



O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM TRÁS-OS-MONTES – PERFIL DO VISITANTE À CIDADE DE MIRANDELA

José Paulo Ribeiro de Castro *

Filomena Maria Cardoso Pedrosa Ferreira Martins **

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves *

* Instituto Politécnico de Bragança - “Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela

(castrogeo@ipb.pt); Telefone: +351.278201340

(elsaesteves@ipb.pt); Telefone: +351.278201340

** Universidade de Aveiro – Departamento de Ambiente e Ordenamento

(filomena@ua.pt); Telefone: +351.234370200

Resumo

Diversas regiões rurais estão a tornar-se importantes destinos turísticos, não só pela qualidade do ambiente mas, também, pelos serviços prestados pelos promotores turísticos oferecendo uma variedade de produtos que competem, grandemente, com regiões turísticas mais tradicionais e estabilizadas. A região de Trás-os-Montes é exemplo de um destino turístico que se traduz numa oferta turística diversificada capaz de atrair visitantes e a sua capacidade de gerar sinergias pode constituir uma base para o desenvolvimento sustentável deste território.

Analisar a procura turística e o comportamento do visitante pode fornecer informação para orientar as entidades locais na sua estratégia de desenvolvimento do turismo sustentável, adequadas ao contexto local e regional.

Neste estudo pretende-se analisar os resultados do inquérito por questionário implementado aos visitantes da cidade de Mirandela, no distrito de Bragança, Região de Trás-os-Montes que teve como objectivo identificar a origem, o perfil do visitante, a organização da viagem e as motivações/percepções da sua visita.

Os resultados obtidos permitem concluir que os visitantes manifestaram um grau de satisfação elevado em diversos indicadores analisados, fazendo sobressair a natureza/paisagem, tranquilidade, qualidade ambiental, limpeza e a segurança. Com base na informação recolhida é possível apontar um conjunto de propostas para esta região possuidora de potencialidades que é importante desenvolver.



Palavras-chave: Turismo sustentável, procura turística e motivações.

1 - Introdução

O turismo é considerado um fenómeno de singular importância na vivência estrutural da sociedade hodierna. Desde as remotas viagens do homem pré-histórico até finais do século XVIII, quando tiveram início os primeiros fluxos turísticos e depois até aos anos cinquenta do século XX, este fenómeno evoluiu e adquiriu cada vez mais importância socioeconómica (Blasco e Timón, 1999:7). É um dos fenómenos sociais que mais marcaram a sociedade actual, nas últimas décadas e que atingiu especial relevo na segunda metade do século passado. Reflecte os avanços e o desenvolvimento da humanidade e acima de tudo, converteu-se num dos principais sectores sócio-económicos do mundo (Vieira, 1997).

Na actualidade é reconhecido que o turismo desempenha funções sócio-económicas muito importantes e constitui um notável instrumento de desenvolvimento, sobretudo a nível regional e local. Se for planeado de forma sustentada o turismo gerará mais-valias para as economias locais.

“ De facto, ao implicar uma rede complexa de actividades económicas envolvidas no fornecimento de alojamento, alimentação e bebidas, transportes, entretenimento e outros serviços para os turistas, o turismo é um elemento estruturante da economia.” (Ribeiro e Vareiro, 2007: 470)

A eleição dos destinos turísticos assim como o tipo de viagem depende de um conjunto de factores: uns de ordem pessoal, designadamente a idade ou nível de formação, outros de natureza sociológica ou económica (Mesplier e Duraffour, 2000). A procura turística está, assim, intimamente relacionada com a tomada de decisão que as pessoas realizam quando planificam as suas actividades de ócio (OMT, 1998).

Os objectivos que nortearam o estudo foram a elaboração de um perfil do visitante da cidade de Mirandela, a recolha de informação sobre a organização da viagem e o nível de satisfação da visita. Para concretizar aquele desiderato, a metodologia principal consistiu na aplicação de um inquérito por questionário aos visitantes. O trabalho de campo decorreu em 2008 e 2009 nos meses de Março e Abril, tendo sido efectuados, respectivamente, 331 em 2008 e 510 em 2009. Foram seleccionados vários locais, na



cidade de Mirandela, de forma a poder-se obter um número elevado de questionários válidos.

Devido a algumas alterações efectuadas nos questionários, nomeadamente a inclusão / exclusão de questões, motivou a não comparação da totalidade dos dados, para os anos em análise.

A apresentação deste trabalho está estruturada em 3 partes, iniciando-se com breves considerações sobre o fenómeno turístico; uma apresentação e análise dos resultados mais significativos, obtidos para o caso de estudo e finalmente a apresentação de algumas considerações e reflexões finais sobre o trabalho desenvolvido.

2 - Turismo e desenvolvimento sustentável

“ O turismo é um dos fenómenos que melhor caracteriza o modo de vida das sociedades modernas, constituindo uma consequência de necessidades nos domínios do lazer, da cultura, da religião, da actividade profissional e do conhecimento de outras terras e de outros povos” (Costa, Rita e Águas, 2001:2). Consideramo-lo, então, um fenómeno directamente vinculado com o tempo livre e com a cultura do ócio.

A afirmação supra citada revela a importância que o turismo ocupa na sociedade actual funcionando como um veículo de satisfação de diversas necessidades das pessoas que são, muitas vezes, decorrentes do ritmo “desenfreado” em que, actualmente, se vive, nos países mais desenvolvidos.

A satisfação de necessidades vão desde as mais básicas para a sobrevivência, até aquelas que se relacionam com a auto realização pessoal ou de prestígio. Estas manifestam-se, também, na vontade e desejo de dedicar o tempo disponível, sobretudo o período de férias, a actividades de descanso que possibilitem o desfrute de lugares de lazer e interesse turístico.

A actividade turística é um acto que em geral, proporciona contacto entre povos de diversificados níveis culturais e sócio económicos, na medida em que comporta a mobilidade de pessoas a lugares distintos do seu ambiente habitual. Assim, as actividades turísticas têm uma incidência nas relações sociais entre os turistas dos países emissores e os cidadãos dos países receptores, ao produzir intercâmbios de hábitos e



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

costumes sociais permitindo um melhor conhecimento entre os povos (Montejano, 1991).

A História já deu provas de que desde tempos remotos, o privilégio de “viajar” era uma regalia de limitadas e selectas franjas da população que se deslocavam por motivos diversos, nomeadamente para conhecer novas regiões, novos povos e culturas ou por causas militares. Por razões de ordem política, económica e cultural, o turismo passou a ser um recurso importante nas sociedades actuais.

O turismo, tal como o conhecemos hoje, é uma forma distinta de entendimento das viagens. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT) o “Turismo compreende as actividades que realizam as pessoas durante as suas viagens e estadias em lugares distintos da sua residência habitual” (OMT, 1998:9). Esta definição traduz, com alguma amplitude, o significado e entendimento do turismo na actualidade. Porque, na sua essência, o turismo é um binómio definido por dois parâmetros muito concretos que integra pessoas e viagens. Pessoas que saem dos seus locais de residência habitual e viajam para outros lugares com motivações diversas, nomeadamente a busca de descanso e a procura de conhecimentos de outras realidades abarcando diversas áreas que passam pela cultura, património, recursos naturais, diversão, entre outras.

O turismo conheceu uma expansão sem precedentes desde a década de sessenta, do século passado, devido a um conjunto de factores – uma nova ordem internacional, prosperidade económica, revolução das comunicações, consumismo das populações, entre outros – que contribuíram para que esta actividade se transformasse numa prática comum à maior parte dos cidadãos dos países desenvolvidos. Em poucos anos, o turismo converteu-se num fenómeno à escala mundial que continua a crescer constantemente constituindo-se, no presente, numa actividade de grande impacto social e económico, com repercussões na modernização dos povos, no urbanismo, na economia, na política, na qualidade de vida das populações e em quase todas as áreas das sociedades modernas.

Contudo, ao longo dos anos, o desenvolvimento e expansão do turismo pautou-se por modelos de desenvolvimento que exerciam fortes impactos no meio ambiente. Era um modelo de crescimento extensivo que se baseava, sobretudo, no aumento do número de visitantes sem ter em consideração que a capacidade dos territórios é limitada (Fullana e



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Ayuso, 2002). Esta situação provocou fortes impactos em diversos domínios, nomeadamente social, cultural, no ambiente e no ordenamento do território conduzindo o turismo para uma prática insustentável.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi abordado, pela primeira vez, em 1987 através da publicação do relatório de Brundtland. Este documento publicado pela Comissão das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento define o desenvolvimento sustentável como aquele “ que satisfaz as necessidades das gerações do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades”.

