

[01101] CONTRIBUTOS PARA UM PLANO ESTRATÉGICO PARA O TURISMO DO PORTO SANTO: A IMPORTÂNCIA DO GEOTURISMO

Cristina Castro ¹, Joaquim Antunes², Samuel Barros ³

¹ Instituto Politécnico de Viseu, Portugal, l3tycy4_c45tro@hotmail.com

² Instituto Politécnico de Viseu, Portugal, jantunes@estv.ipv.pt

³ Instituto Politécnico de Viseu, Portugal, sfbarros@estv.ipv.pt

RESUMO

Este trabalho pretende dar um contributo para um plano estratégico para o turismo do Porto Santo e tem como finalidade principal demonstrar o interesse do Geoturismo no mercado turístico desta ilha, designadamente no âmbito do combate à sazonalidade, um dos principais problemas do turismo deste território insular integrado na Região Autónoma da Madeira.

Para além de uma breve revisão da literatura sobre os temas envolvidos, a metodologia assenta num trabalho empírico de análise estratégica que inclui a realização de uma série de entrevistas às entidades responsáveis pelo turismo do Porto Santo e a alguns empresários locais.

As conclusões apontam no sentido de que Porto Santo tem todas as condições para o desenvolvimento do Geoturismo, devido ao seu património natural, em particular a sua componente geológica, geomorfológica e a sua geodiversidade. São propostos vários produtos e apostas em determinados públicos-alvo que certamente poderão contribuir para um melhor desenvolvimento turístico da ilha.

Palavras-chave: Estratégia, Geoturismo, Inovação, Porto Santo, Turismo.

CONTRIBUTIONS TO A STRATEGIC PLAN FOR TOURISM OF PORTO SANTO ISLAND: THE IMPORTANCE OF GEOTOURISM

ABSTRACT

This work aims to contribute to a strategic plan for tourism of Porto Santo island. The main purpose is to demonstrate the Geotourism interest in the tourist market of this island, particularly to solve the seasonality, which is one of the main problems of tourism in Porto Santo.

After a brief review of the literature on the issues involved, the methodology is based on empirical work of strategic analysis that includes conducting a series of interviews to the entities responsible for tourism of Porto Santo and some local businessmen.

The results suggest that Porto Santo has all the conditions for the development of Geotourism due to its natural heritage, particularly its geological component, geomorphological and its geodiversity. It is proposed some new products and betting on certain audiences that will certainly contribute to a better tourist development of the island.

Keywords: Geotourism, Innovation, Porto Santo, Strategy, Tourism.

1. INTRODUÇÃO

Situada a nordeste da ilha da Madeira, a ilha do Porto Santo é conhecida como “ilha dourada”, pela sua extensa praia de areia fina e dourada e águas cálidas. Mais recentemente, para além do lazer, esta praia passou a ser apreciada também pelas suas qualidades terapêuticas e medicinais.

Apesar de esta ilha ser considerada como um destino turístico desde a década de 60, a verdade é que continua a ser pouco aproveitada no seu todo, sendo essencialmente promovida como um destino de praia. Não obstante os esforços desenvolvidos pelas entidades competentes e por investidores particulares na criação de novas infraestruturas e melhoramento das existentes, a promoção turística do Porto Santo continua muito focada no produto sol e praia, sendo ainda incipiente o desenvolvimento de novos produtos que, assentes nas condições naturais que a ilha possui, bem poderiam sustentar a sua divulgação como destino de férias para o ano inteiro.

Não podendo dissociar-se o Porto Santo da praia, este trabalho pretende realçar as suas qualidades e potencialidades, valorizando-as, a fim de dar um contributo para aumentar a sua oferta, evitando assim o seu amadurecimento como destino turístico e, ao invés, promovendo-o através da sua renovação, ou rejuvenescimento, assente em novos fatores de competitividade, para a qual concorre a sua autenticidade como fator de atração (push-factor) e de inovação.

Com efeito, Porto Santo alberga um valioso património natural, científico, paisagístico, cultural e de lazer, que importa preservar, valorizar e divulgar. Muita da fauna ali existente é exclusiva dessa região, sendo a sua

singularidade ecológica complementada com a existência de ilhéus rochosos com particular relevância do ponto de vista da biodiversidade, facto que levou à sua inclusão na Rede Natura 2000.

Assim, o geoturismo, como um tipo de turismo em que os seus praticantes têm como objetivo conhecer e/ou aprofundar os seus conhecimentos, sobre os aspetos geológicos e geomorfológicos de um lugar, poderá ser considerado como um dos novos e promissores segmentos de turismo a desenvolver em maior escala, embora controladamente, no Porto Santo. Este aspeto poderá contribuir enormemente para um aumento da notoriedade desta ilha como um destino turístico diferenciado, atraindo novos mercados e promovendo o seu rejuvenescimento, podendo ser determinante no combate à sazonalidade do seu turismo, com todos os efeitos positivos daí decorrentes no âmbito do seu desenvolvimento económico e social e coesão territorial.

2. OBJETIVOS E METODOLOGIA

São objetivos do presente trabalho, dar um contributo para a elaboração de um plano estratégico para o turismo da ilha do Porto Santo, tendo especialmente em conta que o geoturismo poderá ser um importante meio de a tornar um destino turístico de excelência nesta área.

Por outro lado, é também objetivo deste estudo salientar as qualidades e potencialidades desta pequena ilha, tendo em vista dar um contributo para a sua promoção como um destino turístico durante todo o ano, visando esbater a sazonalidade existente e as consequências negativas que daí decorrem para a Região.

Para além de um breve enquadramento conceptual sobre os temas pertinentes, com base na revisão da literatura, a metodologia utilizada assenta num trabalho empírico de análise estratégica do contexto interno do Porto Santo, focada na sua valência de destino turístico, bem como a análise do meio envolvente, ou contexto externo.

