

**INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

**ESCOLA SUPERIOR DE ESTUDOS INDUSTRIAIS E DE GESTÃO**

Mestrado em Direção Hoteleira – Ramo Direção Comercial e Marketing

Jaqueline Rosa Andrade de França

**Turismo Ativo na Madeira: contributo para a rentabilidade de unidades de turismo no espaço rural**

2016

Instituto Politécnico do Porto  
Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão

Jaqueline Rosa Andrade de França

**Turismo Ativo na Madeira: contributo para a rentabilidade de  
unidades de turismo no espaço rural**

Dissertação de Mestrado  
**Mestrado em Direção Hoteleira**  
Orientação: Professora Ana Filipa Brandão

Vila do Conde, Novembro 2016

Jaqueline Rosa Andrade de França

**Turismo Ativo na Madeira: contributo para a rentabilidade de  
unidades de turismo no espaço rural**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Direção Hoteleira

**Membros do Júri**

Presidente

Dra.Mónica Oliveira

Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão – Instituto Politécnico do Porto

Professora Doutora Ana Filipa Brandão

Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão – Instituto Politécnico do Porto

Dr.Joaquim Ribeiro

Escola Superior de Hotelaria e Turismo - Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, Novembro 2016

Dedico este trabalho à minha Mãe por ser a minha maior fonte de inspiração.

## **AGRADECIMENTOS**

Esta dissertação de mestrado é o resultado de muitas horas de trabalho e não seria possível sem a colaboração e o apoio de terceiros, pelo que considero muito importante exprimir o meu sincero agradecimento a todos os que me apoiaram nesta fase tão importante da minha vida.

Agradeço à minha estimada orientadora, a Professora Ana Filia Brandão que me acompanhou ao longo desta marcante jornada, instruindo-me nas diversas etapas e nas boas práticas científicas.

À minha companheira desta longa jornada, Ivete Pinto, que apoiou e incentivou em todas as etapas menos positivas.

Aos meus amigos agradeço a sua amizade e a sua presença afetuosa e inspiradora.

Finalmente, mas sempre em primeiro lugar, quero expressar o meu profundo e sentido agradecimento à minha família principalmente à minha mãe, meu irmão e Tia Isabel pelo seu apoio incondicional ao longo desta jornada académica. A eles agradeço por acreditarem em mim e apoiarem os meus objetivos profissionais e pessoais.

Em especial, quero agradecer de coração ao Nuno Martins, pela forma compreensiva como sofreu o meu alheamento no tempo, pela força que sempre transmitiu, como acreditou e me apoiou. Sem ti Nuno, não seria impossível chegar aqui, este trabalho também é teu.

## RESUMO

A atividade turística na ilha da Madeira desempenha um papel primordial na economia da região e é um dos pilares estratégicos do desenvolvimento regional. Contudo, na última década o Governo Regional da Madeira identificou a necessidade de apostar em produtos diversificados, principalmente em áreas rurais e espaços naturais, para complementar os principais produtos turísticos já existentes e consolidados.

As potencialidades da ilha da Madeira para a prática de atividades desportivas sempre foram reconhecidas pelas entidades governamentais e pela comunidade local, porém só nos últimos anos é que surgiu a necessidade de promover estes segmentos alternativos.

Esta trabalho procura explorar a possibilidade de uma aposta mais eficaz no turismo ativo como forma de captação de novos públicos, como também para a melhoria de infraestruturas e equipamentos de apoio à prática das atividades relacionadas. Outro dos principais objetivos da investigação incide sobre a caracterização da economia do turismo desportivo na Madeira, atual e potencial, bem como os seus efeitos multiplicadores, nomeadamente ao nível do alojamento.

O presente trabalho de investigação começa por teorizar, através da revisão bibliográfica toda a temática envolvente ao turismo ativo e turismo no espaço rural. A primeira fase do trabalho é dedicada à teorização de toda a problemática que envolve estes tipos de turismo e atividades inerentes.

Na segunda fase da investigação aborda-se os principais procedimentos metodológicos adotados e implementados ao longo da investigação através de conteúdos teóricos extraídos da revisão bibliográfica.

A última parte da investigação apoia-se numa abordagem preliminar com base num questionário direcionado para os turistas que se encontram em áreas rurais na ilha da Madeira. Esta abordagem decorre de um trabalho de campo realizado na ilha da Madeira, a uma amostra de cento e noventa e quatro turistas, cujo propósito passa por aferir de que forma uma aposta eficaz no turismo ativo pode contribuir para a rentabilização de unidades de turismo no espaço rural.

**Palavras-chave:** Turismo ativo, rentabilização, alojamento, turismo no espaço rural.

## ABSTRACT

The tourist activity in Madeira island plays a main role in this region's economy and is one of the most important strategies to its development. In the last decade Madeira Regional Government has identified the need to invest on diversified and alternative products in both rural and natural areas to complement the main consolidated touristic products that already exist.

Madeira island's potential for the practice of sports activities has always been recognized by the government and local community, but these alternative segments have only recently started to be promoted.

This investigation seeks to explore the possibility to promote the active tourism as a way to attract new markets but also to improve the infrastructure and equipment that support all related activities. Other main goal of this research is to focus on the characterization of the economic importance that active tourism can bring to this region and its growing effects on the accommodation industry.

This research work starts with a theorization on both active and rural tourism concepts and their definition through literature review. The first phase of this investigation is dedicated to the theorizing of these types of tourism and inherent activities.

In the second phase of the research some main methodological procedures are adopted through theoretical contents extracted from the literature review.

The last part of the research is based on a preliminary approach that applies a questionnaire to the tourists that are in rural areas of Madeira island. This approach stems from a fieldwork on Madeira Island that includes a sample of 194 (one hundred and ninety-four) tourists with the main purpose of studying the means in which active tourism can contribute to the development and promotion of rural tourism units.

**Keywords:** Active Tourism, development, accommodation, tourism in rural areas.

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| <b>ÍNDICE GERAL</b> .....                                      | VII |
| <b>LISTA DE TABELAS</b> .....                                  | X   |
| <b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES</b> .....                              | XI  |
| <b>LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS</b> .....                    | XII |
| <br>   |     |
| <b>I. INTRODUÇÃO</b> .....                                     | 1   |
| 1.1 Justificação do tema .....                                 | 2   |
| 1.2 Objetivos .....  | 3   |
| <b>II. O TURISMO</b> .....                                     | 5   |
| 2.1 Introdução .....   | 6   |
| 2.2 Breve abordagem histórica à evolução do turismo .....      | 6   |
| 2.3 Conceito .....   | 9   |
| 2.4 Classificação e tipologias de turismo .....                | 13  |
| 2.5 Conclusão .....  | 16  |
| <b>III. TURISMO ATIVO</b> .....                                | 17  |
| 3.1 Introdução .....   | 18  |
| 3.2 Conceptualização do turismo ativo .....                    | 18  |
| 3.3 Atividades características do turismo ativo .....          | 20  |
| 3.4 Perfil do turista ativo .....                              | 24  |
| 3.5 Relevância do turismo ativo para a ilha da Madeira .....   | 26  |
| 3.6 Conclusão .....  | 27  |
| <b>IV. TURISMO EM ESPAÇO RURAL</b> .....                       | 29  |
| 4.1 Introdução .....   | 30  |
| 4.2 Conceito do TER .....                                      | 30  |
| 4.3 Características e modalidades do TER .....                 | 32  |
| 4.4 Procura TER na ilha da Madeira .....                       | 34  |
| 4.5 Oferta TER na ilha da Madeira .....                        | 39  |
| 4.6 Perfil do turista TER .....                                | 41  |
| 4.7 Relação turismo ativo com unidades TER .....               | 42  |
| 4.6 Conclusão .....  | 43  |
| <b>V. METODOLOGIA E FONTES DE INVESTIGAÇÃO DO ESTUDO</b> ..... | 44  |
| 5.1 Introdução .....   | 45  |
| 5.2 Planeamento do processo de investigação .....              | 45  |

|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| 5.3        | Técnicas de recolha de tratamento da informação .....                             | 47        |
| 5.4        | Modelo de análise utilizado .....   | 49        |
| 5.4.1      | Questionário .....  | 49        |
| 5.4.2      | Estrutura do questionário aplicado.....   | 51        |
| 5.4.3      | Constituição da amostra .....   | 55        |
| 5.4.4      | Aplicação do questionário.....  | 56        |
| 5.5        | Procedimentos de análise de resultados .....                                      | 57        |
| 5.6        | Conclusão .....   | 57        |
| <b>VI.</b> | <b>APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>   | <b>58</b> |
| 6.1        | Introdução .....  | 59        |
| 6.2        | Análise descritiva dos questionários aplicados.....                               | 59        |
| 6.3        | Análise descritiva .....  | 60        |
| 6.3.1      | Caracterização dos elementos inquiridos .....                                     | 60        |
| 6.3.1.1    | Género dos inquiridos.....  | 60        |
| 6.3.1.2    | Idade .....   | 61        |
| 6.3.1.3    | Estado civil .....  | 62        |
| 6.3.1.4    | Rendimento Mensal.....  | 63        |
| 6.3.1.5    | Agregado Familiar .....   | 64        |
| 6.3.1.6    | Nacionalidade.....  | 65        |
| 6.3.1.7    | Qualificação académica.....   | 66        |
| 6.3.1.8    | Estatuto socioprofissional .....  | 67        |
| 6.3.2      | Informação geral da viagem .....  | 68        |
| 6.3.2.1    | Duração da estadia .....  | 68        |
| 6.3.2.2    | Alojamento escolhido pelos inquiridos .....                                       | 70        |
| 6.3.2.3    | Companhia na estadia.....   | 71        |
| 6.3.2.4    | Gastos pelos inquiridos .....   | 72        |
| 6.3.3      | Experiência turística na ilha da Madeira .....                                    | 73        |
| 6.3.3.1    | Primeira vez na ilha da Madeira .....   | 73        |
| 6.3.3.2    | Classificação de aspetos da experiência turística.....                            | 74        |
| 6.3.3.3    | Atividades realizada ou que pretende realizar .....                               | 76        |
| 6.3.3.4    | Classificação das atividades desportivas.....                                     | 77        |
| 6.3.3.5    | Relação entre a escolha do destino Madeira com a prática de atividade física..... | 77        |
| 6.3.3.6    | Atividade desportiva que já realizou ou pretende.....                             | 78        |
| 6.3.3.7    | Equipamento para a realização de atividades desportivas .....                     | 80        |
| 6.3.4      | Avaliação do destino Madeira .....  | 80        |

|             |  |            |
|-------------|--|------------|
| 6.3.4.1     | Grau de satisfação global da experiência turística.....                              | 80         |
| 6.3.4.2     | Imagem do destino Madeira .....  | 81         |
| 6.3.4.3     | Aspetos positivos e negativos associados à experiência turística dos inquiridos..... | 82         |
| 6.3.4.4     | Intenção de voltar ao destino Madeira .....  | 83         |
| 6.3.4.5     | Recomendação do destino Madeira .....  | 84         |
| 6.3.5       | Resumo da análise das variáveis do questionário .....                                | 85         |
| 6.4         | Relação entre resultados e objetivos.....  | 88         |
| 6.5         | Conclusão .....  | 92         |
| <b>VII.</b> | <b>CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....</b>   | <b>93</b>  |
| 7.1         | Introdução .....   | 94         |
| 7.2         | O papel do turismo ativo na rentabilização do TER na Madeira .....                   | 94         |
| 7.3         | Limitações do estudo.....  | 96         |
| 7.4         | Recomendações para estudos futuros .....   | 97         |
|             | <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>   | <b>98</b>  |
|             | <b>ANEXOS .....</b>  | <b>107</b> |

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabela 1</b> – Definições de turismo para efeitos estatístico .....                                 | 12 |
| <b>Tabela 2</b> – Atividades mais frequentes dos consumidores/praticantes de Turismo de Natureza ..... | 22 |
| <b>Tabela 3</b> – Perfil básico dos consumidores de viagens de Natureza .....                          | 25 |
| <b>Tabela 4</b> - Fases na definição e investigação de um problema .....                               | 46 |
| <b>Tabela 5</b> – Vantagens e desvantagens das perguntas abertas e perguntas fechadas.....             | 52 |
| <b>Tabela 6</b> - Modelos de amostras probabilísticas.....   | 55 |
| <b>Tabela 7</b> – Rendimento mensal líquido dos inquiridos.....  | 64 |
| <b>Tabela 8</b> – Número de pessoas do agregado familiar.....  | 64 |
| <b>Tabela 9</b> – Qualificação Académica .....   | 67 |
| <b>Tabela 10</b> – Duração da estadia em noites .....  | 69 |
| <b>Tabela 11</b> – Companhia na estadia .....  | 71 |
| <b>Tabela 12</b> – Primeira vez na ilha da Madeira.....  | 74 |
| <b>Tabela 13</b> – Classificação de aspetos associados à experiência turística .....                   | 75 |
| <b>Tabela 14</b> – Atividade desportiva que já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira ..     | 79 |
| <b>Tabela 15</b> – Imagem com que os inquiridos ficaram do destino Madeira .....                       | 81 |
| <b>Tabela 16</b> – Aspetos positivos e negativos associados à experiência turística .....              | 82 |
| <b>Tabela 17</b> - Recomendação do destino Madeira .....   | 84 |
| <b>Tabela 18</b> - Resumo da análise das variáveis do questionário .....                               | 87 |
| <b>Tabela 19</b> – Relação entre resultados obtidos e os objetivos .....                               | 88 |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1</b> – Evolução do nº de hóspedes entrados em unidades TER de 2005 a 2015.....         | 36 |
| <b>Gráfico 2</b> – Evolução do nº de dormidas em unidades TER de 2005 a 2015 .....                 | 37 |
| <b>Gráfico 3</b> – Evolução da taxa de ocupação em unidades TER de 2005 a 2015 .....               | 38 |
| <b>Gráfico 4</b> – Evolução do nº de unidades TER de 2005 a 2015.....                              | 39 |
| <b>Gráfico 5</b> – Evolução da capacidade de alojamento de unidades TER de 2005 a 2015.....        | 40 |
| <b>Gráfico 6</b> – Género dos inquiridos.....  | 61 |
| <b>Gráfico 7</b> – Idade dos inquiridos .....  | 62 |
| <b>Gráfico 8</b> – Estado civil dos inquiridos .....   | 63 |
| <b>Gráfico 9</b> – Número de elementos do agregado familiar .....                                  | 65 |
| <b>Gráfico 10</b> – Nacionalidade.....   | 66 |
| <b>Gráfico 11</b> – Qualificação académica.....  | 67 |
| <b>Gráfico 12</b> – Categoria Socioprofissional .....  | 68 |
| <b>Gráfico 13</b> – Duração da estadia em noites .....   | 69 |
| <b>Gráfico 14</b> – Tipo de alojamento escolhido pelos inquiridos.....                             | 70 |
| <b>Gráfico 15</b> – Companhia na estadia.....  | 72 |
| <b>Gráfico 16</b> - Gastos dos inquiridos por categoria .....                                      | 73 |
| <b>Gráfico 17</b> – Primeira vez na ilha da Madeira .....  | 74 |
| <b>Gráfico 18</b> – Atividades realizadas ou que pretende realizar.....                            | 76 |
| <b>Gráfico 19</b> – Classificação das atividades desportivas.....                                  | 77 |
| <b>Gráfico 20</b> – Relação entre a escolha do destino com a prática de atividade física .....     | 78 |
| <b>Gráfico 21</b> – Atividade desportiva que já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira . | 79 |
| <b>Gráfico 22</b> – Trouxe equipamento para a realização desportivas.....                          | 80 |
| <b>Gráfico 23</b> – Grau de satisfação global da experiência turística.....                        | 81 |
| <b>Gráfico 24</b> – Imagem com que os inquiridos ficaram do destino Madeira.....                   | 82 |
| <b>Gráfico 25</b> – Aspetos positivos e negativos associados à experiência turística.....          | 83 |
| <b>Gráfico 26</b> – Intenção de voltar ao destino Madeira .....                                    | 84 |
| <b>Gráfico 27</b> – Recomendaria o destino Madeira .....   | 85 |

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

**CEE** - Comunidade Económica Europeia

**DREM** - Direção Regional de Estatística da Madeira

**OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

**OMT** – Organização mundial de turismo

**PIB** – Produto Interno Bruto

**RAM** - Região Autónoma da Madeira

**TER** – Turismo no espaço rural

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUÇÃO**

## I. INTRODUÇÃO

A atividade turística na ilha da Madeira desempenha um papel primordial na economia da região e é um dos pilares estratégicos do desenvolvimento regional. A importância económico-social manifesta-se não só pelo peso do produto interno bruto (PIB) a nível regional como no mercado de emprego. De acordo com diversos documentos apresentados pelo governo da Região Autónoma da Madeira (RAM), o turismo é salientado como o principal alicerce para o progresso e desenvolvimento sustentável da região.

Atualmente a Madeira enquanto destino turístico começa a sentir necessidade em repensar a dinâmica do seu modelo turístico e respetivo potencial. A RAM continua a oferecer índices de satisfação elevados contudo, dados estatísticos recentes evidenciam as crescentes dificuldades de sustentação de taxas de crescimento da procura (IDR, 2013)

Na última década, o Governo Regional da Madeira identificou a necessidade de apostar em produtos diversificados principalmente em áreas rurais e espaços naturais para complementar os principais produtos turísticos já existentes e consolidados. Surge, assim, a necessidade de reposicionar este destino maduro em novos nichos de mercado como resposta à estagnação dos produtos turísticos tradicionais.

O surgimento de novos produtos alternativos de cariz mais ativo que têm surgido nos últimos anos através da promoção de atividades diversificadas como a observação de cetáceos, caminhadas nas levadas, canyoning e btt/dowhill vem de encontro à alteração de padrões de procura numa sociedade que começa a repensar o conceito de viagem de descanso, procurando cada vez mais experiências novas, dinâmicas e autênticas (Batle, 2000).

A aposta neste nicho de mercado é uma mais-valia não só para a captação de novos públicos, como também para a melhoria de infraestruturas e equipamentos de apoio à prática das atividades relacionadas. Pretende-se igualmente compreender se esta aposta poderá atenuar os picos de sazonalidade e minimizar os efeitos negativos da própria atividade turística na região.

Pelas próprias características geológicas e climatéricas, a ilha da Madeira reúne todas as condições para fomentar as atividades inerentes ao turismo ativo em

qualquer época do ano, permitindo assim atrair outros mercados em meses nos quais a procura pelo destino é menor. A procura turística neste destino continua centrada nas áreas costeiras, principalmente no Funchal, o que explica as assimetrias regionais existentes.

A aposta no Turismo Ativo pode permitir colmatar esta lacuna através da potencialização das unidades de turismo no espaço rural (TER) localizadas em zonas menos desenvolvidas. Será possível, desta forma, aumentar a competitividade destas unidades através da modernização da própria oferta turística e da adaptação das infraestruturas para estes nichos alternativos que possuem necessidades específicas. Além da dinamização das unidades de TER, a captação deste nicho de mercado pode introduzir outro tipo de dinâmica na oferta turística, uma vez que pode impulsionar um calendário de animação anual de natureza desportiva e ativa, complementando desta forma as festividades clássicas pelas quais a Madeira é já conhecida (Carnaval, Festa da Flor, Fim do Ano).

Dada a pertinência do tema e o interesse e motivação para estudar questões relacionadas com o turismo ativo e o TER estabeleceu-se uma pergunta de partida que pretende orientar toda a investigação e que foi formulada da seguinte forma: “De que forma o turismo ativo na ilha da Madeira pode contribuir para a rentabilidade das unidades de turismo rural?”. Esta pergunta de partida é a base essencial e o fio condutor de todo o processo de investigação.

## **1.1 Justificação do tema**

A escolha do tema desta dissertação impôs-se com naturalidade como resultado da vivência da autora enquanto madeirense, com formação em turismo e com uma enorme paixão pela natureza, desporto e espaços rurais.

O fato de existir pouca investigação científica centrada neste nicho de mercado específico que é o Turismo Ativo, bem como sobre a rentabilidade que este pode induzir nas unidades de TER (Turismo no espaço rural) que têm tido dificuldades em manter taxas de ocupação estáveis ao longo do ano, foram aspetos que contribuíram para a escolha deste tema. Estudar este tema faz sentido, uma vez que as motivações de visita e as atividades realizadas pelos turistas que visitam a

ilha da Madeira cada vez mais evidenciam a natureza e as atividades ao ar livre como atrações turísticas principais na escolha deste destino.