Este conceito institucionalizou-se aquando da realização da Cimeira da Terra, realizada no Rio de Janeiro em 1992. Naquele ano, diversos países adoptaram o Programa de Acção Agenda 21 que consignava uma transição para modelos de desenvolvimento que preservem os recursos do planeta (Fullana e Ayuso, 2002).

Decorrente da Cimeira da Terra, a World Travel and Tourism Council (WTTC), Organização Mundial de Turismo e o Concelho da Terra elaboraram um programa de acção direccionado para a actividade turística. Aquele documento incorpora os princípios do desenvolvimento sustentável subscritos no relatório de Brundtland (Lima e Careto, 2002) na sua transposição para o domínio do turismo. A Organização Mundial de Turismo aplicou o mesmo conceito à actividade turística e elaborou a Carta Europeia do Turismo Sustentável. Aquela organização considera que o “desenvolvimento do turismo sustentável satisfaz as necessidades dos turistas e regiões receptoras presentes, ao mesmo tempo que protege e melhora as oportunidades do futuro. O enfoque é na gestão de todos os recursos para que satisfaça todas as necessidades económicas, sociais e estéticas e ao mesmo tempo respeite a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte à vida” (Fullana e Ayuso, 2002).

Segundo os mesmos autores (Fullana e Ayuso, 2002), nos últimos anos, o conceito de turismo sustentável fomentou a maior atenção dos agentes turísticos relativamente à importância que os recursos culturais e ambientais representam no desenvolvimento do turismo e sustentabilidade das regiões turísticas.



Entendemos que “A sustentabilidade do turismo pressupõe o equilíbrio entre as funções de protecção e utilização dos recursos turísticos, traduzindo-se no balanço entre as exigências e as necessidades do visitante, do local e da comunidade anfitriã. O turismo sustentável é, portanto, um novo paradigma do desenvolvimento turístico e não uma tipologia de turismo, paralela ao turismo natureza ou ao ecoturismo” (Partidário, 2005: 11).

No entanto, o desenvolvimento do turismo sustentável não deve ser encarado como um sistema rígido e confinado à esfera ambiental. Este deve ser um modelo de desenvolvimento global, com capacidade de adaptação às dimensões socioculturais e económicas. O correcto planeamento do turismo sustentável minimiza os efeitos negativos da actividade turística e gera maior atracção nos turistas e o desejo de regressar ao destino turístico (Pires, 2004).

3 - Procura turística e motivações

O crescimento contínuo das viagens após a Segunda Guerra Mundial devido, principalmente, à melhoria do nível de vida da população e ao desenvolvimento dos transportes provocou, ao nível do sistema turístico, uma maior atenção e estudo por parte dos analistas para a procura turística. Por estes e outros factos, a forma de vida das populações alterou-se, bem como as necessidades físicas e psicológicas que essas mudanças provocaram nas pessoas. Todos nós sentimos a necessidade de mudança, seja ela temporária ou definitiva, sendo que a única forma que as pessoas têm para se libertar do ambiente em que vivem é sair dele (Andrade, 1999 cit. in Esteves, 2002). O turismo é a indústria que permite esta actividade de mudança. Nos finais da década de 80, verificaram-se alterações na procura de destinos turísticos, passando das zonas saturadas de “sol e praia” para zonas menos massificadas e com níveis superiores de qualidade associados ao serviço.

A procura turística é definida como “o número total de pessoas que viajam, ou desejam viajar, para utilizar os equipamentos e serviços turísticos em outros locais que não o da sua residência ou trabalho” (Mathieson et Wall, 1982 cit. in Pires, 2004). O mercado da procura passa por identificar as determinantes que desencadeiam esta acção. Foster (1992) identifica alguns factores agrupando-os em factores sociais, culturais e económicos, estrutura demográfica de um país, mudanças tecnológicas, motivações,



poder de compra, aumento do tempo livre, excessiva concentração urbana, singularidade, imagem, atractivos e acessibilidade de um destino turístico. Middleton (1994) agrupa os factores essenciais da procura turística em oito grandes eixos: económicos, demográficos, geográficos, sócio-culturais e atitudes sociais, preços comparativos, deslocação pessoal, leis governamentais e meios de comunicação. Cunha (2009) classifica os factores determinantes da procura em socioeconómicos, técnicos, aleatórios e psicossociológicos. Nos factores socioeconómicos destacam-se os rendimentos, os preços, a demografia, a urbanização e a duração do lazer. Os factores técnicos incluem os meios e os processos, nomeadamente tecnológicos, que facilitam as deslocações ou permitem a realização da viagem. Nos factores aleatórios incluem-se as variáveis, imprevisíveis ou ocasionais que afectam o comportamento dos consumidores e que derivam de circunstâncias naturais, políticas ou sociais. Os factores psicossociológicos influenciam o nível da procura, em função dos gostos, das preferências e dos actos de consumo turístico, com inclusão dos factores sociais, pessoais e culturais.

Os determinantes da procura são complexos e variáveis, dependendo intrinsecamente do motivo da viagem.

O modo como se podem identificar as diversas tipologias de turismo, para posterior classificação, desenvolve-se através da análise dos factores que motivam os turistas a viajar. As motivações podem ser consideradas como estados ou forças que levam as pessoas a desenvolver determinadas acções (Moutinho, 1987 cit. in Carneiro et al, 2006). Para Kotler et Armstrong (2007) um motivo (impulso) é uma necessidade suficientemente forte para fazer com que a pessoa procure satisfazê-la. As motivações “são forças interiores que nos incitam a comportar-nos de uma ou de outra maneira e exprimem-se pela nossa vontade de reduzir uma certa tensão, em particular, ligada a uma necessidade insatisfeita” (Tocquer et Zins, 2004).

Estudar as motivações ao nível do turismo “é desenvolver uma ferramenta objectiva para que (...) os gestores compreendam a razão pela qual os seus produtos ou serviços são adquiridos ou preteridos, (...), perante a diversidade de oferta posta à sua disposição (Neves, 2006: 102 cit. in Neves, 2008). A pesquisa sobre a motivação baseia-se em estudos de Dann (1981), que identificou os factores “*push*” e “*pull*” como sendo



fundamentais na motivação dos turistas. Os factores “*push*” correspondem aos aspectos sócio-psicológicos de um indivíduo que provocam o desejo de viajar e os factores “*pull*” originam-se a partir do local de destino, justificando a escolha do destino.

Middleton (1994) agrupa os factores motivacionais em: motivos profissionais; motivos físicos/ psicológicos; motivos culturais; motivos sociais/ interpessoais e étnicos; motivos de entretenimento/ diversão/ prazer e motivos religiosos. MacIntosh et al (1995) identificam os motivos da procura turística, numa pirâmide de necessidades equiparada à pirâmide de Maslow. A informação que advém das motivações dos visitantes deve ser analisada e tratada cuidadosamente por parte da oferta, permitindo estabelecer um equilíbrio entre o expectável e o percebido por parte da procura (Esteves, 2002).

4 – Caso de estudo - apresentação dos resultados

Mirandela localiza-se no distrito de Bragança, Região Norte, inserida na NUT Alto-Trás-os-Montes (figura n.º1).

