



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**SATISFAÇÃO E LEALDADE DOS VISITANTES QUE SE DESLOCAM AO
MUNICÍPIO DA PÓVOA DE LANHOSO**

Joel Matias Da Silva Rodrigues

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do
Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão Pública

Orientado por:

Professora Doutora Paula Odete Fernandes

Bragança, dezembro de 2022.



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**SATISFAÇÃO E LEALDADE DOS VISITANTES QUE SE DESLOCAM AO
MUNICÍPIO DA PÓVOA DE LANHOSO**

Joel Matias Da Silva Rodrigues

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do
Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão Pública

Orientado por:

Professora Doutora Paula Odete Fernandes

Bragança, dezembro de 2022.

Resumo

Nos últimos anos, o turismo tornou-se um dos principais impulsionadores da economia global, movimentando milhares de pessoas em todo o mundo. Os turistas procuram cada vez mais experiências agradáveis, o que torna essencial compreender suas necessidades e desejos.

A Póvoa de Lanhoso, localizada no coração de Portugal, é conhecida pelo seu rico património histórico, cultural e natural, atraindo visitantes de todo o país e do estrangeiro. O turismo desempenha um papel crucial na governação local, impulsionando o desenvolvimento socioeconómico da região.

Desta forma, a presente dissertação surge com o intuito de avaliar o grau de satisfação e de lealdade dos visitantes que se deslocam ao município da Póvoa de Lanhoso. O concelho da Póvoa de Lanhoso destaca-se como destino turístico de excelência, sendo procurado pelas suas paisagens, história, monumentos e gastronomia. Consciente da relevância que as políticas de promoção turística têm para o desenvolvimento do concelho, o Município da Póvoa de Lanhoso, apostou num segmento turístico em forte expansão: o turismo itinerante, cuja adesão vai ganhando expressão entre turistas nacionais e estrangeiros, sobretudo na modalidade do autocaravanismo, tido como um segmento turístico caracterizado por circular todo o ano e não apenas na época estival, com reflexos importantes no comércio e restauração dos locais visitados. Pelos resultados obtidos observou-se que os turistas encontram-se satisfeitos com a experiência de visitar a Póvoa de Lanhoso, ainda que existam vários aspetos a serem melhorados para potencializar de forma mais evidente o turismo na vila.

Palavras-Chave: Turismo, Póvoa de Lanhoso, satisfação, recomendação, património, natureza.

Abstract

Over the last few years, tourism has become one of the main drivers of the global economy, moving thousands of people around the world. Tourists are increasingly looking for pleasant experiences, which makes it essential to understand their needs and desires.

Póvoa de Lanhoso, located in the heart of Portugal, is known for its rich historical, cultural and natural heritage, attracting visitors from all over the country and abroad. Tourism plays a crucial role in local governance, driving the socio-economic development of the region.

This dissertation therefore aims to assess the level of satisfaction and loyalty of visitors to the municipality of *Póvoa de Lanhoso*. The municipality of *Póvoa de Lanhoso* stands out as a tourist destination of excellence, sought after for its landscapes, history, monuments and gastronomy. Aware of the importance of tourism promotion policies for the development of the municipality, the Municipality of *Póvoa de Lanhoso* has invested in a booming tourist segment: itinerant tourism, which is gaining popularity among domestic and foreign tourists, especially in the form of motorhome tourism, which is a tourist segment characterized by circulation throughout the year and not just during the summer season, with important repercussions on the commerce and restaurants of the places visited. From the results obtained, it was observed that tourists are satisfied with the experience of visiting *Póvoa de Lanhoso*, although there are several aspects to be improved to enhance tourism in the town.

Keywords: Tourism, *Póvoa de Lanhoso*, satisfaction, recommendation, heritage, nature.

Dedico esta dissertação, aos meus pais, irmã, namorada e amigos por todo o apoio incondicional que me deram ao longo desta grande caminhada e sem os quais era impensável a conclusão deste longo percurso.

Agradecimentos

Agradeço a todos aqueles que tornaram possível a elaboração desta dissertação.

Em particular, à Professora Paula Odete Fernandes, pela orientação e pelo apoio sem os quais não seria possível a sua elaboração.

Lista de Acrónimos e Siglas

CIM – Comunidade Intermunicipal

DGOTDU – Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPB – Instituto Politécnico de Bragança

NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

SPSS – *Statistical Product and Service Solutions*

TPNP – Turismo do Porto e Norte de Portugal

UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*

Índice Geral

Índice de Tabelas	vii
Introdução.....	1
1. Enquadramento Teórico.....	3
1.1 Gestão Pública	3
1.2 Importância da Gestão Pública na área do Turismo.....	4
1.3 Turismo.....	5
1.4 Tipos de Turismo.....	6
1.5 Competitividade Turística.....	7
1.6 Satisfação Turística	8
2. Turismo na Póvoa de Lanhoso	10
2.1 Análise da oferta turística da Póvoa de Lanhoso.....	11
2.2 Análise da Procura Turística da Póvoa de Lanhoso	11
3. Contextualização da problemática: o caso da Vila da Póvoa de Lanhoso	13
3.1 Contexto da Vila da Póvoa de Lanhoso	13
3.2 Incentivos municipais ao turismo: breve análise.....	15
3.3 Mercado Turístico.....	16
3.3.1 Procura Turística	17
3.3.2 Oferta Turística.....	18
4. Metodologia de Investigação.....	19
4.1 Objetivos e Hipóteses de Investigação	19
4.2 Instrumento de Recolha de Dados.....	20
4.3 Tratamento de Dados.....	21
5. Apresentação e Análise dos Resultados	24
5.1 Caracterização da Amostra.....	24
5.2 Experiência e Planificação da Viagem	26
5.3 Satisfação e Lealdade do Visitante	27
5.4 Validação das Hipóteses de Investigação	30
Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação	33
Referências Bibliográficas	35
Anexos.....	38
Anexo A Questionário	38

Índice de Tabelas

Tabela 1: Pontos Turísticos da Póvoa de Lanhoso.....	15
Tabela 2: Número de Dormidas segundo o país de residência habitual, para o período de 2016-2021.....	17
Tabela 3: Número de Hóspedes segundo o país de residência habitual, para o período 2018-2021.....	17
Tabela 4: Estadia Média de Hóspedes dos turistas estrangeiros e nacionais para o período 2018-2021.	18
Tabela 5: Número de estabelecimentos hoteleiros e de alojamento turístico, para o período 2016-2021.....	18
Tabela 6: Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros e nos estabelecimentos de alojamento turístico, para o período 2016-2021.....	18
Tabela 7: Indicador de confiabilidade (grupo 4 do questionário).....	22
Tabela 8: Hipóteses de Investigação.	22
Tabela 9: Caracterização profissional e sociodemográfica do visitante.	25
Tabela 10: Experiência e planificação da viagem.	26
Tabela 11: Lealdade do visitante quanto a uma possível recomendação.	27
Tabela 12: Satisfação do visitante quanto à visita.	27
Tabela 13: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente aos atributos do destino.	28
Tabela 14: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente aos transportes e mobilidade.	28
Tabela 15: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente às atividades de animação turística.	29
Tabela 16: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente ao alojamento e restauração.	30
Tabela 17: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente à informação e sinalização turística.	30
Tabela 18: Resumo dos resultados das hipóteses (Lealdade).	31
Tabela 19: Resumo dos resultados das hipóteses (Satisfação).	32

Introdução

A Póvoa de Lanhoso, é uma vila situada no distrito de Braga alicerçada em vários acontecimentos relevantes naquilo que foi a formação de Portugal. Quer seja pela sua história, quer seja pela sua localização ou até pelos seus monumentos, deparamo-nos com um concelho que nos últimos anos se tem destacado no panorama turístico nacional.

Observando esta nítida evolução, podemos afirmar que este crescimento, deve-se, em grande parte, a uma atual valorização do património natural, cultural e histórico em Portugal. Para além disso, nota-se uma vontade emergente, proveniente de uma grande parte da população, em deslocar-se a locais variados para sentirem o seu meio envolvente.

Feita esta análise, encontram-se assim duas grandes vertentes do turismo. A primeira vertente está direcionada ao turismo de massas, isto é, o tipo de turismo que procura satisfazer o maior número de pessoas com o intuito de obter grandes retornos e conseqüentemente proporcionar experiências mais em conta. Isto leva-nos a alguns problemas, nomeadamente à duração deste tipo de turismo, pois normalmente é sazonal. O segundo grande problema desta vertente foca-se no interesse deste público. Pode perceber-se que em grande parte recorrem a este tipo de turismo para relaxar e

descansar deixando um pouco de parte as ofertas culturais e históricas que o lugar tem para lhes proporcionar.

Antagonicamente, a segunda vertente denomina-se de turismo seletivo, uma vez que este procura um público-alvo que privilegia as experiências culturais e históricas dos vários locais.

No caso da Póvoa de Lanhoso, estamos perante um destino que se concentra em potencializar a sua história e cultura embora haja também incentivos a outro tipo de atividades e eventos dinamizadores do comércio local.

Posto isto, a matéria de estudo para a elaboração desta dissertação incidiu nos visitantes da Póvoa de Lanhoso em que o objetivo principal assentou em determinar o seu grau de satisfação e a sua lealdade. Com este estudo pretende-se criar ferramentas e base de dados que sirvam de indicadores ao trabalho desenvolvido até ao momento pelo município e pelas entidades responsáveis através da visão dos visitantes da vila.

Foi realizada uma abordagem metodológica quantitativa refletindo-se na elaboração de um inquérito por questionário. Este questionário foi construído através da plataforma digital Google Forms, posteriormente o mesmo foi enviado via e-mail para o e-mail geral de estudantes do IPB, para os alunos da ESTiG e foi ainda divulgado nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, para que estes pudessem participar de forma voluntária e anónima. De salientar que de ambas as formas que o questionário foi divulgado foi salientado que apenas visitantes da Póvoa de Lanhoso poderiam responder ao mesmo.

Na sua estrutura, este trabalho desenvolve-se em 5 pontos. No ponto 1 foi feito um enquadramento teórico para estabelecer as definições de 3 conceitos chave como, Turismo, Turismo cultural e Satisfação Turística. No ponto 2 contextualiza-se a vila da Póvoa de Lanhoso tanto a nível geográfico como a nível histórico. Ainda neste ponto, fez-se uma descrição dos pontos turísticos da Póvoa de Lanhoso, uma breve análise dos incentivos municipais relativamente ao turismo e por último uma análise dos dados estatísticos da procura e oferta turística da vila, com recurso a dados fornecidos pelo INE. O ponto 3 é referente à metodologia onde se definem os objetivos e as hipóteses de investigação, retrata-se o instrumento de recolha de dados e através dos dados obtidos realiza-se o tratamento de dados. No ponto 4 apresenta-se e analisam-se os dados realizando a análise descritiva e a análise inferencial que ajudam a responder ao objetivo do estudo e às hipóteses de investigação. Por último, no último ponto apresentam-se as conclusões mais importantes do estudo, limitações e futuros estudos.

1. Enquadramento Teórico

Este ponto será usado como suporte teórico com o intuito de entender melhor o conteúdo dos conceitos chave.

1.1 Gestão Pública

A gestão pública é uma área de estudo que se concentra em organizações governamentais geridas e administradas. Segundo Maximiano (2007, p.74), a gestão pública pode ser definida como "o conjunto de atividades, planos, programas e projetos que visam atender às necessidades da população, utilizando recursos públicos de forma eficiente e eficaz, a fim de alcançar os objetivos do Estado".