No processo de análise estratégica incluiu-se a realização de uma série de entrevistas às entidades responsáveis pelo turismo do Porto Santo e, bem assim, a alguns empresários locais, tendo em vista perceber as várias visões existentes relativamente ao turismo deste território insular integrado na Região Autónoma da Madeira.

3. BREVE ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

O geoturismo apresenta-se atualmente como uma área de turismo que tem por base a promoção da paisagem e da geologia dos denominados geossítios. Trata-se de um conceito relativamente recente depois das primeiras abordagens de definição que apontavam para aspetos relacionados com a interpretação e conservação de lugares de interesse particular para o estudo geológico ou geomorfológico.

Com efeito, o geoturismo assenta na geodiversidade (património geológico) de uma região, sendo que uma das suas primeiras e mais difundidas definições defendia que o geoturismo permitia a aquisição de conhecimento e compreensão da geologia e da geomorfologia de um local, para além da simples avaliação estética (Hose, 1995).

Este autor reformulou mais tarde esta asserção, propondo que o Geoturismo fosse visto mais como:

A disponibilização de serviços e meios interpretativos para promover o valor e os benefícios sociais de sítios com interesse geológico e geomorfológico, assegurando a sua conservação para o uso de estudantes, turistas e outras pessoas com interesses recreativos

Hose (2000: 136).

Mais recentemente passou a ser comumente defendido que o geoturismo deve também associar os aspetos culturais e ambientais que caracterizam cada um dos locais e os tornam distintos de outros.

Matthias & Andreas (2003) sustentam que o geoturismo é uma forma de turismo baseada no património natural de uma região, considerando aspetos geológicos, botânicos e arqueológicos, sempre com base num desenvolvimento sustentável.

Deste modo, o geoturismo pode ser encarado como uma excelente oportunidade para promover património geológico, assumindo, ao mesmo tempo, o papel de sensibilização do público e das próprias comunidades locais para a importância da respetiva conservação (Patzak, 2002). Assim, o geoturismo pode hoje considerar-se como um nicho de turismo que acrescenta ao Turismo Natureza outros valores inerentes aos conceitos de geodiversidade e desenvolvimento local (Rodrigues, 2009). Este mesmo autor defende que o geoturismo terá de analisar todos as vertentes relativas ao património geológico de um local, bem como à sua conservação, sendo certo que será nestes aspetos que se devem sustentar as várias atividades a desenvolver no âmbito do geoturismo. O mesmo autor conclui também que o geoturismo deve ser desenvolvido e explorado numa abordagem interdisciplinar e integradora enquanto paisagem, onde os aspetos geológicos se relacionem com todas as características naturais e histórico-culturais locais.

Joyce (2006) refere-se ao Geoturismo como o ecoturismo ou turismo relacionado com sítios geológicos e recursos, incluindo sítios geomorfológicos e paisagens. Embora o Geoturismo tenha os mesmos objetivos que o ecoturismo,

aquele procura particularmente explicar a beleza e as origens da Terra – Geológica, as forças dinâmicas da Terra: o tempo geológico, supercontinentes, clima, relevos, animais e plantas (R. & I., 2007).

Não obstante existirem diversas formulações sobre o conceito de geoturismo, a geologia e a geomorfologia são os componentes comuns e centrais na definição desta modalidade turística. Trata-se, pois, de um turismo sustentável que tem como foco principal a experiência das características geológicas do planeta, ao mesmo tempo que se promove a consciencialização ambiental e cultural, a sua valorização e conservação de modo a que se obtenham benefícios locais (Newsome & Dowling, 2006).

Em síntese, de acordo com as conclusões de Brilha (2005), salientam-se quatro importantes vantagens do Geoturismo:

- Não está restrito a variações sazonais tornando-o atrativo ao longo do ano;
- Não está dependente de hábitos da fauna;
- Pode complementar a oferta em zonas turísticas;
- Pode promover o artesanato com motivos ligados à geodiversidade local.

Brilha (2005: 124)

Do ponto de vista dos locais que pretendam considerar o geoturismo na sua estratégia para o turismo, impõe-se uma análise dos públicos-alvo, para perceber qual o seu perfil bem como as suas motivações. Importará, pois, analisar os respetivos perfis em termos educacionais e culturais. Embora seja conhecido que os geoturistas apresentam características gerais semelhantes aos ecoturistas, Brilha (2005) e Rodrigues (2009) concluem que os geoturistas apresentam características peculiares. Também Hose (2000), com base em estudos que realizou no Reino Unido, apresenta o perfil do geoturista médio, conforme é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1: Perfil do geoturista médio

-
- Visitante casual (visitas não planeadas ou acidentais)
 - Não possui experiência de trabalho de campo e não consegue “ler” mapas;
 - Possui mais de 30 anos e chega em grupos de amigos ou pequenos grupos familiares;
 - Apresenta uma capacidade de leitura média;
 - Possui um nível médio de escolaridade;
 - Não está familiarizado com o tema da geoconservação – um quarto tem uma compreensão limitada;
 - Não se apresenta devidamente equipado, especialmente no que respeita ao calçado;
 - Não se afasta do seu veículo mais do que 400 metros;
 - Observa os painéis interpretativos durante cerca de um minuto - três quartos ignora-os ou presta-lhes uma atenção mínima;
 - Presta menos atenção aos painéis interpretativos sobre Geologia quando em concorrência com outros assuntos;
 - Aprecia mais atividades de interpretação onde possa interagir diretamente;
 - Aprecia excursões e passeios guiados onde possa questionar especialistas.
-

Fonte: Adaptado de Hose (2000: 137-8)

O mesmo autor identifica dois perfis distintos de geoturistas:

“Geoturistas dedicados”: indivíduos que selecionam deliberadamente os locais geológicos e geomorfológicos e exposições a visitar, com objetivo de formação, aperfeiçoamento intelectual e prazer”; e

“Geoturista casuais”: indivíduos que visitam os locais geológicos e geomorfológicos e exposições principalmente pelo prazer e algum estímulo intelectual limitado.