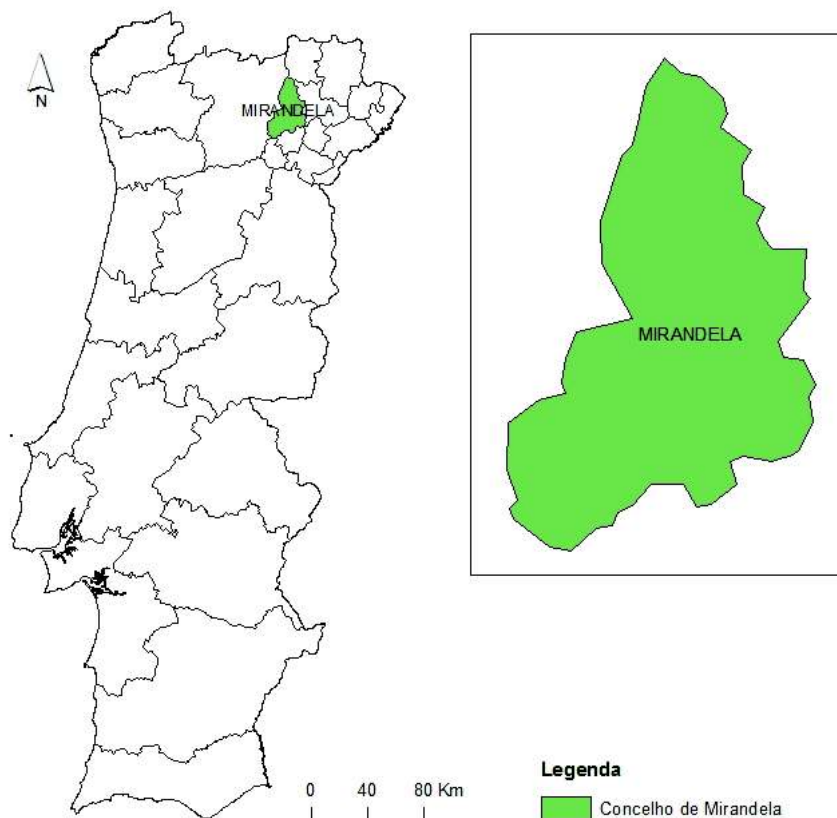


Figura n.º 1 – Localização do Concelho de Mirandela



A tabela n.º 1 conjuga alguns dados estatísticos da oferta e procura turística no concelho de Mirandela. Relativamente à oferta turística pode observar-se que ao longo do período em análise o “número de estabelecimentos” existentes em Mirandela é de 5. Da mesma forma a “capacidade de alojamento” é constante ao registando para o período em análise uma oferta de 456 camas.

Tabela n.º 1 – Indicadores do turismo em Mirandela

	Ano de 2006	Ano de 2007	Ano de 2008
Indicadores	N.º	N.º	N.º
N.º de Estabelecimentos	5	5	5
Capacidade de Alojamento	456	456	456
Dormidas Totais	39273	40318	43976
Dormidas Nacionais	37151	37252	41449
Dormidas Estrangeiros	1751	3066	2527

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Os indicadores da procura turística apresentam um comportamento diferenciado. Com efeito, pode observar-se que a variável “dormidas totais” apresenta aumentos entre 2006 (39273 dormidas) e 2008 (43976). Analisando as dormidas “nacionais” e “estrangeiros” verifica-se que a procura turística é manifestamente nacional, tendo a procura turística estrangeira pouca expressão no concelho (tabela n.º 1).

O trabalho de aplicação do inquérito por questionário decorreu em 2008 e 2009, nomeadamente, nos meses de Março e Abril, na cidade de Mirandela. Foram aplicados 331 inquéritos em 2008 e em 2009 - 510.

Para a apresentação dos resultados seguiu-se a ordem das questões colocadas no inquérito e a comparação entre os dois anos em análise. Nos casos em que ocorreram alterações nas questões os dados são apresentados de forma isolada para cada ano. A análise centra-se em quatro vectores principais: perfil do visitante, organização da viagem/visita, actividades desenvolvidas e grau de satisfação proporcionada pela visita efectuada.

Salienta-se o facto de alguns questionários não terem sido respondidos na sua totalidade pelos inquiridos, contudo, tal não comprometeu a análise da informação. Nas questões onde ocorreu esta situação apenas foram considerados os itens assinalados pelos respondentes.



4.1 - Perfil do visitante

A primeira abordagem analisa o perfil do visitante, quanto ao sexo, idade, nacionalidade, estado civil, formação académica e profissão (tabela n.º 2). Pela análise dos dados, verifica-se que os homens não ultrapassam os 50% em ambos os anos, sendo que o sexo oposto é ligeiramente mais representativo (59% - 2008 e 54% - 2009).

Tabela n.º 2 – Variáveis sócio demográficas dos inquiridos

Variáveis	Ano de 2008		Ano de 2009	
	N.º	%	N.º	%
Sexo				
Masculino	135	41%	236	46%
Feminino	195	59%	274	54%
Total	331	100%	510	100%
Idade				
≤ 24	53	16,1%	66	12,9%
25 – 44	102	30,8%	134	26,3%
≥ 45	176	53,1%	310	60,8%
Total	331	100%	510	100%
Local de residência				
Portugal	319	94%	489	94%
Estrangeiro	12	4%	21	4%
Total	331	100%	510	100%
Estado civil				
Casado	199	60%	332	65%
Solteiro/a	86	26%	91	18%
União de facto	9	3%	11	2%
Viúvo/a	21	6%	50	10%
Divorciado/a	16	5%	20	4%
Separado/a	0	0%	6	1%
Total	331	100%	510	100%
Formação Académica				
Analfabeto	10	3%	27	5%
Ensino básico	155	47%	269	53%
Ensino secundário	114	34%	115	23%
Ensino superior	50	15%	98	19%
Ns-Nr	2	1%	1	0%
Total	331	100%	510	100%

Quanto à idade, a maioria dos inquiridos situa-se na faixa etária dos 15-24 anos (53 inquiridos - 16% em 2008 e 66 inquiridos - 13% em 2009) e 65+ anos (45 - 14% em 2008 e 106 - 21% em 2009). De referenciar o caso de em 2009 os inquiridos com idades compreendidas entre os 60-64 anos terem atingido um valor significativo (78 - 15%).



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Na sua maioria os visitantes são nacionais (310 em 2008 e 478 em 2009). No que respeita ao estado civil dos inquiridos foi possível identificar uma grande percentagem de indivíduos casados (60% - 2008 e 65% - 2009). Em ambos os anos, o nível de escolaridade com maior predominância é o “ensino básico” (47% - 2008 e 53% - 2009).

Em relação à profissão/ocupação dos inquiridos (tabela n.º 3), identificam-se com mais relevância, em ambos os anos, os “reformados” (19% - 2008 e 28% - 2009) e os “estudantes” (12% - 2008 e 11% - 2009).

Tabela n.º 3 – Profissão dos inquiridos

Profissões	Ano de 2008		Ano de 2009	
	Nº	%	Nº	%
Agricultor	11	3%	15	3%
Reformado/a	62	19%	143	28%
Estudante	41	12%	58	11%
Doméstica/o	33	10%	73	14%
Operários/artífices e trabalhadores similares	38	11%	32	6%
Pessoal dos serviços e vendedores	6	2%	25	5%
Pessoal administrativo	21	6%	24	5%
Técnicos e profissionais de nível intermédio	15	5%	15	3%
Especialistas profissões intelectuais e científicas	9	3%	9	2%
Profissional liberal	10	3%	24	5%
Quadro médio de empresa	7	2%	5	1%
Quadro superior de empresa	6	2%	9	2%
Administração pública	10	3%	19	4%
Membros das forças armadas	0	0%	3	1%
Outra:	62	19%	56	11%
Total	331	100%	510	100%

4.2 - Organização da viagem/visita

Do total dos inquiridos, em 2008, 25% responderam que foi a 1ª visita que efectuaram a Mirandela e 28% em 2009. 48% dos inquiridos, em 2008, responderam que efectuaram mais de 3 visitas e 39% em 2009, respectivamente. Os restantes inquiridos subdividem-se entre a 2ª ou 3ª visita a Mirandela.

Relativamente aos motivos da visita dos inquiridos, a figura n.º 2 e tabela n.º 4 permitem observar os resultados, em ambos os anos.