O principal objetivo da gestão pública é garantir que os recursos públicos sejam utilizados da melhor forma possível para atender às necessidades da população. Isso envolve a alocação adequada de recursos financeiros, humanos e materiais para a realização de serviços públicos de qualidade. De acordo com Pollitt (2010, p.51), a gestão pública deve ter como objetivo final a entrega efetiva de serviços públicos de alta qualidade e, para isso, é necessário que os gestores públicos se

concentrem no aumento da eficiência, eficácia, qualidade e responsabilidade dos serviços que oferecem.

As funções da gestão pública incluem o planeamento, organização, direção e controlo das atividades do governo. O planeamento é a função de definir as metas e objetivos que a organização governamental deseja alcançar, bem como os meios para atingir esses objetivos. A organização envolve a estruturação da organização governamental e a atribuição de responsabilidades a cada departamento e funcionário. A direção inclui a liderança e motivação dos funcionários e o controlo envolve o monitoramento e avaliação do desempenho do governo em relação aos objetivos definidos.

A gestão pública enfrenta uma série de desafios, que vão desde a complexidade e a diversidade das procuras sociais até às limitações financeiras e os problemas de corrupção e ineficiência. Segundo o autor Machado (2018, p.25), um dos principais desafios da gestão pública é a adaptação às mudanças sociais e tecnológicas, que exigem novas formas de gestão e de prestação de serviços públicos. Além disso, a gestão eficiente dos recursos públicos, a transparência e a participação dos cidadãos também se apresentam como desafios importantes para os gestores públicos.

De acordo com o autor Oliveira (2014, p.23), a gestão pública deve ser capaz de promover a efetividade das políticas públicas, gerir os recursos públicos de forma responsável, promover a participação dos cidadãos e a transparência nas decisões públicas, garantir a sustentabilidade financeira do Estado e fomentar a inovação e a criatividade na gestão pública. Esses objetivos são desafiadores e exigem uma atuação constante dos gestores públicos em busca de soluções eficientes e eficazes para as procuras da sociedade.

Para superar esses desafios, é importante que os gestores públicos estejam comprometidos com a melhoria contínua dos serviços públicos, atuando de forma ética e transparente, promovendo a participação dos cidadãos e procurando constantemente novas formas de gestão e de prestação de serviços públicos. A superação desses desafios contribui para a melhoria da qualidade de vida da população e para a consolidação de uma sociedade mais justa e democrática.

1.2 Importância da Gestão Pública na área do Turismo

A Gestão Pública é um fator chave para o desenvolvimento do turismo em Portugal. Com um setor turístico cada vez mais competitivo, é essencial que os governos locais e regionais invistam em estratégias e políticas que apoiem o crescimento sustentável deste setor.

De acordo com Azevedo e Almeida (2018, pp 159-174), a gestão pública no turismo deve ser vista como um processo que inclui a planificação, implementação, monitorização e avaliação de políticas, programas e projetos turísticos. Esta abordagem integrada é fundamental para garantir a eficácia e eficiência da gestão pública no turismo.

Além disso, é necessário que as políticas e estratégias de gestão pública sejam baseadas numa análise cuidadosa das necessidades e expectativas dos turistas e da comunidade local. Como

destaca Antunes (2019, pp 121-136), a gestão pública no turismo deve ter em conta as dimensões económicas, sociais e ambientais, a fim de garantir um desenvolvimento sustentável do setor.

A importância da gestão pública no turismo não se limita apenas à promoção do desenvolvimento económico. Através da implementação de políticas e estratégias eficazes, a gestão pública pode também contribuir para o aumento da qualidade de vida das comunidades locais e para a preservação do património cultural e ambiental.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2013), "a gestão sustentável do turismo deve levar em conta as necessidades das comunidades anfitriãs, dos visitantes, do meio ambiente e dos operadores turísticos, bem como das gerações futuras". A gestão pública no turismo, portanto, deve ser voltada para o desenvolvimento de políticas e estratégias que visem a satisfação dessas necessidades de forma equilibrada.

Em resumo, a gestão pública é crucial para o sucesso do turismo em Portugal. Através da implementação de políticas e estratégias integradas e sustentáveis, é possível promover o desenvolvimento económico, a qualidade de vida das comunidades locais e a preservação do património cultural e ambiental.

1.3 Turismo

O turismo é uma das principais atividades económicas em todo mundo, gerando anualmente grandes receitas monetárias e simultaneamente milhões de empregos diretos e indiretos que lhe valem o reconhecimento de um dos principais motores de desenvolvimento económico e social de vários países. Contudo, esta atividade também apresenta alguns impactos negativos nos vários campos que abrange direta e indiretamente. Podem-se observar sobrecargas de infraestruturas, degradação ambiental e perda de património cultural. Assim sendo, o turismo é uma atividade que necessita de uma gestão responsável, sustentável e cuidadosa para que se consiga manter um equilíbrio entre os ganhos económicos, a preservação do meio ambiente e a inclusão social.

Atendendo ao panorama apresentado anteriormente, percebe-se que é neste ponto que a área da gestão pública demonstra ser crucial para o desenvolvimento turístico sustentável.

O conhecimento dos campos da gestão pública, permite desenvolver políticas, práticas e regulamentos que ajudam na promoção do bom funcionamento desta atividade.

O desenvolvimento destas estratégias, revelam-se um grande desafio para os gestores, uma vez que estes necessitam de criar relações e ligações entre os setores públicos e privados com a finalidade de desenvolver medidas que promovam um turismo sustentável. Neste tipo de parcerias, destacam-se a elaboração de planos que englobam a participação social, a promoção das atividades turísticas que valorizam a cultura local e a biodiversidade, a fiscalização do uso dos recursos naturais e finalmente a criação de incentivos para a implementação de práticas

sustentáveis pelos prestadores de serviços turísticos. Importante será referir que para além disto é necessário o investimento em infraestruturas turísticas visando a garantia de comodidade e segurança tanto dos turistas como dos habitantes locais.

Em suma, esta atividade económica revela-se bastante complexa pois necessita de trabalhos multidisciplinares para o seu bom funcionamento. Apesar dos indicadores positivos do seu desenvolvimento atual, esta área nem sempre esteve ao nível que se conhece hoje e foram necessários vários estudos ao longo dos anos para se conseguirem os resultados atuais, onde um dos grandes fatores de discussão foi a sua definição.

Segundo a Organização Mundial de Turismo, UNWTO (1991), define “o Turismo é o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadias em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” UNWTO (1991).

Já para Leiper (1979, p.404) “o Turismo compreende um sistema relacionado com a deslocação das pessoas para fora da sua área habitual de residência por uma ou mais noites, exceto deslocações com o objetivo de obtenção de remunerações na área visitada ou em trânsito. Os elementos do sistema são os turistas, as áreas geradoras de turismo, as regiões de trânsito e a indústria turística. Estes elementos estão interligados espacialmente e funcionalmente de um sistema aberto, a organização destes elementos operacionaliza-se em ambientes amplos que interagem uns com os outros: ambientais, sociais e tecnológicos.”

Posto isto, para se perceber melhor o estudo do turismo e o seu impacto, “o estudo do turismo inclui o estudo das pessoas que se deslocam para essas áreas, os equipamentos e infraestruturas que são erigidos (oferecidos aos turistas) e o impacto económico, sociocultural e ambiental possuindo as características criadas por esses turistas nas comunidades receptoras” (Mathieson & Wall, 1982, p.1).

1.4 Tipos de Turismo

De todas as suas definições no seu campo mais geral, consegue-se perceber que existem vários pontos em comum em todas elas e mais importante que uma definição geral, foi necessário catalogar os vários tipos de turismo de acordo com a natureza e as motivações dessas atividades.

Partindo deste pressuposto, para o trabalho realizado, incide-se no turismo cultural, ambiental, de aventura e desporto, religioso, de negócios, de saúde, de consumo e gastronómico.

O turismo cultural, por exemplo, "é aquele que busca conhecer os elementos que caracterizam a cultura de um determinado povo, como suas manifestações artísticas, históricas e folclóricas" (Lopes, 2010, p. 11).

Já o turismo ambiental, compreende "todas as atividades turísticas que se realizam no meio natural, com o objetivo de conhecer, apreciar ou desfrutar da natureza" (Valderrama; Sánchez, 2003, p. 23).

O turismo de aventura e desporto, por sua vez, "é aquele que se baseia na prática de atividades de risco ou que envolvem um certo grau de desafio físico e emocional, como *trekking*, rapel, escalada, *rafting*, entre outros" (Rodrigues, 2014, p. 16).

Em relação ao turismo religioso pode-se dizer que, "é um tipo de turismo que se caracteriza por um interesse por locais sagrados, peregrinações, festas e celebrações religiosas" (Gouvêa;Ribeiro, 2012, p. 45).

Outro tipo de turismo é o de negócios, que "engloba desde feiras e exposições até congressos e convenções" (Izaga, 2014, p. 30), enquanto o turismo de saúde "é aquele que se realiza com a finalidade de receber tratamentos médicos num país ou região diferente daquele em que se reside" (Lajolo, 2018, p. 52).

O turismo de compras, por sua vez, "é aquele que se caracteriza pelo interesse em realizar compras em destinos turísticos, seja em lojas de grife ou em mercados populares" (Silveira, 2016, p. 18).

"O turismo gastronómico é uma forma crescente de turismo que se concentra na experiência culinária e gastronômica em um destino, e pode ser uma forma poderosa de promover a identidade cultural e a sustentabilidade", Lucy Long, in "*Culinary Tourism*" (2004, pp.183-185).

1.5 Competitividade Turística

A competitividade turística é um tema crucial para o desenvolvimento económico de muitos países, incluindo Portugal. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, a competitividade turística é definida como "o conjunto de capacidades e recursos de um destino que lhe permitem atrair e manter visitantes, aumentar a sua satisfação e competir eficazmente com outros destinos turísticos" (OMT, 2013).

Para ser competitivo no setor turístico, é essencial que um destino possua uma série de fatores determinantes que o diferenciem de outros destinos. Dentro de uma série de fatores determinantes da competitividade turística destacam-se a qualidade dos serviços oferecidos, a infraestrutura, o património cultural, a acessibilidade, a segurança, a hospitalidade e a inovação (Gonçalves & Gonçalves, 2019, pp.18-25).

Para Gonçalves e Gonçalves (2019, pp.18-25), a competitividade turística não se limita a ter um conjunto de fatores determinantes, mas sim em saber utilizá-los de forma estratégica. Assim, é fundamental que os destinos turísticos invistam em estratégias de marketing e comunicação para promover os seus recursos e serviços, criem parcerias com outras empresas e organizações locais e regionais, apostem na formação e na capacitação dos seus profissionais, e desenvolvam produtos turísticos diferenciados e inovadores.

Nesse sentido, a inovação é um fator cada vez mais importante para a competitividade turística. Segundo Richards e Wilson (2017, pp.72-86), a inovação pode assumir diversas formas, desde a criação de novos produtos turísticos, passando pela utilização de tecnologias inovadoras, até à adoção de novas práticas de gestão e governação. Dessa forma, a inovação é um meio de diferenciar um destino turístico, tornando-o mais atrativo e competitivo em relação aos seus concorrentes.

Em suma, a competitividade turística é fundamental para o desenvolvimento económico dos destinos turísticos, sendo influenciada por uma série de fatores determinantes, tais como a qualidade dos serviços, a infraestrutura, o património cultural, a acessibilidade, a segurança, a hospitalidade e a inovação. Para serem competitivos, os destinos turísticos devem saber utilizar estrategicamente esses fatores, investindo em estratégias de marketing e comunicação, parcerias, formação e desenvolvimento de produtos turísticos inovadores.