Apesar da maior procura pela natureza e desportos associados, este segmento de turismo continua a apresentar alguns problemas a nível de oferta, alojamento e promoção. Tendo plena consciência da necessidade de explorar produtos de natureza mais ativa e rural, o Governo Regional da Madeira defende que, para evitar a estagnação e declínio do turismo, deve-se captar novos segmentos de mercado, incluindo o TER e o Turismo de Natureza em áreas rurais como a costa norte da ilha (IDR,2013).

Na conjuntura atual, é importante apostar em nichos de mercados alternativos que permitam atenuar a sazonalidade, aumentar a despesa média do turista e dinamizar os melhores atributos e potencialidades da ilha da Madeira. Por isso, a escolha deste tema procura analisar estes campos/aspectos desenvolvendo uma base de trabalho para a implementação de futuras estratégias de dinamização de turismo ativo para o aumento da rentabilização económica em espaços rurais e nas unidades de TER.

## **1.2 Objetivos**

A investigação desenvolvida nesta dissertação tem dois grandes objetivos gerais que se refinam ao nível dos objetivos específicos. Assim sendo, define-se como objetivos gerais:

- Analisar o potencial da ilha da Madeira para a prática de turismo ativo.
- Caracterizar o perfil do turista que procura os espaços rurais e o seu potencial para a promoção e dinamização da prática de atividades desportivas na ilha.

Estes objetivos gerais relacionam-se com os seguintes objetivos mais específicos:

- Caracterizar o turismo ativo e o seu potencial turístico na ilha da Madeira

- Compreender a experiência turística na ilha da Madeira na perspetiva dos turistas.
- Identificar as motivações para a seleção do destino turístico.
- Enquadrar a importância da atividade física/ desportiva na escolha do destino.
- Caracterizar a importância económica do turismo desportivo na Madeira, atual e potencial, bem como os seus efeitos multiplicadores, nomeadamente ao nível do alojamento.

# **CAPÍTULO II**

## **O TURISMO**

## **2.1 Introdução**

Neste capítulo apresenta-se uma caracterização geral da atividade turística com enfoque nos aspetos considerados relevantes para a investigação da temática.

Este capítulo tem como finalidade analisar a origem histórica do turismo, os vários conceitos e classificações existentes.

Este enquadramento inicial de revisão de literatura permite compreender melhor o surgimento do turismo enquanto atividade e a sua evolução. Com a breve abordagem histórica apresentada pretende-se perceber de que forma o turismo foi influenciado por acontecimentos de carácter mundial.

## **2.2 Breve abordagem histórica à evolução do Turismo**

O surgimento do turismo enquanto atividade de lazer remonta à antiguidade onde o tempo livre tinha um papel primordial entre as classes mais favorecidas que viajavam com alguma regularidade por motivos de negócio, religiosos e militares desde a Mesopotâmia ao Egipto e Creta (Ferreira & Martins, 2007) Os mesmos autores afirmam que não sabendo ao certo quando o homem deu início a esta atividade, é reconhecido que foi entre os séculos XVII e XVIII que o turismo começa a ganhar importância no seu modelo tal como conhecemos nos dias de hoje.

Foi através de deslocações de membros de famílias ricas da Inglaterra, na maioria jovens aristocratas, para o centro e sul da Europa que surge o conhecido “Grand Tour” no século XVIII. Estes jovens ingleses de classes sociais altas completavam a sua educação académica com uma viagem por lugares históricos e culturais da Europa nomeadamente por Itália e França para desenvolver e a aperfeiçoar a sua educação e cultura (Simões et al, 2003).

Todos aqueles que embarcavam neste “Grand Tour” passaram a ser conhecidos como “Tourists” surgindo desta forma a expressão “turista” associada a uma deslocação feita para repouso e de conhecimento de outros locais como forma de aprendizagem e complemento para a componente académica (Boyer, 2000 citado por Cunha, 2001). Foram as deslocações do “Grand Tour” que impulsionaram a construção de rodovias um pouco por toda a Europa como ainda promoveram

serviços e produtos em diversas regiões para receber estes “Tourists” (Cunha, 2001).

A revolução industrial do século XVIII fomentou várias transformações económicas e sociais como também melhorou os transportes e ferrovias originando assim alguns avanços tecnológicos e o aparecimento de uma nova classe média com melhores salários.

É na sequência dos avanços tecnológicos e invenção de novos meios de transporte como o barco e comboio que surge a primeira viagem organizada. Após a revolução industrial, Thomas Cook em 1883 organiza para 570 pessoas uma tour, sendo a primeira viagem organizada em larga escala (Gomes, 2008).

No séc. XIX a atividade turística continuou a expandir-se principalmente através do surgimento das primeiras agências de viagens que organizavam excursões e viagens turísticas. Com o desenvolvimento dos transportes, as viagens foram-se tornando mais fáceis e acessíveis às várias camadas da população impulsionando o turismo como uma atividade económica e fenómeno social de grande importância

Outro dos passos revelantes para a consolidação da atividade turística foi o surgimento das estâncias termais. Nestes espaços, as elites gozavam os seus tempos livres e estabeleciam estes locais como espaços de relação social onde passavam maior parte do tempo livre (Pérez, 2008).

Em 1936, os trabalhadores franceses ganham pela primeira vez o direito as férias pagas, propagando-se rapidamente a outros países. A lei que ficará para sempre conhecida como “Loi du 20 Juin” permitiu o acesso deste direito às classes sociais mais desfavorecidas.

De acordo com o artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, aprovada em 1948, todo o individuo têm direito ao repouso e lazer durante um limite de tempo e férias periódicas pagas. Após a entrada em vigor deste artigo, novos modos de vida surgiram com a propagação da classe média um pouco por toda a Europa.

O “boom turístico” dá-se após segunda guerra mundial onde o turismo internacional cresceu em grande escala surgindo as primeiras legislações sobre o sector. Após a segunda guerra mundial surge o chamado turismo de massas que de acordo com o autor Norberto (1995) foi potenciado por uma série de fatores:

- Fatores políticos - clima de paz generalizada e estabilidade política;
- Fatores económicos - o desenvolvimento industrial que aumentou o poder de compra de amplas camadas da população dos países ocidentais;
- Fatores culturais - aumento do nível de instrução, o que traduziu-se no desejo de conhecer novos povos e novas culturas;
- Fatores sociais - melhoria das condições de trabalho (redução do número de horas de trabalho e regalias sociais com férias remuneradas);

Ainda na sequência da mesma linha de pensamento, Pérez (2008) defende que houve vários fatores históricos na expansão e desenvolvimento da atividade turística nomeadamente:

- Surgimento da aviação comercial;
- Valorização e aumento do tempo livre e lazer;
- Concentração urbana
- Aumento do rendimento familiar

De acordo com os dados disponibilizados pela OMT (Organização mundial de turismo) em 2008, as chegadas dos turistas internacionais a nível mundial passaram de 25,3 milhões em 1950 para cerca de 903 milhões em 2007. Em apenas cinquenta e sete anos as chegadas de turistas internacionais triplicaram e segundo dados recentes da OMT (2016) atingiu um novo recorde em 2015 com 1,184 bilião de chegadas a destinos internacionais. Em jeito de comparação com o ano de 2014, este valor representa um aumento de 50 milhões o que reflete o contínuo crescimento da atividade turística a nível mundial.

Por isso, hoje assiste-se a um tabela concetual de desenvolvimento do turismo mais dinâmico, o que se comprova pelo aparecimento de novos consumidores, novos produtos, novos modelos de negócio, novas tendências, novas formas e ferramentas de gestão (Buhalis & Costa, 2006)

### **2.3 Conceito de turismo**

O turismo, em si, é uma atividade complexa, que para a compreensão da mesma é necessário recorrer ao uso de várias ciências e até mesmo a distintas áreas de conhecimento (Cunha, 2003). O turismo possui um carácter multidisciplinar, uma vez que são introduzidas componentes teóricas de várias disciplinas como: psicologia, antropologia, sociologia, economia, geografia, entre outros (Fernandes & Coelho, 2015).

As diferentes definições do turismo aceites pelas várias organizações ligadas à atividade turística, fazem-nos refletir sobre a complexidade do turismo e de como podemos caracterizar este fenómeno, existindo tantos e diferentes conceitos.

Historicamente o primeiro conceito a ser esboçado foi o de turista e só mais tarde surgem as primeiras tentativas de definição de turismo. A primeira pequena definição surge, nos dicionários e, o segundo, tem origem no meio académico. Depois, por razões decorrentes das relações internacionais, tornou-se necessário precisar o significado do termo “turista”, ficando de fora o termo “turismo” (Cunha, 2010).

Em 1910 terá surgido a primeira definição oficial de turismo pelo economista austríaco Herman Von Schullern zu Schrattenhofen segundo o qual define o turismo como “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, estadia e partida de viajantes numa comuna, província ou um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles” (Bernecker, 1965 citado por Cunha, 2001). Desta forma comprova-se que a definição abrange essencialmente o aspeto económico descurando outros aspetos como o social. No entanto, é já notório a importância dada ao fenómeno turístico nesta época.

Foi a partir da primeira metade do século XX que a atividade turística começou a ser reconhecida como um fenómeno socioeconómico e de carácter multidisciplinar. Foi o reconhecimento socioeconómico que levou os professores Valter Hunziker e Kurt Krapf em 1942 a designar uma definição mais elaborada onde associam o turismo a um conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência. Ainda nesta definição, estes autores evidenciam que as deslocações e as permanências no contexto da atividade turística não podem ser utilizadas para o exercício de uma atividade remuneratória

Anos mais tarde Kaspar (1981) complementa o conceito de Hunziker e Krapf introduzindo um elemento novo “lugar usual de trabalho”. Este define turismo como “o conjunto das relações e fenómenos resultantes da viagem e da estadia de pessoas para as quais o lugar da estadia não é a residência principal nem o lugar usual de trabalho”.

Para Burkart e Medlik (1974, p. 39-40) o turismo “é uma amálgama de fenômenos e relações, fenômenos estes que surgem por causa do movimento de pessoas e sua permanência em vários destinos” Estes mesmo autores anteriormente citados afirmam que Mathieson e Wall (1982) surgem com uma definição semelhante que aborda o conceito de turismo com ênfase na complexidade da atividade turística e respetiva procura e oferta da mesma. Estes autores apresentam a seguinte definição de turismo: “movimento temporário de pessoas para destinos fora dos locais normais de residência e de trabalhos, as atividades realizadas durante a estada, e as facilidades criadas para satisfazer a necessidade dos turistas” (Mathieson e Wall 1982, p.28). Alguns autores defendem que esta definição de Mathieson e Wall (1982) talvez tenha sido das primeiras definições mais abrangentes a procurar integrar componentes da oferta como atividades e facilidades com vista à satisfação das necessidades do turista.

Um das mais recentes e complexas definições de turismo surge pela autoria de Oscar de La Torre (1992, p.19) que defende o turismo como “um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem

nenhuma atividade lucrativa remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural”.

Anos mais tarde McIntosh et al. (1995) simplificava a definição argumentando que o turismo integra a relação entre governos, fornecedores de negócios, comunidades anfitriãs e turistas ou visitantes. Diversos autores opinam que esta definição deveria ser melhorada como é o caso de Tribe (1997) que considera que o termo “comunidade anfitriãs” pode ser alterado para “ambientes” para ter em atenção o ambiente físico e a comunidade humana.

Numa tentativa de simplificar uma definição oficial num contexto global a OMT que em 1994 define turismo como “atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadias em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros.” (OMT, 1994 citada por Cunha 2001).

Para autores como (Standeven e Knop, 1998; Cooper, Fltcher, Wanhill, Gilbert e Shepherd, 2001; Goeldner, Ritchie e McIntosh, 2002) esta definição de turismo não deveria definir o período de viagem visto que é uma deslocação temporária para além da nossa casa e local de trabalho, que envolve experiências diferentes daquelas do dia-a-dia.

Na tentativa de buscar uma resposta ao problema da definição do turismo e o seu consenso a nível geral, Sharpley (1994) alega que o melhor seria definir o conceito num sentido mais amplo e num sentido mais restrito. Tanto num sentido como noutro, este autor reconhece que o movimento de pessoas para vários destinos e a sua permanência nesses locais está sempre incluído. Características como fatores sociais são elementos de base na escolha e segmentação do turismo.

Outro ponto de discussão surge na definição do turismo e tem a ver com as motivações das pessoas a viajar. Holloway (2006) agrupa as motivações em três categorias distintas nomeadamente:

- Férias (inclui as visitas a familiares e amigos);
- Negócios (participação em congressos, seminários e reuniões);

- Outras (viagens de estudo, peregrinações religiosas, desporto, saúde, entre outros).

Atualmente as definições de turismo podem ser interpretadas de acordo com os objetivos podendo analisar-se de um ponto de vista conceptual ou de um ponto de vista técnico. Do ponto de vista conceptual, a finalidade é encontrar uma definição capaz de fornecer um instrumento teórico que permita identificar e distinguir as características essenciais do Turismo. Pelo ponto de vista técnico, o objetivo é facilitar a obtenção de informações de cariz estatístico e legislativo (Theobald, 1998).

Apresentou-se anteriormente definições com abordagem conceptual como foi o caso da definição proposta por Mathieson e Wall (1982) resta apresentar uma definição de um ponto de vista técnico. O Instituto Nacional de Estatística (INE) determinou para efeitos estatísticos as suas definições de turismo e turista. É importante apresentar estas definições uma vez que as análises estatísticas exigem definições explícitas e precisas. De seguida apresenta-se a tabela 1 - Definições de turismo para efeitos estatísticos.

**Tabela 1** – Definições de turismo para efeitos estatístico

|  |
|--|
| <p><b>Turismo:</b><br/>“Atividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares distintos da sua residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano com fins de lazer, negócios ou outros motivos.”</p> <p><b>Turista:</b><br/>“Visitante que permanece, pelo menos uma noite, num alojamento coletivo ou particular, no lugar visitado.”</p> <p>(Conceitos aprovados pelo Conselho Superior de Estatística em vigor em Portugal desde 10-09-2003. Decisão (CE) nº1999/34/CE, de 09-12-98, OMT – Organização Mundial do Turismo</p> |
|--|

Fonte: INE (2007)

## 2.4 Classificação e tipologias de turismo

Desde sempre que a definição de turismo surge como uma problemática de discordância entre os vários especialistas da área. O turismo por ser uma atividade que está sempre em constante mudança é habitual a frequência de alterações dos seus conceitos. Sendo o turismo um fenómeno difícil de descrever, os conceitos e tipologias apresentam várias interpretações não havendo consenso para a aceitação de uma só definição (Mill & Morrison, 2002).

Tal como a definição, as tipologias de turismo continuam a não ser consensuais entre a comunidade científica. Burkart e Medik (1992) afirmam que toda esta dificuldade em definir conceitos tem inúmeras implicações na quantificação, legislação e estudo da atividade turística.

Existem diversas formas de classificar o turismo, de acordo com Cunha (2009) e podem variar consoante:

- Origem dos visitantes
- Repercussões na balança de pagamentos
- Duração da sua estadia
- Origem da viagem e os meios que são utilizados nessa mesma viagem.

O mesmo autor em 2003 defendia a existência de uma relação dos motivos de viagem com as características dos destinos satisfazendo assim as várias motivações dos turistas.

Das classificações mais básicas a OMT (1994) considera, quanto a origem dos visitantes, as seguintes tipologias de turismo:

### A) Turismo interno

Tipologia de turismo que abrange as deslocações das pessoas dentro do país onde residem.

B) Turismo recetor

Abrange os residentes de um país que recebem viajantes de um ou mais países.

C) Turismo emissor

Envolve as atividades dos residentes de um determinado país levadas para fora do seu país, ou seja, os residentes de um dado país ou região que visitam outros países e outras regiões.

De acordo com as instituições em cima mencionada as tipologias de turismo interno, recetor e emissor deram origem às seguintes categorias de turismo:

A) Turismo interior

Atividades dos residentes e não residentes realizadas dentro do próprio país onde inclui o turismo interno e recetor.

B) Turismo nacional

Engloba as atividades dos visitantes residentes dentro ou fora do país onde inclui o turismo interno e o turismo emissor.

C) Turismo internacional

Inclui as atividades dos visitantes residentes fora do país abrangendo o turismo recetor e o turismo emissor.

Para este estudo interessa-nos sobretudo a classificação resultante das motivações dos visitantes porque é através da mesma que vamos conduzir a nossa pesquisa para o objeto de estudo, o turismo ativo. A Organização Mundial de Turismo (2002) apresenta os seguintes tipos de turismo:

A) Turismo de recreio - Turistas procuram apreciar coisas novas como belas paisagens naturais ou de distrações oferecidas pelas grandes cidades ou polos turísticos.

B) Turismo de Repouso – Este tipo de turismo é caracterizado pela procura de relaxamento e recuperação mental e físico e de benefícios para a saúde.

C) Turismo Cultural – Neste tipo de turismo os turistas procuram aumentar os conhecimentos sobre outras culturas e civilizações e participar em manifestações culturais. Buscam sobretudo centros culturais, museus, locais onde desenvolveram no passado as grandes civilizações do mundo, monumentos, fenómenos geográficos e naturais.

D) Turismo Étnico – Tipo de turismo orientado para o contacto com grupos humanos tido como exóticos para os turistas. Os turistas procuram o contacto com o modo de vida, costumes e cultura de um determinado povo.

E) Turismo de Natureza – Têm como principal objetivo vivenciar experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da natureza. Inclui atividades ambientais e ecológicas.

F) Turismo de negócios – Engloba todo o conjunto de atividades como viagem, alojamento, alimentação e até lazer praticado por quem viaja a negócios.

G) Turismo Ativo/Desportivo – Inclui os visitantes que se deslocam da sua residência habitual para acompanhar ou participar em eventos desportivos e também aqueles que viajam com intuito de dedicar-se a atividades físicas em outros países e regiões.

Com o aumento da procura por um tipo de turismo mais consciente e ativo por parte dos consumidores, surge novos conceitos associados a um turismo alternativo (OMT,1998). As mudanças estruturais na nossa sociedade contemporânea impulsionaram a procura por formas de turismo mais conscientes permitindo ao mesmo tempo a partilha de experiências entre os residentes e visitantes (Wearing e Neil 1999 citado por Borges e Lima, 2006).

Estado o turismo ativo associado a um tipo de turismo alternativo, este diferencia-se do turismo de massas, pelo acréscimo da importância de atividades no

contexto natural e cultural, bem como pela troca de experiências entre os turistas e residentes (Borges e Lima, 2006; Burnay, 2006; Zaoual, 2008).

Na abordagem sobre turismo ativo, estes autores argumentam que a tendência do turista atual é a procura por experiências novas, mais genuínas e autênticas. O turismo alternativo é um conceito muito abrangente que engloba várias formas de turismo como o turismo sustentável, ambiental, na natureza, ativo, de aventura, rural e desportivo. Os autores justificam que cada vez mais estas formas de turismo são uma realidade presente na escolha dos consumidores.

## **2.5 Conclusão**

Neste capítulo pretendeu-se analisar as várias conclusões dos estudos dos vários autores, as suas convergências e divergências no que respeita ao conceito de turismo. As opiniões dos autores diferem na definição e no estudo deste tipo de turismo onde distintos conceitos e abordagens são apresentados em diversos contextos.

No decorrer da investigação deste capítulo procurou-se identificar os aspetos de consenso e contradição das definições existentes do turismo tanto de um ponto de vista teórico como conceptual.

A exploração deste capítulo permitiu o desenvolvimento de um enquadramento inicial da definição do turismo como também das várias tipologias de turismo existentes sendo no contexto da presente investigação uma mais valia para a conceptualização do conceito de turismo ativo e TER. As conclusões retiradas deste capítulo sustentam todo o processo de investigação.

Considerados os principais pontos de reflexão sobre a evolução histórica do turismo, o seu conceito base, classificações e perspectivas de desenvolvimento, introduz-se de seguida o capítulo III sobre o turismo ativo.