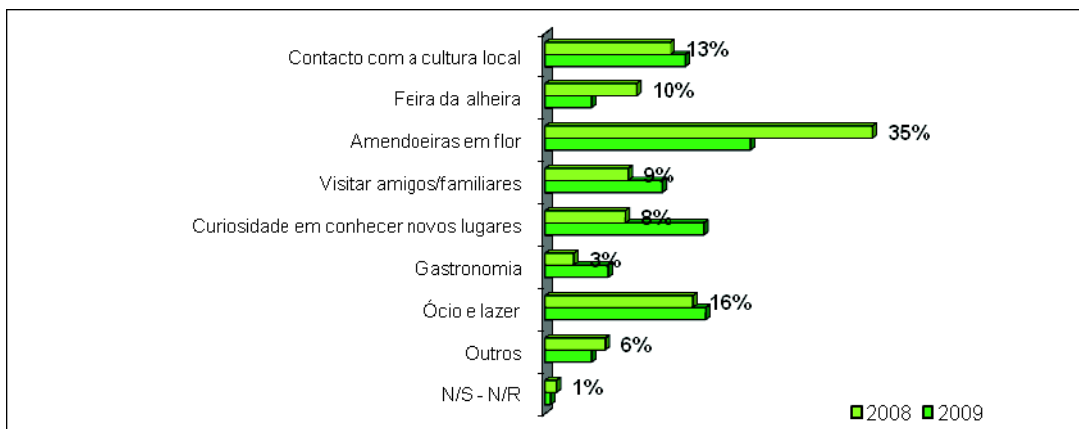


16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Figura n.º 2 - Motivo da visita a Mirandela



Destacam-se as “Amendoeiras em Flor” como o principal motivo em ambos os anos (35% - 2008; 22% -2009); em segundo lugar o “Ócio e Lazer” (16% - 2008; 17% - 2009), “Curiosidade em conhecer novos lugares”, em 2009, com 17%. O “Contacto com a Cultura Local” é o terceiro motivo mais assinalado em ambos os anos (13% - 2008; 15% -2009). Apenas 3% em 2008 e 7% em 2009 assinalaram a “Gastronomia” como motivo da realização da visita, tendo sido este interesse o menos referenciado.

Tabela n.º 4 - Motivo da visita a Mirandela

Ano de 2008					Ano de 2009			
Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Contacto cultura local	44	13,3	13,3%	13,3%	75	14,7%	14,7%	14,7%
Feira da alheira	32	9,7	9,7%	23,0%	23	4,5%	4,5%	19,2%
Amendoeiras em flor	115	34,7	34,7%	57,7%	111	21,8%	21,8%	41,0%
Visitar amigos/familiares	29	8,8	8,8%	66,5%	64	12,5%	12,5%	53,5%
Curiosidade em conhecer novos locais	28	8,5	8,5%	74,9%	85	16,7%	16,7%	70,2%
Gastronomia	10	3,0	3,0%	77,9%	39	7,6%	7,6%	77,8%
Ócio/lazer	52	15,7	15,7%	93,7%	86	16,9%	16,9%	94,7%
Outros	21	6,3	6,3%	100,0%	27	5,3%	4,7%	99,4%
Total	331	100,0	100,0%		510	100,0%	100,0	

No que diz respeito às fontes de informação utilizadas para a eleição do destino, a fonte mais assinalada foi “ Amigos e familiares” que registou 67% de respostas em 2008 e 57% em 2009. Outras fontes de informação são identificadas por 12% dos respondentes em 2008 e 15% em 2009. A internet passa a ser a fonte mais referida, em 2009, por 5% do total dos inquiridos.



16º Congresso da APDR

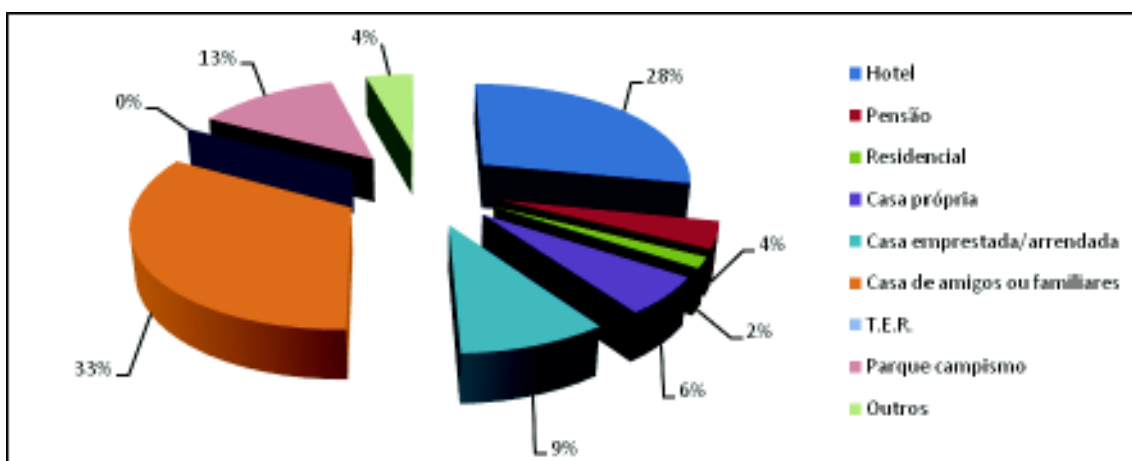
Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Em relação ao meio de transporte utilizado para a deslocação a Mirandela, a quase totalidade dos inquiridos, em ambos os anos, indicou que o “Carro Próprio” e Autocarro/excursão” foi o principal meio de transporte utilizado. Em 2008, 42% dos inquiridos afirmaram ter vindo à cidade integrados numa excursão, contra os 29% verificados em 2009.

Quanto à questão “Está alojado em Mirandela”²² a maior parte dos inquiridos respondeu que não está alojado em Mirandela (80%). Dos 20% de visitantes que ficaram ali alojados, os “Hotéis” (28%), a “Casa de amigos e familiares” (33%) e o “Parque de campismo” (13%) foram as tipologias mais mencionadas pelos inquiridos; 9% optou pela “Casa emprestada/arrendada” e 6% pernitoou em “Casa própria”. As restantes formas de alojamento não obtiveram resultados significativos (figura n.º 3).

Figura n.º 3 - Alojamento (2009)



Os visitantes foram questionados se “Vieram acompanhados na visita a Mirandela”: a grande maioria afirmou ter vindo acompanhado na visita (91% - 2008; 94% - 2009); 7% em 2008 e 5% em 2009 indicaram não vir acompanhados.

Na sequência da questão anterior, a grande maioria refere que veio acompanhada por mais de 3 pessoas (50% - 2008; 51% - 2009). Seguem-se as respostas em que é mencionado terem vindo acompanhados unicamente por uma pessoa (24% - 2008 e 18% - 2009). Em 2008, o número de inquiridos que viajaram acompanhados com duas e três pessoas totalizou 16% e 25% em 2009, respectivamente.

²² Esta questão foi colocada, apenas, em 2009. Por esse facto se apresentam os resultados desse ano.



4.3 - Actividades desenvolvidas durante a visita

Nesta fase, do presente trabalho, pretende-se analisar os resultados das questões sobre as actividades desenvolvidas ao longo da visita, nomeadamente os locais frequentados e aquisição de produtos. A tabela n.º 5 permite uma leitura e análise sobre os locais frequentados.

Tabela n.º 5 - locais frequentados

	Ano de 2008				Ano de 2009			
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Restaurantes	62	18,7%	18,7%	18,7%	153	30,0%	30,0%	30,0%
Cafés/bares	33	10,0%	10,0%	28,7%	75	14,7%	14,7%	44,7%
Museu	4	1,2%	1,2%	29,9%	13	2,5%	2,5%	47,3%
Lojas de artesanato	9	2,7%	2,7%	32,6%	36	7,1%	7,1%	54,3%
Lojas produtos regionais	78	23,6%	23,6%	56,2%	102	20,0%	20,0%	74,3%
Zona verde/espelho de água	61	18,4%	18,4%	74,6%	111	21,8%	21,8%	96,1%
Outros	2	0,6%	0,6%	75,2%	6	1,2%	1,2%	97,3%
Ns/Nr	82	24,8%	24,8%	100,0%	14	2,7%	2,7%	100,0%
Total	331	100,0%	100,0%		510	100,0%	100,0%	

As “Lojas de produtos regionais”, “Restaurantes” e “Zona verde/espelho de água” foram os locais mais frequentados pelos inquiridos em 2008. Estes indicadores sofreram alteração de posição em 2009. Com efeito, os “Restaurantes” foram assinalados por 30% da totalidade dos inquiridos, em 2009, seguidos pela “Zona verde/espelho de água” com 21,8% de respostas e as “Lojas de produtos regionais”, indicadas por 20% dos inquiridos.