1.6 Satisfação Turística

A satisfação do cliente é um dos principais objetivos da indústria do turismo, pois clientes satisfeitos tendem a voltar e a recomendar um destino turístico a outras pessoas. Por isso, estudos de satisfação do cliente são fundamentais para o sucesso das empresas e destinos turísticos.

Para Pedragosa (2012, p.99), “a satisfação global é o grau de sentimento de prazer adquirido quando o serviço tem a capacidade de corresponder aos desejos, necessidades e expectativas”.

De acordo Sousa (2011, p.11), a satisfação tem um carácter relativo, ou seja, a sua avaliação é um processo comparativo entre a experiência subjetiva vivida pelo cliente e um padrão de referência inicial consubstanciando-se na comparação das expectativas e perceções do desempenho do produto.

Ainda de acordo com Sousa (2011, p.11) “parece adequado considerar que a satisfação é um estado cognitivo e emocional transitório, resultante de uma experiência única ou acumulada com um serviço, consumo ou utilização de um produto, onde um cliente satisfeito está convencido de que a aquisição de determinado produto/serviço foi algo positivo, o que facilita a hipótese de uma relação de continuidade entre o cliente e a empresa”.

Vários estudos têm sido realizados para investigar os fatores que influenciam a satisfação do cliente em turismo e como essa satisfação pode ser alcançada e mantida.

De acordo com um estudo realizado por Kozak e Rimmington (2000, pp 260-269), a satisfação do cliente em turismo é influenciada por vários fatores, incluindo a qualidade do serviço, a qualidade da acomodação, a limpeza, a segurança e a conveniência do destino turístico. Além disso, a interação entre os turistas e os membros da equipa também é um fator importante que afeta a satisfação do cliente.

Outro estudo realizado por Oliver (1997, p.4) destacou a importância da comunicação na satisfação do cliente. Segundo o autor, a comunicação eficaz entre os clientes e os membros da equipa do turismo pode aumentar a satisfação do cliente e, conseqüentemente, a sua intenção de voltar ao destino turístico.

Para garantir a satisfação do cliente em turismo, é essencial que os profissionais do setor estejam cientes desses fatores e trabalhem para oferecer um serviço de alta qualidade e atender às expectativas dos clientes. Além disso, é importante que as empresas de turismo monitorem continuamente a satisfação do cliente, recolhendo o feedback dos clientes e avaliando a eficácia das suas políticas e práticas.

2. Turismo na Póvoa de Lanhoso

A Póvoa de Lanhoso é um município situado na região do Minho, em Portugal, que tem vindo a ganhar destaque no setor do turismo nos últimos anos. Com uma localização privilegiada entre a cidade de Braga e o Parque Nacional da Peneda-Gerês, a Póvoa de Lanhoso apresenta uma oferta turística diversificada e atrativa, que inclui património histórico-cultural, gastronomia típica, atividades de natureza e desporto, festas e eventos culturais, entre outros.

Segundo o INE, o número de visitantes que se deslocam à Póvoa de Lanhoso tem vindo a aumentar significativamente nos últimos anos, bem como a estadia média dos visitantes, como será referido detalhadamente num ponto posterior.

Neste sentido, a gestão pública tem um papel fundamental na promoção e desenvolvimento da oferta turística do município, visando aumentar a satisfação dos visitantes e, conseqüentemente, impulsionar o setor do turismo como fonte de rendimento e desenvolvimento económico local.

2.1 Análise da oferta turística da Póvoa de Lanhoso

A Póvoa de Lanhoso é um concelho localizado no distrito de Braga, no Norte de Portugal. Com uma área de 134,65 km² e uma população de aproximadamente 22 mil habitantes, a Póvoa de Lanhoso apresenta um conjunto de recursos, infraestruturas e serviços turísticos que a tornam uma das regiões mais atrativas do país.

Segundo Medeiros (2012), a análise da oferta turística de uma região deve levar em consideração os recursos naturais, culturais e patrimoniais disponíveis. No caso da Póvoa de Lanhoso, destaca-se o Castelo de Lanhoso, um dos principais monumentos da região, que remonta ao século XI. Além disso, existem diversos recursos naturais, como a Serra da Cabreira e a Barragem do Ermal, que oferecem oportunidades para atividades ao ar livre, como caminhadas, ciclismo e desportos aquáticos.

Para além dos recursos, é importante analisar a infraestrutura turística da região. Segundo Gomes (2010), a infraestrutura é um elemento essencial para a competitividade do turismo e pode ser dividida em três categorias: transporte, alojamento e restauração. No caso da Póvoa de Lanhoso, a região conta com uma boa rede de transporte, incluindo estradas e transportes públicos locais. Quanto ao alojamento, existem diversas opções, desde hotéis e pousadas até casas de campo e turismo rural. No que diz respeito à restauração, a região é conhecida pelos seus pratos tradicionais, como os Bifes à Romaria, Bacalhau assado com batatas a murro e Cabrito.

Por fim, é fundamental analisar os serviços turísticos disponíveis na região. Segundo Buhalis (2000, pp.97-116), os serviços turísticos incluem atividades e serviços complementares, como guias turísticos, agências de viagens, lojas de lembranças e atividades culturais. Na Póvoa de Lanhoso, existem diversas opções de serviços turísticos, incluindo visitas guiadas ao Castelo de Lanhoso, empresas de atividades ao ar livre e lojas de artesanato local.

Em suma, a Póvoa de Lanhoso apresenta uma oferta turística diversificada, com recursos naturais, culturais e patrimoniais, infraestruturas de transporte, alojamento e restauração e serviços turísticos complementares. Como afirma Buhalis (2000, pp.97-116), "a oferta turística é um fator crucial para o sucesso do turismo de qualquer destino", e a Póvoa de Lanhoso apresenta um potencial significativo para atrair turistas de todo o mundo como é apresentado posteriormente nesta dissertação.

2.2 Análise da Procura Turística da Póvoa de Lanhoso

A análise da procura turística de um destino é uma etapa crucial para a elaboração de um plano de gestão pública eficiente e que atenda às necessidades dos turistas. Neste sentido, diversas etapas devem ser consideradas para uma análise completa e abrangente.

Inicialmente, é importante considerar a definição do conceito de procura turística, que envolve não só o número de visitantes, mas também as suas características e motivações. Segundo Mill e

Morrison (2002, p.16), a procura turística pode ser entendida como "o conjunto de pessoas que viajam por lazer, negócios, estudos ou outros fins que não envolvam residência permanente no local de destino".

Em seguida, é fundamental analisar as tendências e padrões da procura turística do destino em questão. Nesse sentido, podem ser considerados aspectos como sazonalidade, perfil dos visitantes, principais mercados emissores, entre outros. Conforme sugerido por Buhalis e Costa (2005, p.77), a análise das tendências de procura turística é importante para "identificar oportunidades e ameaças, avaliar o desempenho e a concorrência, e orientar a tomada de decisões estratégicas". Outro aspecto importante na análise da procura turística é a satisfação dos turistas. A compreensão das percepções e expectativas dos visitantes em relação ao destino pode auxiliar na identificação de pontos fortes e fracos e no desenvolvimento de estratégias para melhorar a experiência dos turistas. Nesse sentido, é possível recorrer a metodologias como pesquisas de satisfação e análise de comentários em plataformas online. Segundo Kozak e Rimmington (2000, p.305), "a satisfação do turista é fundamental para a fidelização e recomendação do destino, e pode influenciar diretamente no sucesso da indústria do turismo".

No caso específico da Póvoa de Lanhoso, é possível realizar uma análise da procura turística considerando aspetos como o património histórico e cultural, as atividades turísticas disponíveis, o perfil dos visitantes, entre outros. A pesquisa de satisfação dos turistas que visitam a região pode ser uma ferramenta valiosa para identificar pontos fortes e fracos e propor melhorias para a gestão pública do turismo.

3. Contextualização da problemática: o caso da Vila da Póvoa de Lanhoso

Neste ponto contextualiza-se a vila da Póvoa de Lanhoso tanto a nível geográfico como a nível histórico. Foi realizada uma descrição dos pontos turísticos da Póvoa de Lanhoso, uma breve análise dos incentivos municipais relativamente ao turismo e por último uma análise dos dados estatísticos da procura e oferta turística da vila, com recurso a dados fornecidos pelo INE.

3.1 Contexto da Vila da Póvoa de Lanhoso

Geograficamente, de acordo com a Carta Educativa do Município da Póvoa de Lanhoso, a Póvoa de Lanhoso é uma vila portuguesa que está delimitada a noroeste pelo município de Amares, a este por Vieira do Minho, a sudeste por Fafe, a sudoeste por Guimarães e a oeste por Braga. O concelho da Póvoa de Lanhoso localiza-se geograficamente entre a margem esquerda do Rio Cávado e a margem direita do Rio Ave. Pertence ao distrito de Braga e insere-se na sub-região do Ave sendo

constituída por 29 freguesias em toda a sua extensão e é um dos oito concelhos que fazem parte da NUTS¹ III Ave.

O município da Póvoa de Lanhoso, que possui uma área total de 134,65 km², além de 21.787 habitantes em 2021, tem uma densidade populacional de 162 habitantes por km².

Apoiado nos textos sobre as regiões de Portugal do lugar da internet no site “Solares de Portugal” consultado em 1 de outubro de 2022, o Castelo de Lanhoso é a principal referência histórica do concelho sendo considerado um ex-libris do mesmo. Este castelo teve importância na fundação da nacionalidade, tendo sido um baluarte² da Reconquista Cristã. Nele se refugiou D. Teresa, mãe de D. Afonso Henriques, dos exércitos de sua irmã D. Urraca que acaba por cercá-lo, mas perante a impossibilidade de o tomar, chega a um entendimento, assinando o Tratado de Lanhoso, acontecimento este que teve grande importância para a fundação de Portugal. Nas últimas décadas do Século XII, o Castelo de Lanhoso volta a ser falado devido a um episódio de infidelidade conjugal por parte de D. Inês Sanches, esposa de D. Rodrigo Gonçalves Pereira. Este, convencido da infidelidade da esposa, manda incendiar o castelo, queimando a sua esposa e o seu cúmplice, e todos os coniventes com a situação.

Em 1292 é criado por D. Dinis o concelho das Terras de Lanhoso, e este atribui-lhe foral. Em 1514, o concelho de Lanhoso recebe nova carta de foral, de D. Manuel I, sendo este uma reforma do tratado anterior. Outra grande marca da história da Póvoa de Lanhoso é a Revolta da Maria da Fonte em 1846. Trata-se de um acontecimento histórico, de cariz popular, que se iniciou neste concelho, e que abrangeu todo o país num movimento de contestação ao governo dos Cabrais.

Segundo Bettencourt (2003, p.637), “uma análise atenta do levantamento patrimonial concelhio, entendido nas suas múltiplas valências - património arqueológico, arquitetónico, paisagístico, natural, gastronómico - em estreita associação com as atividades de cariz tradicional, quer sejam ligadas ao trabalho ou às festividades e aos equipamentos de lazer, por forma a fazer ressaltar e a valorizar as especificidades da história local.”

Com esta citação pretendemos demonstrar que esta vila, ainda hoje, vive muito do cariz histórico que esteve na sua origem sendo assim um dos pontos a realçar desta nossa pesquisa, uma vez que esta vertente se apresenta como um dos maiores motores da potencialização da densidade turística do local.

