-se ainda se os turistas pretendem publicar as suas impressões e comentários *online*. Considerando que as novas tecnologias assumem um papel cada vez mais significativo nas estratégias de marketing e promoção dos destinos turísticos e que este é um canal muito procurado para obtenção de informação por parte do consumidor, a avaliação deste indicador é cada vez mais importante na avaliação do desempenho do destino. A esta questão os turistas inquiridos responderam na sua maioria de uma forma negativa, sendo que 32,3% afirmou que com certeza não iria colocar comentários, 19,6% que provavelmente não, 5,7% não sabe, 19,1% provavelmente sim e, apenas, 9,7% dos inquiridos afirma que com certeza que sim (Gráfico 5.19).

Gráfico 5.19. Intenção de Publicação online



Questionou-se ainda os turistas sobre a apresentação de reclamações, uma vez que se pretendia analisar se registavam queixas associadas a ordenamento turístico e/ou construção urbana e, também, para avaliar quais os aspectos a que os turistas revelavam maior sensibilidade e desagrado. Os resultados obtidos revelam que 92,8% dos inquiridos não apresentou, nem tenciona apresentar reclamação relativamente a qualquer serviço que lhes tenha sido prestado durante a estada na Madeira (Gráfico 5.21).

A percentagem de reclamações abrange 7,2% da amostra e de acordo com os resultados apresentados no Gráfico 5.21, referem-se, principalmente, a:

serviços turísticos (26,9%), devido a insuficiente sinalização rodoviária, inexistência de informações turísticas em idiomas como o inglês, autocarros de ligação a zonas rurais e serviços em restaurantes;

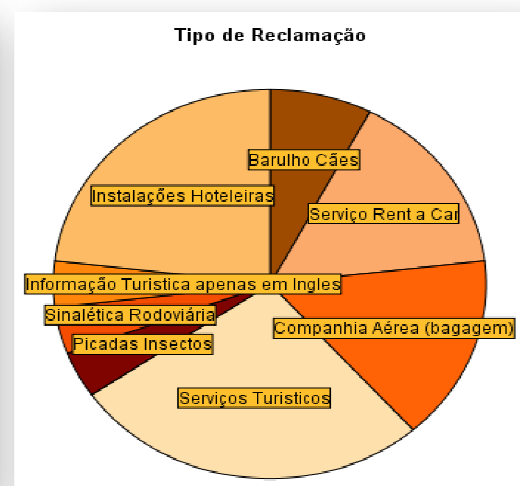
- Companhias Aéreas, resultante essencialmente de perda de bagagem (15,4%);
- Restaurantes (15,4%);
- Barulho de Cães (7,7%).

Inquiridos sobre a entidade a quem tinham sido apresentadas as reclamações para aferir se a gravidade das mesmas tinha motivado o turista a apresentar reclamação de carácter oficial regista-se que as reclamações foram apresentadas às entidades prestadores de serviços e representantes da organização turística.

Gráfico 5.20: Apresentação Reclamação



Gráfico 5.21: Tipo de Reclamação



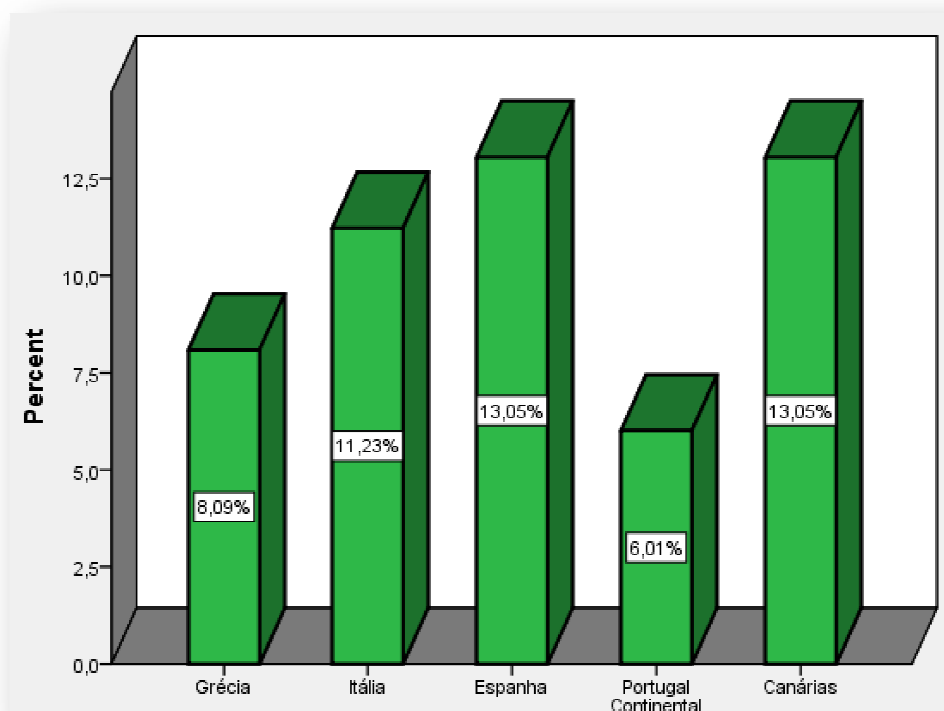
5.9. A Madeira versus Destinos Concorrentes

A nível concorrencial a marca Madeira (AP: Associação de Promoção da Madeira) afirma ter dois tipos de destinos turísticos concorrentes: uns que provocam desvio de turistas pelo factor preço (exemplificativamente as Canárias, Grécia, Turquia e Egipto) e outros que se afirmam por ter características similares à Madeira (por exemplo: Ilhas

Atlânticas: Açores, Cabo Verde e, também, a Córsega). Assim, considerou-se pertinente neste estudo analisar a percepção do turista sobre a Madeira em relação ao destino anterior e foi pedido que identificasse esse destino. Foi ainda solicitado aos turistas que elaborassem uma análise comparativa com o destino visitado anteriormente classificando a Madeira em termos da relação a preço/qualidade quando comparado com esse destino.