Hose (2000, 136)

4. ANÁLISE ESTRATÉGICA: CONTEXTO INTERNO - PORTO SANTO

A 45 km a nordeste da Ilha da Madeira, a ilha do Porto Santo dista cerca de 900 km de Portugal Continental (Lisboa) e cerca de 805 km do arquipélago dos Açores. Os territórios mais próximos do Porto Santo são as ilhas Canárias (Tenerife) a cerca de 500 km e a costa africana (Casablanca, Marrocos) a cerca de 800 km.

O Porto Santo é um município que ocupa toda a ilha com o mesmo nome e integra a Região Autónoma da Madeira. Tem uma área territorial de 42,5 km² e uma população de cerca de 5.500 habitantes.

Trata-se de uma ilha de origem vulcânica que data da era terciária. O seu ponto mais alto, o Pico do Facho, tem cerca de 517 metros de altitude. O clima é seco e estável, com uma precipitação anual entre 380 e 400 mm e temperaturas médias muito amenas (média de 23°C no verão e 18°C no inverno). A temperatura média da água do mar ronda os 22°C no verão e 17°C no inverno, temperaturas que permitem “fazer praia” durante todo o ano.

Esta ilha tem características ímpares pelo seu património natural paisagístico e cultural, de que se destaca a sua famosa praia de areal dourado, com uma extensão de 9 km, que permitiu a sua eleição como uma das 7 Maravilhas de Portugal, na categoria de praias e dunas. Esta praia, que ostenta desde 1992 o galardão de Bandeira Azul, possui uma areia fina, muito suave, leve e pouco abrasiva, sendo composta principalmente por carbonato de cálcio, sob

forma de calcite, que lhe confere propriedades térmicas muito particulares. Por isso, é também muito reconhecida pelas suas propriedades terapêuticas e medicinais, sendo usada para tratamentos do foro cutâneo e subcutâneo, bem como para problemas ortopédicos e reumáticos. Também às suas argilas, águas minerais e até à água do mar têm sido reconhecidas propriedades benéficas peculiares. Devido a estas características do areal e da água do mar existe na ilha um centro de talassoterapia e geomedicina (clínica de areia).

A cidade de Vila Baleira, que é a sede do município que tem apenas uma freguesia com o mesmo nome, está repleta de histórias e lendas de um passado mais ou menos remoto, como é o caso da Casa Museu que, em tempo, foi habitada por Cristóvão Colombo.

A sazonalidade turística da ilha é muito acentuada, uma vez que a procura associada à praia é registada mais na época de verão. No entanto, as características do Porto Santo, pela sua diversidade geológica e geomorfológica, a simpatia, simplicidade e hospitalidade das suas gentes, bem como a segurança e tranquilidade, o seu património e história, o seu clima, a beleza natural primitiva, conferem a esta ilha excelentes condições para que novas ofertas turísticas a tornem um destino para todo o ano.

4.1 Infraestruturas, superestruturas e serviços públicos

A ilha do Porto Santo está equipada com um conjunto de infraestruturas, superestruturas que garantem serviços públicos de qualidade de que se destacam: aeroporto, porto de abrigo, posto de correio, agências bancárias, supermercados, loja, postos de abastecimento de combustíveis, serviços de finanças, loja do cidadão, tribunal, diversas entidades como a Associação Comercial e Industrial de Porto Santo – Câmara de Comércio e a Sociedade de Desenvolvimento do Porto Santo, entre outras. Toda a extensão de praia está dotada de infraestruturas e equipamentos de segurança, informação, sensibilização ambiental e de conforto para os utentes, bem como parques de estacionamento ao longo da ilha. Uma central de dessalinização garante o abastecimento de água potável a toda a ilha, desde 1979.

Relativamente ao setor da saúde, Porto Santo está dotado de centro de saúde, clínica dentária, farmácia, ginásio, talassoterapia e clínica de areias. A ilha dispõe de um serviço de helicóptero da Força Aérea que assegura, permanentemente e em caso de necessidade, a ligação ao Centro Hospitalar do Funchal.

No que respeita a serviços religiosos, existem diversas igrejas e capelas (cristãs, adventistas, jeovás e evangélicas). Uma central termoelétrica a gásóleo verde, um parque fotovoltaico, vários geradores eólicos e uma estação de produção de biocombustíveis a partir de algas marinhas/captura de CO₂ garantem a energia necessária a toda a ilha.

Uma ETAR (estação de tratamento de águas residuais), trata as águas residuais que, posteriormente, são utilizadas para rega do campo de golfe existente na ilha.

A rede de estradas existente garante um bom acesso a praticamente toda a ilha.

A ligação marítima entre as ilhas da Madeira e do Porto Santo é assegurada diariamente por um moderno ferryboat que transporte passageiros e viaturas, com uma capacidade de 1.153 passageiros, numa viagem com a duração de cerca de 2,5 horas. Este facto em muito contribui para as condições de vida dos residentes, sendo também uma mais-valia em termos turísticos.

Porto Santo dispõe de uma marina bem equipada, situada no interior do porto de refúgio da ilha, que tem uma capacidade de acostagem para 165 embarcações de 4 a 15 metros de comprimento em pontões flutuantes.