A vila da Póvoa de Lanhoso está inserida na região demarcada dos Vinhos Verdes, esta vila é conhecida pela arte da ourivesaria (filigrana), uma vez aqui se fabricam as peças tradicionais da ourivesaria minhota.

Para além do que foi supracitado, realçamos também a morfologia local, uma vez que a sua topografia proporciona locais com paisagens indescritíveis. Acrescentamos ainda que a proximidade

¹ Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS).

² Local onde reúnem ou recolhem os defensores de uma ideia, uma causa ou um partido.

ao Parque da Peneda Gerês faz com que esta paisagem se prolongue durante vários quilómetros criando itinerários e experiências singulares relativamente ao resto do país.

Outro dos fatores a realçar é a proximidade às cidades de Braga e Guimarães, pois, os legados históricos delas complementam a história da vila, fazendo da Póvoa de Lanhoso um ponto de paragem obrigatório para a compreensão da cronologia histórica do Minho.

Finalizando este ponto, como se pode observar na Tabela 1, o concelho apresenta um conjunto de elementos de interesse para visitar, sendo estes os principais pontos turísticos da Póvoa de Lanhoso.

Tabela 1: Pontos Turísticos da Póvoa de Lanhoso.

Ponto Turístico	Descrição
Santuário de Nossa Senhora de Porto D'Ave	Santuários Marianos
Santuário de Nossa Senhora do Pilar	Santuários Marianos
Museu de Arte Sacra em Taíde	Cultura e Arte
Museu do Ouro em Travassos	Cultura e Arte
Núcleo Museológico de Castelo de Lanhoso	Cultura e Arte
Carvalho de Calvos (o maior carvalho do mundo)	Espaço Verde
Monte do Pilar (o maior monolítico granítico da Península Ibérica)	Monumento Histórico
Barragem da Andorinha	Atração Turística
Central do Ermal	Atração Turística
Gastronomia Local	Restauração
Castelo da Póvoa de Lanhoso	Monumento Histórico
Castros de Lanhoso	Monumento Histórico

Fonte: Turismo Póvoa de Lanhoso – Câmara Municipal Póvoa de Lanhoso (<https://www.turismo.povoadelanhoso.pt/>).

3.2 Incentivos municipais ao turismo: breve análise

Nesta breve análise turística, o objetivo principal era determinar a densidade turística que a vila da Póvoa de Lanhoso acolhe ao longo do ano. Durante a nossa pesquisa, isto revelou-se uma tarefa pouco viável uma vez que os dados estatísticos não têm fontes fidedignas e por isso a obtenção de resultados seria pouco realista.

Contudo, durante a nossa pesquisa, deparamo-nos com um “Relatório e Documentos de prestação de Contas” referente ao ano de 2019 que nos deu vários indicadores da importância e do volume turístico no local. Do que nos foi possível observar, esta estatística é realizada segundo a densidade de visitantes aos vários monumentos locais bem como a adesão às atividades impulsionadas e realizadas pelo município.

Não satisfeitos com a data da realização deste relatório, procuramos obter informações mais recentes através das entidades responsáveis pela elaboração dos mesmos, procura esta que se revelou inglória pois este é o documento mais recente apresentado.

Após a análise das páginas 11 e 12 do Relatório e Documentos de prestação de Contas do ano de 2019, os monumentos ou eventos realizados pelo município com o intuito de promover a vila da Póvoa de Lanhoso foram:

i) **“Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL)** - Participação em representação do Município, no sentido da Estratégia Promocional da TPNP, Entidade Regional, ao abrigo da participação do consórcio Minho In, articulado em conjunto com a CIM do Ave. Apresentação de trabalho ao vivo da arte da filigrana, representada pela oficina de Inês Barbosa. Responsabilidade logística na visita dos empreendimentos turísticos do concelho ao evento”.

ii) **“Modalanhoso Verão 2019** - No evento - marca da Póvoa de Lanhoso, o Modalanhoso Verão 2019 voltou a contar com uma assistência de milhares. Numa organização pela Câmara Municipal, com a participação de cerca de 100 jovens "modelos" do concelho, o Modalanhoso voltou a ser montra a cerca de quatro dezenas de lojas que puderam assim divulgar a sua oferta, quer em termos de produtos, quer em termos de prestação de serviço”.

iii) **“Moda d'Ouro** - Iniciativa complementar ao Modalanhoso, marcou presença no fantástico cenário da Praia Fluvial de Verim, em Santo Emilião e em Taíde. Mais uma vez, proporcionou momentos de *glamour*. Esta iniciativa visa descentralizar os eventos índole turística, valorizando os recursos turísticos do concelho. Tem ainda cumprindo com o propósito de preparar o evento Modalanhoso, quer em termos de participação de lojas e preparação dos respetivos quadros, quer na preparação dos jovens modelos, num processo de aumento de confiança”.

iv) **“Comemorações do Dia Mundial do Turismo** - Para assinalar o Dia Mundial do Turismo, os serviços possibilitaram visitas gratuitas ao núcleo museológico do Castelo de Lanhoso e visitas guiadas à Sala de Interpretação da Filigrana. Também foi preparado um programa de dois dias, que previa a participação, aos interessados, nas vindimas numa quinta de vinhos do concelho”.

A afirmação da Póvoa de Lanhoso como destino turístico está materializada nos indicadores de visitas aos principais pontos de interesse concelhio. O recorde de visitas ao Castelo de Lanhoso ou à DiverLanhoso revelam um crescimento gradual do turismo e das suas atividades conexas. A Autarquia cumpre o seu papel de ser agente dinamizador deste importante setor, contribuindo com fortes investimentos na requalificação do espaço público e através da dinamização de atividades culturais e recreativas geradoras de dinâmicas e da participação em eventos de relevo”.

Em suma, afirma-se que os esforços do município como forma de promover e de aumentar o volume turístico e os eventos culturais têm vindo a aumentar, concluindo assim que o município vê um grande potencial neste mercado.

3.3 Mercado Turístico

Neste tópico, através dos dados do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) realizou-se uma análise da evolução de alguns indicadores no setor do turismo, através da procura e oferta turística da Póvoa de Lanhoso.

3.3.1 Procura Turística

No parâmetro da procura turística, a estadia é procurada pelos visitantes com a intenção de melhorar a sua experiência durante o número de dias que pretendem permanecer no município. Dentro deste parâmetro os visitantes procuram locais que tenham uma boa qualidade de serviço e que estejam estrategicamente localizados para terem facilidade no acesso aos locais, atividades ou eventos turísticos que são fornecidos pelo município da Póvoa de Lanhoso.

Com base na análise da Tabela 2, onde estão retratados os números de dormidas segundo o país de residência habitual no período de 2016 a 2021, podemos observar que em relação ao mercado emissor de Portugal o número de dormidas tem vindo a decrescer no período de 2019 a 2021, apresentado um valor máximo no ano de 2018 com 11694 dormidas e um valor mínimo no ano de 2020 com 8104 dormidas. Relativamente ao mercado emissor estrangeiro observa-se que este atingiu um valor máximo no ano de 2019 com 3514 dormidas e um valor mínimo de 716 dormidas no ano de 2020.

Tabela 2: Número de Dormidas segundo o país de residência habitual, para o período de 2016-2021.

Ano	Portugal	Estrangeiro
2016	9919	1834
2017	10365	1844
2018	11694	2478
2019	10733	3514
2020	8104	716
2021	9822	1392

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2016-2021).

Na Tabela 3 estão representados o número de hóspedes segundo o país de residência habitual, para o período 2018-2021. Portugal apresenta um valor máximo de 6479 hóspedes no ano de 2018 e um valor mínimo de 3922 hóspedes no ano de 2020. Já para o mercado emissor estrangeiro no ano de 2018 este mercado tem o seu valor máximo de 1180 hóspedes e o seu valor mínimo tem 252 hóspedes no ano de 2020.

Tabela 3: Número de Hóspedes segundo o país de residência habitual, para o período 2018-2021.

Anos	Portugal	Estrangeiro
2018	6479	981
2019	5741	1180
2020	3922	252
2021	4946	690

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2018- 2021).

A Tabela 4 apresenta a estadia média dos hóspedes portugueses e estrangeiros, equivalente ao número de dias que os visitantes permanecem no município da Póvoa de Lanhoso. Através da análise da Tabela 4, podemos observar que os visitantes portugueses permanecem 2,1 dias em 2020 equivalente assim ao valor máximo e o valor mínimo situa-se nos 1,8 dias em 2018. Quanto aos visitantes estrangeiros atingiram o valor máximo de estadia média em 2019 permanecendo no município cerca de 3 dias, quanto ao valor mínimo situa-se nos 2 dias no ano de 2021.

Tabela 4: Estadia Média de Hóspedes dos turistas estrangeiros e nacionais para o período 2018-2021.

Anos	Portugal	Estrangeiro
2018	1,8	2,5
2019	1,9	3,0
2020	2,1	-
2021	2,0	2,0

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2018- 2021).

3.3.2 Oferta Turística

Quanto à oferta turística, neste ponto serão apresentados os números de estabelecimentos hoteleiros e de alojamento turístico e a capacidade dos mesmos para receber os visitantes que visitam o município. Através deste ponto podemos observar o nível de oferta quanto aos estabelecimentos que os visitantes se podem alojar para permanecerem no município.

Através da análise da Tabela 5, podemos observar que o município deixou de ter estabelecimentos hoteleiros do período de 2018 a 2021, quanto aos estabelecimentos de alojamento turístico estes apresentam o seu valor máximo nos anos de 2017 e 2018 com 14 estabelecimentos e o valor mínimo de 9 estabelecimentos referente ao ano de 2020.

Tabela 5: Número de estabelecimentos hoteleiros e de alojamento turístico, para o período 2016-2021.

Anos	Estabelecimentos Hoteleiros	Estabelecimentos de Alojamento Turístico
2016	13	-
2017	14	14
2018	-	14
2019	-	13
2020	-	9
2021	-	10

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2016- 2021).

Quanto à capacidade de alojamento do município que está presente na Tabela 6, estes dados encontram-se diretamente relacionados com os que estão apresentados na Tabela 5. Relativamente aos estabelecimentos hoteleiros estes apresentam um aumento de 2016 a 2017, já de 2018 a 2021 podemos observar que o município não apresenta estabelecimentos hoteleiros para que os visitantes se possam alojar. No que se refere aos estabelecimentos de alojamento turístico estes apresentam uma capacidade máxima no ano de 2017 com capacidade para 198 hóspedes, de 2017 a 2021 vemos um decréscimo no nível da capacidade atingindo a sua capacidade mínima no ano de 2020 com capacidade para 144 hóspedes.

Tabela 6: Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros e nos estabelecimentos de alojamento turístico, para o período 2016-2021.

Anos	Estabelecimentos Hoteleiros	Estabelecimentos de Alojamento Turístico
2016	164	-
2017	198	198
2018	-	185
2019	-	152
2020	-	144
2021	-	154

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2016- 2021).

4. Metodologia de Investigação

Neste ponto vai definir-se os objetivos e as hipóteses de investigação, apresentamos os instrumentos de recolha de dados e através dos dados obtidos realizamos o tratamento de dados.

4.1 Objetivos e Hipóteses de Investigação

A realização deste estudo tem como principal objetivo avaliar o grau de satisfação e a opinião dos turistas que visitam a vila da Póvoa de Lanhoso, relativamente a um conjunto de critérios definidos e com grande relevância nesta área da Gestão pública, que nos permite definir estratégias comunicacionais, para dar a conhecer o Município da Póvoa de Lanhoso com vista no desenvolvimento da área turística.