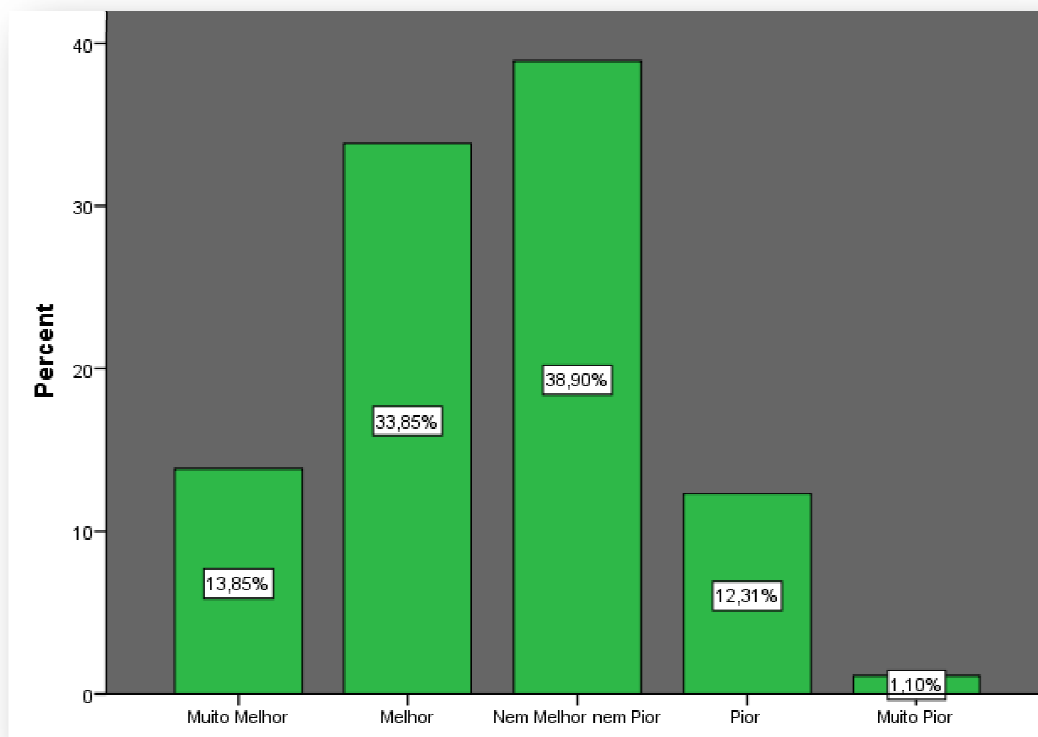
Os dados permitem obter, como *top* cinco dos destinos mais visitados pelo turista que visita a Madeira: Espanha (13,1%), Ilhas Canárias (13,1%), Itália (11,2%), Grécia (8,1%) e Portugal (6%). De referir que a distinção entre Espanha e Ilhas Canárias foi considerada tendo em conta os resultados obtidos nos questionários em que o turista, por si próprio, fazia a distinção entre ambos os locais (Gráfico 5.22).

Gráfico 5.22: Destino visitado antes da Madeira (5 principais)



Relativamente a classificação da Madeira versus destino visitado anteriormente (Gráfico 5.23), os turistas manifestam ser a Madeira Muito Melhor (13.8%), Melhor (33.2%), Nem Melhor nem Pior (38.1%). Para 12.3% a Madeira é Pior e para 1.1% Muito Pior. Os inquiridos, neste estudo, não revelam uma preferência clara pelo destino Madeira adotando uma posição neutra o que acaba por relevar a importância dos dados obtidos em relação à satisfação e hospitalidade e torna ainda mais pertinentes os resultados obtidos referentes a intenção de revisita e recomendação.

Gráfico 5.23: Avaliação do Funchal versus Destino Anterior



5.10. Análise Correlacional

Para testar a hipótese de que a satisfação global relativamente à visita à cidade do Funchal está correlacionada positivamente com indicadores que avaliam o ordenamento territorial do Funchal, como o equilíbrio entre edifícios e espaços verdes na cidade do

Funchal e a harmonia entre património (histórico, cultural, religioso) e construção urbana na cidade do Funchal, utilizou-se os coeficientes de correlação de Pearson e de Spearman, tendo-se obtido os valores apresentados na Tabela 5.2 .

Tabela 5.2: Correlação entre Grau de Satisfação e Indicadores Ordenamento Território

Indicador	Correlação de Pearson	Correlação de Spearman
Existe harmonia entre património e construção	0,329**	0,334**
Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes	0,370**	0,415**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Os coeficientes obtidos são positivos, significantes a 1% e apresentam valores que indicam correlações moderadas. Pode-se assim concluir que existe uma tendência moderada para o grau de satisfação aumentar quando melhora a percepção do turista em relação à existência de harmonia entre património e construção, bem como com a existência de equilíbrio entre construção urbana e espaços verdes.

Além da análise anterior cruzou-se também a satisfação com os indicadores relativos à avaliação do ordenamento turístico. Os resultados obtidos para o indicador “existe equilíbrio e harmonia entre construção e espaços verdes” apresentam-se na Tabela 5.3. A análise desta Tabela permite verificar que os turistas que afirmam estar de acordo ou concordar totalmente com a existência de harmonia entre património e construção na cidade do Funchal manifestam, em simultâneo, estar satisfeitos ou muito satisfeitos com a estada na cidade do Funchal. Saliente-se que dos turistas em acordo total com a existência de harmonia 72,7% estão muito satisfeitos; de igual modo dos turistas que concordam 60,3% estão satisfeitos. O valor obtido para o teste da independência do qui-quadrado de Pearson é de 123,5, com um nível de significância inferior a 0,01, pelo que as duas variáveis em análise estão associadas. Deste modo, o equilíbrio e harmonia entre construção e espaços verdes estão associados ao grau de satisfação do turista que visita a cidade do Funchal, pelo que é um factor a ter em consideração no planeamento e desenvolvimento turístico do Funchal.

Tabela 5.3: Cruzamento do Equilíbrio entre Edifícios e Espaços Verdes e Satisfação

	Satisfação	Existe Equilíbrio entre Edifícios e Espaços verdes					Total
		Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente	
Nº de casos	Muito Insatisfeito	0	1	2	3	0	6
	2	2	2	1	5	0	10
	3	5	17	20	30	1	73
	4	2	28	32	158	17	237
	Muito Satisfeito	2	6	10	66	48	132
	Total	11	54	65	262	66	458
% em coluna	Muito Insatisfeito	0,0%	1,9%	3,1%	1,1%	0,0%	1,3%
	2	18,2%	3,7%	1,5%	1,9%	0,0%	2,2%
	3	45,4%	31,5%	30,8%	11,5%	1,5%	15,9%
	4	18,2%	51,9%	49,2%	60,3%	25,8%	51,7%
	Muito Satisfeito	18,2%	11,1%	15,4%	25,2%	72,7%	28,8%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Valor do Qui-quadrado de Pearson = 123,5 (significante a 0,01); valor de Kappa = 0,212

Um outro indicador considerado importante para o destino e pertinente na análise de ordenamento turístico é a questão sobre a “existência de harmonia entre património e construção” na cidade do Funchal. A tabela de contingência 5.4, que se apresenta abaixo, demonstra a relação entre esta variável e a satisfação do turista.

Saliente-se que dos turistas em acordo total com a existência de harmonia entre património e construção 68,3% está muito satisfeito; já 56,2% dos inquiridos que estão de acordo com a existência de harmonia entre património e construção estão satisfeitos. Existe também uma associação entre as duas variáveis, já que o valor do qui-quadrado de Pearson (84,7) é significativo.

Também neste aspecto se pode verificar, pela análise anterior, que os turistas que afirmam estar de acordo ou concordar totalmente com a existência de equilíbrio entre construção e espaços verdes se manifestam, em simultâneo, satisfeitos ou muito satisfeitos.