A ilha possui um aeroporto de uma só pista, que se encontra situado a cerca de 2 km da cidade de Vila Baleira, que permite as ligações aéreas com a ilha da Madeira, com o continente e, dependendo da época do ano, com algumas cidades europeias.

Existe na ilha uma excelente cobertura de comunicações através das operadoras nacionais, com ligações em *roaming* e com acesso a Internet com Wi-Fi gratuito para todos.

4.2 Oferta de serviços e atividades de interesse turístico

No âmbito dos últimos quadros comunitários de apoio, Porto Santo tem registado um notável incremento dos investimentos públicos e privados em empreendimentos turísticos e outras importantes superestruturas na área do turismo.

A capacidade de alojamento hoteleiro existente é da ordem das 4.000 camas, asseguradas por 2 hotéis de cinco estrelas, 5 hotéis de quatro estrelas, 1 hotel de três estrelas; 4 pousadas, 1 hotel do INATEL, diversos empreendimentos de apartamentos turísticos, 1 residencial, 1 unidade de turismo de habitação, 1 pousada da juventude e 1 parque de campismo.

Para além da existência de um mercado paralelo difícil de referenciar, quer quantitativa, quer qualitativamente, existe ainda uma quantidade considerável de camas em segundas residências, as quais acolhem frequentemente amigos e familiares dos respetivos proprietários.

Em termos de restauração, a oferta é alargada, tendo em conta a pequena dimensão do território, existindo, de acordo com informações da edilidade do município, 32 restaurantes distribuídos por toda a ilha.

Porto Santo conta com um Centro Cultural/Sala de Congressos, com um auditório de 300 lugares sentados. Este espaço funciona também como cinema e sala de espetáculos e dispõe de uma área de exposições, salas para apresentações, reuniões e workshops, um bar e recintos polivalentes preparados para serviços de cocktail e de refeições.

Dos vários eventos realizados na ilha (a maioria dos quais resulta de festividades religiosas) destacam-se, pelo seu impacto e importância turística, a Festa de São João (junho), a Festa da Nossa Senhora da Graça (agosto), o Festival Colombo (setembro) e a Festa das Vindimas (setembro). Grande parte das festividades concentra-se nos meses de verão, assumindo um papel complementar relativamente a outros eventos de animação que são organizados, tanto por entidades públicas, como privadas, como a Câmara Municipal, a Direção Regional dos Assuntos Culturais da Madeira, a Direção Regional de Turismo da Madeira e a empresa de eventos Diálogos & Sonetos.

Existe na ilha uma rede de transportes públicos em autocarro durante todo ano e para todas as zonas, com horários distintos para a época alta e época baixa. Para além destes, ainda uma praça de táxis disponível 24 horas, com cerca de 20 viaturas ligeiras, 3 empresas de rent-a-car com uma frota total de cerca de 200 viaturas ligeiras e duas empresas de rent-a-bike com uma frota de cerca de 300 veículos (bicicletas, motorizadas e moto-quatro).

O comércio local é variado, com um número considerável de lojas de mercearia, vestuário, calçado, artesanato, mobiliário e decoração, etc.

Existem ainda quatro agências de viagens e turismo (incoming) que proporcionam variadas atividades aos turistas, duas agências de viagens (outgoing), uma de venda de bilhetes de avião e a outra de venda de bilhetes de barco. Relativamente ao desporto, o destaque vai para o magnífico campo de golfe (championship) que tem recebido provas do European Tour. Existem ainda dois centros de mergulho, quatro campos de ténis, dois campos de futebol, um clube naval e uma academia de desportos náuticos.

4.3 Património geológico

Segundo Mata et al. (2013), o arquipélago da Madeira, que integra a ilha do Porto Santo, está situado no sector noroeste da placa africana (Núbia), a cerca de 500 km a sul da falha Açores-Gibraltar e a 640 km a oeste da Margem Continental Africana. A sua estrutura, complexa, é o resultado das fases de construção submarina, de transição e subaérea, tendo-se desenvolvido como vulcão-escudo submarino durante o Miocénio Inferior, há cerca de 18 milhões de anos. A atividade eruptiva ter-se-á extinguido há cerca de 8 milhões de anos.

De acordo com os mesmos autores, a ilha do Porto Santo foi emergindo a partir dos 14,5 milhões de anos, com manifestações vulcânicas, tendo as últimas erupções ocorrido há 10,2 milhões de anos, com a formação da chaminé do Pico da Juliana. A atividade eruptiva continuou com episódios vulcânicos, representados por intrusões filonianas, e ter-se-á extinguido há 8 milhões de anos.

Intrínseca à sua própria formação, Porto Santo possui uma interessante diversidade natural com valor do ponto de vista da geodiversidade (variedade de ambientes geológicos, fenómenos e processos ativos), apresentando diversos tipos rochosos, minerais, fósseis, estruturas vulcânicas e formas de relevo resultantes de uma complexa história de evolução geológica. O seu património geológico inclui alguns locais (geossítios) que apresentam excelentes condições para se poder observar e entender a história geológica desta ilha.

Pela sua importância, destacam-se os seguintes geossítios:

- Fonte da Areia
- Ilhéu da Cal
- Ilhéu de Cima - Cabeço das Laranjas
- Ilhéu de Cima - Pedra do Sol
- Morenos
- Pico da Cabrita
- Pico de Ana Ferreira
- Praia
- Serra de Dentro
- Zimbralinho.

A geodiversidade do Porto Santo tem elevado potencial turístico e didático, quer pelas excelentes condições para o desenvolvimento de atividades na área do turismo de natureza, quer pelo facto de os seus geomonumentos proporcionarem interessantes condições para a realização de visitas de estudo e ações de educação ambiental.