# **CAPÍTULO III**

## **TURISMO ATIVO**

### **3.1 Introdução**

Com o incremento do interesse pelo contacto com a natureza, o turismo ativo tem vindo a associar-se a uma crescente procura por atividades de carácter desportivo em contexto natural. Esta utilização de atividades de natureza ativa distingue-se de outros tipos de turismo na medida que a utilização do património natural e cultural é sempre feito de uma forma consciente, assente num modelo sustentável e amigo do ambiente.

O terceiro capítulo desta investigação orienta-se para a compreensão de aspetos relacionados com o conceito de turismo ativo e atividades relacionadas. Numa primeira fase pretende-se compreender aspetos relacionados com o turismo ativo, suas respetivas atividades e a relação deste com o TER. Em fase posterior, o objetivo é caracterizar, através do presente estudo, o perfil do turista ativo.

### **3.2 Conceptualização do turismo ativo**

Desde sempre que a definição de turismo surge como uma problemática de discordância entre os vários especialistas da área. A alteração do conceito de turismo é muito frequente, por se tratar de uma atividade em constante mudança.

Não só a própria definição de turismo não é consensual como também não são os vários conceitos das tipologias de turismo existentes. No caso concreto do turismo ativo, este suscita algumas dúvidas no seu conceito dado que está sempre diretamente relacionado com o turismo desportivo, de natureza e sustentável.

Sarmiento (2006) defende que apesar de não existir concordância sobre a terminologia de turismo ativo, o termo é variável de acordo com a perspetiva apresentada podendo ser de recreio, aventura, desportiva e de ócio. Acrescenta, ainda, que o turismo ativo sobressai principalmente por se tratar de um termo abrangente tendo por base os dois grandes setores complementares, o setor ambiental e o desportivo.

De acordo com Aspas (2000), o turismo ativo é um tipo de turismo que se desenrola em contacto com a natureza e no qual é fundamental a participação ativa do turista num determinado contexto natural, como zonas de montanha, rios, zonas

costeiras aptas para a realização de atividades desportivas. Já Priskin (2001) no seu conceito não determina que este tipo de turismo tenha que ser realizado num contexto de natureza, mas defende que a designação de turismo ativo relaciona-se com um conjunto de diversas designações/nichos de mercado como turismo desportivo, turismo de natureza, ecoturismo, turismo rural e roteiros culturais. Almeida (2004) também não inclui o contexto de natureza na sua definição, pois considera que o turismo ativo é mais vocacionado para a participação, descoberta e iniciativa, contrapondo o tipo de férias no qual impera o descanso passivo.

Além da relação do turismo ativo com turismo desportivo, de natureza e sustentável outros autores argumentam que a definição só está completa se associarmos conceitos de turismo de saúde e desportivo (Weed, 2005).

De um modo geral, verificou-se que para além de conceitos de saúde, natureza, sustentável e desporto, a definição de turismo ativo relaciona-se igualmente com a educação e a cultura que incorpora de alguma forma a atividade do turista (Vourauskait, 2005).

Grande parte dos autores afirma que o turismo ativo é um segmento alternativo que vem dar resposta a destinos cada vez mais estagnados e com produtos turísticos clássicos. Para além de surgir como consequência de um turismo alternativo, este retrata sobretudo as motivações de praticar atividades desportivas em contextos naturais. Como defendem Rodríguez *et al.* (2008) assiste-se, assim, nos últimos anos a tentativas de desenvolver nichos de mercado como o turismo ativo, rural, o ecoturismo e o turismo desportivo, em resposta aos sinais de estagnação das formas de turismo tradicional.

Observa-se que as opiniões dos autores diferem na interpretação de conceitos e definições de turismo ativo. Todavia, as opiniões dos mesmos convergem quando definem que o turismo ativo surge como resposta a um quotidiano de rotinas, stress e sedentarismo que pode representar uma oportunidade de, no contexto de férias, praticar atividades físicas e ativas que possam quebrar o stress originado pela rotina diária. Outro aspeto de convergência entre os especialistas da área é o facto de muitas vezes ser difícil distinguir os diversos nichos de mercado (turismo ativo/turismo natureza/turismo sustentável) principalmente pela semelhança de atividades desportivas e de aventura associadas.

### 3.3 Atividades características do turismo ativo

Almeida, Cunha, Valois (2005, p.9) afirmam que “as pessoas, devido a diversos motivos como o stress diário e a intensa rotina de trabalho, têm buscando cada vez mais atividades que envolvem emoção e interação com o meio ambiente e nessa medida o turismo de aventura e turismo ativo têm surgido inicialmente como uma ramificação do ecoturismo e é um dos segmentos turísticos que mais crescem em todo o mundo”.

Gradualmente começam a surgir atividades de animação turística vocacionadas em preencher a necessidade atual de praticar desporto e realizar atividades físicas no decorrer das férias e períodos de lazer. Estas atividades de cariz desportivo e ativo que se definem como turismo ativo constituem um novo produto turístico solicitado pela sociedade atual (Jacinto & Ribeiro, 2003).

Existem inúmeras atividades associadas ao turismo ativo que se podem classificar de acordo com o meio físico onde decorrem tais como: ar, água e terra. Segundo Aspas (2000) as atividades associadas ao turismo ativo e de natureza são:

- a) Terra - Escalada, montanhismo, bicicleta, hipismo, bungee jumping, passeios pedestres, orientação, alpinismo, espeleologia, canyoning, tiro com arco, paintball, atividades motorizadas, esqui.
- b) Ar - voo livre, parapente, asa-delta, para-quedismo.
- c) Água - canoagem, rafting, hidrospeed, vela, atividades subaquáticas, atividades motorizadas (motos de água).

Para Lacruz e Perich (2000) as atividades do turismo ativo tal como do turismo de aventura estão divididas de acordo com a acessibilidade. Estas atividades estão categorizadas de acordo com a acessibilidade para os seus praticantes, podendo ser de fácil acesso ou difícil acesso.

#### A) Atividades de fácil acessibilidade

As atividades de fácil acessibilidade consistem em exercícios que não implicam que o praticante possua uma excelente condição física. Igualmente estas atividades não necessitam de sofisticada tecnologia para a sua realização. Estas atividades de fácil acessibilidade podem ser praticadas pela maior parte da população.

Estas autoras defendem que estas classificações englobam não só atividades desportivas como também de lazer, e que podem ser praticadas tanto em meio natural como em outros meios (água, ar). Nesta categoria incluem-se atividades como:

- Observação da fauna e flora
- Caça
- Pesca
- Acampamentos
- Passeio com equídeos. (cavalo, burro, entre outros).

#### B) Atividades de difícil acessibilidade

Atividades de difícil acessibilidade são aquelas que exigem uma boa condição física e destreza para a prática desportiva. Para a execução destas atividades é necessário o uso de tecnologia apropriada assim como material específico. Este tipo de atividades não é praticado pela maioria da população mas sim por um número restrito de pessoas. A maior parte das pessoas vêm-se limitadas na sua capacidade física e mental para a prática destas atividades. Nesta categoria estão incluídas atividades como:

- Canyoning
- Btt
- Asa-delta
- Escalada

Como consequência da relação do turismo ativo com turismo desportivo e turismo de natureza, considera-se uma mais-valia a apresentação de uma tabela com as atividades mais frequentes dos consumidores/praticantes do turismo de natureza. É pertinente a apresentação das atividades do turismo de natureza dado que estas atividades referenciadas estão subjacentes ao designado Turismo Ativo.

Posto isto, apresenta-se a tabela 2 – Atividades mais frequentes dos consumidores/praticantes de Turismo de Natureza.

**Tabela 2** – Atividades mais frequentes dos consumidores/praticantes de Turismo de Natureza

| <b>Motivação Principal</b>               | <b>Atividades mais frequentes</b>   |
|--|---|
| Descansar e relaxar na natureza          | <ul style="list-style-type: none"><li>- Rotas de automóvel</li><li>- Passeios suaves</li><li>- Fotografia</li></ul>   |
| Interesse básico/ocasional na natureza   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Passeios a pé, bicicleta, cavalo, barco, etc.</li><li>- Visitas a parques e reservas naturais</li></ul>   |
| Interesse profundo/frequente na natureza | <ul style="list-style-type: none"><li>- Observação da natureza</li><li>- Visitas guiadas a parques e reservas naturais</li><li>- Passeios e excursões a pé, bicicleta, cavalo, barco</li><li>- Percursos pedestres de dificuldade média</li><li>- Cicloturismo</li></ul>  |
| Interesse profundo/habitual na natureza  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Observação e interpretação da natureza</li><li>- Educação/aprendizagem do meio ambiente</li><li>- Percursos pedestres de dificuldade média/alta</li><li>- Naturalismo</li><li>- Atividades de interesse específico: observação de flora e fauna, vulcanismo, espeleologia, etc.</li></ul>                                       |
| Desportos de aventura na natureza        | <p>Desportos de terra, água e ar como:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Percursos pedestres/trekking</li><li>- Alpinismo/escalada</li><li>- Bicicleta de montanha</li><li>- Espeleologia</li><li>- Cicloturismo</li><li>- Canoagem/Kayak</li><li>- Mergulho</li><li>- Surg/Windsurf</li><li>- Asa delta</li><li>- Parapente</li><li>- Paraquedismo</li></ul> |

Fonte: THR & TP (2006)

De acordo com a tabela 2, constata-se que as atividades do turismo ativo estão diretamente relacionadas com as atividades do turismo de natureza (percursos pedestres, observação de flora e fauna, visitas a parques naturais) e com as atividades desportivas (canoagem, parapente, asa delta, entre outros)

Como já foi referido anteriormente, a utilização de áreas naturais e rurais para a realização de atividades desportivas e de lazer é uma realidade cada vez mais assente nas motivações dos turistas.

A ilha da Madeira, por sua vez, começa a registar o aumento de atividades ativas e desportivas nas áreas de rurais e reservas naturais (Alves, 2010). Segundo o mesmo autor, o parque natural da Madeira é cada vez mais procurado por turistas nacionais e estrangeiros para a realização de atividades como: canyoning, rapel, asa delta, btt, ultra-trail, passeios pedestres. Atividades menos desportivas como observação de aves, cetáceos ou simplesmente contemplação da natureza estão incluídas no leque em cima mencionado.

Sempre foi conhecido e reconhecido, pela comunidade local e entidades governamentais, as potencialidades da ilha da Madeira para a prática de atividades desportivas, porém só nos últimos anos é que surgiu a necessidade em apostar nestes segmentos alternativos. Pouco a pouco a ilha da Madeira tem vindo a captar o interesse de turistas nacionais e estrangeiros para a realização de atividades físicas e desportivas principalmente nas zonas rurais.

Estas novas atividades que têm emergido constituem uma nova oferta de turismo ativo que esta região pode oferecer, onde os turistas podem usufruir da relação entre meio ambiente e a prática desportiva e valorização/preservação do meio ambiente. Fruto destas potencialidades e da nova aposta na ilha da Madeira por segmentos alternativos, destaca-se a escolha desta região para a 3ª etapa do campeonato mundial de Enduro (Enduro World Series – EWS). Este evento que será realizado pela primeira vez na ilha da Madeira em Maio de 2017 alia-se a outros eventos de cariz desportivo como o Madeira Ultra Trail que gradualmente tem vindo a atrair pessoas de várias nacionalidades que se deslocam propositadamente à região para nele participarem.

### **3.4 Perfil do turista ativo**

Tendo em conta a realidade atual de quotidianos cada vez mais exigentes e stressantes, a sociedade tem vindo a alterar o padrão das suas motivações quando planeia e organiza as suas férias e viagens. Denota-se um aumento significativo da procura de férias e viagens mais ativas onde o particular interesse em participar em atividades lúdicas e desportivas mais autênticas é maior do que as tradicionais atrações turísticas.

O turismo ativo é visto como uma nova filosofia de viagem que alia diversos aspetos como: aventura, ecoturismo e aspetos culturais (Aspas, 2000). O mesmo autor argumenta que este fato reflete uma nova tendência turística que atrai turistas com maior consciência ambiental, bem informados, exigentes e mais cultos.

Da investigação realizada ao longo da dissertação, percebe-se que a maior parte dos praticantes deste nicho de mercado são oriundos de meios urbanos e de grandes metrópoles.

A dificuldade em encontrar informação específica sobre o perfil do turista ativo deve-se ao facto deste combinar características do perfil de turista de natureza e turista desportivo. Tendo em atenção este aspeto e para melhor compreensão da temática em estudo considera-se pertinente a elaboração de uma tabela que caracterize o perfil básico dos consumidores de viagem de natureza.

Antes de proceder à interpretação da tabela 3, é essencial compreender-se as diferentes características e motivações de um consumidor de natureza hard e soft que estão apresentados no estudo realizado pelo THR (Acessores en Turismo Hoteleria y Recreación, S.A) para o Turismo de Portugal, IP.

**Tabela 3** – Perfil básico dos consumidores de viagens de Natureza

| Âmbito  | Consumidores de natureza Soft   | Consumidores de natureza Hard  |
|---|---|--|
|   | Quem são?   |  |
| Perfil Sócio-Demográfico  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Famílias (com filhos)</li> <li>- Casais</li> <li>- Reformados</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jovens entre 20 e 35 anos</li> <li>- Estudantes e profissionais</li> <li>- Praticantes e profissionais liberais</li> <li>- Praticantes/aficionados de desportos ou atividades de interesse geral</li> </ul> |
| Hábitos de informação   | Através de que meios se informam?   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informação interpessoal</li> <li>- Brochuras</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revistas especializadas</li> <li>- Clubes/associações</li> <li>- Internet</li> </ul>  |
|   | Onde compram?   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agências de viagens</li> <li>- Call-centers</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet</li> <li>- Associações especializadas</li> </ul>   |
|   | Que tipo de alojamento compram?   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pequenos hotéis de 3-4 estrelas</li> <li>- Casas rurais</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bed &amp; breakfast</li> <li>- Alojamentos integrados na natureza (casas de campo, campismo...)</li> <li>- Refúgios de montanha</li> </ul>  |
|   | Em que período compram?   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maioritariamente no Verão (época de férias)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primavera e Verão, dependendo do tipo de atividade e desporto.</li> </ul>   |
|   | Quem compra?  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Famílias</li> <li>- Casais</li> <li>- Grupos de amigos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indivíduo</li> <li>- Grupos de amigos</li> </ul>  |
| Quantas vezes ao ano compram?   |   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 2 vezes por ano</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frequentemente (até 5 vezes)</li> </ul>  |  |
| Hábitos de consumo  | Que atividades realizam?  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descansar e “desligar” no meio rural</li> <li>- Caminhar e descobrir novas paisagens</li> <li>- Visitar atrativos interessantes</li> <li>- Fotografia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Praticar desportos ou atividades de interesse especial</li> <li>- Aprofundar o conhecimento da Natureza</li> <li>- Educação ambiental</li> </ul>  |

Fonte: THR (2006)

Relativamente à tabela 3, constata-se que os consumidores de natureza hard são principalmente jovens de uma faixa etária compreendida entre os 20 e os

35 anos e que procuram frequentemente um determinado destino (até 5 vezes) tanto na primavera ou no verão para a prática de uma ou várias atividades desportivas. Maioritariamente ficam hospedados em alojamentos no espaço rural como casas de campo, campismo, refúgios de montanha e também recorrem ao bed & breakfast.

Em comparação, os consumidores de natureza soft caracterizam-se por famílias com filhos, casais ou reformados que têm como intuito descansar no meio rural, observar e descobrir novas paisagens e visitar pontos de interesse. Geralmente realizam este tipo de viagem no verão por uma ou duas vezes ao ano e utilizam as brochuras e a informação interpessoal como fonte de pesquisa para as suas férias. A escolha do alojamento deste consumidor recai para pequenos hotéis de 3 e 4 estrelas e casas rurais e, por norma, as reservas são feitas através de agências de viagens.

O consumidor de natureza soft evidencia-se pela prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade, nomeadamente passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc). Este tipo de consumidor não só valoriza a interação com a natureza como também a vivência de experiências autênticas. Por sua vez o consumidor de natureza hard caracteriza-se pela prática de desportos na natureza onde a exigência física é maior. Estas atividades requerem um elevado nível de conhecimento, preparação e concentração. A título de exemplo pode-se destacar desportos como o hiking, kayak, canyoning, escalada, entre outros.

### **3.5 Relevância do turismo ativo para a ilha da Madeira**

Nos últimos anos, a prática de diversas atividades ativas e desportivas têm vindo a surgir no contexto de férias na ilha da Madeira. Porém, a importância económica do turismo ativo ainda é muito reduzida. O desenvolvimento destas atividades pode contribuir para a valorização do ambiente, do património cultural e natural e ao serem potenciadas num molde sustentável e de respeito ao meio ambiente podem trazer benefícios às comunidades locais e a todos os agentes envolvidos.

A OMT e Nações Unidas (2005; 2012) e a CCE (1995) argumentam que o turismo pode potenciar um desenvolvimento sustentável em áreas rurais e espaços

naturais promovendo a melhoria de condições de vida de quem lá reside seja em termos de acessibilidades ou através da criação de emprego às populações locais.

Tanto o turismo ativo como o TER, quando praticados num âmbito sustentável e organizado, podem contribuir para a melhoria do ordenamento territorial, dinamismo sociocultural e o combate ao êxodo rural (Leal, 2001; Pinto, 2004). Este desenvolvimento praticado num âmbito sustentável tem como intuito a valorização dos produtos locais, a melhoria das relações entre os agentes locais com os turistas e criação de estratégias que permitam a participação ativa da comunidade local nestas atividades (Batouxas, 1998).

### **3.6 Conclusão**

Com o desenvolvimento de produtos turísticos alternativos, a procura por atividades de cariz ativo direcionadas para o contacto com a natureza e o espaço rural tende a aumentar exponencialmente. A crescente relação entre o turismo e o desporto têm tido repercussões no desenvolvimento de segmentos de turismo alternativo como é o caso do turismo ativo.

Conforme se verificou existe uma falta de consenso em relação à definição e conceito de turismo ativo pelo motivo de que uns associam este tipo de turismo ao turismo desportivo, outros com o turismo de natureza e sustentável. Alguns autores reconhecem a falta de conhecimento sobre o turismo ativo e argumentam que poderá resultar do facto deste tipo de turismo enquadrar-se em outras tipologias de turismo.

Ao longo deste capítulo, além do conceito de turismo ativo, foram abordadas questões relacionadas com as atividades inerentes, o perfil do turista e a importância deste tipo de turismo para a ilha da Madeira.

Percebeu-se que o desenvolvimento das atividades anteriormente mencionadas, são uma mais-valia para a valorização do património cultural e natural e que, quando desenvolvidas de forma sustentável, trazem benefícios à população local como a todos os agentes envolvidos.

A crescente tendência em promover atividades físicas e desportivas fomentam um maior conhecimento da relação do meio ambiente com desporto e no

caso concreto da ilha da Madeira têm a capacidade de diversificar a oferta turística existente.

# **CAPÍTULO IV**

## **TURISMO NO ESPAÇO RURAL**

## **4.1 Introdução**

Para uma melhor compreensão do TER consideramos importante a realização de um enquadramento geral do conceito de TER para sistematizar as conclusões dos vários estudos, as suas convergências e divergências de forma a facilitar a comparação dos conteúdos e os diversos pontos de vista.

Tal como outras tipologias de turismo, o TER apresenta várias definições sendo difícil ou até mesmo impossível a total concordância de um conceito universal. Das várias definições existentes comprova-se que muitas variam de acordo com a dimensão cultural, económica e geográfica. (Cunha, 2003).

O presente capítulo tem como intuito compreender o conceito e atividades associados ao TER. É de igual interesse investigar o perfil do turista TER para compreender algumas características similares ao turista ativo.

A última secção incide sobre a relação do TER com o turismo ativo, através do qual se pretende entender de que forma estes tipos de turismo estão diretamente relacionados.

## **4.2 Conceito do TER**

Com a crescente consciencialização dos impactos negativos da massificação do turismo, as viagens e experiências turísticas diferentes passam a ser mais valorizadas comparativamente às viagens padronizadas e massificadas (Brito, 1999). Novas tipologias de turismo como TER turismo cultural, turismo de natureza e ecoturismo surge para colmatar as necessidades da sociedade contemporânea (Mihailovic & Moric, 2012).