Tabela 5.4: Cruzamento da Harmonia entre Património e Construção e Satisfação

	Satisfação	Existe harmonia entre património e construção					Total
		Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente	
Nº de casos	Muito Insatisfeito	0	2	2	2	0	6
	2	1	2	2	4	0	9
	3	1	10	10	35	0	72
	4	0	22	22	159	13	232
	Muito Satisfeito	0	7	7	83	28	172
	Total	3	43	81	283	41	451
% em coluna	Muito Insatisfeito	0,0%	4,7%	2,5%	0,7%	0,0%	1,3%
	2	33,3%	4,7%	2,5%	1,4%	0,0%	2,0%
	3	66,7%	23,3%	30,9%	12,4%	0,0%	16,0%
	4	0,0%	51,2%	46,9%	56,2%	31,7%	51,4%
	Muito Satisfeito	0,0%	16,3%	17,3%	29,3%	68,3%	29,3%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Valor do Qui-quadrado de Pearson = 84,7 (significante a 0,01); valor de Kappa = 0,152

Este estudo considera ainda como indicadores de fidelização do turista a intenção de voltar e a intenção de recomendar, tendo-se também avaliado a correlação entre estes indicadores e os indicadores relativos ao ordenamento do território. Os resultados obtidos encontram-se na Tabela 5.5 e pretendem avaliar as outras duas hipóteses definidas para este estudo, nomeadamente: as intenções de voltar e recomendar a visita à cidade do Funchal estão correlacionadas positivamente com os indicadores que avaliam o ordenamento territorial do Funchal.

Tabela 5.5: Correlação de Pearson entre Fidelização e Indicadores Ordenamento Território

Indicador	Intenção de Voltar		Intenção de Recomendar	
	Correlação de Pearson	Correlação de Spearman	Correlação de Pearson	Correlação de Spearman
Existe harmonia entre património e construção	0,250**	0,259**	0,180**	0,215**
Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes	0,202**	0,203**	0,222**	0,251**

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Conforme exposto na tabela 5.5 verifica-se existir uma correlação positiva e significativa a 1% entre as diversas variáveis, no entanto os valores dos coeficientes indicam correlações lineares fracas entre as variáveis, uma vez que os coeficientes são todos inferiores a 0,3. Observa-se por isso correlações mais fracas entre os indicadores de ordenamento do território com a intenção de voltar e recomendar, quando comparados com a satisfação do turista.

Os resultados permitem verificar que as variáveis consideradas associadas à satisfação do turista apresentam uma relação positiva com as variáveis associadas à construção urbana, no entanto as correlações lineares observadas são modestas, o que indica que o grau de satisfação do turista é ligeiramente influenciado pelo ordenamento turístico/construção urbana na cidade do Funchal. Como se referiu anteriormente no Capítulo II a satisfação e fidelização são influenciadas por vários aspectos, estando estes resultados de acordo com esta linha de pensamento, uma vez que ao obter correlações fracas e moderadas isso indica que a satisfação e fidelização não são explicadas apenas pelo grau de ordenamento turístico/construção existente na cidade do Funchal. Como se verá no ponto seguinte, o modelo de regressão linear múltipla que se desenvolveu permite verificar que o grau de explicação da satisfação dos turistas pelos dois indicadores que avaliam o ordenamento turístico/construção existente na cidade do Funchal é relativamente reduzido.

5.11. Análise de Regressão Linear Múltipla

A análise de regressão linear permite encontrar a combinação linear que melhor representa a relação entre as variáveis em análise que são, recorde-se, a variável dependente “Grau de Satisfação” e as variáveis independentes classificadas, neste estudo, como indicadores da perspectiva do turista em relação ao ordenamento que são o equilíbrio entre construção e espaços verdes e harmonia entre património e construção. Os resultados obtidos encontram-se na Tabela 5.6, verificando-se que os dois indicadores explicam 16,5% da variação observada na satisfação do turista. A

“força” de 16,5% demonstrada é considerada significativa considerando que existem outros factores a considerar na satisfação como o sejam o “peso” de factores como alojamento, serviços, experiência turística e outros. Os valores obtidos para os coeficientes do modelo são: 0,249 para o equilíbrio entre edifícios e espaços verdes e 0.182 para a harmonia entre património e construção. Estes resultados indicam que o indicador com mais influência na satisfação do turista é o equilíbrio entre edifícios e espaços verdes, já que apresenta maior coeficiente.

Tabela 5.6.: Relação entre Satisfação e os indicadores construção urbana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,490	0,177		14,098	0,000
	Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes	0,240	0,043	0,282	5,538	0,000
	Existe harmonia entre património e construção	0,182	0,052	0,179	3,506	0,000
<p>a. Dependent Variable: Grau Satisfação;</p> <p>b. Predictors: (Constant), Existe harmonia entre património e construção, Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes</p> <p>c. $R = 0,406$; $R^2 = 0,165$; $R^2 \text{ ajustado} = 0,161$</p>						

5.12. Discussão dos Resultados

Não tendo sido encontrados estudos que façam uma análise directa à relação entre ordenamento territorial e satisfação do turista e que sejam replicáveis para o destino Madeira, este estudo considerou os aspectos mais relevantes mencionados na literatura relativamente a ordenamento territorial e a satisfação e suas consequências (intenção de visitar, recomendar).

Conclui-se que aspectos do território podem influenciar a satisfação do turista pelo que, este trabalho, considera o ordenamento como um aspecto do território e analisa se o mesmo poderá ter significado na avaliação de satisfação do turista que visita o Funchal.

Foi ainda dada atenção aos resultados publicados do Barómetro da Qualidade da Região Autónoma da Madeira como valores de referência aos índices de satisfação global do turista que visita o Funchal.

Tomando por referência o modelo sugerido por Alegre e Cladera, tal como apresentado no ponto 2.5.2.1 e figura 2.3 do capítulo II deste trabalho, considera-se que a literatura refere que a satisfação do turista é influenciada por diversos aspectos do destino. Este estudo pretendeu analisar se o ordenamento turístico/construção urbana influencia a satisfação global do turista que visita a cidade do Funchal.

No caso particular deste estudo consideraram-se como factores principais o ordenamento turístico e a satisfação do turista. A avaliação de satisfação do turista relativamente ao ordenamento territorial foi avaliada, em questionário aplicado à amostra, com as questões que se referem de seguida:

- Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes na cidade do Funchal.
- Existe harmonia entre património (histórico/cultural/religioso) e construção urbana na cidade do Funchal.

A variável satisfação, por sua vez, foi analisada avaliando-se ainda a resposta às questões:

- Intenção de visitar.
- Intenção de recomendação a amigos/familiares.
- Intenção de Publicação de comentários *online*.

Com base nos dados primários obtidos com recurso a questionários aplicados a turistas de visita à Madeira (cidade do Funchal) no período decorrido entre Fevereiro e 15 de Abril de 2012 foi possível obter resultados pertinentes à temática em análise.

Abaixo são apresentadas, em tabelas, os principais resultados obtidos. De salientar que são apresentados para os vários indicadores os resultados para as categorias com

maiores taxas de resposta. A tabela 5.7, que se segue, esquematiza os dados sócio demográficos da amostra composta por 464 questionários válidos.