Através da análise do grau de satisfação dos visitantes pretendem-se concluir os pontos fortes e pontos fracos da Póvoa de Lanhoso como um ponto turístico, o questionário elaborado apresentou-se como um instrumento de recolha de dados muito importante uma vez que as análises das respostas obtidas permitem tirar conclusões fiáveis para responder às hipóteses de investigação.

Para completar o estudo relacionado com a **lealdade dos visitantes** fixaram-se as seguintes **hipóteses de investigação (HI)**:

HI₁: Existem diferenças por sexo relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso;

HI₂: Existem diferenças por estado civil relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso;

HI₃: Existem diferenças por local de residência relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso;

HI₄: Existem diferenças por faixa etária relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso;

HI₅: Existem diferenças por situação económica/social relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso.

Posteriormente, foram estabelecidas as seguintes hipóteses de investigação **(HI)** relacionadas com a **satisfação**:

HI₁: Existem diferenças por situação profissional relativamente ao grau de satisfação global;

HI₂: Existem diferenças por motivo da viagem relativamente à satisfação global dos visitantes que frequentam a Póvoa de Lanhoso;

HI₃: Existem diferenças por estado civil dos visitantes relativamente à satisfação global;

HI₄: O número de visitas prévias à Póvoa de Lanhoso está positivamente relacionado com a satisfação global dos visitantes;

HI₅: Existe uma relação positiva entre a opinião dos visitantes quanto à avaliação da experiência face à expectativa inicial e a sua satisfação global;

HI₆: Existe uma relação positiva direta entre a satisfação global e a lealdade;

HI₇: Existe uma relação positiva direta entre os itens da satisfação e a satisfação global.

4.2 Instrumento de Recolha de Dados

Foi realizado um inquérito por questionário que está presente no Anexo A, com o objetivo de medir a satisfação dos turistas que visitam a Póvoa de Lanhoso. O questionário era composto por 22 perguntas e estava repartido essencialmente em 5 grupos: (I) dados gerais do visitante apresentando a caracterização profissional e sociodemográfica do visitante, (II) dados referentes à viagem apresentando a experiência e planificação da viagem, (III) opinião do visitante, (IV) satisfação do visitante e por último o grupo (V) reservada a sugestões de aspetos a melhorar relativamente à Póvoa de Lanhoso. Os dados referentes à opinião e satisfação do visitante foram construídos com base numa escala tipo *Likert*. A primeira questão do grupo (II) do questionário que se relaciona à intenção do visitante recomendar a Póvoa de Lanhoso utiliza uma escala tipo *Likert* 5 pontos onde o ponto 1 equivale a impossível e o ponto 5 equivale a certo. A segunda e última questão do grupo (III) relativa à opinião quanto à avaliação da experiência face à expectativa inicial em relação ao destino apresenta como possíveis respostas uma escala de *Likert* com 4 pontos com o ponto 1 muito negativa ao ponto 4 muito positiva. Por último, as questões do grupo (IV) que se relacionam com o

grau de satisfação sobre a qualidade dos vários aspetos encontrados na Póvoa de Lanhoso utilizam uma escala de *Likert* com 5 pontos onde o ponto 1 equivale a muito insatisfeito e o ponto 5 a muito satisfeito. Este inquérito por questionário desenhou-se tendo como base o inquérito por questionário do Observatório do turismo dos Açores (ano de 2016).

O questionário foi enviado via *e-mail* para o *e-mail* geral de estudantes do IPB, para os alunos da ESTiG e foi ainda divulgado nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, para que estes pudessem participar de forma voluntária e anónima. De salientar que de ambas as formas que o questionário foi divulgado foi salientado que apenas visitantes da Póvoa de Lanhoso poderiam responder ao mesmo. Foram recebidas 190 respostas, no entanto, com a limpeza da base de dados que foi necessária efetuar ficamos apenas com 161 inquéritos válidos. Houve a necessidade de realizar essa limpeza da base de dados porque após a análise detetou-se a existência de incoerências nas respostas a algumas perguntas.

Foram utilizados para a realização deste questionário o *Google Forms* e ainda os programas SPSS e Excel para auxílio na limpeza e tratamento de dados. Realizaram-se testes para verificar a independência entre algumas variáveis, avaliamos correlações existentes, produziram-se gráficos e estatísticas descritivas para uma melhor compreensão e análise dos resultados obtidos.

4.3 Tratamento de Dados

Após a recolha de dados concretizada através do questionário foi realizado o tratamento dos dados. O tratamento realizou-se através do levantamento das respostas obtidas do questionário, extraíndo-se o essencial e o mais importante, daí procedeu-se à análise das mesmas. Os dados obtidos através da realização do questionário, foram introduzidos no software Excel e importados no programa SPSS.

Relativamente ao grupo de questões onde foram utilizadas as escalas de *Likert* avaliando a satisfação e a opinião dos visitantes (grupo 3 e 4 do questionário), calculou-se o *Alfa de Cronbach* para cada uma das questões. O valor do *Alfa de Cronbach* obtido permite avaliar a homogeneidade e intercorrelação entre cada um dos itens apresentados. Desta forma verifica-se, se os itens de cada escala de *Likert* utilizados no questionário apresentem um grau de confiabilidade satisfatório em relação às respostas obtidas pela dimensão da amostra. Através do valor do *Alfa de Cronbach* podemos verificar a qualidade da consistência interna das variáveis. Para avaliar deve-se seguir a seguinte escala (Marôco, 2018):

- *Alfa de Cronbach* superior a 0.9: Muito boa
- *Alfa de Cronbach* entre 0.8 e 0.9: Boa
- *Alfa de Cronbach* entre 0.7 e 0.8: Razoável
- *Alfa de Cronbach* entre 0.6 e 0.7: Fraca

– *Alfa de Cronbach* inferior a 0.6: Inadmissível

Deste modo, na Tabela 7, apresenta-se o número de itens, os valores obtidos para o *Alfa de Cronbach* e a consistência interna das variáveis relativamente às questões do grupo 4 do questionário. Podendo assim observar que as questões relativas ao grau de satisfação dos visitantes relativamente aos atributos do destino, transportes e mobilidade, atividades de animação turística e à informação e sinalização turística apresentam uma consistência interna das variáveis em questão muito boa. Relativamente à questão do grau de satisfação quanto ao alojamento e restauração estes itens apresentam uma boa consistência interna das variáveis.

Tabela 7: Indicador de confiabilidade (grupo 4 do questionário).

Questão	Número de Itens	<i>Alfa de Cronbach</i>	Consistência Interna das Variáveis
Grau de satisfação relativamente aos atributos do destino	11	0,960	Muito Boa
Grau de satisfação relativamente aos transportes e mobilidade	4	0,950	Muito Boa
Grau de satisfação relativamente às atividades de animação turística	11	0,958	Muito Boa
Grau de satisfação relativamente ao alojamento e restauração	2	0,844	Boa
Grau de satisfação relativamente à informação/sinalização turística	2	0,925	Muito Boa

Fonte: Elaboração própria.

Analisando a Tabela 8 onde são apresentadas as hipóteses de investigação de os respetivos testes estatísticos realizados podemos observar que para a primeira hipótese será utilizado o *t-Student* uma vez que este teste permite estudar duas amostras independentes. Para as restantes hipóteses utilizou-se o teste estatístico de *Kruskal-Wallis* para estudarmos três ou mais amostras independentes. Em todos os testes estatísticos que serão realizados, o nível de significância utilizado será sempre o de 5%, para a tomada de decisões. Ao longo de toda a análise, e para tomar a decisão relativamente às hipóteses de investigação, vai assumir-se um nível de significância de 5%.

Tabela 8: Hipóteses de Investigação.

Hipóteses de investigação - Lealdade	Testes Estatísticos
HI1: Existem diferenças por sexo relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>t-Student</i>
HI2: Existem diferenças por estado civil relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI3: Existem diferenças por local de residência relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI4: Existem diferenças por faixa etária relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI5: Existem diferenças por situação económica/social relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>

Tabela 8: Hipóteses de Investigação (cont.).

Hipóteses de investigação - satisfação	Testes Estatísticos
HI ₁ : Existem diferenças por situação profissional relativamente ao grau de satisfação global	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI ₂ : Existem diferenças por motivo da viagem relativamente à satisfação global dos visitantes que frequentam a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI ₃ : Existem diferenças por estado civil dos visitantes relativamente à satisfação global	<i>Kruskal-Wallis</i>
HI ₄ : O número de visitas prévias à Póvoa de Lanhoso está positivamente relacionado com a satisfação global dos visitantes	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>
HI ₅ : Existe uma relação positiva entre a opinião dos visitantes quanto à avaliação da experiência face à expectativa inicial e a sua satisfação global	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>
HI ₆ : Existe uma relação positiva direta entre a satisfação global e a lealdade	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>
HI ₇ : Existe uma relação positiva direta entre os itens da satisfação e a satisfação global	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>

Fonte: Elaboração própria.

5. Apresentação e Análise dos Resultados

Este ponto contém a apresentação e análise de dados realizando a análise descritiva e os testes estatísticos que nos ajudam a responder ao objetivo do estudo.

5.1 Caracterização da Amostra

Com base no inquérito por questionário, será feita primeiramente a caracterização tanto profissional como sociodemográfica do visitante, seguindo-se etapas referentes a dados do turista sobre a viagem, a opinião, satisfação sobre a mesma e por último uma resposta aberta sobre aspetos a melhorar relativamente à Póvoa de Lanhoso. Para uma melhor interpretação e para uma melhor caracterização da amostra, foram elaboradas tabelas e gráficos, para todas as perguntas de cada parte do questionário. Os valores apresentados são em frequências absolutas (n) e frequências relativas (%).

Relativamente à caracterização tanto profissional como sociodemográfica do visitante através do questionário, foi possível observar que 82,6% dos inquiridos são residentes em Portugal e 17,4% são residentes no estrangeiro. Em relação à idade, a faixa etária com maior adesão ao questionário foi a que está compreendida entre os 19 e os 22 anos (21,1%), em segundo lugar apresenta-se a faixa etária compreendida entre os 28 e os 32 anos (17,4%) e de seguida a faixa etária dos 23 a 27 anos (16,8%), as restantes faixas etárias corresponde a cerca de 44,7% dos inquiridos. Quanto ao sexo observa-se que 50,9% correspondem a inquiridos do sexo masculino e 49,1% do sexo feminino. A maior parte dos inquiridos (55,9%) são neste momento trabalhadores. Relativamente às habilitações literárias dos inquiridos foi possível observar que 36,6% dos inquiridos apresentam o ensino secundário como o último grau do ensino escolar concluindo, seguindo-se ensino universitário 1º ciclo (Licenciatura) com 24,8% e o ensino técnico profissional com 21,1%. O último tópico referente à caracterização do visitante está relacionado com o estado civil onde a maioria dos inquiridos se encontram solteiros (59,6%). Esta informação pode ser observada na Tabela 9.

Tabela 9: Caracterização profissional e sociodemográfica do visitante.