A oportunidade de desenvolver um conceito de turismo autêntico e diferente aliado a um modelo sustentável apresenta-se como um conceito apelativo ao turista como de todos os agentes envolvidos na atividade turística nomeadamente responsáveis locais e população em geral (Kastenholz, 2005). Igualmente a crescente importância dada às questões físicas, de saúde e alimentação ampliam a procura por ambiente não poluídos onde seja possível a prática de atividades desportivas (Ribeiro, 2003 p:201).

Das primeiras definições de TER surge a de Michaud (1983) em que argumenta que o TER agrega um conjunto de atividades de produção e de consumo onde é essencialmente motivada por uma deslocação de pelo menos uma noite fora do seu local habitual e tendo como motivo da viagem tanto os negócios como saúde ou participação desportiva ou religiosa. Contrariamente às definições que se seguem, este autor pouca ou nada reforça a ideia do espaço rural, explorando o conceito com uma abordagem pouco focada no meio rural e sua envolvente.

Por sua vez, Calatrave & Avilés (1993) apresentam dois conceitos distintos, o de TER onde se incluem todas as formas de turismo que podem ser desenvolvidas no espaço rural e o conceito de TER onde é incluído produtos turísticos ligados à cultura rural e à participação no ambiente natural como também nos modos de vida da comunidade rural.

Numa tentativa de criar um conceito global entre os vários países da Europa, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico (1994) criou uma definição que relaciona o TER com a procura de espaços e equipamentos com características rurais, atividades em contacto com a natureza e vivência rural.

Já Cunha (1997) expande o conceito e inclui a utilização dos fatores naturais, culturais e sociais que são próprios das zonas rurais e a preservação dos valores existentes. Este autor defende que deve haver uma sistemática recusa do carácter urbano das construções apelando desta forma à preservação da natureza, da paisagem e manutenção da arquitetura típica local como também da convivência com a cultura local e suas tradições. Apesar desta definição abranger objetivos fundamentais da prática do TER, algumas dúvidas são levantadas devido à dificuldade em perceber até onde está delimitado as zonas urbanas e rurais.

Em 2000, a Comunidade Económica Europeia (CEE) apresenta uma nova definição de TER, que relaciona este tipo de turismo com viagens cuja sua principal motivação é desfrutar do campo e atividades campestres e apreciar paisagens rurais, naturais e artificiais.

Na sequência dos problemas levantados com a definição do TER e a sua relação com o espaço rural e urbano, surge a seguinte definição: “atividade para ser categorizada como turismo rural, tem que interagir com o espaço rural, seja cultural, económica ou socialmente. Esta interação ocorre cultural e socialmente quando há contatos entre turistas e moradores do local, economicamente quando há trocas de

produtos ou valores entre o estabelecimento ou o turista e a pessoal local.” (Rodrigues, 2000, citado por Roque, 2001, p. 36).

Outra definição relacionada com o espaço rural é apresentada por Kastenholz (2012) que defende que a procura do turismo rural está associada ao espaço rural enquanto espaço que proporciona o contacto com a natureza, tradições e contacto com uma vivência saudável onde é possível a prática de atividades desportivas e de recreio.

Para além das definições apresentadas é igualmente importante abordar o conceito de TER do ponto de vista formal e jurídico. De acordo com o Decreto-Lei nº 54/2002, de 11 de março, refere-se a TER como: “conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais”, sendo as zonas rurais descritas como “as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural”.

No enquadramento jurídico ou legal definido pelas entidades reguladores na RAM, a portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto define o TER como “estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural”.

De acordo com a investigação realizada sobre a temática do TER e as várias definições apresentadas, verificou-se que de forma geral o conceito de TER está relacionado com a atividade turística praticada em espaços rurais. A motivação dos visitantes não se cinge somente à localização rural das unidades, mas também a à realização de atividades e à própria vivência de tradições locais, como fatores determinantes na procura deste tipo de turismo.

### **4.3 Características e modalidades do TER**

O TER enquanto produto turístico oferece aos seus turistas um conjunto de modalidades que abrange diversas tipologias de unidades como: turismo de habitação, agroturismo, turismo de aldeia, casas de campo e hotéis rurais. É de

máxima relevância para a investigação caracterizar cada uma das modalidades que diretamente dizem respeito ao TER.

Atualmente os empreendimentos de TER estão regulamentados pelo Decreto-Lei 15/2014 de 23 de Janeiro que veio substituir o antigo Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março. Neste decreto de lei estão estabelecidos os requisitos para as unidades de turismo, no qual estão englobados os estabelecimentos de turismo de habitação e de TER.

De acordo com o nº1 do artº18 deste Decreto-Lei, empreendimentos de TER são:

- “Estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente.”

Este tipo de empreendimento está subdividido em três diferentes grupos que estão apresentados nos números 4,5,6,7 do artº18:

a) Casas de Campo:

São casas de campos os imóveis situados em aldeias e espaços rurais que se integrem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local.

b) Agro-Turismo:

São empreendimentos de agro-turismo os imóveis situados em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável.

### c) Hotéis Rurais

São hotéis rurais os empreendimentos turísticos que cumpram os requisitos de classificação aos estabelecimentos hoteleiros, bem como o disposto no n.º 1 (atrás referido), podendo instalar-se ainda, em edifícios novos, construídos de raiz, incluindo não contíguos.

De acordo com o presente Decreto de Lei é importante realçar que nos empreendimentos casas de campo e agro-turismo o número máximo de quartos nestas unidades de alojamento são 15 quartos. Em relação ao turismo de habitação este apresenta a seguinte definição:

- “São empreendimentos de turismo de habitação os estabelecimentos de natureza familiar instalados em imóveis antigos particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época, nomeadamente palácios e solares, podendo localizar -se em espaços rurais ou urbanos.”

Tal como as casas de campo e empreendimentos de agro-turismo, os empreendimentos de turismo de habitação possuem o número máximo de 15 quartos.

Na análise sobre a classificação formal e legal de empreendimentos de TER realizada por constata-se que nem todo o tipo de empreendimentos deste género são instalados no espaço rural, pois só uma pequena parte destes é que efetivamente está localizada em zonas rurais (Aguiar & Castro, 2012). Na mesma linha de pensamento estes autores argumentam que os empreendimentos de TER não têm de estar associados a um conjunto de serviços complementares tal como acontece com o turismo de natureza e agroturismo e não estão obrigatoriamente comprometidos com a preservação do património cultural rural a nível arquitetónico

#### **4.4. Procura do TER na ilha da Madeira**

O aumento do interesse do TER deve-se a uma maior consciencialização por um ambiente saudável através do qual as pessoas procuram locais naturais e

culturais onde é possível a prática de atividades recreativas e desportivas ao ar livre sempre em contacto com o património natural e cultural (OCDE, 1994).

A procura desta modalidade é essencialmente motivada pelo novo tipo de turista que privilegia a qualidade ambiental e a autenticidade invocando o regresso às zonas rurais e aos recursos aí existentes (Perales, 2002). Este novo tipo de turista que apresenta um nível cultural elevado e uma forte consciência ambiental possui igualmente maior experiência em termos de viagem, estando mais apto a fazer comparações na sua procura por tradição e autenticidade (Moniz, 2006).

A crescente procura pelo TER é a consequência de uma nova atitude ativa de apreciação da cultura e tradição em espaço rural (Perales, 2002). De acordo com Moreira, citado por Cadima Ribeiro (1991) as características ou fatores que o consumidor procura no turismo em espaço são:

- a) Paz e sossego
- b) Área não congestionada
- c) Cenário atrativo
- d) Contaste com as férias normais
- e) Pequeno grau de comercialização
- f) Possibilidades de efetuar passeios
- g) Descoberta do campo
- h) Existência de amigos
- i) Clima
- j) Simpatia das pessoas

Nos últimos anos assiste-se em Portugal a um aumento da procura e oferta assim como o aumento de espaços rurais e atividades de turismo e lazer. Silva (2007) defende que este aumento está diretamente relacionado com as mudanças estruturais ocorridas nas sociedades contemporâneas em geral inclusive na portuguesa, que resulta na procura destes espaços por indivíduos provenientes dos grandes centros urbanos.

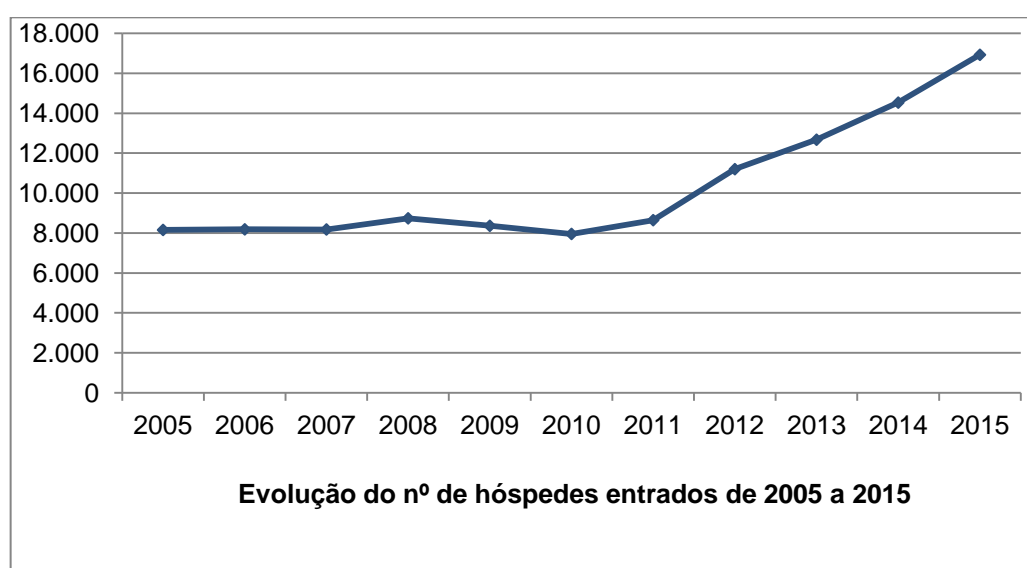
No caso da ilha da Madeira, o turismo rural tem assumido grande importância como ferramenta de diminuição das assimetrias regionais. A procura por

este nicho de mercado constitui, pela sua qualidade, um fator de promoções de regiões turísticas por dinamizar (Vieira, 1997).

Após uma breve introdução sobre a procura do TER, é fundamental ter conhecimento do setor no que respeito à procura na Madeira enquanto destino turístico. Pretende-se desta forma apresentar uma abordagem sobre a evolução ao longo dos anos do TER.

A partir do documento oficial apresentado pela Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM) “Série retrospectiva das estatísticas do turismo da Região Autónoma da Madeira”, será realizada uma breve análise da evolução dos hóspedes entrados, números de dormidas, estadia média e taxa de ocupação do TER do ano 2005 a 2015. Apesar de conter neste documento informação estatística a partir do ano 1995, a importância do TER na ilha da Madeira ganhou maior relevância a partir de 2005.

**Gráfico 1** – Evolução do nº de hóspedes entrados em unidades TER de 2005 a 2015

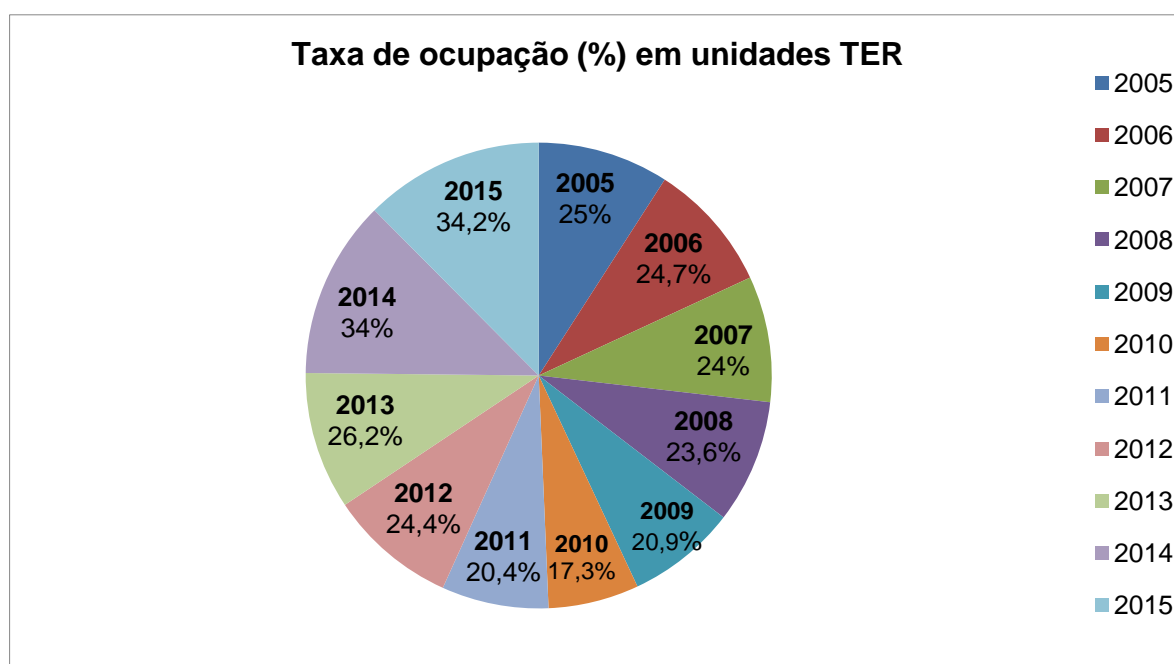


Fonte: Elaboração própria a partir de DREM (2016)

Ao analisar-se os dados relativos ao número de hóspedes entrados de 2005 a 2015 em unidades de TER, verifica-se que de 2005 a 2007 não existiu variação no número de hóspedes entrados. Em 2008 é registado um aumento deste número que decresce nos dois anos seguintes, tendo o ano de 2010 o menor registo de número

de hóspedes em unidades de TER. Este valor registado em 2010 pode estar associado à intempérie ocorrida a 20 de Fevereiro de 2010 que provocou um decréscimo na procura por este destino turístico a nível geral. A partir de 2011 as unidades TER começam a registar um aumento de hóspedes, tendo conseguido nos últimos 4 anos (2012, 2013, 2014, 2015) atingir valores de entrada de hóspedes nunca antes registados.

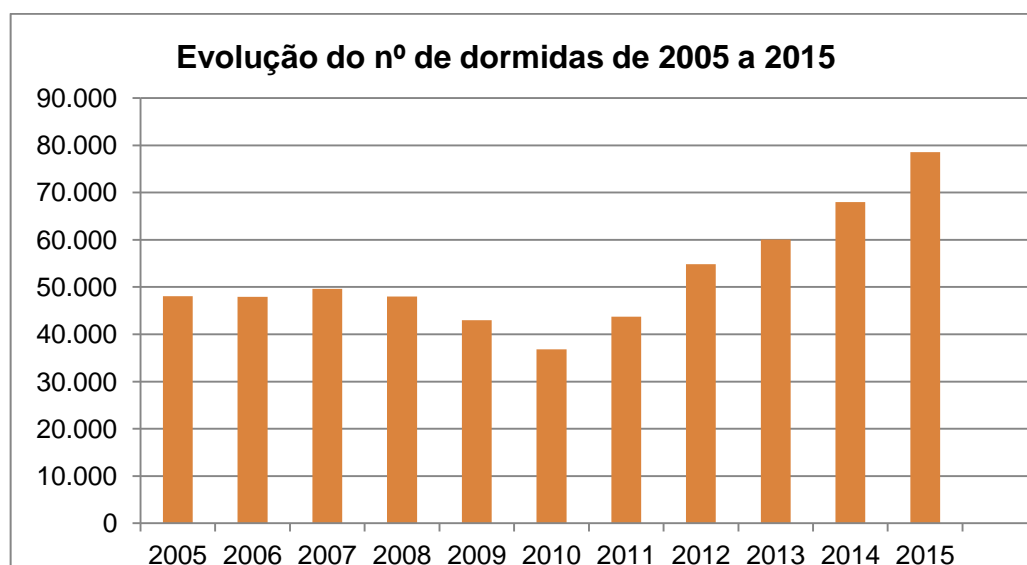
**Gráfico 2** – Evolução do nº de dormidas em unidades TER de 2005 a 2015



Fonte: Elaboração própria a partir de DREM (2016)

Quanto ao nº de dormidas em unidades de TER, constata-se que os valores entre 2005 e 2008 foram variando sem grandes oscilações. A partir de 2008 é registado um gradual decréscimo que se mantém nos dois anos seguintes. O ano 2010 obteve o pior número de dormidas em unidades de TER e como já foi mencionado no gráfico anterior este decréscimo tão acentuado pode estar associado à intempérie ocorrida a 20 de Fevereiro de 2010 que provocou um decréscimo na procura por este destino turístico. A partir de 2011 começa a recuperar e nos anos seguintes assiste-se a uma crescente evolução do número de dormidas até o ano transato.

**Gráfico 3** – Evolução da taxa de ocupação em unidades TER de 2005 a 2015



Fonte: Elaboração própria a partir de DREM (2016)

Da análise da evolução da taxa de ocupação de 2005 a 2015, verifica-se que a partir de 2005 houve uma sucessiva diminuição da percentagem da taxa de ocupação. Tal como os gráficos anteriormente apresentados, o ano de 2010 com 17,3% foi o mais baixo entre o período de 2005 a 2010. A partir de 2011 surge uma recuperação das taxas de ocupação que se reflete nos anos seguintes. Em 2015, tal como no gráfico do nº de hóspedes entrados e número de dormidas, as unidades de TER atingem o seu melhor desempenho com uma taxa de ocupação média de 34,2%.

Após a análise de vários indicadores e para uma melhor compreensão da procura por TER é de salientar que tal como no continente a ilha da Madeira utiliza como critério a tipologia de alojamento no tratamento estatístico do TER o que levanta algumas dúvidas. No caso desta região, ao avaliar-se a procura contabilizam-se as dormidas de hóspedes em alojamento de TER. Contudo, a procura não se restringe a este alojamento, uma vez que existem outros estabelecimentos hoteleiros em áreas rurais e os visitantes podem ficar alojados numa área rural quando a motivação do turista e as atividades que realiza são associadas ao turismo rural.

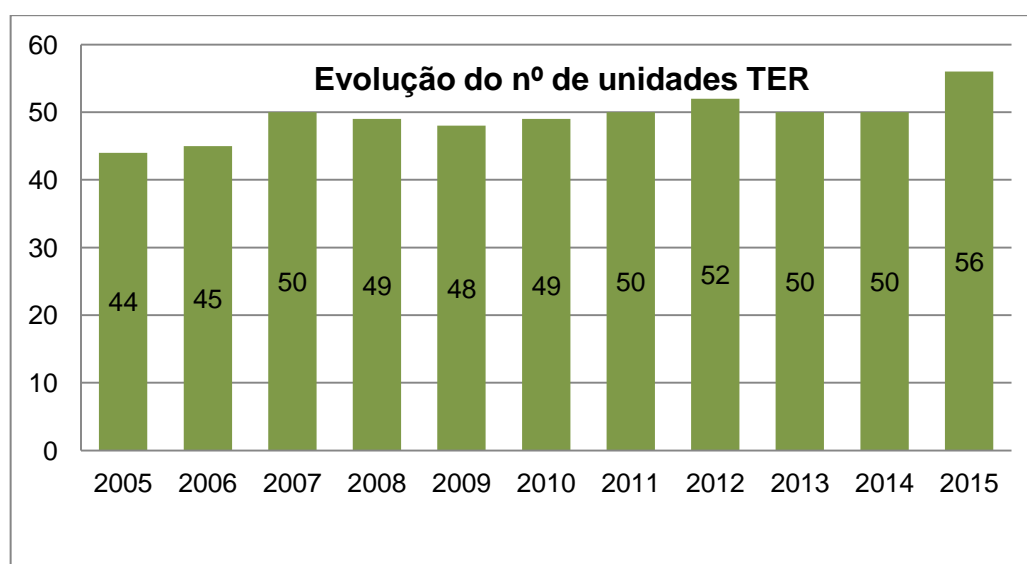
Na ilha da Madeira, utilizam-se dados estatísticos que estão diretamente relacionados com a tipologia de alojamento, todavia, é sabido que a procura pelo turismo rural é cada vez maior mesmo não ficando os turistas hospedados em unidades TER.