Tabela 5.7: Caracterização Socio-demográfica da Amostra

Variável	Categoria	Frequência Relativa (%)
Género	Feminino	51,7%
	Masculino	48,3%
Idade	45-54 anos	24,7%
	55-64 anos	24,7%
Estado Civil	Casado	66,2%
	Solteiro	13,8%
Habilitações Literárias	Licenciatura	31,3%
	Mestrado	28,6%
País de Residência	Alemanha	31,4%
	Reino Unido	14,9%
	Portugal	13,5%

Considerando que este estudo objectiva analisar o ordenamento/construção urbana são apresentados os resultados obtidos para as questões que focam o equilíbrio entre edifícios e espaços verdes, harmonia entre património e construção, serviços turísticos dignos de um destino turístico de qualidade e superação de expectativas.

Referenciando Baptista (2003) é importante reconhecer-se que entre os componentes do produto turístico, em que se fundamenta a decisão de compra, é muito relevante a imagem promovida da oferta primária ou original tais como património arqueológico, histórico, religioso e cultural, urbano e rural construído e de raiz humano.

Conforme refere Veal (2002), o ordenamento territorial influencia a actividade turística e, conseqüentemente, a avaliação/percepção do turista salientando-se que a importância do ordenamento territorial para a actividade turística deve-se ao facto deste constituir uma forma de definir áreas de conservação da natureza e da herança existente, sendo ainda um sistema de protecção a edifícios históricos e monumentos mesmo quando estes são propriedade privada. Conclui Veal (2002) que o ordenamento territorial não é

importante apenas para áreas como transportes, construção e indústria mas assume-se como essencial na área de turismo e lazer.

A tabela 5.8, que se segue, apresenta a avaliação predominante da amostra em relação aos parâmetros apresentados tendo sido considerados os dois valores mais mencionados pelo turista que, neste caso específico, são de carácter positivo.

Tabela 5.8: Avaliação dos Indicadores de Ordenamento / Construção

Indicador	Frequências (%) acumuladas nas categorias: Concorda e Concorda Totalmente
Equilíbrio entre edifícios e espaços verdes	71.8%
Harmonia entre Património e construção urbana	71.8%
Serviços turísticos (informação, restauração, comércio e outros) dignos de um destino de qualidade	83.2%
A visita à cidade do Funchal superou expectativas	73.3%

A satisfação do turista é outro dos parâmetros em análise neste estudo e para avaliar este aspecto foram aplicados indicadores associados a grau de satisfação global, apreciação de hospitalidade da comunidade residente, intenção declarada de regresso, intenção de recomendação a amigos/familiares e intenção de publicação de impressões e comentários *online*.

Conforme destaca Chivirella (cit. in Gândara, 2008) a satisfação do turista é um aspecto crucial para um destino turístico dado que baixos índices de satisfação devido a factores que diminuem a qualidade (saturação da carga turística, degradação do meio ambiente, património e atracções entre outros) implicam que o destino perca fama havendo ainda o risco de perda de quota de mercado.

Destacam Alegre et al. (2009) que a identificação de determinantes da intenção de visitar o destino são cruciais para promover a variável de aumento das taxas de repetição. Assim sendo, os determinantes que influenciam a variável podem ser alvo de estratégias específicas com o objectivo de incrementar as probabilidades de revisita do turista ao destino asseguradas pela satisfação e lealdade do turista.

Conclui Aaker (2007) que a satisfação e lealdade do turista são uma barreira à penetração da concorrência e uma protecção contra uma eventual competição de preços além de possibilitar a aplicação de um preço Premium.

Na globalidade dos dados obtidos é notório que a amostra revela satisfação em relação ao destino Madeira, e à cidade do Funchal, uma vez que todos os indicadores associados a satisfação são positivos. No entanto, destacam-se, neste estudo dois indicadores importantes: a apreciação da hospitalidade que reúne consenso entre 85,6% da amostra com avaliação positiva e o indicador que mais se destaca que é a intenção declarada de recomendar o destino a amigos e familiares dado que 91,5% da amostra se manifesta a favor. A tabela 5.9, que abaixo se apresenta, expõe os resultados mais significativos tendo sido considerados os dois valores mais relevantes, estatisticamente, e que neste caso são positivos.

Tabela 5.9: Avaliação dos indicadores de Satisfação

Indicador	Frequências (%) acumuladas nas duas categorias com avaliação mais positiva
Grau Satisfação Global	80,5%
Apreciação Hospitalidade Comunidade Residente	85,6%
Intenção de Recomendação Familiares / Amigos	91,5%
Publicação impressões online	28,8%

À luz dos resultados obtidos e considerando que o objectivo deste estudo é o de avaliar a relação entre indicadores de ordenamento/construção Urbana e a satisfação do turista

conclui-se que o turista revela satisfação quer em relação a aspectos do ordenamento turístico, construção urbana e serviços turísticos quer em relação a hospitalidade, satisfação e intenção de visitar e recomendar o destino.

Embora não se possa afirmar categoricamente que as variáveis ao nível da satisfação medida são devidas a alterações no ordenamento territorial por não ter sido este estudo dedicado a analisar e controlar impacto de outras variáveis é, no entanto, possível sugerir que existem indicações que apontam para a existência de uma relação positiva entre o ordenamento turístico/construção urbana e o grau de satisfação do turista analisado, também, pela intenção de visitar e a intenção declarada de recomendar o destino a amigos e familiares. Assim sendo, a intervenção a nível do planeamento e desenvolvimento urbana deve ter em consideração que afecta a satisfação do turista que visita a cidade do Funchal.

Conclui este estudo que o ordenamento territorial pode ser uma variável com impacto na satisfação global do turista e os dados obtidos demonstram que o ordenamento tem um peso relativo de 16,5% na explicação da satisfação do turista. A satisfação é um indicador crucial em qualquer destino turístico pelos impactos e benefícios demonstrados e, neste estudo, conclui-se que os 80,5% da amostra revela-se satisfeita e muito satisfeita e destes 91,5% manifestam intenção de recomendação enquanto 50,8% revela intenção de visitar no prazo de três anos.

O destino Madeira e a cidade do Funchal têm, assim, e à luz dos dados primários obtidos neste trabalho uma avaliação positiva e em sintonia com o Barómetro da Qualidade cujo modelo foi utilizado como orientação deste estudo.

Pode-se então afirmar que, com base nos dados obtidos, o ordenamento turístico tem influência sobre a satisfação global do turista que visita o Funchal pelo que este é um aspecto que a gestão turística do destino deverá sempre ter em consideração no processo de planeamento da Região Autónoma da Madeira e, em particular, da cidade do Funchal.

Não obstante os resultados satisfatórios e, estatisticamente, positivos considera-se que não pode o aspecto da construção urbana e ordenamento turístico ser descurado dado ser um factor importante à atractividade da cidade e um contributo para a satisfação do turista.