Variáveis		n (161)	%
Local de Residência	Portugueses	133	82,6%
	Estrangeiros	28	17,4%
Idade	Até 18 anos	16	9,9%
	19 a 22 anos	34	21,1%
	23 a 27 anos	27	16,8%
	28 a 32 anos	28	17,4%
	33 a 37 anos	20	12,4%
	38 a 42 anos	10	6,2%
	43 a 47 anos	14	8,7%
	48 ou mais anos	12	7,5%
Sexo	Masculino	79	49,1%
	Feminino	82	50,9%
Situação Profissional	Estudante	46	28,6%
	Trabalhador	90	55,9%
	Desempregado	20	12,4%
	Reformado	4	2,5%
	Trabalhador-Estudante	1	0,6%
Habilitações Literárias	Ensino Básico	15	9,3%
	Ensino Secundário	59	36,6%
	Ensino Técnico Profissional	34	21,1%
	Ensino Universitário 1.º Ciclo (Licenciatura)	40	24,8%
	Ensino Universitário 2.º e 3.º Ciclo (Mestrado/Doutoramento)	13	8,1%
Estado Civil	Viúvo	2	1,2%
	Divorciado	9	5,6%
	União de Facto	22	13,7%
	Solteiro	96	59,6%
	Casado	32	19,9%

Fonte: Elaboração própria.

5.2 Experiência e Planificação da Viagem

Analisando a segunda etapa do questionário, que relata os dados referentes à visita à Póvoa de Lanhoso, pode-se observar na Tabela 10, as respostas obtidas pelos visitantes acerca da experiência e planificação da viagem. Desta forma, é possível verificar que existem três principais motivos que levaram os inquiridos a visitar a Póvoa de Lanhoso que são: lazer (50,3%), visita a familiares e amigos (28,6%) e a ida a eventos relacionados na vila (9,9%). No que refere à principal fonte de informação que ajudou os visitantes a tomarem a decisão de visitar a vila, 41% responderam que foi através de recomendações de familiares e amigos. Quanto à antecedência no planeamento da viagem, cerca de 60,9% da amostra realizaram o mesmo com até um mês de antecedência. A nível do número de dias que passaram na Póvoa de Lanhoso, a maior parte dos inquiridos responderam menos de uma semana com 29,8%, em que 33,5% viajaram com a família. Relativamente à avaliação económica do destino os inquiridos revelaram que a vila apresenta um preço justo (64,6%). A maioria dos inquiridos responderam que tencionam voltar à Póvoa de Lanhoso (97,5%).

Tabela 10: Experiência e planificação da viagem.

		n (161)	%
Acompanhantes na viagem	Sozinho	28	17,4%
	Família	54	33,5%
	Em Grupo	50	31,1%
	Filho(s)	8	5%
	Esposo(a)/Companheiro(a)	21	13%
Antecedência no planeamento da viagem	Ficar até 1 mês	98	60,9%
	2 a 4 meses	41	25,5%
	4 ou mais meses	22	13,7%
Principal motivo da viagem	Lazer	81	50,3%
	Negócios	12	7,5%
	Visita a familiares e amigos	48	28,6%
	Eventos	16	9,9%
	Outros	6	3,7%
Como surgiu a ideia de vir à Póvoa de Lanhoso	Recomendação de familiares e amigos	66	30,7%
	Internet	27	12,6%
	Recomendado por agência de viagem/operador turístico	62	28,8%
	Guias de viagem e outro material promocional	29	13,5%
	Experiência anterior de visita	15	7,0%
	Feiras e eventos promocionais	3	1,4%
	Anúncio nos media	13	6,0%
N.º de visitas à Póvoa de Lanhoso	1 vez	30	18,6%
	2 vezes	19	11,8%
	3 vezes	44	27,3%
	4 vezes	10	6,2%
	5 ou mais vezes	58	36%
Nº de dias que passou na Póvoa de Lanhoso	Menos de 1 semana	48	29,8%
	2 semanas	36	22,4%
	3 semanas	30	18,6%
	1 mês ou mais	47	29,2%
Avaliação económica do destino	Muito barato	7	4,3%
	Barato	42	26,1%
	Preço justo	104	64,6%
	Caro	7	4,3%
	Muito caro	1	0,6%
Intenção de voltar à Póvoa de Lanhoso	Sim	157	97,5%
	Não	4	2,5%

Fonte: Elaboração própria.

5.3 Satisfação e Lealdade do Visitante

Através da análise da Tabela 11 referente à questão 16 onde é pedido ao inquirido que responda numa escala de *Likert* de 5 pontos onde o 1 corresponde a impossível e o 5 a certo à intenção do mesmo de recomendar a Póvoa de Lanhoso podemos observar a existência de uma pequena diferença entre o ponto 3 equivalente a provável e o ponto 4 muito provável, onde o ponto 3 representa 37,3% da preferência das respostas e o ponto 4 representa 36%. A média global desta questão tem o valor de 3,88 pontos e o desvio padrão apresenta um valor de 0,80.

Tabela 11: Lealdade do visitante quanto a uma possível recomendação.

Questão	1	2	3	4	5	Média	Desvio - Padrão
Intenção de recomendar a Póvoa de Lanhoso (n=161)	0 (0,0%)	1 (0,6%)	60 (37,3%)	58 (36%)	42 (26,1%)	3,88	0,80

Nota: 1 – Impossível; 2 – Pouco Provável; 3 – Provável; 4 – Muito Provável; 5 – Certo.

Fonte: Elaboração própria.

Já na Tabela 12 relacionada com questão 17 do questionário apresentando a satisfação do visitante, fazendo uma avaliação da experiência face à expectativa inicial em relação ao destino. A resposta a esta questão realizou-se através de uma escala de *Likert* de 4 pontos onde o ponto 1 equivale a muito negativa e o ponto 4 a muito positiva. Conclui-se na Tabela 10 que, a maioria dos visitantes (62,7%) fazem uma avaliação positiva da visita à Póvoa de Lanhoso. A média global da questão 17 apresenta o valor de 3,35 pontos, e o desvio padrão o valor baixo de 0,52.

Tabela 12: Satisfação do visitante quanto à visita.

Questão	1	2	3	4	Média	Desvio- Padrão
Avaliação da experiência face à expectativa inicial em relação ao destino (n=161)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	101 (62,7%)	59 (36,7%)	3,35	0,52

Nota: 1 – Muito Negativa; 2 – Negativa; 3 – Positiva; 4 – Muito Positiva.

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 13, apresenta a avaliação de qualidade de cada uma das questões apresentadas no questionário, relacionado com o grau de satisfação dos visitantes relativamente aos atributos do destino. Analisando esta tabela para os itens: “Paisagem Natureza” 53,42% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Limpeza das atrações” 57,76% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Segurança” 47,20% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Hospitalidade” 45,96% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Oportunidade de fazer algo diferente” 45,34% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Conhecer a cultura local” 50,31% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Oportunidade de me divertir” 49,07% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Disponibilidade de caixas multibanco” 45,96% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Clima” 49,69% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Cobertura *WiFi* em espaços públicos” 49,07% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Conhecimento de línguas estrangeiras” 44,72% responderam “4-Satisfeito”. A média global apresenta 4,21 pontos

confirmando que o valor mais respondido pelos inquiridos foi “4- Satisfeito”, o desvio padrão global tem o valor de 0,779 pontos.

Tabela 13: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente aos atributos do destino.

Itens	1	2	3	4	5	Média	Desvio-Padrão
Paisagem Natureza	7 (4,35%)	0 (0,0%)	4 (2,48%)	64 (39,75%)	86 (53,42%)	4,38	0,901
Limpeza das atrações	5 (3,11%)	3 (1,86%)	8 (4,97%)	93 (57,76%)	52 (32,30%)	4,14	0,843
Segurança	6 (3,73%)	2 (1,24%)	5 (3,11%)	76 (47,20%)	72 (44,72%)	4,28	0,889
Hospitalidade	6 (3,73%)	3 (1,86%)	6 (3,73%)	72 (44,72%)	74 (45,96%)	4,27	0,915
Oportunidade de fazer algo diferente	7 (4,35%)	5 (3,11%)	9 (5,59%)	67 (41,61%)	73 (45,34%)	4,20	0,994
Conhecer cultura local	5 (3,11%)	1 (0,62%)	10 (6,21%)	81 (50,31%)	64 (39,75%)	4,23	0,846
Oportunidade de me divertir	6 (3,73%)	1 (0,62%)	4 (2,48%)	71 (44,10%)	79 (49,07%)	4,34	0,874
Disponibilidade de caixas multibanco	7 (4,35%)	3 (1,86%)	7 (4,35%)	74 (45,96%)	70 (43,48%)	4,22	0,949
Clima	5 (3,11%)	1 (0,62%)	7 (4,35%)	80 (49,69%)	68 (42,24%)	4,27	0,837
Cobertura WiFi em espaços públicos	9 (5,59%)	6 (3,73%)	20 (12,42%)	79 (49,07%)	47 (29,19%)	3,93	1,034
Conhecimento de línguas estrangeiras	9 (5,59%)	3 (1,86%)	22 (13,66%)	72 (44,72%)	55 (34,16%)	4,00	1,030
Avaliação global						4,21	0,779

Nota: Escala tipo *Likert* de 5 pontos: 1 – Muito insatisfeito; 2 – Insatisfeito; 3 – Indiferente; 4 – Satisfeito; 5 – Muito Satisfeito.

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 14 apresenta a avaliação de qualidade de cada uma das questões apresentadas no questionário, relacionado com o grau de satisfação dos visitantes relativamente aos transportes e mobilidade. Analisando esta tabela para os itens: “Horário dos transportes públicos terrestres” 39,13% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Qualidade-preço dos transportes públicos terrestres” 47,83% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Relação qualidade-preço serviços de táxi” 45,34% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Qualidade-preço carros de aluguer” 47,83% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”. A média global apresenta 3,96 pontos confirmando que o valor mais respondido pelos inquiridos foi “4- Satisfeito”, o desvio padrão global tem o valor de 0,906 pontos.

Tabela 14: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente aos transportes e mobilidade.

Itens	1	2	3	4	5	Média	Desvio-Padrão
Horário dos transportes públicos terrestres	4 (2,48%)	10 (6,21%)	25 (15,53%)	63 (39,13%)	59 (36,65%)	4,01	1,000
Qualidade-preço transportes públicos terrestres	6 (3,73%)	5 (3,11%)	25 (15,53%)	77 (47,83%)	48 (29,81%)	3,97	0,958
Relação qualidade-preço serviços de táxi	5 (3,11%)	7 (4,35%)	28 (17,39%)	73 (45,34%)	48 (29,81%)	3,94	0,963
Qualidade-preço carros de aluguer	6 (3,73%)	6 (3,73%)	28 (17,39%)	77 (47,83%)	44 (27,33%)	3,91	0,964
Avaliação global						3,96	0,906

Nota: Escala tipo *Likert* de 5 pontos 1 – Muito insatisfeito; 2 – Insatisfeito; 3 – Indiferente; 4 – Satisfeito; 5 – Muito Satisfeito.

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 15, apresenta a avaliação de qualidade de cada uma das questões apresentadas no questionário, relacionado com o grau de satisfação dos visitantes relativamente às atividades de animação turística. Analisando esta tabela para os itens: “Visitar jardins” 53,42% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Turismo de saúde e bem-estar” 44,72% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Trilhos pedestres” 46,58% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Passeios de bicicleta” 42,86% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Oferta cultural” 49,07% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Atividades desportivas” 45,96% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Animação noturna” 50,93% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Contemplar a natureza” 51,55% dos inquiridos responderam “5-Muito Satisfeito”; “Oportunidade e variedade de compras” 45,34% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Atividades radicais” 52,80% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Atividades de lazer” 52,80% responderam “4-Satisfeito”. A média global apresenta 4,21 pontos confirmando que o valor mais respondido pelos inquiridos foi “4-Satisfeito”, o desvio padrão global tem o valor de 0,779 pontos.

Tabela 15: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente às atividades de animação turística.