Relativamente à aquisição de produtos obtiveram-se os seguintes resultados (figura n.º 4):

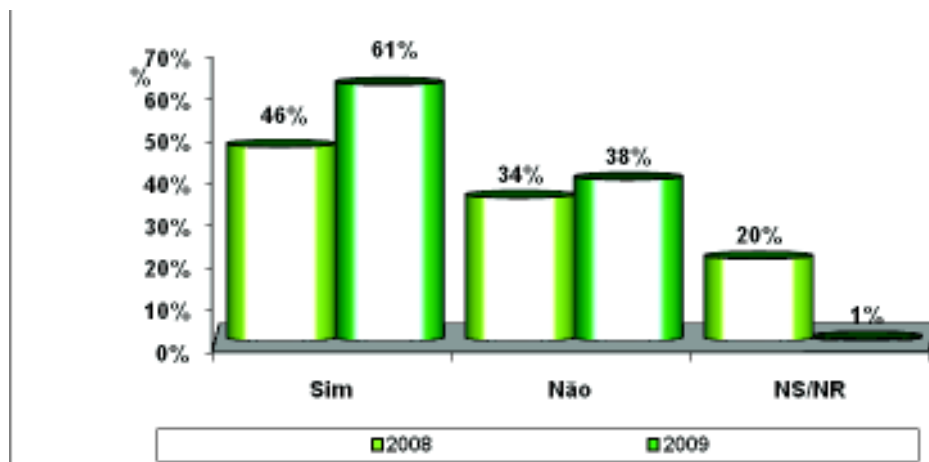


16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

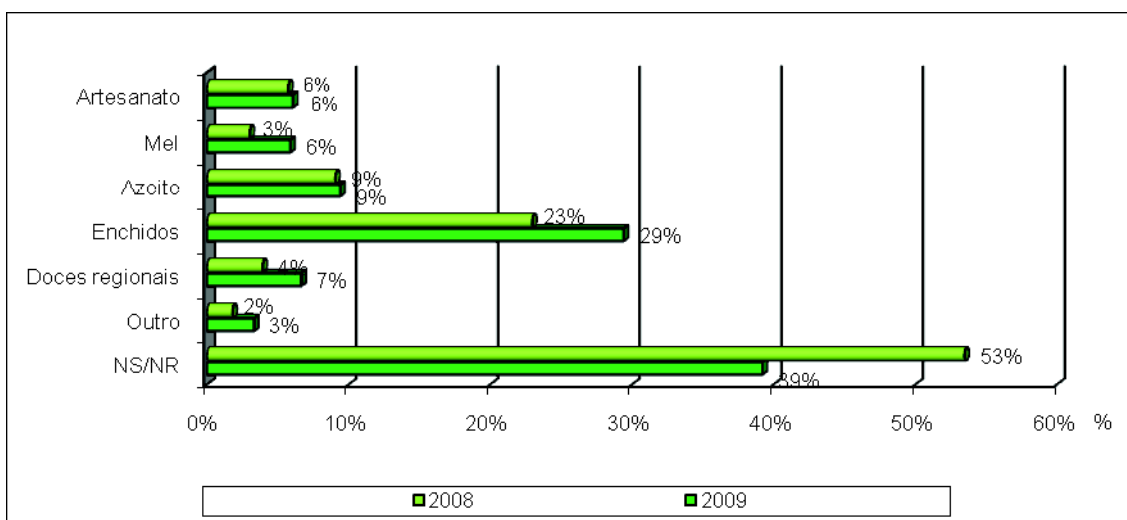
Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Figura n.º 4- Aquisição de produtos



Em 2008: - 46% responderam afirmativamente à questão sobre se tinham adquirido produtos, 34% responderam negativamente e 20% não respondeu à questão. Em 2009: 61% responderam afirmativamente, 38% responderam negativamente e 1% não respondeu. Resumidamente, e de forma positiva, a aquisição de produtos aumentou de um ano para o outro (15%).

Figura n.º 5 - Produtos adquiridos



Considerando os produtos adquiridos pode constatar-se (figura n.º 5) que os “Enchidos” mereceram maior atenção por parte dos inquiridos (23% em 2008 e 29% em 2009). O “Azeite” (9% em ambos os anos) e o “Artesanato” (6% em ambos os anos) seguem-se na ordem de aquisição de produtos.



4.4 - Avaliação da visita a Mirandela

Em ambos os anos, 2008 e 2009, foi solicitado aos inquiridos que efectuassem uma avaliação geral da visita utilizando uma escala de Likert com 5 ponderações (1- nada satisfeito, 2- pouco satisfeito, 3- satisfeito, 4- muito satisfeito, 5- totalmente satisfeito). Neste contexto, a análise que se apresenta de seguida expressa os resultados obtidos nos diversos indicadores.

Quando foi solicitado a avaliação do grau de satisfação da visita (figura n.º 6 e tabela n.º 6), em 2008, 14% dos inquiridos manifestaram-se “Totalmente satisfeitos”, 28% “Muito satisfeitos” e 35% “Satisfeitos”.

Figura n.º 6 - Grau de satisfação da visita a Mirandela

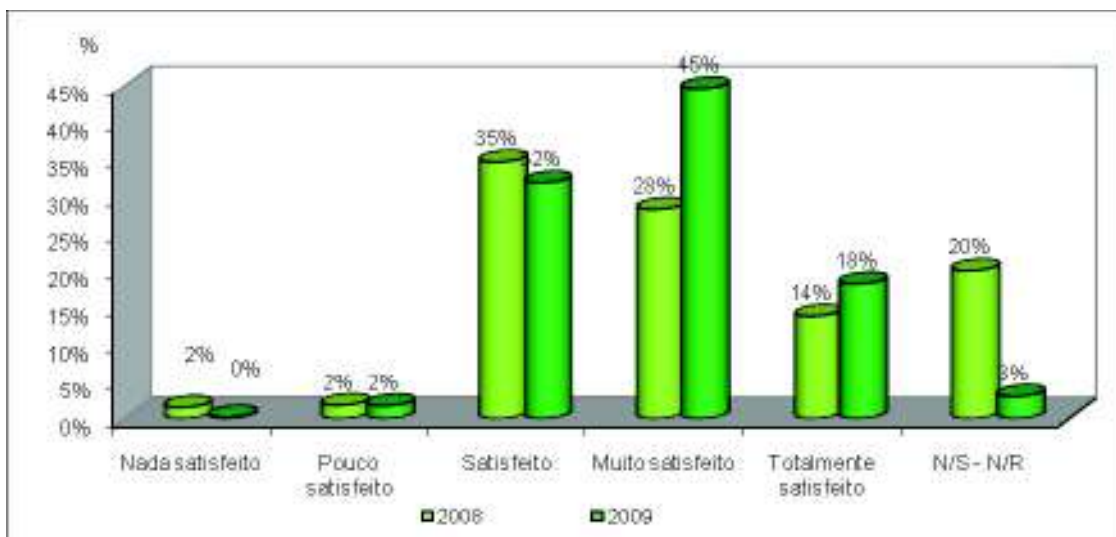


Tabela n.º 6 - Grau de satisfação da visita a Mirandela

	2008				2009			
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nada satisfeito	5	1,5%	1,5%	1,5%	1	0,2%	0,2%	0,2%
Pouco satisfeito	6	1,8%	1,8%	3,3%	9	1,8%	1,8%	2,0%
Satisfeito	115	34,7%	34,7%	38,1%	166	32,5%	32,5%	34,5%
Muito satisfeito	94	28,4%	28,4%	66,5%	227	44,5%	44,5%	79,0%
Totalmente satisfeito	46	13,9%	13,9%	80,4%	91	17,8%	17,8%	96,9%
NS/NR	65	19,6%	19,6%	100,0%	16	3,1%	3,1%	100,0%
Total	331	100,0%	100,0%		510	100,0%	100,0%	

Relativamente a 2009, 18% do total referiu estar “Totalmente satisfeito”, 45% “Muito satisfeito” e 32% “Satisfeito”.

Com valores muito residuais apenas 2%, em ambos os anos, ficou “pouco satisfeito” e 2%, em 2008, indicou estar “Nada satisfeito”.