5.13. Conclusão

Este capítulo foi dedicado à análise e caracterização da cidade do Funchal tendo sido expostos aspectos da evolução e caracterização da cidade do Funchal, o Plano de Ordenamento Turístico (POT), a capacidade de carga instalada na cidade do Funchal, os projectos de gestão territorial na óptica da sustentabilidade e o património edificado e o natural. São focadas ainda as fragilidades do ordenamento territorial e o Barómetro da Qualidade ao que segue uma análise descritiva de todos os dados/resultados obtidos em função dos questionários que são os dados primários aplicados neste estudo.

Finaliza este estudo a apresentação de aspectos cruciais expostos por diversos autores relativamente a ordenamento territorial e impactos e consequências da satisfação (dois dos grandes aspectos explorados neste trabalho) e apresenta os resultados mais significativos e relevantes, de acordo com a amostra, destacando-se a caracterização sócio demográfica, a avaliação da amostra relativamente a indicadores de Ordenamento/Construção e a avaliação da amostra relativamente a indicadores de satisfação.

De destacar, ainda, as tabelas de contingência que analisam a relação entre os turistas que afirmam estar de acordo com a existência de harmonia entre o património e a construção e concordam com a existência de equilíbrio entre espaços verdes e construção e os índices de satisfação manifestados por esses mesmos turistas de visita à cidade do Funchal.

6. CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO

6.1. Tema

A actividade turística é de elevada importância no sector económico da Região Autónoma da Madeira sendo relevante o garantir da sua sustentabilidade pela manutenção dos índices de satisfação e lealdade dos turistas que visitam este destino turístico insular.

A cidade do Funchal é a capital e considerada, também, o centro nevrálgico das atracções e serviços turísticos da Madeira, é onde os índices de construção e urbanização estão mais desenvolvidos e onde a oferta turística de alojamento é superior pelo que se revela pertinente analisar a relação entre ordenamento/construção urbana e a satisfação do turista focando nesta localidade.

O capítulo I deste trabalho é uma introdução ao estudo que se efectuou focando o de um modo global o tema, o problema em análise, os objectivos da pesquisa e a metodologia aplicada para atingir esses mesmos objectivos.

O capítulo II é dedicado à revisão bibliográfica tendo por objectivo o favorecer o entendimento do tema em estudo. Foram focados vários aspectos tais como a actividade turística nas cidades insulares, sustentabilidade e impactos do turismo analisando-se, por isso, a capacidade de carga. Foram apresentados modelos de avaliação de destinos turísticos insulares, seus componentes e dimensão dessa avaliação focando-se a temática do ordenamento territorial, a influência do mesmo na avaliação /percepção do turista e indicadores de análise e monitorização dessa avaliação considerada crucial na satisfação e fidelização do turista.

No capítulo III apresentou-se com mais detalhe a metodologia que foi seguida neste estudo abordando detalhadamente as várias fases do processo de pesquisa que foram seguidas.

O capítulo IV é uma caracterização da cidade do Funchal focando vários aspectos que favorecem o conhecimento desta cidade insular quer relativamente à sua capacidade de carga, projectos de gestão territorial na óptica da sustentabilidade, fragilidade do ordenamento territorial quer em relação ao Barómetro da Qualidade da Madeira e finaliza.

O Capítulo V apresenta os resultados obtidos no estudo quantitativo, incluindo a caracterização da amostra, a análise descritiva dos dados primários obtidos na sequência de interpretação dos resultados dos questionários administrados à amostra. Foi apresentada, também, a análise correlacional e a análise de regressão linear múltipla.

Finaliza este trabalho o capítulo VI que faz uma exposição do tema e reitera o que se pode encontrar em cada um dos capítulos que compõem este estudo, relembra os objectivos e analisa se as hipóteses colocadas são confirmadas ou desmentidas. É também o capítulo onde são apresentadas sugestões e recomendações, quer relativamente ao ordenamento turístico/construção urbana, quer em relação à manutenção da satisfação e fidelização do turista como aspecto crucial à atractividade e competitividade do sector turístico da Região Autónoma da Madeira.

6.2. Objectivos

Factores como o ordenamento turístico e a construção urbana têm revelado ter impacto significativo na percepção/satisfação do turista que visita um destino pelo que, pretende este estudo, analisar a influência do ordenamento/construção urbana da cidade do Funchal na satisfação do turista que a visita, na intenção de regresso e de recomendação a familiares e amigos.

Além da análise da relação entre estas duas variáveis é objectivo deste trabalho propor recomendações e apresentar sugestões tendo em conta que a satisfação do turista e a

qualidade percebida do destino são aspectos cruciais à sustentabilidade de um destino como a Madeira.

Este estudo demonstra que o ordenamento territorial é uma variável capaz de influenciar a satisfação global do turista que visita um destino turístico sendo a satisfação, e consequente lealdade, importantes barreiras à penetração da concorrência e factores de protecção contra eventual competição ao nível do preço favorecendo a aplicação de preço Premium. Isto reveste-se de particular importância dado que o mercado turístico internacional é extremamente volátil e competitivo.

Tendo em consideração que o ordenamento turístico da cidade do Funchal tem um peso relativo de 16.5% na explicação da satisfação do turista, e verificando-se a resposta que se obteve a cada uma das hipóteses que abaixo se apresentam, não podem as entidades responsáveis pela gestão do destino Madeira deixar de ter em devida consideração o ordenamento turístico em todo e qualquer processo relativo ao planeamento turístico do destino Madeira e, em particular, na cidade do Funchal.

6.3. Hipóteses

Considerando a temática em análise e as questões da pesquisa foram colocadas três hipóteses que se apresentaram no Capítulo III. Face à análise de dados efectuada no decorrer deste estudo e resultados obtidos é referida, para cada uma das hipóteses, se a mesma se pode confirmar ou não.

Assim relativamente à hipótese **H1**, *“Quanto maior a satisfação do turista face ao ordenamento turístico da cidade do Funchal maior é sua satisfação com o destino”*, pode-se considerar que esta hipótese se confirma uma vez que os indicadores aplicados para cada um dos conceitos apresentam correlações moderadas e positivas, estatisticamente significantes. Os resultados apontam para maior satisfação em turistas

que apresentam uma percepção de avaliação mais positiva em relação aos indicadores relacionados com o ordenamento do território.

Para a hipótese **H2** (*Quanto maior a satisfação do turista face ao ordenamento turístico da cidade do Funchal maior é sua intenção de visitar o destino*) e **H3** (*Quanto maior é a satisfação do turista face ao ordenamento turístico/territorial da cidade do Funchal maior é a sua intenção de recomendação do destino*), os resultados apontam para um efeito directo positivo e significativo, mas fraco, e inferior ao que se observou para a relação com a satisfação. Os resultados sugerem, por isso, um pequeno efeito directo dos indicadores de ordenamento do território na fidelização dos turistas da cidade do Funchal.

Haverá que ter em atenção o ordenamento turístico e construção urbana no desenvolvimento turístico regional dado que o mesmo pode, em hipótese, afectar a satisfação do turista e, em consequência, a sua intenção de visitar.