Itens	1	2	3	4	5	Média	Desvio-Padrão
Visitar jardins	3 (1,86%)	1 (0,62%)	12 (7,45%)	59 (36,65%)	86 (53,42%)	4,39	0,808
Turismo de saúde e bem-estar	3 (1,86%)	2 (1,24%)	12 (7,45%)	72 (44,72%)	72 (44,72%)	4,29	0,811
Trilhos pedestres	5 (3,11%)	0 (0,0%)	8 (4,97%)	73 (45,34%)	75 (46,58%)	4,32	0,834
Passeios de bicicleta	4 (2,48%)	4 (2,48%)	19 (11,80%)	65 (40,37%)	69 (42,86%)	4,19	0,917
Oferta cultural	3 (1,86%)	4 (2,48%)	12 (7,45%)	79 (49,07%)	63 (39,13%)	4,21	0,832
Atividades desportivas	4 (2,48%)	5 (3,11%)	9 (5,59%)	74 (45,96%)	69 (42,86%)	4,24	0,884
Animação noturna	7 (4,35%)	3 (1,86%)	8 (4,97%)	61 (37,89%)	82 (50,93%)	4,29	0,972
Contemplar a Natureza	4 (2,48%)	2 (1,24%)	6 (3,73%)	66 (40,99%)	83 (51,55%)	4,38	0,829
Oportunidade e variedade de compras	4 (2,48%)	4 (2,48%)	9 (5,59%)	73 (45,34%)	71 (44,10%)	4,26	0,870
Atividades radicais	3 (1,86%)	4 (2,48%)	8 (4,97%)	85 (52,80%)	61 (37,89%)	4,22	0,806
Atividades de lazer	3 (1,86%)	3 (1,86%)	8 (4,97%)	85 (52,80%)	62 (38,51%)	4,24	0,789
Avaliação global						4,21	0,779

Nota: Escala tipo *Likert* de 5 pontos: 1 – Muito insatisfeito; 2 – Insatisfeito; 3 – Indiferente; 4 – Satisfeito; 5 – Muito Satisfeito.

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 16, apresenta a avaliação de qualidade de cada uma das questões apresentadas no questionário, relacionado com o grau de satisfação dos visitantes relativamente ao alojamento e restauração. Analisando esta tabela para os itens: “Alojamento relação qualidade-preço” 47,83% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Restauração relação qualidade-preço” 45,96% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”. A média global apresenta 4,15 pontos confirmando que o

valor mais respondido pelos inquiridos foi “4- Satisfeito”, o desvio padrão global tem o valor de 0,832 pontos.

Tabela 16: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente ao alojamento e restauração.

Itens	1	2	3	4	5	Média	Desvio-Padrão
Alojamento (Relação Qualidade-Preço)	4 (2,48%)	5 (3,11%)	21 (13,04%)	77 (47,83%)	54 (33,54%)	4,07	0,902
Restauração (Relação Qualidade-Preço)	4 (2,48%)	5 (3,11%)	10 (6,21%)	74 (45,96%)	68 (42,24%)	4,22	0,887
Avaliação global						4,15	0,832

Nota: Escala tipo *Likert* de 5 pontos 1 – Muito insatisfeito; 2 – Insatisfeito; 3 – Indiferente; 4 – Satisfeito; 5 – Muito Satisfeito.

Fonte: Elaboração própria.

A tabela 17, apresenta a avaliação de qualidade de cada uma das questões apresentadas no questionário, relacionado com o grau de satisfação dos visitantes relativamente à informação e sinalização turística. Analisando esta tabela para os itens: “Informação turística” 54,66% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”; “Sinalização turística” 54,04% dos inquiridos responderam “4-Satisfeito”. A média global apresenta 4,06 pontos confirmando que o valor mais respondido pelos inquiridos foi “4- Satisfeito”, o desvio padrão global tem o valor de 0,890 pontos.

Tabela 17: Tabela de frequência, com média e desvio-padrão sobre o grau de satisfação do visitante relativamente à informação e sinalização turística.

Itens	1	2	3	4	5	Média	Desvio-Padrão
Informação Turística	5 (3,11%)	7 (4,35%)	11 (6,83%)	88 (54,66%)	50 (31,06%)	4,06	0,913
Sinalização Turística	6 (3,73%)	6 (3,73%)	11 (6,83%)	87 (54,04%)	51 (31,68%)	4,06	0,933
Avaliação global						4,06	0,890

Nota: Escala tipo *Likert* de 5 pontos: 1 – Muito insatisfeito; 2 – Insatisfeito; 3 – Indiferente; 4 – Satisfeito; 5 – Muito Satisfeito.

Fonte: Elaboração própria.

Nas respostas obtidas às perguntas abertas, a maioria das sugestões dos visitantes para melhorar na vila da Póvoa de Lanhoso estão relacionadas com o aumento do número de atividades turísticas, a maior promoção tanto dos locais turísticos como dos eventos turísticos, aumento do alojamento local e o melhoramento dos serviços de transporte público através da diversificação de horários. Todos estes aspetos, citados pelos visitantes, se revelam importantes tanto para dinamizar a vila como para a melhorar, atraindo assim mais visitantes e melhorando assim a satisfação dos mesmos.

5.4 Validação das Hipóteses de Investigação

A Tabela 18 resume os resultados obtidos para as hipóteses de investigação relacionadas com a lealdade dos visitantes da Póvoa de Lanhoso formuladas no ponto 4.1. O resultado e decisão de validação ou não da hipótese de investigação será apresentada através do *p-value* para a realização destes testes foi assumido um nível de significância de 5%.

Com base na Tabela 18 pode-se concluir que: A um nível de significância de 5%, não existem evidências estatisticamente significativas que permitam afirmar a existência de diferenças por sexo, estado civil, local de residência, faixa etária e situação económica/social relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso.

Tabela 18: Resumo dos resultados das hipóteses (Lealdade).

Hipóteses de Investigação	Testes Estatísticos	<i>p-value</i>	Resultado
HI ₁ : Existem diferenças por sexo relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>t-Student</i>	0,820	Não validada
HI ₂ : Existem diferenças por estado civil relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,464	Não validada
HI ₃ : Existem diferenças por local de residência relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,876	Não validada
HI ₄ : Existem diferenças por faixa etária relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,183	Não validada
HI ₅ : Existem diferenças por situação económica/social relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,316	Não validada

Fonte: Elaboração própria.

Para complementar o objetivo estipulado para a dissertação foram realizados também testes relacionados com a satisfação dos visitantes. As tabelas abaixo resumem os resultados obtidos para as diferentes hipóteses de investigação relacionadas com a satisfação dos visitantes. O resultado e decisão de validação ou não da hipótese de investigação será apresentada através do *p-value* para a realização destes testes foi assumido um nível de significância de 5%.

A satisfação global abordada nos testes de hipóteses de investigação abaixo relaciona-se com as questões 18 até 22, do questionário.

Através da realização destes testes estatísticos foi possível concluir que relativamente às perguntas relacionadas com a satisfação, os atributos relativamente às atividades de animação turística são os que apresentam maior relevância (coeficiente de correlação de *Pearson*= 0,914).

Tabela 19: Resumo dos resultados das hipóteses (Satisfação).

Hipóteses de Investigação	Testes Estatísticos	<i>p-value</i>	Resultado
HI ₁ : Existem diferenças por situação profissional relativamente ao grau de satisfação global	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,142	Não validada
HI ₂ : Existem diferenças por motivo da viagem relativamente à satisfação global dos visitantes que frequentam a Póvoa de Lanhoso	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,027	Validada
HI ₃ : Existem diferenças por estado civil dos visitantes relativamente à satisfação global	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,012	Validada
HI ₄ : O número de visitas prévias à Póvoa de Lanhoso está positivamente relacionado com a satisfação global dos visitantes	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>	0,278	Não validada
HI ₅ : Existe uma relação positiva entre a opinião dos visitantes quanto à avaliação da experiência face à expectativa inicial e a sua satisfação global	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>	0,278	Não validada
HI ₆ : Existe uma relação positiva direta entre a satisfação global e a lealdade	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>	0,002	Validada
HI ₇ : Existe uma relação positiva direta entre os itens da satisfação e a satisfação global	Coeficiente de Correlação de <i>Pearson</i>	<0,001	Validada

Fonte: Elaboração própria.

Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação

A presente dissertação teve como principal objetivo avaliar a satisfação dos visitantes que se deslocam a Póvoa de Lanhoso, podendo assim avaliar na opinião dos seus visitantes a qualidade dos serviços turísticos fornecidos pela vila. Para uma melhor compreensão deste objetivo geral foi realizado um inquérito por questionário uma vez que através das respostas obtidas podemos fazer uma análise mais precisa dos pontos fortes, fracos e dos aspetos em que a vila pode melhorar na opinião dos visitantes. Através da utilização das escalas de *Likert* foi possível avaliar de uma forma mais precisa tanto a satisfação como a lealdade dos visitantes, de um modo geral após a análise da média global dos grupos de questões relativos ao grau de satisfação quanto aos atributos do destino, transportes e mobilidade, atividades de animação turística, alojamento, restauração e informação/sinalização, os visitantes consideram-se satisfeitos. A maioria destes visitantes efetua uma avaliação positiva face à expectativa inicial em relação ao destino, tencionando voltar à Póvoa de Lanhoso e recomendar a familiares e amigos como destino turístico.

Em relação às hipóteses de investigação, depois de realizados os respetivos testes estatísticos conclui-se que não existem evidências estatisticamente significativas que permitam afirmar a existência de diferenças por sexo, estado civil, local de residência, faixa etária e situação económica/social relativamente à lealdade com a Póvoa de Lanhoso.

Apesar dos esforços e da importância dada pelo município ao setor do turismo, podemos de uma maneira geral constatar que os instrumentos de divulgação não são usados de forma eficiente para a promoção do município. Através do ponto 2 desta dissertação evidenciamos o potencial da vila como destino turístico, podendo verificar que a Póvoa de Lanhoso apresenta um vasto e rico património natural, histórico e cultural, tendo uma identidade e uma singularidade única apresentando assim atributos mais que suficientes para atrair visitantes um pouco por todo o Mundo. Apesar de todo este potencial, constata-se que a vila deveria apresentar uma estratégia de comunicação que se divulga melhor e de uma maneira mais eficaz tanto os pontos como os eventos turísticos e culturais. Por outro lado, através da análise da oferta turística quanto ao número e à capacidade de alojamentos hoteleiros e turísticos podemos observar que estes apresentam números baixos para a vila, o que faz com que os visitantes procurem a vila para fazer uma visita maioritariamente repentina, pois, a Póvoa de Lanhoso não apresenta o número suficiente de estabelecimentos para que os mesmos se possam hospedar e permanecer mais dias na vila. A junção destes aspetos a melhorar expostos anteriormente com o potencial turístico que a vila apresenta, podem apresentar benefícios significativos para o concelho em termos económicos, ambientais e sociais.

O questionário realizado apresenta algumas limitações. A aplicação do questionário via internet restringiu a amostra, uma vez que os respondentes foram unicamente aqueles que tiveram acessos via Facebook ao questionário online. Outra das condicionantes para a realização desta dissertação está relacionada com a falta de informações por parte do município nas suas plataformas eletrónicas quanto aos principais objetivos e as principais ideias relativamente ao setor do turismo.

Por último, para combater as limitações supracitadas propõe-se desenvolver um trabalho do género desta dissertação, apoiado pelas entidades da Câmara Municipal da Póvoa de Lanhoso. Este tipo de trabalho poderia dar vários indicadores às entidades responsáveis pelo setor turístico e assim melhorar e potenciar o turismo da vila, tornando-o mais forte e um dos principais motores de movimentação de receitas na Póvoa de Lanhoso. A realização deste trabalho de investigação poderia apresentar um grande potencial de mudança quanto à visão que o município dá ao setor do turismo.