#### 4.5 Oferta do TER na ilha da Madeira

De forma geral, pode-se depreender que a oferta turística é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades de ordem psicológica, física e cultural que estão na origem das motivações dos turistas (Livro Branco do Turismo; 1991)

No ponto anterior apresentou-se alguns dados estatísticos relativos à procura e evolução do TER nesta região. Agora, pretende-se apresentar a oferta de unidades deste turismo e sua respetiva evolução entre 2005 a 2015. Para caracterizar a oferta do TER, será analisado os dados estatísticos do número de estabelecimentos e capacidade de alojamento.

**Gráfico 4** – Evolução do nº de unidades TER de 2005 a 2015

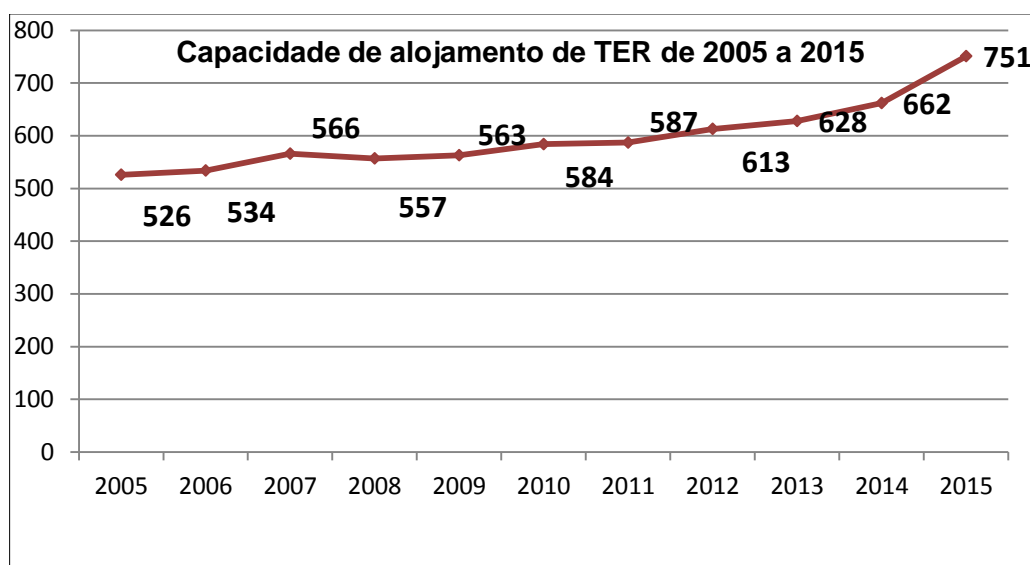


Fonte: Elaboração própria a partir de DREM (2016)

Primeiramente, constata-se uma evolução no surgimento de unidades TER, em que num espaço de três anos passaram de 44 estabelecimentos para 50. O aumento de estabelecimento nestes três anos pode estar relacionado com a crescente procura registada neste período. Entre 2008 e 2010 a região registou um decréscimo da procura por unidades de TER, o que direta ou indiretamente afetou o número de estabelecimentos que teve também um decréscimo. Não é possível determinar a razão do decréscimo destas unidades dado que pode estar relacionado com uma possível mudança de tipologia. Porém, é de salientar que neste período as unidades de TER podem ter sofrido com a diminuição da procura.

Após 2011 o número de unidades manteve-se praticamente igual, expeto em 2012 que atingiu 52 unidades. De 2014 para 2015 o número de estabelecimentos aumentou de 50 para 56 unidades, valor este que se reflete numa tendência de crescimento do número de hóspedes e de dormidas. Pode-se partir do princípio que as campanhas promocionais levadas a cabo pelo destino turístico e a aposta por este nicho de mercado têm assumido nos últimos anos uma maior visibilidade do TER.

**Gráfico 5** – Evolução da capacidade de alojamento de unidades TER de 2005 a 2015



Fonte: Elaboração própria a partir de DREM (2016)

No que concerne à capacidade total de camas das unidades TER na ilha da Madeira, comprava-se uma tendência global de crescimento. Em 2007 perderam-se

9 camas face a 2008, valores estes que não afetam em nada o crescimento acima mencionado.

Curiosamente, foi observado anteriormente que a evolução do número de dormidas, taxa de ocupação e nº de estabelecimentos teve o ano de 2010 como o pior ano em termos de indicadores. Contudo, na capacidade de alojamento não se refletiu o mesmo. A partir de 2010 a capacidade de alojamento têm vindo sempre a aumentar, destacando-se o incremento de 89 camas de 2014 para 2015.

#### **4.6 Perfil do turista do TER**

Ao analisarmos toda a dinâmica do TER no que respeita à procura e à oferta, é igualmente importante realizar uma abordagem do perfil do turista que procura o TER de forma a compreender algumas das suas características e motivações.

O TER vem dar resposta às necessidades de um novo tipo de turista mais alternativo e com maiores preocupações no que respeita à natureza e a todo o espaço rural. São pessoas que procuram uma alternativa aos tipos de turismo massificados e que buscam espaços rurais e localidades mais pequenas para o contacto com valores locais e modos de vida tradicionais (Doswell, 1997).

Este tipo de indivíduos procura um destino em que possa ir com poucas pessoas ou em pequeno grupos de forma a obter um tratamento personalizado, desfrutando da experiência no meio rural com mais intensidade (Silva, 2007). Este mesmo autor defende que a procura pelo TER é composta por pessoas de classe média provenientes dos grandes centros urbanos que se deslocam ao espaço rural com o intuito de quebrar o quotidiano e obter uma experiência autêntica.

O turista que procura o TER busca no espaço rural características inexistentes no meio urbano como a tranquilidade, natureza e tradição. Esta afirmação é igualmente defendida por Marques, citado por Kastenholz et. al (2004) que argumenta que as motivações da escolha de um destino rural são a procura de relaxamento, tranquilidade, menos stress e cultura local.

Blasco e Garcia (1999) alega que a oferta de alojamento, restauração e outros serviços localizados num meio rural dirigem-se, sobretudo, para habitantes

das cidades, que procuram principalmente umas férias no campo em contacto com a natureza e com as populações locais.

De acordo com a investigação realizada sobre a temática explorada nesta seção compreende-se que este tipo de turista tem interesse em explorar espaços rurais como forma de apreciação de ambientes, paisagens, cultural tradicional, gastronomia e de um modo de vida rural distinto. O turista rural procura de certa forma estabelecer relações mais próximas e intimistas com a comunidade local de forma a vivenciar férias diferentes. (Silva, 2007).

Dados apresentados pela DREM em 2006 e pelo documento sobre o Gasto Turístico na Madeira (DRT, 2010; DRT, 2004) demonstram que o perfil dos turistas que procuram a ilha da Madeira ainda se mantém com pessoas de faixa etária acima dos 40 sejam casais ou famílias. Todavia, as motivações da viagem e o motivo de escolha pelo destino Madeira têm vindo a sofrer alterações, o produto turístico sol & mar começa a entrar em declínio impulsionando o crescimento do produto natureza/paisagem.

Apesar de não haver dados mais recentes no que concerne ao perfil de turista, presume-se que este perfil se tenha mantido inalterável nestes últimos 10 anos. Um outro estudo realizado em 2006 por Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S. A. para o Turismo de Portugal I. P indica que o turismo de natureza representa 20% do total de viagens realizadas para a ilha da Madeira. Porém, este mesmo estudo estima que o perfil do turista na ilha da Madeira vai alterar-se, surgindo o aumento de um tipo de turista mais jovem e ativo.

#### **4.7 Relação turismo ativo com unidades TER**

No decorrer da exploração de informação, não foi encontrada nenhuma relação direta do turismo ativo com as unidades de TER. Contudo, a prática de turismo ativo poderá estar relacionada com o TER, uma vez que maior parte das atividades ativas são realizadas em contexto rural e de natureza.

O TER é igualmente um nicho de mercado completo que não inclui apenas estadias nas habituais quintas e herdades mas também férias de natureza com atividades ativas desportivas, culturais e de saúde. Na mesma medida, o TER surge

como oposição aos tradicionais produtos sol/mar/praias, daí que, na sua perceção o lazer, o turismo ativo e desportivo ao ar livre simbolizam uma parte do seu conceito (Cavaco, 1995).

Com uma população cada vez mais ativa, as novas experiências no contexto rural e as férias no campo ganham outra notoriedade uma vez que estes turistas procuram as áreas rurais pelos recursos existentes, tendo desta forma uma atividade ativa quer na apreciação da paisagem como na valorização do património cultural e natural (Pinto, 2004).

O TER integra um conjunto de atividades que são realizadas no espaço rural, dentro da oferta turística do produto TER incluem-se atividades designadas ativas. Desta forma, pode-se afirmar que o TER enquadra-se dentro dos objetivos, características e princípios de um turismo ativo.

#### **4.8 Conclusão**

No decurso da revisão de literatura realizada verificou-se que, como consequência do declínio de produtos turísticos convencionais como o sol e a praia, o TER e outros segmentos alternativos ganharam nova visibilidade.

O TER enquanto atividade turística tem potenciado o desenvolvimento dos espaços rurais principalmente daqueles que detêm recursos culturais e naturais (Fonseca & Ramos, 2007).

Através da breve análise realizada à evolução dos hóspedes entrados, números de dormidas, estadia média e taxa de ocupação do TER do ano 2005 a 2015 na ilha da Madeira, constatou-se que este segmento tem registado um aumento em todas as variáveis e que a tendência é a continuidade do mesmo.

O produto turístico TER é essencialmente frequentado por indivíduos informados e sensibilizados sobre as diversas questões ambientais, valorização de património natural e cultural (IESE, 2008). Este tipo de turista está sobretudo interessado em explorar espaços rurais de forma a apreciar várias componentes como: paisagem, cultural, património, gastronomia, entre outros.

# **CAPÍTULO V**

## **METODOLOGIA E FONTES DE INVESTIGAÇÃO DO ESTUDO**

## **5.1 Introdução**

Neste capítulo, pretende-se mencionar os principais procedimentos metodológicos adotados ao longo do presente trabalho de investigação.

Desta forma, são apresentados os diferentes métodos e técnicas de investigação que suportaram todo o processo de investigação e a escolha da metodologia adequada ao problema em estudo. Foi necessário recorrer a conteúdos teóricos para analisar as diferentes fases que integram o planeamento de uma investigação.

Seguidamente, expõe-se modelo de análise escolhido e os principais passos para a aplicação do mesmo. Posteriormente, apresenta-se o questionário, a sua estrutura e a aplicação do mesmo em campo.

Por fim, analisa-se a constituição e caracterização da amostra escolhida de acordo com os objetivos definidos na investigação.

## **5.2 Planeamento do processo de investigação**

O processo de investigação é composto por sete etapas cruciais para o sucesso de toda a investigação (Quivy & Campenhoudt, 1998). De seguida, apresenta-se as designadas etapas definidas pelos autores.

- Etapa 1 - A pergunta de partida
- Etapa 2 - A Exploração
- Etapa 3 - A problemática
- Etapa 4 - A Construção do modelo de análise
- Etapa 5 - A Observação
- Etapa 6 - A Análise das Informações
- Etapa 7 - As Conclusões

Outros autores como Almeida & Freire (2000), adaptam estas fases para a definição e investigação do problema. Defendem que a necessidade de obter conclusões a partir de uma amostra surge no contexto de investigação sobre forma de quatro principais fases: 1) definição do problema, 2) revisão bibliográfica, 3) formulação das hipóteses 4) definição das variáveis. Em função da importância destas fases, de seguida, menciona-se as definições e respetivas estratégias.

**Tabela 4** - Fases na definição e investigação de um problema

| <b>Fases</b>               | <b>Caracterização</b>  | <b>Estratégia</b>  |
|----------------------------|--|--|
| 1) Definição do problema   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar e descrever</li><li>- Estabelecer relações</li><li>- Apreciar pertinências</li><li>- Precisar o objetivo</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Teoria existente</li><li>- Observação direta</li><li>- Investigações anteriores</li><li>- Problemas anteriores</li></ul>                       |
| 2) Revisão bibliográfica   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Situar o problema</li><li>- Precisar a metodologia</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consulta de bases de dados</li><li>- Debates, consulta a especialistas</li><li>- Sínteses temáticas</li></ul>                                  |
| 3) Formulação de hipóteses | <ul style="list-style-type: none"><li>- Definir as hipóteses: experimental, nula e alternativa</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Possíveis explicações para os dados que se venham a obter.</li></ul>   |
| 4) Definição das variáveis | <ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar as unidades a observar e a controlar</li><li>- Definir os papéis das variáveis</li><li>- Precisar a medida das</li><li>- Precisar a medida das variáveis</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Especificar o que se quer controlar, as relações, as influências e o seu sentido.</li><li>- Indicar a escala de medida por variável.</li></ul> |

Fonte: Adaptado de Almeida & Freire (2000)

De acordo com os conceitos teóricos apresentados verifica-se que a metodologia adotada na presente investigação tem início com uma pergunta de partida que vai orientar toda a investigação e que foi formulada da seguinte forma: “Pode o turismo ativo na ilha da Madeira contribuir para a rentabilidade das unidades de turismo rural?”.

Depois de definida a pergunta que corresponde ao início do projeto de investigação, procura-se informação pertinente para a pesquisa, recorrendo-se a

textos de análise, artigos científicos, bases de dados, manuais e outras dissertações de mestrado e teses de doutoramento. Nesta fase de pesquisa de informação e de revisão bibliográfica pretende-se fazer um enquadramento geral do conceito do turismo ativo e TER. Posteriormente, realiza-se uma grelha de leitura para sistematizar as conclusões dos estudos dos vários autores, as suas convergências e divergências de forma a facilitar a comparação dos conteúdos e os diversos pontos de vista.

O objetivo principal da revisão literária é tentar perceber o que já existe em termos de investigação nesta área de estudo, a partir da qual serão analisados vários estudos e extraídas algumas conclusões.

Após esta fase, será elaborado o modelo de análise onde se definem os conceitos de forma precisa para conseguir traduzir as ideias teóricas em linguagem mais prática que permita comparar os dados. Posteriormente à construção deste modelo de análise, a investigação será direcionada para a componente empírica. Neste âmbito, será realizado e aplicado em campo um questionário com o intuito de obter informações sobre a amostra selecionada. Só a partir desta informação é possível obter resultados e informações para dar resposta aos objetivos gerais e específicos definidos.

Depois da recolha de informação, procede-se ao tratamento de informação de forma a analisar e interpretar os dados através dos instrumentos adequados. De seguida, estabelece-se a relação entre a informação com os resultados e retira-se as conclusões necessárias para dar resposta à pergunta de partida definida.

### **5.3 Técnicas de recolha e tratamento da informação**

Nos projetos de investigação é necessário selecionar as técnicas de recolha e de tratamento de informação que melhor se enquadram com os objetivos gerais e específicos delineados.

Segundo Dencker (1998:132) a escolha da técnica de pesquisa e tratamento de informação deve respeitar um conjunto de normas aplicáveis em qualquer investigação científica. De acordo com o mesmo autor estas normas regem-se por:

- A técnica a ser empregue em cada pesquisa dependerá do problema que se encontra a ser investigado, dos objetivos e da disponibilidade de recursos para a realização do projeto;
- As técnicas não se excluem; empregamos na mesma pesquisa métodos e técnicas diferentes, conforme a variável que estamos a analisar e a fase do projeto em que nos encontramos;
- É recomendável iniciar a pesquisa por um estudo exploratório, de forma a conhecer a situação, o que facilitará ao investigador a decisão sobre os métodos necessários em fases posteriores.

Toda a pesquisa científica pode ser classificada de diferentes formas e de acordo com os objetivos empíricos. De seguida apresentam-se as tipologias referentes ao processo de pesquisa científica de Gil & Dencker (1999; 2000)

#### A) Método exploratório

Geralmente este método é utilizado para temas que são pouco investigados nas áreas sociais. Tem como principal objetivo desenvolver, esclarecer e clarificar as ideias e conceitos que vão fundamentar e suportar outras investigações. Esta clarificação de ideais pode ser realizada através da formulação de problemas específicos ou de hipóteses. Como principais métodos de recolha de dados utilizam-se a análise documental, estudos de caso e entrevistas não-padronizadas. O grau de dificuldade é baixo dado que geralmente não são utilizadas técnicas quantitativas de recolha de dados.

#### B) Método Descritivo

O método descritivo tem como finalidade analisar e descrever as características de uma determinada população estabelecendo igualmente relações entre as várias variáveis estudadas. Geralmente, este tipo de pesquisa possibilita conhecer a opinião e atitudes de uma determinada população.

Na técnica de recolha de dados do método descritivo são utilizados questionários e a observação sistemática.

### C) Método Explicativo

Este método é considerado a base do conhecimento científico porque tenta explicar os fatores que contribuem para a ocorrência de determinados fenómenos. Este tipo de investigação é mais complexo porque tenta explicar a realidade através de experiências laboratoriais e experiências de campo.

No caso específico da presente investigação foi utilizado como modelo de investigação o método exploratório que consistiu no estudo de uma determinada amostra de forma a conhecer as suas características e opiniões.

Como instrumento de recolha de dados optou-se por utilizar um inquérito questionário destinado aos turistas que estavam em áreas rurais mais concretamente na costa norte da ilha da Madeira. De acordo com Quivy & Campenhoudt (2003) o questionário é um instrumento adequado para interrogar um grande número de pessoas e permite recolher todo o tipo de informações e opiniões. Afirmam igualmente que este método de recolha de dados apresenta algumas vantagens pela possibilidade de quantificar uma multiplicidade de dados e, posteriormente, estabelecer análises de correlação entre as mesmas.

Sendo o questionário construído de acordo com um determinado padrão com fins específicos, este proporciona ao investigador uma recolha de informação mais pertinente para atingir os objetivos do trabalho empírico (Parasuraman *et al.*, 1991).

## **5.4 Modelo de análise utilizado**

### *5.4.1 Questionário*

Após a análise das várias técnicas existentes para a recolha de informação, optou-se por utilizar o questionário. Tendo em atenção a dimensão da amostra da presente investigação, o questionário permite recolher um elevado número de informação necessária para caracterizar a população estudada.

Como referem Quivy e Campenhoudt: “os questionários têm, portanto, como função principal revelar determinados aspetos do fenómeno estudado em que o investigador não teria espontaneamente pensado por si mesmo e, assim, completar as pistas de trabalho sugeridas pelas leituras” (Quivy e Campenhoudt, 1995, p. 69).

O inquérito por questionário é dos mais utilizados na investigação educativa, e traduz-se na técnica de construção de dados que se identifica com a racionalidade instrumental (Ferreira, 2006).

A escolha do questionário surgiu da necessidade em extrair o maior número de informação da amostra e obter informação através das perguntas previamente formuladas sem que os inquiridos desviem as suas respostas (Lakatos, 1996).

Este tipo de inquérito é respondido pelos inquiridos que leem as questões e que dão respostas a perguntas sistemáticas e ordenadas onde estão envolvidas todas as variáveis da investigação (Dencker, 2000).

A utilização do questionário traz inúmeras vantagens ao investigador porque consegue-se obter um maior número de informações pertinentes. Após esta fase descreve-se algumas das vantagens e desvantagens da utilização do questionário apresentadas pelos autores (Fontin, 2003; Silvestre e Araújo, 2012; Dencker, 2000).

#### A) Vantagens do questionário

- Não é necessário a presença do investigador para que o inquirido responda
- Pode ser aplicado a um grande número de pessoas
- Têm a capacidade de abranger uma área geográfica mais ampla.
- Uniformidade das respostas, facilitando a leitura e análise de dados
- Possibilidade de analisar informações subjetivas e objetivas
- Anonimato
- Não requer grande custo económico

## B) Desvantagens do questionário

- Perguntas pré-estabelecidas e sem possibilidade de flexibilização
- Baixa taxa de respostas

No caso específico da presente investigação, este método de recolha de dados é considerado o mais adequado à finalidade a que se destina porque apresenta diversas vantagens na quantificação dos dados como na análise e comparação dos resultados obtidos.