6.4. Contributos do Estudo

O presente estudo fez uma análise à satisfação do turista face ao ordenamento turístico na cidade do Funchal e avalia aspectos cruciais à satisfação como o sejam a satisfação de expectativas/intenção de visitar e recomendar o destino a amigos/familiares e *online*. Avaliaram-se, também, as fontes de informação que mais influenciam a escolha do destino sendo esta uma forma de direccionar futuros esforços de comunicação e promoção do destino.

A caracterização sócio-demográfica do turista, realizada a uma amostra de 464 turistas, é útil para traçar o perfil do turista que visita a cidade do Funchal na época do ano em que decorreu a recolha de dados (Fevereiro a Abril de 2012) permitindo, ainda, avaliar o País de residência, os gastos efectuados na reserva e quais os serviços incluídos e, também, o gasto turística na região durante a estada.

Ao nível do sector turístico da Madeira considera-se que os dados e resultados obtidos são pertinentes e valiosos à política e gestão promocional do destino e à aferição da perspectiva do turista, no destino, sobre a temática em análise.

A nível académico, este estudo poderá constituir um ponto de partida à análise do tema sob outras perspectivas possibilitando um importante generalizar de dados que é crucial à adaptação e implementação de uma política de gestão em sintonia com perspectivas e expectativas do turista, tendo em conta a problemática do ordenamento do território.

6.5. Recomendações Ordenamento Turístico / Construção Urbana

Fruto dos conhecimentos adquiridos ao longo da análise documental de dados secundários e em resultado das conclusões obtidas com a análise de dados primários várias recomendações são apresentadas visando, em última instância, favorecer índices de satisfação e lealdade do turista para com o destino Madeira e promover a qualidade percebida do destino:

- Criação, co-criada e partilhada por todos os intervenientes na cadeia de valor do turismo, de um Plano Director de Espaços Turísticos. Deverá este ser personalizado a áreas citadinas de interesse histórico e cultural (património natural ou construído) comprovado e reconhecido visando a protecção e manutenção adequada desses espaços, enquanto se garante a divulgação e promoção dos mesmos junto dos turistas.
- Manutenção consistente de todo o património regional.
- Incentivar e promover iniciativas de carácter cultural e popular garantindo a promoção das mesmas e favorecendo a interacção de locais e turistas.
- Favorecer a comercialização do artesanato local em detrimento do importado.
- Assegurar que a comunidade local, directa ou indirectamente, ligada à actividade turística conhece a importância fundamental da hospitalidade e do seu contributo

para a mesma. Principalmente em tempos de dificuldades económicas há que sensibilizar para a cultura do bem-receber e bem servir em detrimento do lucro fácil e incorrecto que pode causar danos graves nos índices de satisfação do turista.

- Favorecer a criação e desenvolvimento de locais de promoção e comercialização do que é regional, único e diferenciador e localmente produzido: feiras gastronómicas, mercados de flores e frutas locais, restaurantes de agricultura biológica promovendo a gastronomia local.
- Adaptar o modelo aplicado no Barómetro da Qualidade para que sejam, assiduamente, analisadas variáveis associadas ao ordenamento turístico da região com particular incidência na cidade do Funchal, dado ser este o local que regista maior índice de construção e património cultural além de ser o centro nevrálgico da actividade turística.
- Rever a suspensão do POT para a cidade do Funchal e reavaliar e regulamentar a capacidade de carga máxima para a cidade do Funchal, por forma a limitar crescimento dos índices de construção urbana turística.
- Regulamentar o ritmo de crescimento e padrões de qualidade da oferta hoteleira e serviços turísticos.
- Favorecer a remodelação/modernização de unidades hoteleiras mais antigas para as adequar aos modernos parâmetros de qualidade e serviço dignos de um destino de excelência.
- Promover a manutenção de fachadas e edifícios antigos e/ou degradados de forma a revitalizar a paisagem urbana e áreas envolventes à semelhança das iniciativas que têm sido levadas a cabo na zona histórica da cidade velha do Funchal.

6.5.1. Recomendações para a Satisfação e Fidelização do Turista

Com base na revisão documental de dados secundários elaborada e resultados obtidos após análise de dados primários, obtidos via questionários entregues a turistas de visita à cidade do Funchal, (amostra não probabilística selecionada por conveniência)

apresentam-se algumas recomendações que visam a manutenção e incremento dos índices de satisfação do turista e, conseqüentemente, a fidelização dos mesmos:

- Maior divulgação dos eventos de cariz popular e eventos de animação turística considerando-se que a satisfação e lealdade do turista aumenta em tais situações tal como comprova o barómetro da qualidade.
- Potenciar o contacto do turista com a população local via divulgação de eventos populares tais como as Festas da Sé, dos Santos Populares e outros eventos que não fazem parte do calendário oficial de animação turística.
- Implementar acções de informação e formação para a arte da hospitalidade que caracteriza a comunidade residente com o objectivo de manutenção deste aspecto que tanto influencia a satisfação do turista e que, em muito, contribui para a qualidade percebida que é, igualmente, um aspecto fundamental na satisfação e fidelização do turista.

6.6. Limitações do Estudo

No decorrer deste trabalho os obstáculos encontrados estiveram relacionados com a falta de informação e dados recentes sobre edifícios e infraestruturas turísticas de construção recente na cidade do Funchal, embora se tenha registado a existência de bastante e detalhada informação sobre áreas verdes (Parques, Jardins e outros espaços verdes). Afigura-se que a documentação sobre o ordenamento turístico, na cidade do Funchal, é escassa tendo em consideração que o Funchal é a capital e o centro nevrálgico de serviços turísticos na região e onde o POT (Plano de Ordenamento Turístico) se encontra suspenso desde 2007.

Uma outra limitação registada está relacionada com a recolha de dados primários dado que, face ao universo de unidades hoteleiras existentes na cidade do Funchal, foram poucas as que prestaram cooperação efectiva para aplicação dos questionários. Registe-se que unidades hoteleiras de 5 e 4 estrelas, bem como alguns postos de informação

turística, não colaboraram por falta de meios para administrar (entrega/recolha) de questionários aos turistas e/ou por motivos de política da organização turística.

O próprio método aplicado na recolha de dados primários (questionários) apresenta limitações próprias como o são a restrição ao comportamento verbal e falta de controlo sobre o ambiente de investigação.

Apesar das limitações referidas, e do facto de não ser possível uma generalização dos dados ao universo (potenciais turistas da Região) e à população (turistas que visitam a cidade do Funchal), nem por questões de tempo ter sido possível aplicar o questionário durante um período mais alargado de tempo, o método de recolha de dados aplicado foi o que se afigurou exequível e passível de proporcionar os dados necessários para análise às questões da pesquisa e para elaboração de recomendações.

6.7. Orientação para Pesquisas Futuras

Com base nos resultados obtidos consideram-se as seguintes orientações para futuros trabalhos de investigação relacionados com a temática:

- Elaborar a mesma análise durante um período mínimo de um ano para aferir se os resultados são consistentes ou se sofreram alterações e quais as variáveis que provocam essa alteração (ex: eventos de animação turística influenciam a perspectiva do turista sobre ordenamento turístico pelo impacto que revelam ter na satisfação do turista).
- Elaborar análise à influência do Ordenamento/Construção versus Satisfação do Turista na área onde se concentra a oferta hoteleira regional e onde se têm registado maiores índices de construção nos últimos anos (área hoteleira no Concelho do Funchal e de Santa Cruz).