4.4 Outros elementos do património natural

Com o reconhecimento das características terapêuticas e medicinais da água do mar, da água de nascentes, e das argilas (particularmente as do tipo bentonite, únicas em Portugal), a Talassoterapia Vila Baleira, situada no empreendimento Vila Baleira Paradisus, Resort & SPA (quatro estrelas) utiliza, desde 2000, as práticas de balneoterapia, com o uso único e exclusivo das águas do mar. Estas descobertas, impulsionaram também a construção do primeiro balneário-piloto situado no Hotel Porto Santo (quatro estrelas) que foi inaugurado em 2008 e passou a ser mais tarde um balneário efetivo, sendo atualmente denominado de “Centro de Geomedicina do Hotel Porto Santo”.

Em 2010, Celso Gomes e João Baptista lançaram um livro intitulado “Ilha do Porto Santo: Estância Singular de Saúde Natural / Porto Santo Island: Unique Resort of Natural Health”, onde pode ser encontrada relevante informação geológica do Porto Santo, particularmente em termos de saúde e bem-estar.

Segundo estes autores, a psamoterapia ou arenoterapia, quando associada a outras naturoterapias (climatoterapia, helioterapia, hidroterapia e peloterapia), poderá promover e potenciar o Porto Santo como estância singular de saúde natural.

Diversas investigações realizadas possibilitaram o desenvolvimento de produtos diversos (cremes e leites corporais, máscaras faciais, geles esfoliantes e protetores solares). As formulações desenvolvidas e os efeitos, são reconhecidas como promissoras, embora se encontrem em fase experimental, e têm sido apresentados em várias reuniões científicas internacionais. Algumas das formulações têm sido testadas com sucesso em pacientes com patologias inflamatórias das articulações, nomeadamente do joelho, do ombro e do cotovelo. No que respeita às máscaras faciais/corporais podem apresentar funções de limpeza, esfoliante, tonificante, desengordurante, adstringente, tensora, hidratante e branqueadora.

Além destes produtos, está também projetada a elaboração de uma argila terapêutica, que será usada nas talassoterapias e nos centros de geomedicina. Esta argila, será utilizada para tratamentos de problemas articulares. Decorrem diligências no sentido de obtenção de certificação do conceito de denominação de origem para estes elementos naturais.

Mas o património natural do Porto Santo oferece ainda interessantes condições para a prática de atividades ligadas ao turismo aventura (assim definido pela Organização Mundial do Turismo e relativo à participação dos turistas em atividades que envolvem, geralmente, esforço físico). Estão incluídos no turismo aventura os passeios pedestres e em veículos todo-o-terreno, o geocaching, entre outras atividades desportivas e de lazer.

4.5 Conclusão da análise interna

A análise interna permite identificar os principais pontos fortes e pontos fracos que são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2: Pontos fortes e pontos fracos do Porto Santo como destino turístico

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Clima ameno com sol durante grande parte do ano. • Segurança e tranquilidade, aliada à simpatia, simplicidade e hospitalidade dos habitantes. • Extensa praia de alta qualidade (bandeira azul), com propriedades terapêuticas. • Centro de talassoterapia e geomedicina (clínica de areia). • Importante património geológico. • Valioso património cultural e oferta variada de eventos. • Oferta hoteleira e restauração de qualidade, aliadas à gastronomia e enologia típicas. • Destino turístico pouco explorado. • Complementaridade do destino Madeira. • Proximidade dos principais mercados da Europa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dupla insularidade / dependência de ligações aéreas e marítimas. • Mão-de-obra pouco qualificada. • Fraca notoriedade como destino turístico. • Turismo muito sazonal com saturação na época alta.

5. ANÁLISE ESTRATÉGICA: CONTEXTO EXTERNO

Uma breve análise de âmbito internacional dos contextos pertinentes para o sector do turismo, permite concluir que se trata de um sector cada vez mais competitivo e dinâmico, que revela uma tendência de crescimento tendo por base a evolução registada nos últimos dez anos.

Com efeito, no que respeita ao nosso país, de acordo com as estatísticas do Banco de Portugal a taxa de crescimento médio anual das receitas turísticas é de 6,2%, sendo de registar a tendência de crescimento registada nos últimos anos: 5,1% em 2012, 5,5% em 2013, 6,0% em 2014 e 6,3% em 2015.

De acordo com a mesma fonte, também as dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outro alojamento registaram, no mesmo período, um crescimento médio anual de 3,3%, sendo que, em 2015, o peso relativo de residentes no estrangeiro foi de 70,3%. Refira-se que o peso das dormidas no arquipélago da Madeira (ilhas da Madeira e Porto Santo) representa 13,4% do total das dormidas registadas em território português.

Não pode deixar se referir a tendência de instabilidade recentemente registada em economias emergentes, bem como os efeitos do clima de insegurança crescente que se tem verificado à escala global, sendo certo que estes factos poderão afetar mais negativamente os destinos mais vocacionados para o denominado turismo de massa.

A análise do meio envolvente permite identificar algumas tendências significativas com impactos no sector do turismo, de que se destacam: o aumento das preocupações com a saúde e o bem-estar, o crescimento generalizado do turismo sénior, o crescimento da procura de produtos turísticos segmentados, em detrimento do turismo indiferenciado, o crescimento da combinação lazer-negócios, o crescimento da atividade de cruzeiros turísticos, as crescentes preocupações com o turismo sustentável, o aumento do número de viagens de curta duração, a crescente importância atribuída à marca, as alterações dos processos de reserva e organização de viagens, o incremento da cobertura dos destinos servidos pelas rotas das companhias aéreas low cost e, sobretudo, a expansão da utilização das redes sociais e plataformas web facto que facilita a comunicação e interação e torna os turistas (consumidores) mais informados e, por isso, mais exigentes.