### 5.4.2 Estrutura do questionário aplicado

Para a construção de um bom questionário é necessário avaliar e escolher o melhor modelo a adotar como também selecionar os tipos de perguntas que melhor se aplique ao contexto da investigação.

De acordo com os autores Hill & Hill (2000) para escrever um bom questionário é necessário definir detalhadamente os seguintes aspetos:

- Os objetivos da investigação
- As hipóteses
- As escalas de resposta das perguntas do questionário
- Método para analisar os dados.

No caso específico da presente investigação optou-se por construir um questionário a ser preenchido pelos turistas. Após uma longa análise das vantagens, desvantagens e limitações entre perguntas abertas e fechadas, optou-se maioritariamente por perguntas fechadas e apenas colocar uma pergunta aberta

De seguida, apresenta-se a tabela dos autores Hill & Hill (2000) com algumas das vantagens e desvantagens das perguntas abertas e fechadas.

**Tabela 5** – Vantagens e desvantagens das perguntas abertas e perguntas fechadas

| <b>Tipo de pergunta</b>  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <i>Pergunta Aberta</i>   |   | <i>Pergunta fechada</i>   |   |
| Vantagens  | Desvantagens  | Vantagens   | Desvantagens  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Podem dar mais informação</li> <li>- Muitas vezes dão informação mais “rica” e detalhada.</li> <li>- Por vezes dão informação inesperada</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Muitas vezes, as respostas têm de ser “interpretadas”</li> <li>-É preciso muito tempo para codificar as respostas</li> <li>-Normalmente, é preciso utilizar pelo menos dois avaliadores na “interpretação” e codificação das respostas</li> <li>-As respostas são mais difíceis de analisar numa maneira estatisticamente sofisticada e a análise requer muito tempo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- É fácil aplicar análises estatísticas para analisar as respostas.</li> <li>- Muitas vezes é possível analisar os dados de maneira sofisticada</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Por vezes, a informação das respostas é pouco “rica”</li> <li>-Por vezes, as respostas conduzem a conclusões demasiado simples</li> </ul> |

Fonte: Hill e Hill (2000)

As perguntas abertas possibilitam ao inquirido dar uma resposta livre à questão enquanto as fechadas surgem com limitação de resposta porque se encontram categorizadas e hierarquizadas em escalas como a nominal ou ordinal, ou seja, o questionário apresenta um conjunto de respostas no qual se deve selecionar uma ou mais opções. (Bell, 2002).

Relativamente à pergunta aberta do questionário, decidiu-se inseri-la no neste para que o inquirido escolhesse livremente as suas respostas sem qualquer limitação. O objetivo nesta pergunta concreta era obter o maior número de respostas variadas e diversificadas. Apesar das múltiplas respostas obtidas, houve grande dificuldade em organizar e categorizar as respostas principalmente na construção das varáveis na base de dados de SPSS. Outra desvantagem deste tipo de pergunta foi não só o tempo despendido para a analisar as respostas como também a própria dificuldade dos inquiridos em responder.

Em relação à escolha de perguntas fechadas, o principal objetivo foi estabelecer respostas para as várias questões para que o inquirido escolhesse a resposta mais adequada à sua opinião. Este tipo de pergunta possibilita ao inquirido

a maior rapidez e facilidade de resposta como simplifica na análise das respostas dadas por parte do inquiridor (Bardin, 1977).

Em termos de análise estatística, as respostas do tipo de pergunta fechada são categorizadas sendo relativamente fácil a escolha na perspetiva do inquirido.

As perguntas abertas possibilitam ao inquirido dar uma resposta livre à questão enquanto as fechadas surgem com limitação de resposta porque se encontram categorizadas e hierarquizadas em escalas como a nominal ou ordinal, ou seja, o questionário apresenta um conjunto de respostas no qual se deve selecionar uma ou mais opções. (Bell, 2002).

Relativamente à pergunta aberta do questionário, decidiu-se inseri-la no neste para que o inquirido escolhesse livremente as suas respostas sem qualquer limitação. O objetivo nesta pergunta concreta era obter o maior número de respostas variadas e diversificadas. Apesar das múltiplas respostas obtidas, houve grande dificuldade em organizar e categorizar as respostas principalmente na construção das variáveis na base de dados de SPSS. Outra desvantagem deste tipo de pergunta foi não só o tempo despendido para a analisar as respostas como também a própria dificuldade dos inquiridos em responder.

Em relação à escolha de perguntas fechadas, o principal objetivo foi estabelecer respostas para as várias questões para que o inquirido escolhesse a resposta mais adequada à sua opinião. Este tipo de pergunta possibilita ao inquirido a maior rapidez e facilidade de resposta como simplifica na análise das respostas dadas por parte do inquiridor (Bardin, 1977).

Em termos de análise estatística, as respostas do tipo de pergunta fechada são categorizadas tornando relativamente fácil a escolha na perspetiva do inquirido.

Na generalidade, as questões do questionário são de escolha múltipla e em outras questões aplicou-se a escala de likert para medir os aspetos a ser estudados. Neste tipo de questão, solicitou-se ao inquirido a atribuição do grau de importância, constituído por 5 opções onde tinha de selecionar uma delas. Esta escala tipo likert é normalmente aplicada em pesquisas empíricas de cariz quantitativo e utilizam o questionário para medir a informação pretendida (Saraph et. al, 1989).

De acordo com Hill & Hill (2010), a nota introdutiva de um questionário é umas das componentes mais importantes para apelar ao seu preenchimento, visto que o inquirido tem a sua primeira impressão com a informação introdutiva.

Por conseguinte, como nota introdutiva do questionário decidiu-se colocar informação com as diretrizes necessárias para o preenchimento assim como informação sobre o objetivo da investigação, a natureza académica e a instituição de ensino na qual advém o estudo.

O questionário aplicado está dividido em 4 seções no qual se incluem as 24 perguntas. Estas perguntas visam obter o máximo de informação sobre a experiência turística do turista que se encontra em espaços rurais, a sua avaliação do destino Madeira, motivações em escolher o destino e tipo de atividades que praticou na estadia ou pretende praticar. Todo o encadeamento das perguntas do questionário vai de encontro com os objetivos gerais e específicos da investigação.

Na seção I designada como “Informação da viagem” pretende-se obter informações sobre a duração da estadia, tipologia de alojamento, com quem se faz acompanhar no decorrer da viagem e valor monetário dos gastos pelas várias categorias (alojamento, alimentação, tours, transporte, souvenirs, atividades culturais, atividades desportivas e outros).

Com seção II intitulada “Experiência turística na Madeira” procurou-se adquirir opiniões sobre os aspetos a ter em conta na escolha do destino, classificação das atividades desportivas e equipamento necessário para o mesmo. Informações relacionadas com o tipo de atividade que veio praticar, relação entre a atividade física e a escolha do destino são outros objetivos das perguntas inseridas nesta seção. Constata-se que esta seção pretende extrair aspetos centrais muito importantes do estudo sobre o turismo ativo.

Relativamente à seção III “Apreciação global do destino Madeira” procurou-se obter opiniões sobre a satisfação do destino, aspeto negativo e positivo da experiência turística, recomendações e intenção de voltar.

A última parte do questionário refere-se à informação pessoal do inquirido, onde foi elaborado um conjunto de questões que pretendem caracterizar o inquirido em termos demográficos, profissionais e de habilitações literárias de forma a possibilitar a construção de um perfil associado às respostas dos mesmos.

O questionário aplicado teve por base diversos trabalhos e autores mencionados na revisão da literatura, através dos quais se estabeleceram relações entre as perguntas do questionário com os objetivos propostos para este estudo.

### 5.4.3 Constituição da amostra

De todas as definições científicas relacionados com a amostra, Huot (2002) argumenta que é um subconjunto da população em que é utilizado para obter várias informações acerca do todo. Defende igualmente que as amostras podem ser probabilísticas e não probabilísticas. Assim, apresenta-se o conceito de amostra probabilística e não probabilística.

#### A) Amostra Probabilística

Designa-se de amostra probabilística quando as unidades que a constituem tiveram a mesma probabilidade de serem selecionadas.

#### B) Amostra não probabilística

Neste tipo de amostra, as unidades que a constituem não tiveram a mesma probabilidade de serem selecionadas, ou seja, são selecionadas em outras situações.

Tendo em conta o conceito de amostra probabilística acima apresentado, verifica-se que a amostra da investigação adapta-se ao conceito. Posto isto, apresenta-se as modalidades da amostra probabilística para compreender a qual modelo a amostra da investigação se adequa

**Tabela 6** - Modelos de amostras probabilísticas

| <b>Modelos de amostras</b> | <b>Características</b>  |
|----------------------------|---|
| Aleatória simples          | - As unidades são selecionadas, uma a uma, ao acaso, a partir de um conjunto            |
| Aleatória sistemática      | -Seleciona-se uma única unidade ao acaso, as outras são extraídas com intervalos fixos. |
| Aleatória estratificada    | - As unidades são selecionadas ao acaso, no seio de subgrupos                           |

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | homogéneos. Geralmente, uma amostra estratificada de dimensão não é constituída a partir das várias amostras simples, sendo cada unidade obtida num dos subgrupos que constituem a amostra. |
| Agregados ou cachos. | - É constituída por subgrupos homogéneos selecionados ao acaso. Não se selecionam unidades nos grupos.  |

Fonte: Huot (2002)

Em função dos objetivos definidos na investigação e do universo de turistas na Madeira, a amostra a que se recorreu abrangeu 194 turistas localizados em áreas rurais na ilha da Madeira que foram selecionados através de uma amostragem aleatória simples. A população estava bem definida e pretendia-se que a amostra fosse representativa da população. O principal requisito desta amostra é que os turistas estivessem em áreas rurais, seja a exercer uma atividade, a lazer ou simplesmente hospedados em unidades localizadas nestas áreas.

O presente estudo contou com a colaboração de várias unidades de alojamento rural e com postos de turismo, sendo só assim possível esta recolha de informação sobre os turistas.

#### 5.4.4 *Aplicação do questionário*

O questionário foi aplicado entre os meses de dezembro de 2015 e maio de 2016 em áreas rurais da ilha da Madeira. Foram presencialmente em suporte papel mais de 250 questionários para unidades de alojamento de várias tipologias e postos de turismo. A aplicação do questionário foi realizada através de administração direta, sendo os inquiridos a preencher o mesmo.

Para o preenchimento do questionário nem sempre é necessário a presença do investigador, o que constituiu uma mais-valia para a presente investigação visto que não foi possível estar presente na ilha da Madeira em todo o processo de recolha de dados.

Este método de questionário possibilitou interação direta com os turistas e tornou possível compreender mais de perto as opiniões e motivações da respetiva amostra.

## **5.5 Procedimentos de análise de resultados**

Depois de reunidos todos os questionários passou-se a informação dos mesmos para uma base de dados do software estatístico (Statistical Package for Social Sciences), versão 22.0 para Windows.

A análise descritiva teve o auxílio do SPSS sendo possível desta forma analisar as frequências absolutas e relativas das perguntas e calcular as medidas de tendência central utilizadas no estudo como a moda, mediana e média. No mesmo âmbito, o SPSS permitiu cruzamento e comparação de dados entre as questões na análise descritiva constituindo uma importante ferramenta na interpretação de dados.

## **5.6 Conclusão**

Neste capítulo foram apresentados alguns conceitos do planeamento e da metodologia utilizada para todo o processo de investigação científica.

Existem várias técnicas de recolha e tratamento de dados optando-se na presente investigação por uma técnica que fosse ao encontro dos objetivos gerais e específicos delineados.

Após a avaliação das vantagens e desvantagens dos vários métodos e técnicas de recolha de dados, a escolha recaiu para a aplicação de um questionário. O questionário foi contraído e estruturado com base em diversos trabalhos e autores mencionados na revisão da literatura pelo que as perguntas colocadas se relacionam com os objetivos específicos do estudo.

Para o processo de seleção da amostra teve-se em consideração a sua representatividade. Escolheu-se uma amostra representativa do universo de turistas na ilha da Madeira, utilizando o método de amostra aleatória simples.

Além dos conceitos e métodos explorados, ao longo do capítulo apresenta-se as opções realizadas no decorrer da investigação científica e a justificação para as mesmas.

# **CAPÍTULO VI**

## **APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

## **6.1 Introdução**

Nesta seção pretende-se realizar uma análise esquemática e de interpretação dos dados de acordo com a informação apresentada nos questionários realizados. Esta análise descritiva dos resultados dos questionários fornecerá informação pertinente que vai de encontro com os objetivos gerais e específicos definidos.

Todo o processo de análise e interpretação dos dados será apresentado através de instrumentos como tabelas e gráficos. Através deste processo pretende-se obter um resumo da informação e do conjunto de dados recolhidos no decorrer da investigação.

Finalmente, a última seção deste capítulo pretende-se analisar a relação entre os resultados obtidos através dos questionários, com os objetivos específicos definidos no presente estudo.

## **6.2 Análise descritiva dos questionários aplicados**

Huot (2002: p.60) define a estatística descritiva como: “o conjunto das técnicas e das regras que se resumem a informação recolhida sobre uma amostra ou uma população, e isso sem distorção nem perda de informação.” Já Reis (1996:p.15) inclui no seu conceito os instrumentos utilizados na realização da estatística descritiva, fundamentando que: “A estatística descritiva pode ser considerada como um conjunto de técnicas analíticas utilizadas para resumir o conjunto dos dados recolhidos numa dada investigação, os quais são organizados, geralmente, através de número, tabelas, gráficos”.

Na interpretação de dados deve-se produzir um resumo verbal ou numérico e utilizar métodos como gráficos e tabelas para descrever as principais características da amostra estudada (Vairinhos, 1996).

A análise descritiva dos dados incidiu-se sobre a análise das frequências absolutas e relativas para interpretação e organização dos dados. A frequência absoluta é definido por um valor da variáveis como sendo o número de vezes que

esse valor ocorre na amostra, enquanto a frequência relativa define-se por um valor da variável como sendo o quociente entre a frequência absoluta desse valor e o número total de ocorrências de todos os valores da variável na amostra (Reis, 1996).

Como complemento da interpretação dos dados utiliza-se a medida de estatística descritiva como: medidas de tendência central e medidas de dispersão. Para o presente estudo, recorreu-se a medidas de tendência central que permitissem um resumo do modo como se distribuem os dados de uma experiência (Reis, 1996). Como medidas de tendência central aplica-se a média, moda e mediana com intuito de resumir os dados da amostra através de um só valor.

Após a introdução de alguns conceitos necessários para a compreensão do processo de interpretação de dados, apresenta-se a análise descritivas dos resultados obtidos.

### **6.3 Análise descritiva**

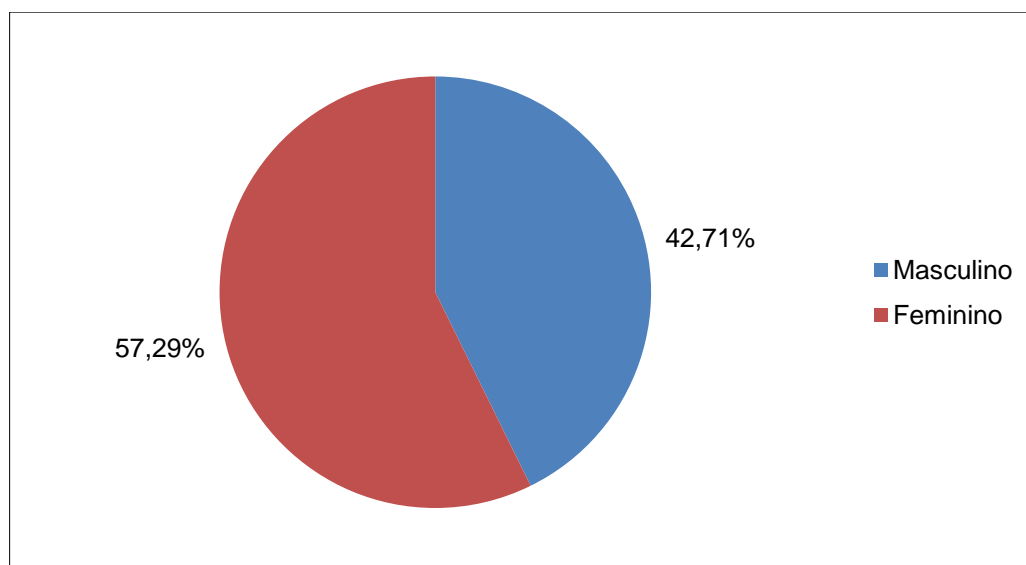
Como já foi referido na seção anterior, a amostra a que se recorreu abrangeu 194 turistas. A amostra foi selecionada através de uma amostragem aleatória simples sendo esta bem representativa da população do estudo.

#### *6.3.1 Caracterização dos elementos inquiridos*

##### **6.3.1.1 Género dos inquiridos**

De acordo com os dados obtidos através dos inquiridos, constata-se que o sexo feminino é o sexo predominante, ainda que a diferença não seja significativa. Como se comprova no gráfico 6 57,29% dos inquiridos são do sexo feminino e 42,71% do sexo masculino.

**Gráfico 6 – Género dos inquiridos**



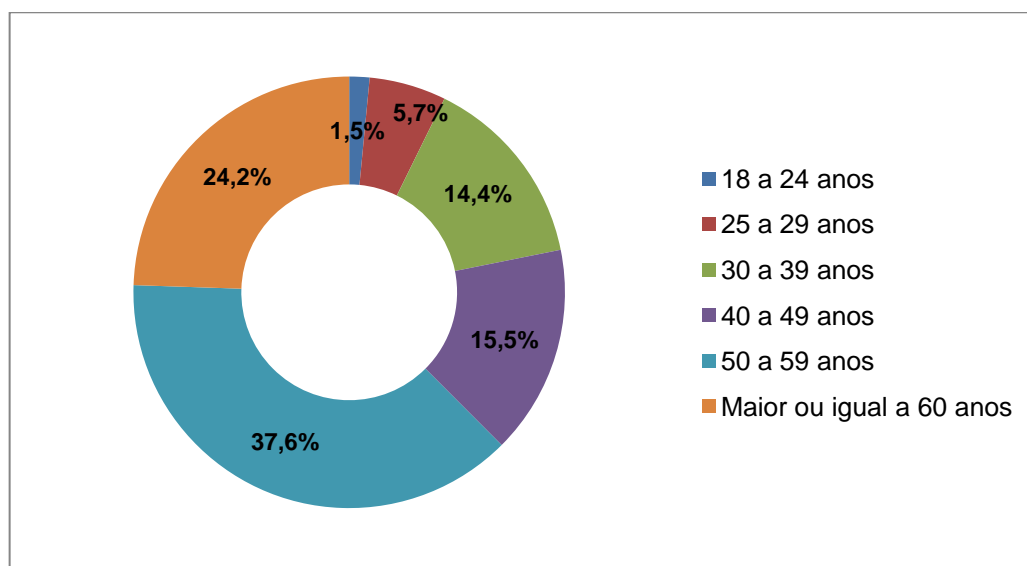
#### 6.3.1.2 Idade

De acordo como gráfico 7, a estrutura etária dos inquiridos revela maior predominância no grupo entre 50 a 59 anos. Verifica-se que do total de 194 elementos inquiridos apenas 1,5% têm entre 18 a 24 anos. Entre os 25 e os 29 anos a percentagem é de 5,7%, dos 30 aos 39 anos é de 14,4%, dos 40 aos 49 anos é de 15,5%, dos 50 aos 59 anos é de 24,2% e, por fim, 24,2% têm mais ou igual a 60 anos.

De acordo com a média das idades dos inquiridos situado entre os 50 a 59 anos reforça-se a ideia presente na revisão bibliográfica de que a faixa etária do perfil do turista que procura a ilha da Madeira ainda se mantém acima dos 40 anos.

O perfil do turista-padrão identificado no presente estudo é um dos fatores que aponta para o fraco desenvolvimento de nichos de mercado alternativos e ativos. O destino Madeira ainda é procurado, essencialmente, por turistas com uma distribuição etária entre 50 a 59 anos. Estabelecendo uma relação entre estes resultados com o tema central do estudo, o turismo ativo, denota-se que a pouca promoção de produtos ativos e desportivos nesta região têm implicações diretas ao nível do perfil e faixa etária do turista que procura a ilha da Madeira.