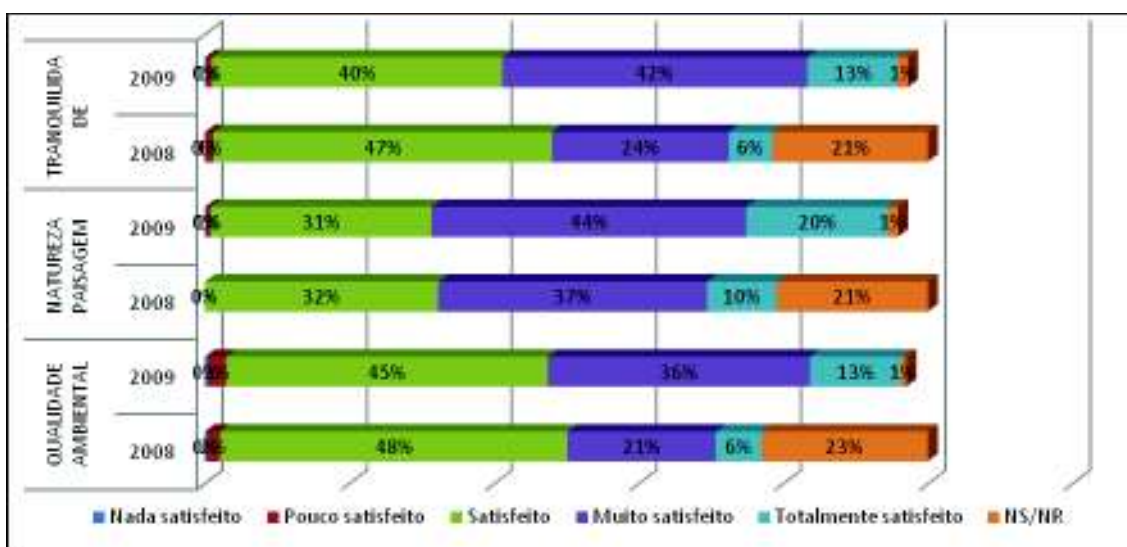
16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

De igual forma foi pedido aos inquiridos que efectuassem a avaliação sobre alguns indicadores de qualidade (“”), nomeadamente a qualidade ambiental, hospitalidade, tranquilidade, natureza/paisagem, entre outros. Pela quantidade de factores em estudo, foi necessário efectuar uma subdivisão, em que os resultados são acompanhados pela leitura das seguintes Figuras (n.º 7, 8 e 9).

Figura n.º 7 - Grau de satisfação



Em relação à “**Tranquilidade**”, em 2008, 47% dos inquiridos responderam estar “Satisfeito”, contra os 40% de 2009. Merece destaque, o grau “Muito satisfeito” avaliado por 42% em 2009 e 24% no ano transacto.

O grau de avaliação “Totalmente satisfeito” foi atingido por 6% em 2008 e 13% em 2009. 21%, em 2008, dos inquiridos não responderam a este indicador. Em 2009 observa-se 1% das respostas.

No que concerne ao indicador “**Natureza/paisagem**” os resultados obtidos são os seguintes: as maiores percentagens foram obtidas entre o grau de “Satisfeito”, “Muito satisfeito” e “Totalmente satisfeito”: 32%, em 2008, e 31%, em 2009, indicaram ter ficado “Satisfeitos”. A diferença entre os dois anos não é significativa; quanto ao grau “Muito satisfeito” obteve-se o valor 37% de respostas em 2008 e 44% em 2009. Os inquiridos “Totalmente satisfeitos” repartem-se por 10% em 2008 e 20% em 2009.

Relativamente à “**Qualidade ambiental**” verifica-se que a maior parte dos inquiridos ficou “satisfeito” e “Muito satisfeito”. Com efeito, em 2008, 48% dos inquiridos manifestaram-se “satisfeitos” e em 2009 a percentagem foi de 45%.



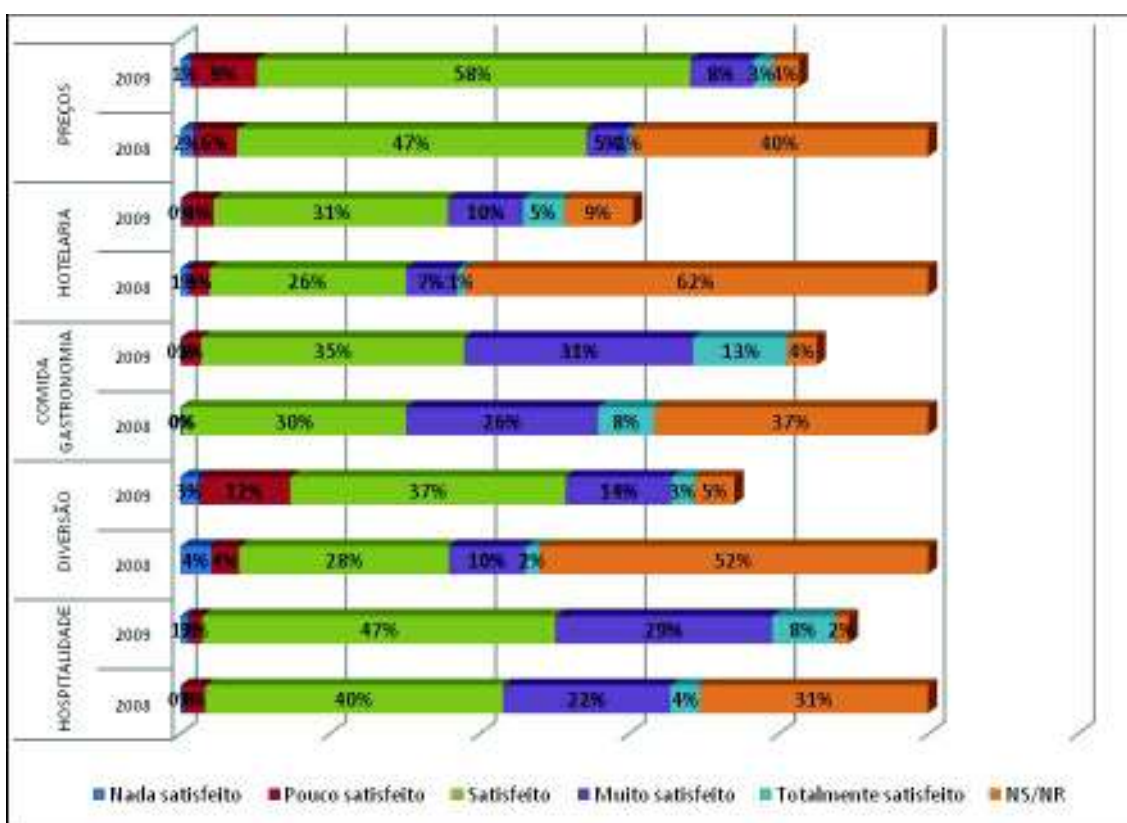
16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Quanto ao grau de “muito satisfeito” 21% foi o valor registado em 2008 e em 2009 o valor foi 15 pontos percentuais mais elevado (36%). De salientar que, em 2009, 13% manifestaram-se “Totalmente satisfeitos” - valor bastante superior comparativamente com o ano de 2008 (6%). Em ambos os anos não se colheu qualquer resposta no nível de satisfação “Nada satisfeito”.

Figura n.º 8- Grau de satisfação



Um indicador questionado foi “**Preços**” (figura n.º8), mostrando os dados que a grande maioria dos inquiridos ficou “Satisfeito” com os preços (47% - 2008 e 58% - 2009). Num nível superior de avaliação “Muito Satisfeito” os inquiridos apontam 5% em 2008 e 8% em 2009. Apenas 1% (2008) e 3% (2009) se manifestaram “Totalmente satisfeitos”. Sobre este indicador foram obtidas respostas menos favoráveis “Nada satisfeito”, com 2% (2008) e 1% (2009). Os inquiridos “Pouco satisfeito” repartem-se por 6% em 2008 e 9% em 2009.

No que respeita à “**Hotelaria**” o nível “Satisfeito” obteve 26% de respostas em 2008 e 31% em 2009. Obtiveram-se 7% (2008) e 10% (2009) de respostas dos inquiridos “Muito satisfeitos” com a hotelaria. Com valores mais reduzidos os inquiridos



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

“Totalmente satisfeitos” totalizam 1% (2008) e 5% (2009). Nos níveis inferiores de satisfação pode observar-se que ocorreram algumas respostas em “Pouco satisfeito” e “Nada satisfeito”, mas com valores pouco significativos. A taxa de não respondentes é bastante significativa, nomeadamente em 2008 com 62%.

No que concerne à “**Gastronomia**” os resultados alcançaram um grau de avaliação entre “Satisfeito” e “Totalmente satisfeito”, em ambos os anos analisados. De destacar que em 2009, se obtiveram valores mais elevados face a 2008. O grau “Satisfeito” obteve maior número de respostas em ambos os anos (2008-30%; 2009-35%). Segue-se o nível “Muito satisfeito” cujos valores totalizam 26% em 2008 e 31% em 2009. Este indicador foi classificado com maior percentagem, comparativamente com os restantes, com o nível “totalmente satisfeitos”, por 8% em 2008 e 13% em 2009. Os níveis mais baixos de satisfação são irrelevantes.