Não pode ainda deixar de se referir uma nota sobre a crescente importância que é atribuída ao fator humano, traduzido num atendimento mais personalizado e profissional. Este aspeto constitui um importante elemento de diferenciação na oferta turística moderna, como resposta às crescentes exigências dos consumidores.

No que respeita à análise concorrencial, uma análise sumária da oferta existente no âmbito específico do geoturismo, permite identificar os seguintes principais competidores do Porto Santo:

- Portugal Continental - Tradicionalmente reconhecido como destino de Natureza, Cultural e Património: Geoparques de Arouca e Naturtejo.
- Açores - Reconhecido como destino de Natureza e nomeado Destino Verde pela Global Sustainable Tourism Review.
- Canárias - Tradicionalmente reconhecido como destino de praia: Lanzarote.
- Espanha: Arquipélago de Chinijo, na Província de Cáceres, Estremadura, Geoparque de Villuercas.
- Brasil - Tradicionalmente reconhecido como destino de praia: Curitiba, Ipatinga, Tibagi e Minas Gerais: Foz do Iguaçu, Pão de Açúcar, Chapada Diamantina, Pantanal, Fernando de Noronha.

5.1 Análise e conclusão das entrevistas

Conforme foi referido acima, o processo de análise estratégica efetuado no âmbito do presente estudo foi complementado com a realização de uma série de entrevistas às entidades responsáveis pelo turismo no Porto Santo e a alguns empresários locais, tendo em vista perceber as várias visões estratégicas existentes relativamente ao turismo do Porto Santo. Apresentam-se abaixo as principais conclusões resultantes das referidas entrevistas.

Os resultados dessas entrevistas permitem concluir o seguinte:

- Há unanimidade dos entrevistados que consideram que o sector turístico do Porto Santo, no inverno, é muito fraco e desanimador, com consequências negativas para a ilha, especialmente para o emprego. Reconhecem como positivo o alargamento que se está a operar da época balnear para os meses de abril a novembro.
- Há também unanimidade quanto à necessidade de desenvolver e lançar novos produtos turísticos, diferentes dos tradicionais de verão, com capacidade para atrair turistas todo o ano.
- Em relação à exploração de novos produtos, e abertura a novos mercados, os representantes do Gabinete da Presidência e da Secretaria Regional afirmam que estará em causa a identificação de novos segmentos de mercado com dimensão para rentabilizar a operação aérea e hoteleira. Por seu lado, a representante da Sociedade de Desenvolvimentos responde a esta questão dizendo que a época do Golfe começa em outubro, o que é já uma atração turística importante fora da época balnear.
- Os restantes entrevistados sustentam que, embora possa sempre existir alguma sazonalidade, a ilha tem recursos e oferece condições para funcionar durante todo o ano, desde que haja apostas nesse sentido e uma adequada promoção.
- Quando se coloca a questão sobre se o Geoturismo seria uma boa aposta, vai no sentido de considerarem que este produto seria uma boa aposta que traria outro tipo de turistas a Porto Santo, embora se trate de um

produto dirigido a um nicho de mercado e, por isso, deveria ser complementado com outros produtos para garantir a sustentabilidade da operação na época de inverno. Foi também referida a importância de se criar a marca Porto Santo que faça a distinção do destino Madeira.

- Verificou-se também unanimidade entre os entrevistados relativamente à urgente necessidade de serem criadas mais acessibilidades a preços adequados. Foram identificados alguns problemas e lacunas relativamente ao sector dos transportes que terão de ser ultrapassados. Referiram a necessidade de desenvolvimento de voos charter de operadores turísticos, com base em parcerias com outros stakeholders: Governo Regional, ANA, hoteleiros e outros operadores locais.
- Quando questionados sobre o interesse de outros tipos de turismo para Porto Santo (Golfe, Saúde, Geoturismo, Natureza, Desportivo e Náutico – e se estes seriam alternativas a explorar no inverno, as respostas, uma vez mais, são unânimes. Todos afirmam que todos estes produtos poderão contribuir para esbater a sazonalidade e teriam grande interesse do ponto de vista económico e do emprego. No entanto, defendem que a sua exploração terá de ser precedida de formatação e design enquanto produtos e que todas as infraestruturas nomeadamente as hoteleiras terão de se apresentar como ofertas viáveis de inverno, o que neste momento ainda não acontece. Paralelamente, o marketing destas novas ofertas turísticas deverá ser orientado para nichos identificados, em parceria com todos os intervenientes.
- Finalmente, quando questionados sobre quais outras medidas de desenvolvimento que recomendariam para o turismo da ilha, uma vez houve unanimidade quanto à necessidade de haver uma adequada comunicação de marketing. Foi reforçado por alguns dos entrevistados que Porto Santo tem tudo para ser promovido individualmente, até porque é completamente distinto da Madeira, sendo já notório o crescimento da ilha no panorama nacional.

5.2 Conclusão da análise externa

A análise externa permite identificar as oportunidades e as ameaças apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3: Oportunidades e ameaças

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Procura turística em crescimento, designadamente nos segmentos seniores. • Crescimento da indústria dos cruzeiros turísticos. • Desenvolvimento das ligações low-cost. • Crescimento da combinação férias e negócios. • Geoturismo com grande potencial de crescimento. • Fundos Comunitários de poios ao investimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Forte sazonalidade da procura. • Elevada dependência dos operadores turísticos. • Fraca diversificação dos mercados emissores.

Com base na identificação dos aspetos mais valorizados pelos clientes (fatores chave de compra) e nas práticas seguidas pelos competidores mais bem-sucedidos (fatores de competição), a análise externa permite ainda identificar um conjunto de fatores críticos de sucesso apresentados no Quadro 4, os quais deverão merecer a devida atenção como elementos fundamentais para as opções estratégicas a formular.