**Gráfico 7 – Idade dos inquiridos**

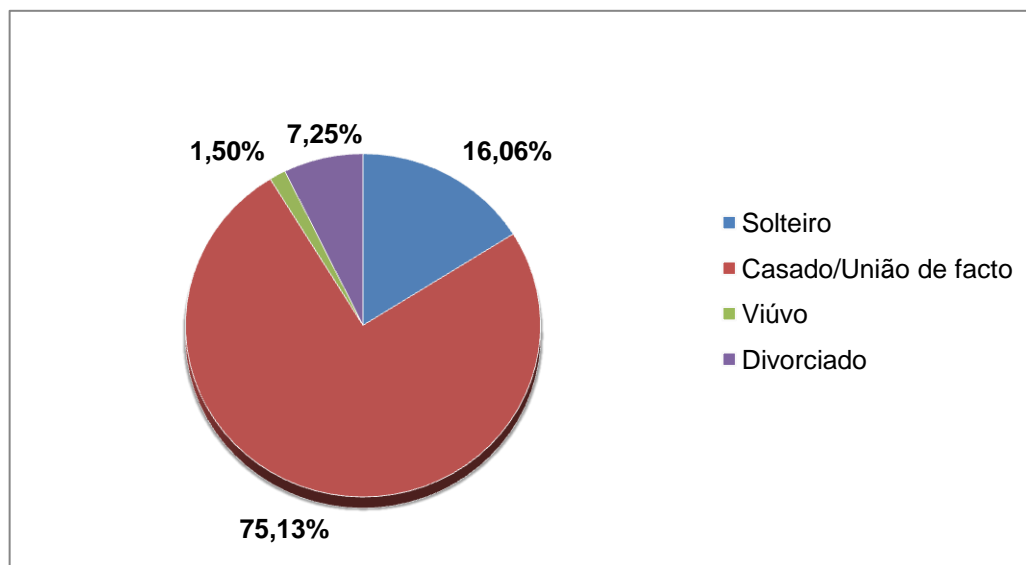


### 6.3.1.3 Estado civil

Relativamente ao estado civil, comprova-se que a grande maioria dos inquiridos é maioritariamente casado ou está em união de facto. O segundo estado civil com maior expressividade é o solteiro com 16,06% seguindo-se pelo divorciado com 7,25% e finalizando com o viúvo que apresenta uma percentagem de 1,50%.

Após a análise do nível etário dos inquiridos na alínea anterior, seria expectável a grande expressividade da categoria do estado civil casado/união de fato no estado civil.

**Gráfico 8** – Estado civil dos inquiridos



#### 6.3.1.4 Rendimento Mensal

Quanto ao rendimento mensal líquido dos inquiridos, representado no tabela 7, verifica-se que 36,6% dos inquiridos possui um rendimento mensal líquido igual ou maior que 3.000€, seguindo-se de 27,3% que têm um rendimento de 2.999€ a 2.000€. Com o rendimento de 1999€ a 1000€ encontram-se 23,2% dos inquiridos e nas duas últimas opções com rendimento de 500 a 999€ e menor que 500€ encontra-se 1% em cada respetivo rendimento. Ao analisar os respetivos dados, verifica-se que maior parte da amostra estudada possui um rendimento alto, pois somente 4 pessoas adquirem menos de 1000€ líquidos.

De acordo com os resultados do estatuto socioeconómico constata-se que os rendimentos apresentados pela amostra estão diretamente relacionados com a distribuição da faixa etária. Analisando ambos os factores verifica-se que a distribuição etária é proporcional ao rendimento líquido dos inquiridos. Estes fatores têm implicações ao nível da escolha do tipo de alojamento escolhido para gozar as suas férias na medida em que a preferência de alojamento recaí para hotéis de categoria superior, nomeadamente de 5\* e 4\*. Face ao rendimento líquido dos inquiridos a, opção por estas tipologias de alojamento que reúne excelentes infra-

estruturas, serviços diversificados e inúmeras facilidades exclui quase por completo a procura por unidades TER.

**Tabela 7** – Rendimento mensal líquido dos inquiridos

| Rendimento mensal líquido |                        | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|---------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
|                           | Menor 500€             | 2                   | 1%                  |
|                           | 500 a 999€             | 2                   | 1%                  |
|                           | 1000 a 1999€           | 45                  | 23,2%               |
|                           | 2000 a 2999€           | 53                  | 27,3%               |
|                           | Maior ou igual a 3000€ | 2                   | 36,6%               |
|                           | Não respondeu          | 21                  | 10,8                |
| Total                     |                        | 194                 | 100%                |

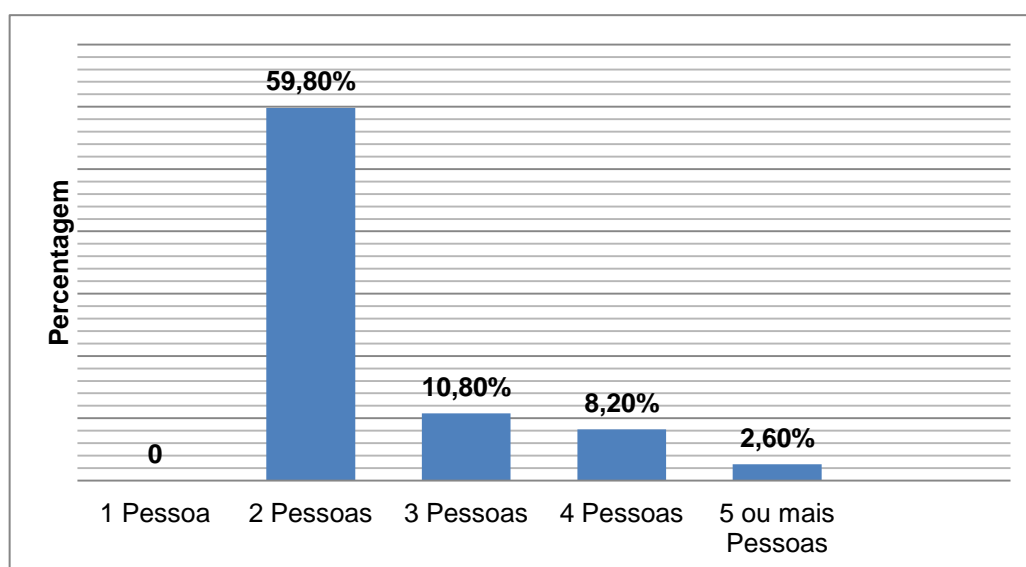
#### 6.3.1.5 Agregado Familiar

Quanto ao número de pessoas do agregado familiar dos inquiridos, representada na tabela 8 verifica-se que a maior representatividade está no grupo com 2 elementos no seu agregado familiar com 59,8%.

**Tabela 8** – Número de pessoas do agregado familiar

| Número de pessoas do agregado familiar |                   | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|--|-------------------|---------------------|---------------------|
|  | 1 Pessoa          | 30                  | 15,5%               |
|  | 2 Pessoas         | 116                 | 59,8%               |
|  | 3 Pessoas         | 21                  | 10,8%               |
|  | 4 Pessoas         | 16                  | 8,2%                |
|  | 5 ou mais Pessoas | 5                   | 2,6%                |
|  | Total             | 188                 | 96,9%               |
| Não respondeu                          |                   | 6                   | 3,1%                |
| Total                                  |                   | 194                 | 100%                |

**Gráfico 9** – Número de elementos do agregado familiar



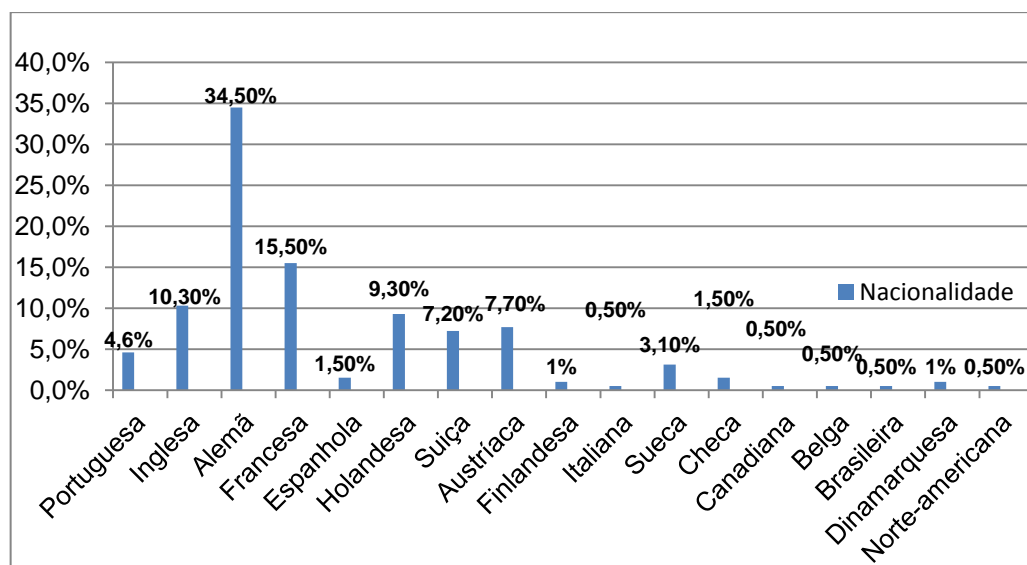
#### 6.3.1.6 Nacionalidade

No que concerne às nacionalidades dos inquiridos, comprova-se a predominância da nacionalidade alemã na maioria da amostra inquirida com quase 34,5% de representatividade. Igualmente, a nacionalidade francesa e inglesa possui alguma relevância com 15,5% e 10,3% respetivamente.

Através dos dados da frequência relativa apura-se que o elemento que ocorre mais frequentemente dentro do conjunto estudo, ou seja a moda, é a nacionalidade alemã. O valor central do conjunto de valores do estudo que é designado como mediana localiza-se na nacionalidade francesa.

De acordo com o estudo apresentado na revisão de literatura sobre o Gasto Turístico na Madeira (DRT, 2010; DRT, 2004) reafirma-se que o mercado alemão, francês e inglês continuam a ser os mercados com maior representação neste destino. Através do gráfico 10 constata-se a existência homogênea de três nacionalidades, porém, realça-se a diversidade de nacionalidades presente na amostra desta investigação. Na totalidade são apresentadas 17 nacionalidades diferentes, sendo algumas de outros continentes que não o Europeu.

Gráfico 10 – Nacionalidade



### 6.3.1.7 Qualificação académica

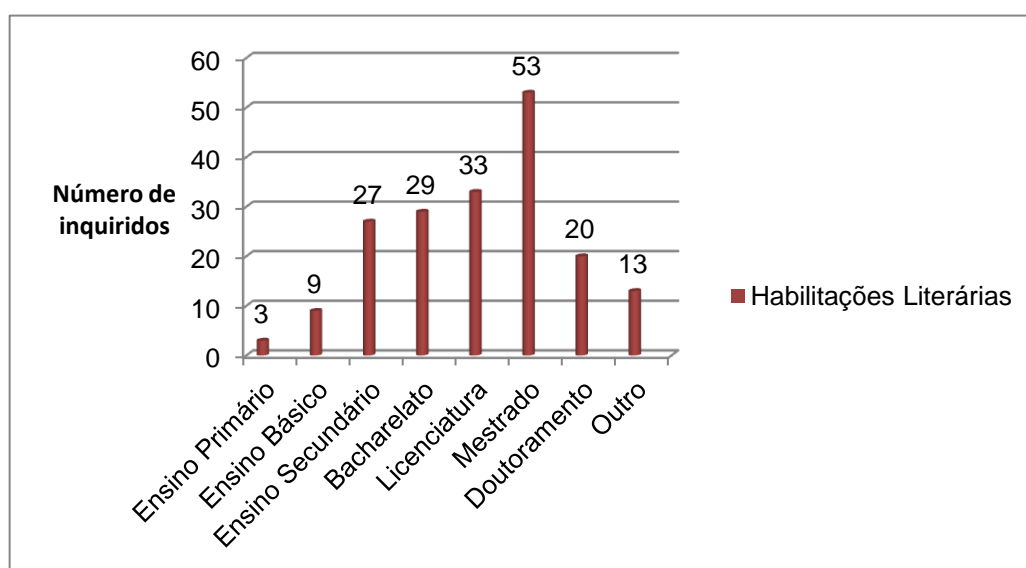
De acordo como tabela 9, a posse de um grau de mestre entre os turistas destaca-se com 27,3% relativamente às restantes opções. De forma geral, os inquiridos do estudo apresentam um elevado padrão educacional, observando-se que a percentagem de turistas com formação superior (licenciatura, mestrado e doutoramento) varia entre os 54% e 93% Embora menos significativas, as categorias do ensino básico e primárias e secundário registam 1,5%, 4,6% e 13,9% respetivamente.

De acordo o nível de rendimento líquido apresentado no tabela 7 e da qualificação académica no tabela 9, verifica-se que os valores de rendimento apresentados estão diretamente relacionados com a qualificação académica dos inquiridos. Ao possuir formação académica mais elevada os rendimentos líquidos são igualmente superiores.

**Tabela 9 – Qualificação académica**

| Qualificação académica |                   | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
|                        | Ensino Primário   | 3                   | 1,5%                |
|                        | Ensino Básico     | 9                   | 4,6%                |
|                        | Ensino Secundário | 27                  | 13,9%               |
|                        | Bacharelato       | 29                  | 14,9%               |
|                        | Licenciatura      | 33                  | 17,0%               |
|                        | Mestrado          | 53                  | 27,3%               |
|                        | Doutoramento      | 20                  | 10,3%               |
|                        | Outro             | 13                  | 6,7%                |
|                        | Total             | 187                 | 96,4%               |
| Não respondeu          | 9                 | 7                   | 3,6%                |
| Total                  |                   | 194                 | 100,0%              |

**Gráfico 11 – Qualificação académica**

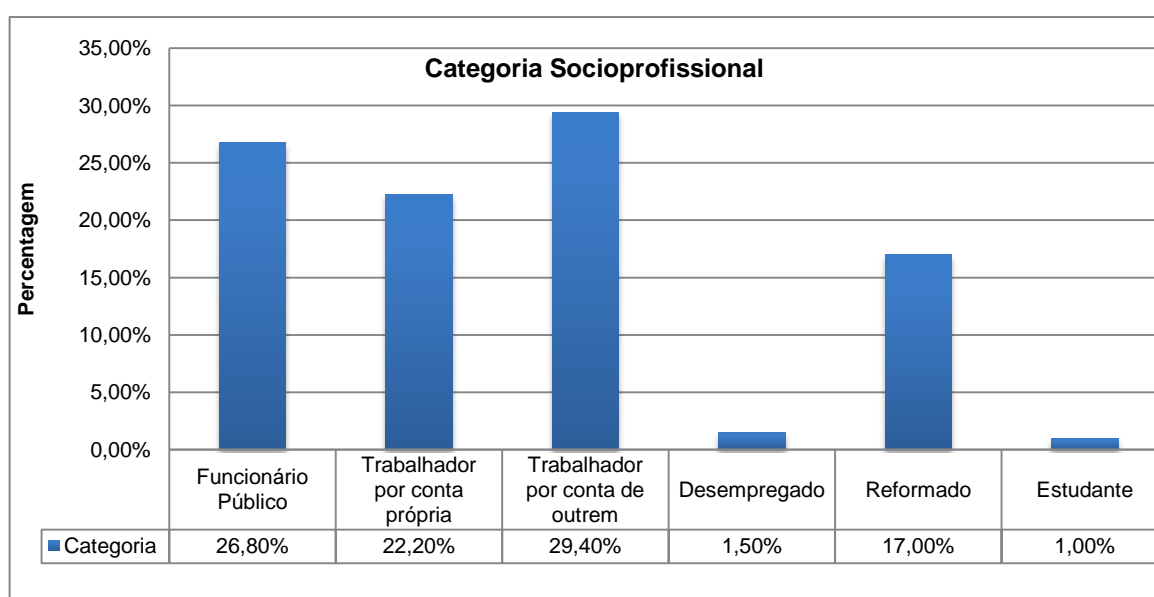


### 6.3.1.8 Estatuto socioprofissional

No que se refere ao estatuto socioprofissional, as categorias de trabalhador por conta de outrem assume particular relevância com 29,4%. A categoria de funcionário público e trabalhador por conta própria apresenta valores igualmente de relevância com 26,% e 22,2%, respetivamente, da percentagem total.

Denota-se que a percentagem de reformados apresenta um valor representativo na amostra podendo-se relacionar este valor percentual com o perfil de turista que procura a ilha da Madeira. Aliando a distribuição etária com o resultado percentual de reformados denota-se um progressivo envelhecimento do turista-padrão potencializando algumas implicações para a promoção do turismo ativo, assim como na realização de atividades ativas e desportivas.

**Gráfico 12 – Categoria Socioprofissional**



### 6.3.2 Informação geral da viagem

#### 6.3.2.1 Duração da estadia

Desta forma, de acordo com os dados obtidos, conclui-se que mais de 66,5% da estadia dos inquiridos têm duração de 6 a 10 noites na ilha da Madeira. Por sua vez, 18,6% opta por 11 a 15 noites e 11,3% por 1 a 5 noites. Através destes dados, verifica-se que tanto a moda como a mediana e a média estão localizadas na categoria de 6 a 10 noites.

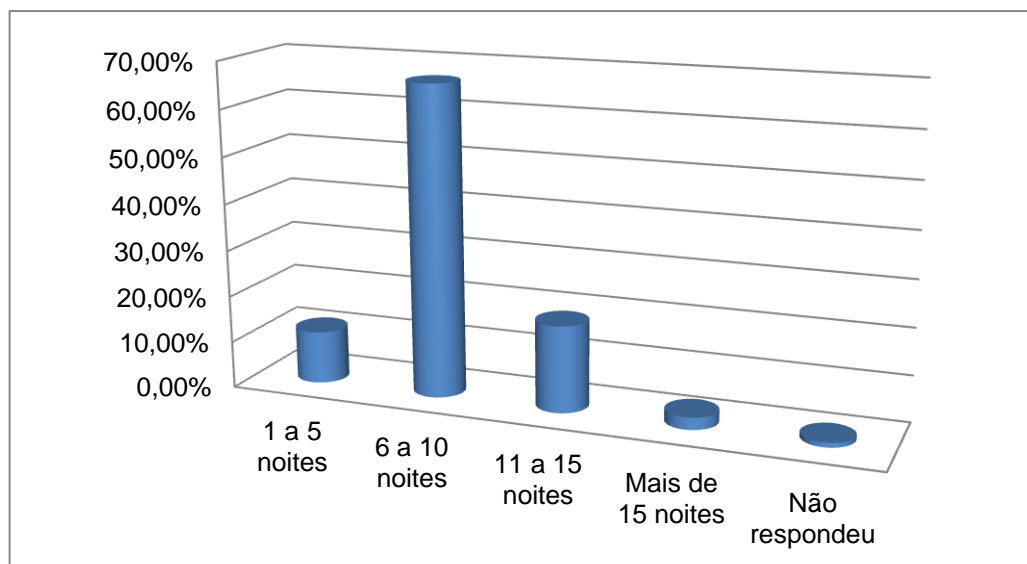
Tendo em conta a média de noites dos inquiridos que pernoitam na ilha da Madeira, verifica-se que existe abertura para a promoção de atividades ativas e desportivas que possam complementar as atividades de lazer e de cultura já

existentes. Atendido ao facto que a ilha da Madeira possui um enorme potencial para a prática de atividades desportivas/ativas tanto em contexto rural como citadino, assume-se que os resultados da duração da estadia permite repensar na promoção destas atividades como forma de complemento aos produtos turísticos já existentes.