- Avaliar perspectiva do turista que fica alojado fora do Concelho do Funchal (áreas rurais) visando comparar resultados obtidos com os resultados desde estudo que avaliam a opinião do turista que fica hospedado em unidades hoteleiras da cidade do Funchal. O objectivo será o de aferir se a perspectiva do turista sobre o ordenamento turístico muda consoante seleciona um hotel na cidade ou se está hospedado em áreas rurais e apenas efectua uma visita turística à cidade.
- Considerando-se as características da cidade do Funchal (zona histórica, comercial e hoteleira) poder-se-á tentar identificar, junto dos turistas, quais as áreas consideradas mais críticas e, como tal, onde hipotéticas intervenções a nível de ordenamento territorial, urbanístico, turístico sejam mais necessárias.

BIBLIOGRAFIA

Aaker, D. (2007), “*Construindo Marcas Fortes*”, Bookman

Alegre, J. Cladera, M. “Analyzing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return”; *European Journal of Marketing*. Vol 43, No. 5/6, 2009, pp 670-685. Emerald Group Publishing Limited.

Avraham, E. Ketter, E. (2008) “Media Strategies for Marketing Places in Crisis. Improving the Images of Cities, Countries and Tourist Destinations”; *Current issues in Tourism*, Book review 132-197. Oxford UK, Butterworth Heinemann

Bandeira, M (Sd) “ Análise dos Dados, Cronograma, Orçamento, Pertinência, Considerações Éticas” Repescado em . <http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/lapsam/Texto-10--ANALISE%20DE%20DADOS.pdf> (consultado a 23 Janeiro 2011)

Baptista, M.(2003), *Turismo Gestão Estratégica*, Verbo, Lisboa

Bogianni,P. Silva, O. Gesicki, A. Gallati,E. Salles,L. Lima, M. (2007) “ *Definição de capacidade de Carga Turística das Cavernas do Monumento Natural Gruta do Lago Azul (Bonito Ms)*”. São Paulo, UNESP, Geociências, V26, n 4, p 333-348

www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/geociencias/article/view/1798/1546

(Consultado 20 Agosto 2011)

Conselho da Europa, “*Carta Europeia do Ordenamento do Território*”, 1998, disponível em

<http://www.estig.ipbeja.pt/~sirb/carta%20europeia%20de%20ordenamento%20do%20territorio.pdf>, (consultado a 20 de Setembro 2011)

Costa, J. Rita, P. Águas, P. (2004), “*Tendências Internacionais em Turismo*”, 2ª edição revista e aumentada, Lidel.

Da Cunha, S. Da Cunha, J. (2005) “Competitividade e Sustentabilidade de um Cluster de Turismo: Uma proposta de Modelo Sistémico de Medida do Impacto do Turismo no Desenvolvimento Local”. *Revista da Administração Contemporânea*, vol. 9, no.spe2.

Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552005000600006&script=sci_arttext

(Consultado 20 Agosto 2011)

Fazenda, N. (2008) Documentação entregue no âmbito do “*The Best Practice - MBA em Turismo*”, IPDT em Seminário de Planeamento do Turismo.

Firmino, M. (2007), *Turismo – Organização e Gestão*, Escolar Editora

Gaio, S. Gouveia, L (s.d) “*O Branding territorial: uma abordagem mercadológica à cidade*”. Universidade Fernando Pessoa

Hanai, F. (2009) “*Sistema de Indicadores de Sustentabilidade: Uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do Turismo na Região de Bueno Brandão, Estado de Minas Gerais*”, Tese Doutoramento em Ciências da Engenharia Ambiental, Universidade de São Paulo (Consultado 10 Novembro 2011)

Johnson, G. Scholes, K. (1999) “*Exploring Corporate Strategy*” Fifth Edition – Text and Cases

Kotler, P. (1988), “*Administração de Marketing. Análise, Planejamento, Implementação e Controle*”, 5ª edição, Editora Atlas, São Paulo

Kotler, P. (2008), “*Marketing para o século XXI*”, Editorial Presença, Lisboa

Larán, J; Espinoza, F (2004), “ Consumidores satisfeitos e Então? Analisando a Satisfação como Antecedente de Lealdade”, *RAC* V.8 nº2 Abr/Jun 2004 51-70

Lendrevie, J. Lindon, D. Dionisio, P. Rodrigues, V. (1997) “*Novo Mercator – Teoria e Práctica do Marketing*”, 6ª edição – Publicações Dom Quixote.

Lim, C. Cooper, C. (2009) “Beyond Sustainability: Optimising Island Tourism Development”, *International Journal of Tourism Research*, 11 89-103. Wiley InterScience

Machado, V, Costa, C. (2009) “O Ordenamento Turístico no Direito do Planeamento e Ordenamento do Território”, *Revista Turismo e Desenvolvimento “ Journal of Tourism and Development* nº 12, 97-112

McDaniel, C. Gates, R. (2003) “*Pesquisa de Marketing*”. Thompson

OCDE (2008), “*Estudos Territoriais da OCDE*” – Portugal. OCDE e Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e Do Desenvolvimento Regional.

Oliveira, F. (2003), “*Capacidade de Carga nas Cidades Históricas*”, Papyrus Editora, Coleção Turismo

Organização Mundial de Turismo (1998). “*Introducción al Turismo*”. Madrid,

Oviedo-Garcia, M., Castellanos-Verdugo, M., Martin-Ruiz, D. (2008) “Gaining Residents’ Support for Tourism and Planning”, *International Journal of Tourism Research*, Wiley InterScience.

Pizam, A. (1994) “Planning a Tourism Research Investigation”. *Travel, Tourism, and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers*, Second Edition. Editor: Ritchie, J, Goeldner, C

Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (2002). Governo Regional. Secretaria Regional do Equipamento Social e Transportes; Secretaria Regional do Turismo e Cultura; Secretaria Regional do Plano e Finanças; Direcção Regional do Ordenamento do Território.