No indicador “**Diversão**” o grau da avaliação feito pelos inquiridos apresenta maior dispersão pelos diferentes níveis. Apenas 28% dos inquiridos se consideraram “Satisfeitos” em 2008, apresentando uma subida para 37% em 2009. Este indicador também foi avaliado com “Muito satisfeito” por 10% dos inquiridos em 2008 e 14% em 2009. O nível “Totalmente satisfeito” obteve 2% (2008) e 3% (2009), respectivamente. Do total de inquiridos 4% (2008) e 12% (2009) ficou “Pouco satisfeito” com a oferta de diversão. O nível “Nada satisfeito” obteve 4% de respostas em 2008 e 3% em 2009. A taxa de não respondentes foi significativa no ano de 2008 com 52%.

A “**Hospitalidade**” foi avaliada por grande percentagem dos inquiridos com um nível satisfatório em ambos os anos em análise (2008 - 40%; 2009 - 47%). Os inquiridos que se afirmaram com um nível “Muito satisfeito” totalizam 22% em 2008 e 29% em 2009. No que concerne ao grau “Totalmente satisfeito” este indicador não obteve valores muito elevados, registando-se 4% em 2008 e 8% em 2009.

O grau “Nada satisfeito”, foi referido somente por 1% dos inquiridos, em 2009. No nível “Pouco satisfeito” registam-se 3% (2008) e 2% (2009).

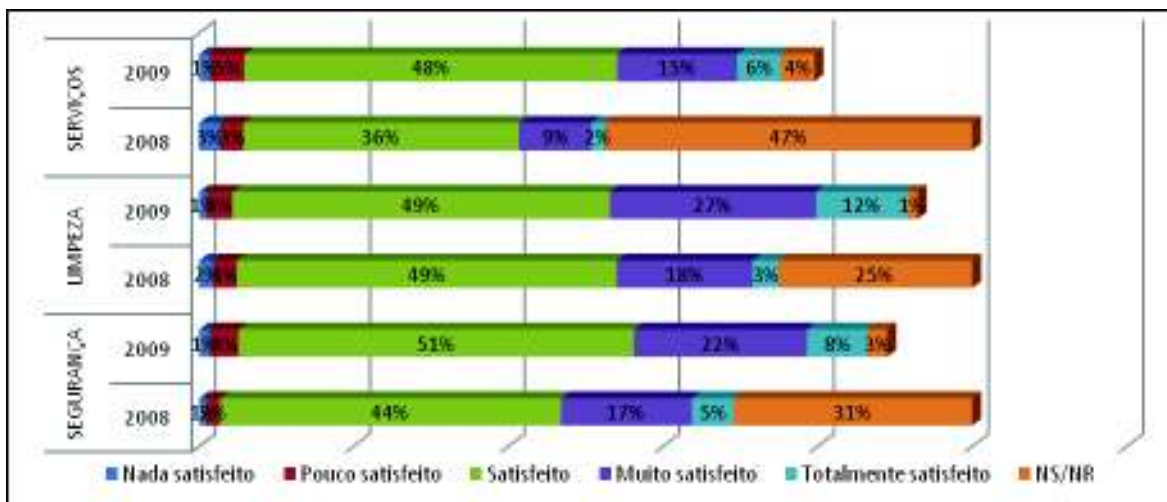


16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Figura n.º 9 - Grau de satisfação



Os “**Serviços**” (figura n.º 9) constituem outra área que foi avaliada pelos visitantes. Em 2008, o nível de “Satisfeito” foi seleccionado por 36% dos inquiridos e no ano de 2009 a percentagem foi de 48%. O grau “Muito satisfeito” foi registado por 9% (2008) e 15% (2009) dos visitantes. A taxa de não respondentes ou não deram opinião atingiu os 47% em 2008 e os 4% em 2009.

No indicador “**Limpeza**” a avaliação feita pelos visitantes teve resultados similares a outros indicadores. Com efeito, 49% dos visitantes, em ambos os anos afirmaram ter ficado “Satisfeito” com a limpeza. Quanto ao nível superior “Muito satisfeito”, identificaram-se 18% (2008) e 27% (2009). O nível “Totalmente satisfeito” alcançou 3% de respostas em 2008 e 12% em 2009.

Relativamente à “**Segurança**” os resultados permitem concluir que os inquiridos ficaram satisfeitos: 2008 – 44% e 2009 – 51% e 17% (2008) e 22 % (2009) ficaram “Muito satisfeito” com este factor. Apenas 5% em 2008 e 8% em 2009 manifestaram ter ficado “Totalmente satisfeito”. A taxa de não respostas ou sem opinião, atingiu no ano de 2008 valores na ordem dos 31%.

Além da análise univariada que apresentamos anteriormente, procedeu-se ao cruzamento de algumas variáveis de forma a avaliar o nível de relação existente entre elas.

Foi efectuada uma correlação entre o nível de satisfação da visita e seis factores, no total dos onze factores analisados, que obtiveram maior nível de satisfação. No cruzamento



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

das variáveis ordinais, grau de satisfação da visita e os seis factores (qualidade ambiental, hospitalidade, tranquilidade, natureza/paisagem, comida/gastronomia e segurança), verificou-se no coeficiente de correlação R de Pearson²³ uma associação linear moderada entre as variáveis, em 2008, e uma associação linear baixa em 2009. As variáveis com maior incidência foram: a “tranquilidade” (0,660 - 2008 e 0,30 - 2009), “natureza/paisagem” (0,643 - 2008 e 0,27 - 2009) e “qualidade ambiental” (0,642 - 2008 e 0,376 - 2009).

Foi também analisado o coeficiente de correlação Ró de Spearman²⁴ no qual se verificou-se uma associação linear positiva com maior incidência nas mesmas variáveis: “tranquilidade” (0,581 - 2008 e 0,271 - 2009), “natureza/ paisagem” (0,588 - 2008 e 0,255 - 2009) e “qualidade ambiental” (0,579 - 2008 e 0,340 - 2009).

Os inquiridos foram questionados sobre a sua eventual pretensão de “Voltar à cidade de Mirandela” (figura n.º 10). Em 2008, 70% responderam afirmativamente e em 2009, 85% responderam no mesmo registo.

Obtiveram-se em 2008 e em 2009, respectivamente 11% e 14%. de respostas “Provavelmente Sim”.

²³ Este indicador é uma medida de associação linear entre variáveis quantitativas e varia entre -1 e 1 (Pestana e Gageiro, 2008: 181). Os valores inferiores a 0,2 indicam uma associação linear muito baixa; entre 0,2 e 0,39 baixa; entre 0,4 e 0,69 moderada; entre 0,7 e 0,89 alta; e por fim entre 0,9 e 1 uma associação muito alta.

²⁴ Este indicador mede a intensidade da relação entre variáveis ordinais (Pestana e Gageiro, 2008: 178). Este coeficiente varia entre -1 e 1 e quanto mais próximo estiver destes extremos, maior será a associação linear entre as variáveis.