Quadro 4: Fatores críticos de sucesso do turismo do Porto Santo

Fatores chave de compra	Fatores de competição	Fatores críticos de sucesso
<ul style="list-style-type: none"> • Notoriedade do destino. • Acessibilidade. • Clima e ambiente natural. • Oferta hoteleira existente. • Diversidade da oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção do destino. • Ação junto dos operadores internacionais. • Criação de condições de acolhimento dos turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de condições de acessibilidade aérea e continuidade territorial. • Excelência da oferta hoteleira, durante todo o ano. • Comunicação marketing internacional. • Promoção do destino junto dos operadores internacionais.

6. ANÁLISE SWOT

A confrontação das oportunidades e as ameaças identificadas em resultado da análise do contexto externo, com os pontos fortes e os pontos fracos resultante da análise do contexto interno, permite o reconhecimento de um conjunto de orientações e sugestões com interesse estratégico.

No Quadro 5 são apresentadas as referidas orientações e sugestões as quais, em conjugação com os fatores críticos de sucesso acima enunciados, constituirão as bases fundamentais para as opções sugeridas na formulação da estratégia.

Quadro 5: Matriz SWOT: Orientações/Sugestões

	Oportunidades	Ameaças
Pontos fortes	<ul style="list-style-type: none"> • Aposta nos produtos turísticos (época baixa): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geoturismo ▪ Saúde e bem-estar ▪ Golfe ▪ Turismo de aventura. • Marketing orientado para novos segmentos de mercado alvo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de parcerias entre os agentes do sector do turismo local. • Promoção de acessibilidades e transportes aéreos competitivos. • Aposta nos mercados da Europa Norte. • Elevar posicionamento da oferta turística
Pontos fracos	<ul style="list-style-type: none"> • Criação e comunicação da marca “Porto Santo”. • Promoção do investimento com Apoios Comunitários. • Desenvolvimento das ligações aéreas Madeira/Porto Santo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plano de formação profissional no sector turismo. • Plano de comunicação marketing do turismo de Porto Santo.

7. CONTRIBUTOS PARA A FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

A análise interna permitiu concluir que o Porto Santo, pelas suas características de diversidade geológica e geomorfológica que lhe conferem uma beleza primitiva, pelo seu clima ameno ao longo de todo o ano e pela sua localização geográfica, aliadas à simpatia, simplicidade e hospitalidade das suas gentes e, bem assim, pela segurança e tranquilidade, pelo seu património e história, possui enormes potencialidades que lhe permitam posicionar-se como um destino turístico de elevada qualidade de serviço no contexto internacional.

A relativamente reduzida dimensão da ilha do Porto Santo e a sua integração no Arquipélago da Madeira, contraindicam qualquer opção que vá no sentido do desenvolvimento de um tipo de turismo de massa, de baixo valor, podendo, por isso, aspirar a ocupar uma posição privilegiada entre rotas turísticas internacionais similares. Por outro lado, da análise externa retira-se um conjunto de elementos fundamentais que permitem sustentar a visão estratégica e as opções que a seguir são propostas, tendo em vista dar um contributo para o plano estratégico para o turismo do Porto Santo.

Assim, a formulação da **Visão** não pode deixar de integrar o legítimo intento estratégico no sentido de Porto Santo ser reconhecido como:

Destino turístico de referência internacional, para clientes exigentes.

Na formulação da **Missão**, que deverá integrar elementos com referência ao produto/serviço, não poderá deixar de ser considerada uma proposta de valor que inclua:

... Oferta integrada e de qualidade de turismo de praia, geoturismo, saúde e bem-estar e golfe...

Em face dos resultados obtidos na análise estratégica, quer ao contexto interno, quer ao contexto externo, acima conjugados e sintetizados na matriz SWOT, nos **Objetivos Estratégicos** para o Porto Santo terão, necessariamente, de ser incluídos os seguintes:

*Desenvolver o Turismo, através de uma oferta de excelência, competitiva e assente no património ambiental e cultural, na modernização das empresas e serviços públicas e na qualificação dos recursos humanos.
Esbater a sazonalidade, alargando a oferta turística com produtos de valor acrescentado, dirigidos a clientes exigentes.*

As linhas estratégicas subjacentes à presente proposta poderão assentar nas seguintes **Orientações Estratégicas**:

1. *Destino de excelência ancorado nos produtos praia, geoturismo, saúde e bem-estar e golfe.*
2. *Desenvolvimento das estruturas de apoio (hoteleira, ligações aéreas, ...) orientadas para o mercado.*
3. *Desenvolvimento de parcerias entre agentes económicos e reforço da estratégia de marketing sob a marca “Porto Santo”.*
4. *Preservação ambiental: referencial de qualidade de vida e fator de competitividade.*
5. *Envolvimento da população residente e qualificação dos recursos humanos.*

8. CONCLUSÃO

Não obstante o facto de o Porto Santo ser considerado um destino turístico desde a década de 60 e oferecer excelentes condições para o desenvolvimento de diversos tipos de turismo, a verdade é que continua a ser essencialmente promovido como um destino de massa, do tipo sol e praia. Este facto não é alheio ao gravoso problema existente relativo à sazonalidade da procura turística, muito concentrada nos meses de verão, tradicionalmente consagrados a férias.

Com este trabalho pretende realçar-se as qualidades e potencialidades de que Porto Santo dispõe, promovendo-as, na expectativa de que esta ilha possa vir a tornar-se um destino de excelência, com produtos de valor

acrescentado dirigidos, especialmente, a segmentos de clientes exigentes e, sobretudo, tornando-se, por esta via, um destino turístico para todo o ano.