“*Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território*” – Relatório anexo à lei 58/2007 de 04 de Setembro que aprova o Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território – PN POT

Ruschmann, D. (2008) “*Turismo e Planeamento Sustentável: A Protecção do meio-ambiente*”. Papyrus Editora, 14º edição

Santos, T. (2005) “Algumas Considerações Preliminares sobre Ordenamento Territorial”, “*Para Pensar Uma Política Nacional de Ordenamento Territorial*” Ministério da Integração Nacional, Brasília

Silva, J. Silva, J. (2003) “Inserção Territorial das Actividades Turísticas em Portugal – Uma Tipologia de Caracterização”, *Estudos Regionais* nº 1, 2003 PP53-73

Stylydis, D. Terzidou, M. Terzidis, K (2008) “Islands and Destination Image: The Case of Ios”. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. Volume 3, number 1, Spring 2008, pp 180-199

Veal, A. (2002), “*Leisure and Tourism Policy and Planning*”, Second Edition, CABI Publishing

http://estatistica.gov-madeira.pt/visual_webPlus/adjuntospubli.jsp?publicacion=Esta010431 – Estatísticas Demográficas da Região Autónoma da Madeira – Ano 2010. Edição de 2012 (consultado a 01 de Fevereiro de 2012)

http://www1.cm-funchal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=113 (Consultado a 01 de Fevereiro de 2012)

ANEXO I QUESTIONÁRIO

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Este questionário é efectuado como parte de um trabalho académico e dos requisitos para obtenção do grau de mestre em Ciências Empresariais. O objectivo global é o de aferir a influência do ordenamento territorial / construção urbana na satisfação/intenção de regresso e recomendação dos turistas que visitam a cidade do Funchal.

O seu contributo é da maior importância para a validade dos dados pois estes dependem do número de respostas válidas obtidas. Assinale com X a (s) sua resposta (s). A confidencialidade dos dados e o seu anonimato são absolutamente garantidos.

Obrigado pela sua colaboração
O Mestrando: J.P. Vieira

DATA:...../...../2012

Q1: Já tinha visitado a cidade do Funchal, anteriormente?

- Nunca
- Uma vez
- 2 ou 3 vezes
- 4 ou mais vezes

Q2: Qual o principal motivo desta visita?

- Lazer/Férias
- Negócios
- Visita a Familiares/Amigos
- Congresso/Conferência
- Outro.

Qual? _____

Q3: Que fontes de informação o influenciaram a visitar o Funchal. Utilize uma escala de 1 a 5, em que o **1** significa **Sem Influência** e o **5** **Muita Influência**.

TV / Radio	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
Jornais ou Revistas	1	2	3	4	5
Tour Operador	1	2	3	4	5
Agência de Viagem	1	2	3	4	5
Recomendação de amigos/familiares	1	2	3	4	5
Visita anterior	1	2	3	4	5
Portais da Madeira na Internet	1	2	3	4	5
Brochuras de informação turística	1	2	3	4	5

Q4: Qual o meio principal de organização desta viagem? Indique **apenas uma** opção.

- Através de Tour Operador
- Através de Agência Viagem
- Através de Familiares/Amigos
- Pessoalmente pela Internet

Outro.

Qual? _____

-

Q5. Nesta visita viaja:

- Sozinho (Passar para a pergunta Q6)
- Acompanhado

Q5.1 Com quem viaja?

- Cônjuge/Companheiro
- Filhos
- Outros Familiares
- Amigos/Conhecidos
- Colegas de trabalho
- Em grupo

Q6: Indique a tipologia de Hotel onde está alojado.

- Hotel 5 estrelas
- Hotel 4 estrelas
- Hotel 3 estrelas
- Aparthotel
- Estalagem
- Quinta
- Turismo Habitação
- Casa Particular
- Outro.

Qual? _____

Q7: Indique o seu grau de discordância/concordância com as seguintes afirmações:

Q7.1 A visita à cidade do Funchal superou as minhas expectativas.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

Q7.2: Existe equilíbrio entre edifícios e espaços verdes na cidade do Funchal.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

Q7.3: Existe harmonia entre património (histórico/cultural / religioso) e construção urbana na cidade do Funchal.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

Q7.4: Os serviços turísticos ao dispor do visitante (informação, restauração, comércio e outros) são dignos de um destino turístico de qualidade.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

Q8: Em geral, qual o grau de satisfação da sua visita à cidade do Funchal? Utilize uma escala de 1 a 5, em que o **1** significa **Muito Insatisfeito** e o **5** **Muito Satisfeito**.

Muito Insatisfeito					Muito Satisfeito	
1	2	3	4	5		

Q8.1.: A nível de hospitalidade da comunidade local como a classifica durante a sua estada? Utilize uma escala de 1 a 5, em que o **1** significa **Muito Insatisfeito** e o **5** **Muito Satisfeito**.

Muito Insatisfeito					Muito Satisfeito	
1	2	3	4	5		

8.2.: Comparativamente ao destino que visitou antes como classificaria a Madeira (Relação preço / qualidade)? Utilize uma escala de 1 a 5, em que o **1** significa **Muito Melhor** e o **5** **Muito Pior**.

Muito Melhor					Muito Pior	
1	2	3	4	5		

Q8.3.: Indique o Destino turístico que visitou antes:

Q9: Tenciona regressar à Madeira e visitar novamente a cidade do Funchal nos próximos 3 anos?

- Com certeza que não
- Provavelmente não
- Não sei
- Provavelmente sim
- Com certeza que sim

Q10: Tenciona recomendar a visita à cidade do Funchal aos seus familiares/amigos?

- Com certeza que não
- Provavelmente não
- Não sei
- Provavelmente sim
- Com certeza que sim

Q10.1: Tenciona publicar online as suas impressões (fotos, comentários ou outro conteúdo) sobre a cidade do Funchal?

- Com certeza que não
- Provavelmente não
- Não sei
- Provavelmente sim
- Com certeza que sim

Q11. Assinale os serviços que comprou quando fez a reserva desta viagem?

- Voo
- Transfer do Aeroporto
- Alojamento
- Aluguer de automóvel
- Outros serviços

Q12. Nesta viagem, comprou algum pacote turístico?

- Sim
- Não

Q13. Quanto pagou por estes serviços reservados no seu local de residência?

- Até 300€
- 301 a 600€
- 601 a 900€
- 901 a 1500€
- 1501 a 2000€
- Mais de 2000€

Q13.1: Além dos custos indicados na questão anterior, quanto gastou (ou pensa gastar), nesta estada na cidade do Funchal, em serviços não incluídos na reserva que efectuou.

- Até 300€
- 301 a 600€
- 601 a 900€
- 901 a 1500€
- 1501 a 2000€
- Mais de 2000€

Q14. Os gastos anteriores referem-se a quantas noites e para quantas pessoas?

Nº noites		Nº pessoas	
--------------	--	---------------	--

Q15. Apresentou ou pretende apresentar alguma reclamação referente a qualquer serviço que lhe foi prestado durante a sua estada na Madeira?

Sim		Não	
-----	--	-----	--

Q15.1. Se respondeu Sim por favor indique a que se refere a reclamação efectuada.

Qual? _____

A quem? _____

Dados de caracterização Sócio Demográfica:

Q16 Indique o seu País de Residência?

--

Q16.1 Género?

- Feminino
- Masculino

Q16.2 Idade?

- 15 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 a 74 anos
- 75 a 84 anos
- 85 anos ou mais

Q16.3: Habilitações Literárias? Assinale a sua habilitação mais elevada.

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Pós-Doutoramento

Q16.4: Situação profissional?

- Trabalhador por conta própria
- Reformado
- Desempregado
- Desempregado
- Doméstica
- Estudante

Q16.5: Estado civil?

- Casado
- Solteiro
- Divorciado
- Viúvo
- União de Facto

Muito obrigado pela sua colaboração.