Referências Bibliográficas

Antunes, P. (2019). A gestão pública no turismo: dimensões económicas, sociais e ambientais para o desenvolvimento sustentável. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7(1), 121-136.

Azevedo, L., & Almeida, A. (2018). A gestão pública no turismo: planificação, implementação, monitorização e avaliação de políticas, programas e projetos turísticos. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 6(2), 159-174.

Bettencourt, A.M.S.; SILVA, I. (2003). O património pré-histórico da Póvoa de Lanhoso. Que valorização? Livro de Homenagem à Professora Doutora Manuela Milheiro, [Cadernos do Noroeste 20 (1-2)].

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.

Buhalis, D., & Costa, C. (2005). *Tourism management dynamics: Trends, management and tools*. Elsevier

Carvalho, P. (2010): "Turismo cultural, património e políticas públicas em territórios rurais de baixa densidade: eixos vertebradores de revitalização e de construção de novas identidades?".

CIM-TTM. (2020). Comunidade Intermunicipal do Ave. Consultado em 15 de setembro de 2022. Disponível em <http://www.cim-ave.pt/>.

CMPL. (2022). Camara Municipal da Póvoa de Lanhoso. Consultado em 10 de agosto de 2022. Disponível em <https://www.povoadelanhoso.pt/>

Gomes, C. (2010). *Turismo de Natureza: Desenvolvimento e Gestão de Produtos Turísticos*. Lidel.

Gonçalves, E., & Gonçalves, V. (2019). Determinants of tourism competitiveness: A literature review. *Tourism and Management Studies*, 15(1), 18-25.

Gouvêa, M., & Ribeiro, P. (2012). *Turismo religioso: locais sagrados, peregrinações e celebrações*. Editora ABC. p.45

Instituto Nacional de Estatísticas. (2022). Anuário Estatístico da Póvoa de Lanhoso - *Statistical Yearbook of Norte Region (2015-2021)*.

Isaac, R. (2008): "*Understanding the behaviour of cultural tourists: towards a classification of Dutch cultural tourists*".

Izaga, C. (2014). *Turismo de negócios: feiras, exposições, congressos e convenções*. Editora XYZ. p.30

Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269

- Lajolo, R. (2018). Turismo de saúde: tratamentos médicos em países ou regiões diferentes. Editora ABC. p.52
- Leiper, N. (1979), «*The framework of tourism, in Annals of Tourism Research*, 6 (4), pp. 390-407.
- Long, L. (2004). Culinary tourism. In D. L. O'Mahony (Ed.), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* (pp. 183-185).
- Lopes, M. C. (2010). Turismo cultural: manifestações artísticas, históricas e folclóricas. Editora XPTO. p.11
- Machado, A. (2018). Desafios da gestão pública na contemporaneidade. In: S. M. K. Oliveira, A. M. A. Silva, & M. A. M. Reis (Orgs.). *Gestão pública: teoria, práticas e casos*. Salvador: EdUFBA, p. 25.
- Maximiano, A. C. A. (2007). *Introdução à administração pública*. São Paulo: Atlas, p. 74.
- Medeiros, R. (2012). *Planeamento e Desenvolvimento do Turismo*. Lidel.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2002). *The tourism system: An introductory text* (4th ed.). Kendall Hunt.
- Ministério do Turismo. (2010). *Segmentação do turismo e o mercado* (1a Edição).
- Oliveira, S. M. K. (2014). *Gestão pública: fundamentos e práticas*. Salvador: EdUFBA, p. 23.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill. p.4
- Organização Mundial do Turismo. (1996). *Tourist safety and security - Practical Measures for Destinations*. España: Madrid, *The World Tourism Organization*.
- Organização Mundial do Turismo. (2013). *Manual de Competitividade Turística*. Recuperado em 30 de novembro de 2022, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415265>
- Organização Mundial do Turismo. (2013). *Tourism and sustainable development: Guide for local planners*.
- Pedragosa, V. (2012). *Satisfação e Fidelização em Ginásios e Health Clubs: Estudo das Expetativas, das Emoções e da Qualidade*. Dissertação de Doutoramento em Motricidade Humana na Especialidade de Ciências do Desporto, apresentada à Universidade Técnica de Lisboa: Faculdade da Motricidade Humana, p.99.
- Pollitt, C. (2010). *Gestão estratégica nas organizações públicas*. In: Bresser-Pereira, L. C., & Spink, P. K. (Orgs.). (2010). *Reforma do Estado e administração pública gerencial*. Rio de Janeiro: FGV Editora, p. 51.

- PORDATA. (2022). Base de dados Portugal contemporâneo. Consultado em 22 de agosto de 2022. Disponível em <http://www.pordata.pt/>.
- Richards, G., & Bonink, C. (1995). Marketing cultural tourism in Europe. *Journal of Vacation Marketing*, 1(2), 172–180.
- Richards, G. (1996): “*Cultural Tourism in Europe*”. UK: Wallingford, CAB International.
- Richards, G. (2003): “*What is Cultural Tourism*”.
- Richards, G. (2013). *Cultural Tourism*. *Routledge Handbook of Leisure Studies*, 483–492.
- Richards, G.; Wilson, J. (2017). Tourism innovation: developing an innovation process at the destination level. *Journal of Tourism Futures*, 3(1), 72-86
- Rodrigues, A. (2014). Turismo de aventura: atividades de risco e desafio físico e emocional. Editora XYZ. p.16
- Silberberg, T. (1995): “*Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites*”. *Tourism Management*. 16 (5), p. 361–365.
- Silveira, M. (2016). Turismo de compras: lojas de grife e mercados populares. Editora DEF. p.18
- Sousa, F. (2011). Satisfação de Clientes: O Caso de Uma Empresa Industrial. Dissertação de Mestrado em Marketing, apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, p.11.
- SP. (2022). Solares de Portugal. Consultado em 10 de agosto de 2022. Disponível em <https://www.solaresdeportugal.pt/pt>.
- Valderrama, A., & Sánchez, J. (2003). Turismo de natureza: conceito e atividades. Editora ABC. p.23
- Wall, G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Harlow, Longman.

Anexos

Anexo A Questionário

No âmbito da unidade curricular de Trabalho de Projeto/Estágio/Dissertação, do 2º ano do Mestrado de Gestão das Organizações do Instituto Politécnico de Bragança, convido-o a responder a este questionário, que tem como objetivo analisar a sua opinião em relação à satisfação. Peço atentamente a sua resposta ao questionário que irá ser muito importante para a obtenção de resultados quanto ao estudo em questão. Peço apenas que a sua resposta seja sincera para que os resultados sejam plausíveis. Agradeço desde já a sua disponibilidade e atenção.

1. Residência:

Portugueses Estrangeiros

2. Principais mercados emissores estrangeiros:

3. Idade:

Até aos 18 anos 19 a 22 anos 23 a 27 anos 28 a 32 anos
 33 a 37 anos 38 a 42 anos 43 a 47 anos 48 ou mais anos

4. Sexo:

Masculino Feminino

5. Situação Profissional:

Estudante Trabalhador Desempregado Reformado
 NS/NR Outros....

6. Habilitações Literárias:

Ensino Básico Ensino Secundário Ensino Técnico Profissional
 Ensino Universitário 1º Ciclo (Licenciatura) Ensino Universitário 2º e 3º Ciclo (Mestrado)
 NS/NR

7. Estado Civil:

Viúvo Divorciado União de Facto Solteiro Casado

8. Acompanhantes na viagem:

Sozinho Família Em grupo Filho (s) Esposo(a)/Companheiro(a)

9. Antecedência no planeamento da viagem:

Ficar até 1 mês 2 a 4 meses 4 ou mais meses

10. Principal motivo da viagem:

Lazer Negócios Visita a familiares e amigos Eventos Outros

11. Como surgiu a ideia de vir à Póvoa de Lanhoso:

Recomendação de familiares e amigos Internet Recomendado por agência

Guias de viagem ou outro material promocional Experiência anterior de visita

Feiras e eventos promocionais Anúncio nos media Outro

12. Nº de visitas à Póvoa do Lanhoso:

1 vez 2 vezes 3 vezes 4 vezes 5 vezes ou mais

13. Nº de dias que passou na Póvoa de Lanhoso:

Menos de 1 semana 2 semanas 3 semanas 1 mês ou mais

14. Avaliação económica do destino:

Muito barato Barato Preço Justo Caro Muito Caro

15. Intenção de voltar à Póvoa de Lanhoso:

Sim Não

16. Indique numa escala em que 1 é impossível e 5 é certo a sua opinião quanto à intenção de recomendar a Póvoa de Lanhoso:

Impossível Pouco Provável Provável Muito Provável Certo

17. Indique numa escala em que 1 é muito negativo e 4 é muito positiva a sua opinião quanto à avaliação da experiência face à expectativa inicial em relação ao destino:

Muito Negativa Negativa Positiva Muito Positiva

18. Avalie o seu grau de satisfação relativamente aos atributos do destino, numa escala em que 1 é muito insatisfeito e o 5 é muito satisfeito.

	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito
Paisagem Natureza	1	2	3	4	5
Limpeza das atrações	1	2	3	4	5
Segurança	1	2	3	4	5
Hospitalidade	1	2	3	4	5
Oportunidade de fazer algo diferente	1	2	3	4	5
Conhecer Cultura local	1	2	3	4	5
Oportunidade de me divertir	1	2	3	4	5
Disponibilidade de caixas MB	1	2	3	4	5
Clima	1	2	3	4	5
Cobertura Wi-fi em espaços públicos	1	2	3	4	5
Conhecimento de línguas estrangeiras	1	2	3	4	5

19. Avalie o seu grau de satisfação relativamente aos transportes e mobilidade, numa escala em que 1 é muito insatisfeito e o 5 é muito satisfeito.

	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito
Horários dos transportes públicos terrestres	1	2	3	4	5
Qualidade-preço dos transportes públicos terrestres	1	2	3	4	5
Relação qualidade-preço dos serviços de táxi	1	2	3	4	5
Qualidade-preço carros de aluguer	1	2	3	4	5

20. Avalie o seu grau de satisfação relativamente às atividades de animação turística, numa escala em que 1 é muito insatisfeito e o 5 é muito satisfeito.

	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito
Visitar jardins	1	2	3	4	5
Turismo de saúde e bem-estar	1	2	3	4	5
Trilhos pedestres	1	2	3	4	5
Passeios de bicicleta	1	2	3	4	5
Oferta cultural	1	2	3	4	5
Atividades desportivas	1	2	3	4	5
Animação noturna	1	2	3	4	5
Contemplar a Natureza	1	2	3	4	5
Oportunidade e variedade de compras	1	2	3	4	5
Atividades radicais	1	2	3	4	5
Atividades de lazer	1	2	3	4	5

21. Avalie o seu grau de satisfação relativamente ao alojamento e restauração, numa escala em que 1 é muito insatisfeito e o 5 é muito satisfeito.

	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito
Alojamento (relação qualidade-preço)	1	2	3	4	5
Restauração (relação qualidade-preço)	1	2	3	4	5

22. Avalie o seu grau de satisfação relativamente à informação/sinalização turística, numa escala em que 1 é muito insatisfeito e o 5 é muito satisfeito.

	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito
Informação turística	1	2	3	4	5
Sinalização turística	1	2	3	4	5

23. Na sua opinião enumere alguns aspetos a melhorar relativamente à Póvoa de Lanhoso?

Obrigado pela colaboração!