A necessidade de esbater a sazonalidade existente no turismo desta ilha poderá recomendar que a oferta turística do Porto Santo integre uma gama de produtos a acrescentar à já tradicional oferta de sol e praia. Nesse sentido, e para além da praia, as características naturais desta ilha, o seu clima e a sua localização oferecem excelentes condições para produtos como o geoturismo, a saúde e bem-estar e o golfe, podendo ainda considerar-se o turismo cultural e paisagístico e o turismo de aventura. Deve referir-se que algumas destes tipos de turismo, por se destinarem a escalões etários mais elevados (mercado “silver age”: indivíduos com idades entre 50 a 70 anos), que constituem um segmento de mercado que tem registado em elevado crescimento, poderão robustecer a indústria turística do Porto Santo e contribuir fortemente para o desejável alisamento do efeito sazonal atualmente existente na sua procura turística.

Naturalmente que este desiderato terá de levar em devida conta a necessidade de compatibilizar a quantidade e qualidade da oferta de alojamento e restauração, durante todos os meses do ano. Por outro lado, será ainda basilar melhorar e garantir adequadas ligações aéreas, face ao desejado fluxo de turistas.

Relativamente à oferta de alojamento, restauração, comércio e serviços em geral, será imperioso elevar o nível de qualificação dos recursos humanos, em áreas específicas das atividades conexas com o turismo. Ao mesmo tempo, seria desejável que, em geral, a população residente da ilha, para além da simpatia, simplicidade e hospitalidade que lhes são peculiares, possuísse qualificações adequadas à receção e ao convívio com os turistas.

A implementação das propostas ora apresentadas, ou outras que venham a merecer melhor consenso, requer, no entanto, disponibilidade, empenhamento e união de esforços por parte de todas as entidades responsáveis pela construção do futuro do Porto Santo.

Nesse sentido, será recomendável a assunção de um compromisso com a Qualidade, que passará pelo envolvimento e articulação entre os vários agentes do turismo e a população residente, para o sucesso de uma estratégia partilhada.

Será também importante, por parte das entidades responsáveis pelo Turismo do Porto Santo, nortear a orientação e assegurar o apoio às opções de investimento no setor do turismo, com o recurso aos apoios Comunitários disponíveis no âmbito do programa Portugal 2010.

Com a criação de mais e melhores possibilidades de acesso à ilha, acreditamos ser possível implementar novas soluções turísticas, sendo o Geoturismo aquela que nos parece mais pertinente no contexto económico atual. Neste âmbito, o Geocaching será também uma excelente aposta a incluir na oferta do Porto Santo, com a realização de eventos CITO (Cache in trash out), o dirigiria a oferta turística da ilha a mais um nicho de mercado: os geocachers (praticantes desta modalidade).

Esperamos que o presente trabalho possa, de algum modo, dar um contributo para a visão estratégica do turismo do Porto Santo, particularmente no que concerne ao seu reconhecimento como um destino de excelência com projeção internacional e traga alguma valia a um plano estratégico para o Turismo.

REFERÊNCIAS

- Brilha, J. (2005), Património Geológico e Geoconservação: A Conservação da Natureza na sua Vertente Geológica. Braga, Palimage Editores.
- Hose, T. A. (1995), Selling the Story of Britain's Stone. Environmental Interpretation, Acta geographica Slovenica, 10(2), 16-17.
- Hose, T. A. (1997), Geotourism – selling the Earth to Europe. Engineering Geology and the Environment, Rotterdam.
- Hose, T. A. (2000), “European Geotourism – Geological Interpretation and Geoconservation Promotion for Tourists” in D. Baretino, W.A.P. Wimbleton and E. Gallego (Eds.), Geological Heritage: its conservation and management, Madrid (Spain), 127-146.
- Hose, T. A. (2008), “Geotourism and interpretation” in Newsome, D; Dowling, R. Geotourism: sustainability, impacts and management, Elsevier, 221-241.
- Hose, T.A. (1995), “Selling the story of Britain's Stone” in Environmental Interpretation, 10(2), 16-17.
- Joyce, E. (2006), “Geomorphological sites and the new geotourismo” in Australia. Melbourne: Society of Australia.
- Mata, J., Fonseca, P., Prada, S., Rodrigues, D., Martins, S., Ramalho, R., Madeira, J., Cachão, M., Silva, C. M. & Matias, M. J. (2013), “O Arquipélago da Madeira” in R. Dias, A. Araújo, P. Terrinha & J. C. Kullberg (Eds), Geologia de Portugal, Vol. II. Lisboa, Escolar Editora.
- Matthias, G. & Andreas, M. (2003), “Géotourisme et développement durable en Allemagne du Sud” in Géomorphologie et tourisme, E. Reynard, C. Holzmann, D. Guex & N. Summermatter (Ed.), Institut de Géographie, Université de Lausanne, Travaux et Recherches, 24, 177-184.
- Newsome, & Dowling (2006), The scope and nature of geotourism. Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Newsome, & Dowling (2008), Preface: Discover The Earth Beneath Our Feet. Inaugural Global Geotourism Conference, (pp. 1-2). Fremantle.
- Patzak, M. (2002), Tourism and Geodiversity: The Case of Geoparks. UNESCO. Recuperado de egis.cefe.cnrs-mop.fr/Tourism%20Frontpages/patzak%20article.htm.
- Robinson, A. M. (2008). Geotourism: Who is the Geotourist? Inaugural National Conference on Green Travel, Climate Change and Ecotourism. Recuperado de www.leisureolutions.com.au.
- Rodrigues, J. C. (2009). “Geoturismo - Uma abordagem emergente” in Neto de Carvalho, C. e Rodrigues, J. C. (Eds.), Geoturismo & Desenvolvimento Local, Idanha-a-Nova, 38-61.