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

Figura n.º 10 - Pretende voltar à cidade de Mirandela e região

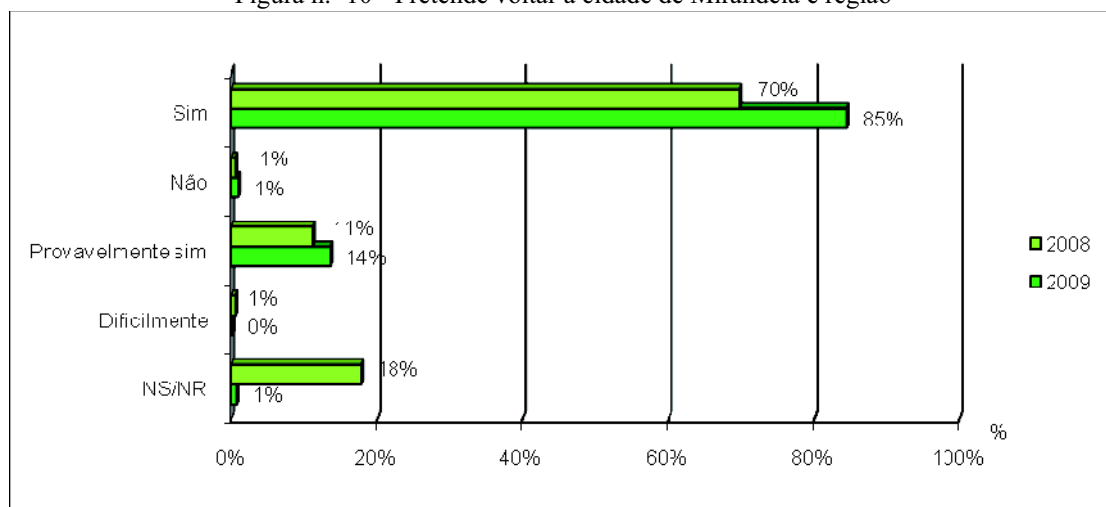
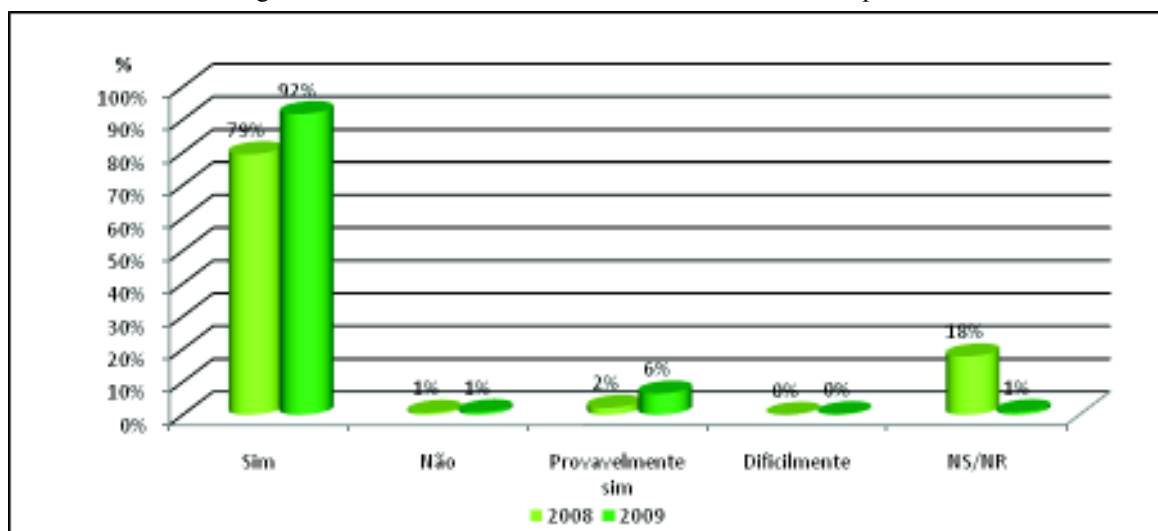


Figura n.º 11 - Recomenda uma visita a Mirandela a outras pessoas



Em 2009, 92% dos inquiridos afirmaram que recomendam uma visita a Mirandela e em 2008 registaram-se 79% de respostas que manifestaram a mesma intenção (figura n.º 11). Dos inquiridos, 2% assinalou em 2008, “Provavelmente sim” e 6% em 2009.

5 - Considerações finais

Relativamente ao estudo de caso, a exposição que se efectuou ao longo do trabalho torna evidente a importância de que se revestem estes estudos. Por um lado, permite obter informação relevante sobre as características sócio demográficas dos visitantes, as suas motivações e opinião sobre a visita realizada, bem como dar origem dir-se-ia, a um elevado número de potenciais visitantes e turistas motivados pelos que primeiramente demandaram à zona e dela prestaram boas informações.



Por outro lado, possibilita aos agentes envolvidos no desenvolvimento turístico da região planificar e desenvolver o turismo de forma correcta, estruturada e alicerçada em estratégias sólidas.

Através do estudo apresentado neste artigo, é possível concluir que é com base na especificidade de cada região, em termos de atracções turísticas, e tendo em conta as motivações que cada região tem capacidade de satisfazer, que deve ser criada a política de desenvolvimento sustentável e de promoção da região.

Estes resultados sugerem que os responsáveis pelo desenvolvimento da actividade turística na região, devem procurar, sempre: I) conhecer o seu visitante; II) identificar as motivações dos potenciais visitantes e desenvolver uma oferta capaz de satisfazer essas motivações; III) identificar os pólos de maior/ menor atracção turística e IV) ter uma percepção do grau de satisfação do visitante.

Como acima esboçamos, pode extrapolar-se este estudo para toda a região de Trás-os-Montes, tendo em conta, principalmente, as características comuns a ambas as áreas, nomeadamente, o grau de desenvolvimento e as carências regionais que, com toda a facilidade, constituiriam um bloco coeso de vectores que mais facilmente conduziriam aos resultados mais desejáveis. As considerações que fomos apresentando ao longo do trabalho permitem ainda concluir que o desenvolvimento do turismo sustentável é uma componente importante num eventual programa de desenvolvimento integrado que venha a ser implementado em Mirandela, em particular, e região de Trás-os-Montes.

O desenvolvimento de um turismo sustentável, em equilibrada parceria com o correcto ordenamento dos serviços turísticos pode contribuir para a manutenção dos recursos naturais e culturais das regiões e aumentar a capacidade de atracção de visitantes e turistas.

Referências Bibliográficas

CARNEIRO, M.J., COSTA, C., Crompton, J. (2006), “A escolha do destino turístico a visitar – motivos da visita a áreas protegidas”, Revista Turismo e Desenvolvimento, N.º 6.

CUNHA, L. (2009), “Introdução ao Turismo”, 4.ª Edição. Editorial Verbo.



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

COSTA, J.; RITA, P.; ÁGUAS, P. (2001), "Tendências Internacionais em Turismo" Ed. Lidel, Edições Técnicas, Lisboa.

DANN, G. (1981), "Tourist Motivation: an appraisal", Annals of Tourism Research, N.º 4.

ESTEVES, E. (2002), "Oferta e procura do sector turístico no distrito de Bragança" Dissertação de Mestrado na Universidade do Minho, Braga.

FOSTER, D. (1992), "Viagens e Turismo – Manual de Gestão", Edições Cetop.

FULLANA, P., AYSUSO, S. (2002), "Turismo Sostenible", Rubes Editorial, S.L., Barcelona.

INE (2008), "Anuário estatístico Região Norte (2008), Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

INE (2007), "Anuário estatístico Região Norte (2008), Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

INE (2006), "Anuário estatístico Região Norte (2008), Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. (2007), Princípios de Marketing. 12.ª Edição. Pearson Prentice Hall.

LIMA, S., CARETO, H. (2006), "Turismo e Sustentabilidade", in Turismo e Desenvolvimento Sustentável 1, Geota – Grupo Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente, Lisboa, Portugal.

MACINSTOSH, R., GOELDNer, C., Ritchie, J.R. (1995), "Tourism – Principles, Practices", Philosophies. Seven Edition. Jonh Wiley & Sons, Inc.

MIDDLETON, C.T.V. (1994), "Marketing in travel and tourism", 2.ª Edição. Butterworth Heinemann Ltd.

MONTEJANO, J. M. (1991), "Estructura del Mercado Turístico", Editorial Sinteses, Madrid, Espanha.

NEVES, J. (2008), "As motivações turísticas dos viajantes seniores das universidades portuguesas da terceira idade", Turismo, Inovação e Desenvolvimento – Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território. Lisboa, Edições Colibri.



16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

OMT (1998), "Introducción al Turismo", 1ª edição, Ed., Organización Mundial de Turismo, Madrid, Espanha.

PARTIDÁRIO, M. R. (2005), "Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Lisboa – Quadro de Acção Estratégica", in RT&D – Revista Turismo e Desenvolvimento, Vol. 2, n.º 1, Universidade de Aveiro.

PIRES, E. C. R., (2004), "As Inter-Relações Turismo, Meio Ambiente e Cultura", in Série Estudos, Instituto Politécnico de Bragança.

RIBEIRO, J.C., VAREIRO, L. C. (2007), "Turismo e Desenvolvimento Regional: O Espaço Rural como destino turístico", Actas do 1º Congresso Internacional – Casa Nobre, um Património para o Futuro, Arcos de Valdevez.

TOCQUER, G., ZINS, M. (2004), "Marketing do Turismo". Instituto Piaget, Lisboa.

VIEIRA, João Martins (1997), "A Economia do Turismo em Portugal", 1ª Ed., Publicações Dom Quixote, Lisboa.