**Tabela 10** – Duração da estadia em noites

| Duração da estadia em noites | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1 a 5 noites                 | 221                 | 11,3%               |
| 6 a 10 noites                | 129                 | 66,5%               |
| 11 a 15 noites               | 36                  | 18,6%               |
| Mais de 15 noites            | 5                   | 2,6%                |
| Não respondeu                | 2                   | 1,0%                |
| Total                        | 194                 | 100%                |

**Gráfico 13** – Duração da estadia em noites

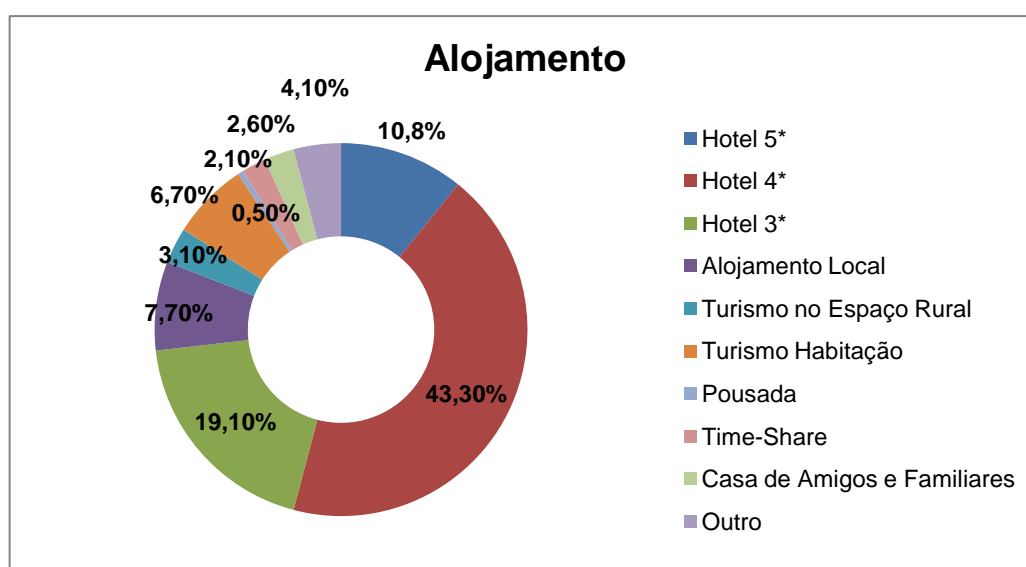


### 6.3.2.2 Alojamento escolhido pelos inquiridos

No que respeita à opção de escolha por parte dos inquiridos em relação à tipologia de alojamento, verifica-se que a maior parte dos inquiridos optou por um hotel de 4\*. As outras duas tipologias mais requisitadas foram o hotel de 3\* com 19,10% e hotel de 5\* com 10,8%. Tanto o turismo de habitação como o alojamento local apresentam maior procura por parte dos inquiridos face à tipologia inerente ao presente estudo, o TER. Com menor procura pelos inquiridos destaca-se as pousadas, time-share e casa de amigos e familiares.

Já tendo sido apresentado no decorrer do presente estudo a lacuna existente na promoção e dinamização de unidades de TER, os dados do tabela 11 reforçam exatamente esta ideia. Apesar de todo o potencial das áreas rurais em termos de alojamento e atividades, a procura turística neste destino continua centrada nas áreas costeiras, principalmente no Funchal, com a opção de alojamento a recair maioritariamente para tipologias de hotéis de 5\*, 4\* e 3\*.

Gráfico 14 – Tipo de alojamento escolhido pelos inquiridos



### 6.3.2.3 Companhia na estadia

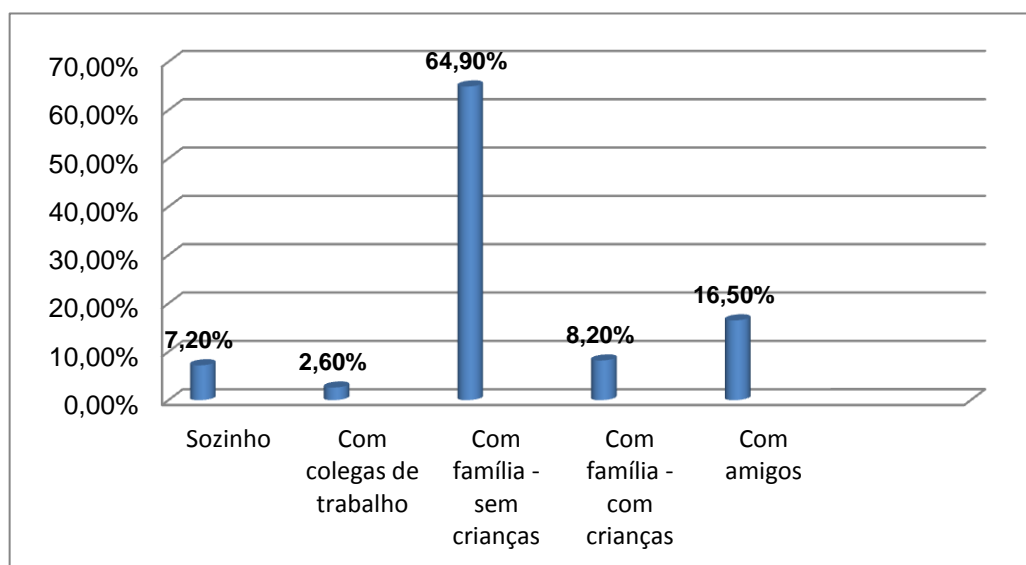
De acordo com a tabela 11 e o gráfico 15, verifica-se que a 64,9% dos inquiridos viajou para a ilha da Madeira na companhia da família com ausência crianças. Na companhia dos amigos viajaram cerca de 16,50% dos inquiridos e os restantes realizaram a viagem com a família incluindo crianças, com amigos e com colegas de trabalho. Ao dividir a soma das respostas pelo número de inquiridos da amostra, verificou-se que a média localiza-se na categoria com família sem crianças.

Através destes resultados obtidos, comprova-se a existência de grande potencial da amostra para a prática de turismo ativo e para a realização de atividades turísticas em espaço rural, na medida em que, como maior parte dos inquiridos viaja sem crianças, estes têm maior liberdade para a prática de atividades ativas e desportivas.

**Tabela 11** – Companhia na estadia

| Companhia na estadia |                            | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|----------------------|----------------------------|---------------------|---------------------|
|                      | Sozinho                    | 14                  | 7,20%               |
|                      | Com colegas de trabalho    | 5                   | 2,60%               |
|                      | Com família – sem crianças | 126                 | 64,90%              |
|                      | Com família – com crianças | 16                  | 8,20%               |
|                      | Com amigos                 | 32                  | 16,50%              |
|                      | Não respondeu              | 1                   | 0,5%                |
| Total                |                            | 194                 | 100%                |

**Gráfico 15 – Companhia na estadia**



#### 6.3.2.4 Gastos pelos inquiridos

Relativamente aos gastos dos inquiridos por categoria, apura-se que é no alojamento, alimentação, transporte e tours/excursões/visitas guiadas que os inquiridos despendem mais dinheiro.

Na categoria alojamento e alimentação, verifica-se que a maior representação percentual está no valor acima de 500€. Como se pode constatar no gráfico 15, o alojamento e a alimentação são as áreas em que os turistas gastam mais dinheiro.

As categorias de transporte e tours/excursões/visitas guiadas também são áreas nas quais os turistas estão dispostos a gastar dinheiro todavia a percentagem de gastos superior a 500€ e de 250€ a 499€ é inferior face à categoria de alimentação e alojamento.

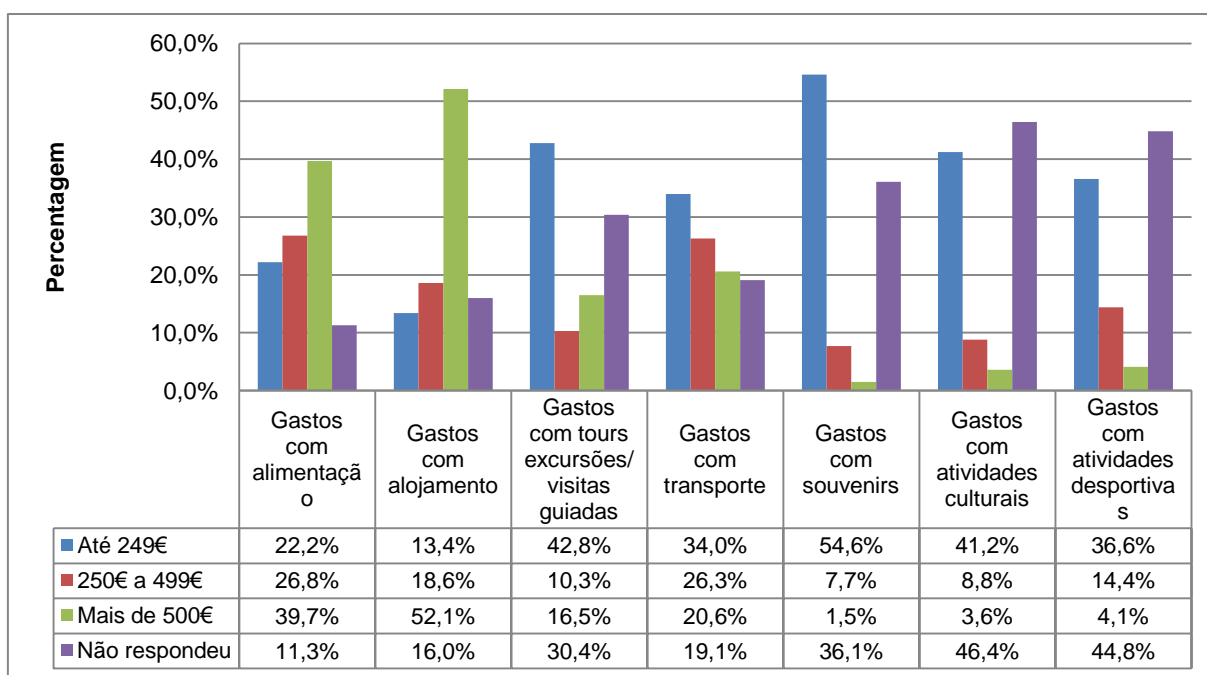
Em relação aos gastos com souvenirs e atividades culturais, evidencia-se maioritariamente os gastos até 249€. A percentagem de turistas dispostos a gastar mais de 500€ nestas categorias é bem inferior que em gastos nas categorias de alimentação, alojamento e tours/excursões/visitas guiadas.

No que concerne aos gastos com atividades desportivas, comprova-se a existência de um indicador positivo nomeadamente nos gastos de mais de 500€,

apresentando valores superiores em comparação com os gastos com atividades culturais. Através deste indicador constata-se que as atividades de turismo ativo e TER na ilha da Madeira têm potencial para ser explorado e que a aposta nos mesmos pode muito bem potencializar o aumento do gasto médio do turista na sua estadia na ilha da Madeira.

Na generalidade, esta categoria apresenta valores superiores, não só nos gastos acima de 500€ como nas restantes distribuições de gastos (250€ a 499€ e até 249€). É de salientar que estes valores são pertinentes para a investigação em causa e que surpreendentemente os turistas estão dispostos a despende mais dinheiro com as atividades desportivas do que com atividades culturais.

**Gráfico 16 – Gastos dos inquiridos por categoria**



### 6.3.3 Experiência turística na ilha da Madeira

#### 6.3.3.1 Primeira vez na ilha da Madeira

Relativamente à pergunta nº5 do questionário, verifica-se que 55,7% dos inquiridos estava pela primeira vez na ilha da Madeira aquando o preenchimento do

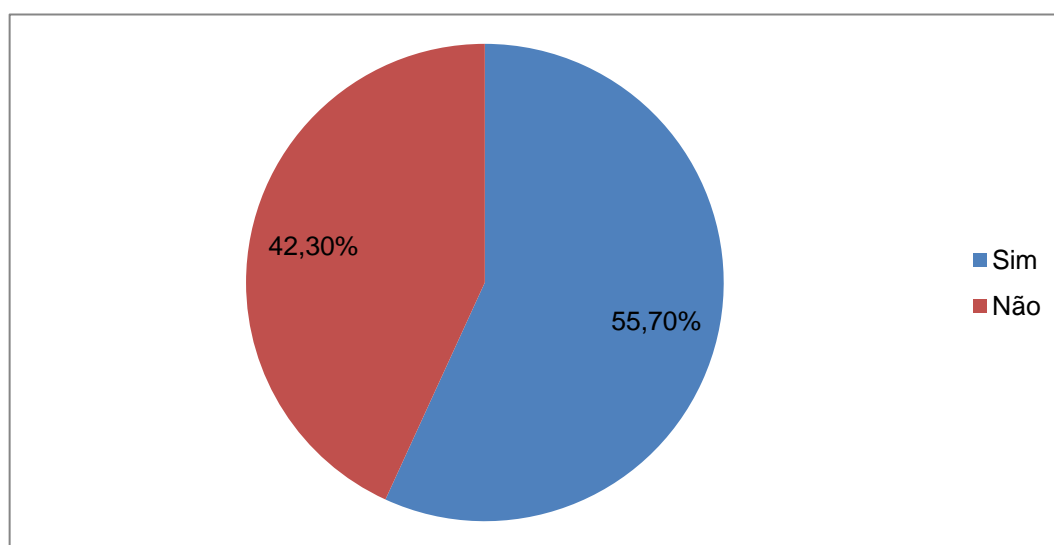
questionário e que os inquiridos repetentes representam um valor percentual de 42,3% no total da amostra.

Com estes indicadores reafirma-se a ideia presente na revisão bibliográfica que o destino Madeira continua a apostar nos mesmos mercados e que existe um grande número de turistas repetentes que procuram a ilha da Madeira.

**Tabela 12** – Primeira vez na ilha da Madeira

| Primeira vez na ilha da Madeira |               | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|---------------------------------|---------------|---------------------|---------------------|
|                                 | Sim           | 108                 | 55,7%               |
|                                 | Não           | 82                  | 42,3%               |
|                                 | Não respondeu | 4                   | 2,1%                |
| Total                           |               | 194                 | 100%                |

**Gráfico 17** – Primeira vez na ilha da Madeira



#### 6.3.3.2 Classificação de aspetos da experiência turística

A questão nº6 do questionário pretendia apurar a importância atribuída aos atributos do destino, para a sua escolha. Em termos globais, aspetos como beleza/paisagens, descanso e eliminação do stress, segurança, clima, qualidade do alojamento são os principais motivos na escolha da ilha da Madeira para férias.

Outros aspetos como vida noturna /diversão e aventura foram classificados como as motivações menos importantes na escolha do destino.

No que concerne à prática de atividades ao ar livre e desportivas, 7,2% classifica este aspecto como nada importante na tomada de decisão do destino Madeira.

**Tabela 13** – Classificação de aspetos associados à experiência turística

| Classificação de aspetos                         |       | Nada importante | Pouco importante | Nem muito, nem pouco importante | Importante | Muito importante | Não repondeu |
|--|-------|-----------------|------------------|---------------------------------|------------|------------------|--------------|
|  |       |                 |                  |                                 |            |                  |              |
| Qualidade do alojamento                          | Freq. | 3               | 11               | 25                              | 102        | 50               | 3            |
|  | %     | 1,5%            | 5,7%             | 12,9%                           | 52,6%      | 25,8%            | 1,5%         |
| Clima  | Freq. | -               | 5                | 32                              | 104        | 52               | 1            |
|  | %     | -               | 2,6%             | 16,5%                           | 53,6%      | 26,8%            | 0,5%         |
| Segurança  | Freq. | 2               | 5                | 19                              | 102        | 63               | 2            |
|  | %     | 1,0%            | 2,6%             | 9,8%                            | 52,6%      | 33,0%            | 1,0%         |
| Beleza/Paisagens                                 | Freq. | 1               | -                | 10                              | 74         | 106              | 3            |
|  | %     | 0,5%            | -                | 5,2%                            | 38,1%      | 54,6%            | 1,5%         |
| Gastronomia e tradições locais                   | Freq. | 2               | 8                | 31                              | 114        | 37               | 2            |
|  | %     | 1,0%            | 4,1%             | 16,0%                           | 58,8%      | 19,1%            | 1,0%         |
| Relação preço/qualidade                          | Freq. | 1               | 6                | 39                              | 102        | 43               | 3            |
|  | %     | 0,5%            | 3,1%             | 20,1%                           | 52,6%      | 22,2%            | 1,5%         |
| Atrações culturais                               | Freq. | 2               | 36               | 60                              | 73         | 19               | 4            |
|  | %     | 1,0%            | 18,6%            | 30,9%                           | 37,6%      | 9,8%             | 2,1%         |
| Prática de atividades ao ar livre ou desportivas | Freq. | 14              | 25               | 38                              | 65         | 46               | 6            |
|  | %     | 7,2%            | 12,9%            | 19,6%                           | 33,5%      | 23,7%            | 3,1%         |
| Aventura   | Freq. | 24              | 38               | 55                              | 52         | 19               | 6            |
|  | %     | 12,4%           | 19,6%            | 28,4%                           | 26,8%      | 9,8%             | 3,1%         |
| Lazer  | Freq. | 4               | 12               | 53                              | 90         | 31               | 4            |
|  | %     | 2,1%            | 6,2%             | 27,3%                           | 46,4%      | 16,0%            | 2,1%         |
| Saúde e bem-estar                                | Freq. | 9               | 14               | 44                              | 80         | 41               | 6            |
|  | %     | 4,6%            | 7,2%             | 22,7%                           | 41,2%      | 21,1%            | 3,1%         |
| Vida noturna e diversão                          | Freq. | 58              | 57               | 46                              | 17         | 7                | 9            |
|  | %     | 29,9%           | 29,4             | 23,7%                           | 8,8%       | 3,6%             | 4,6%         |
| Descanso e eliminação do stress                  | Freq. | 3               | 5                | 19                              | 80         | 66               | 21           |
|  | %     | 1,5%            | 2,6%             | 9,8%                            | 41,2%      | 34,0%            | 10,8%        |

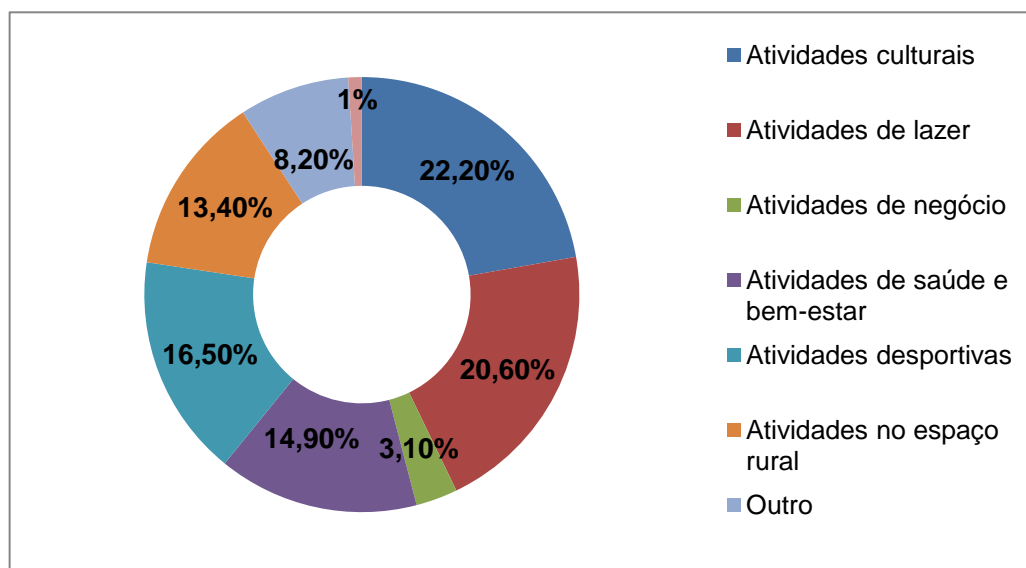
### 6.3.3.3 Atividades realizadas pelos inquiridos ou que pretende realizar

Tal como referido ao longo da revisão bibliográfica, a Madeira é procurada por turistas que pretendem usufruir de atividades de lazer e de cultura, seja a nível histórico, arquitetónico ou de gastronomia.

Os dados do gráfico 18 reforçam a ideia defendida na revisão bibliográfica pela DRT( 2010) em que as atividades culturais e de lazer continuam a representar a maior procura por parte dos inquiridos. As atividades desportivas são a terceira categoria de atividades mais procurada, referida por 16,5% dos inquiridos.

Fazendo a relação entre os gastos das atividades culturais e desportivas com as atividades mais procuradas pelos turistas, verifica-se que apesar da maior procura das atividades culturais na ilha da Madeira, os turistas estão dispostos a despende mais dinheiro com as atividades desportivas do que com atividades culturais. Tal constatação está presente nos resultados obtidos no gráfico 17 da presente seção.

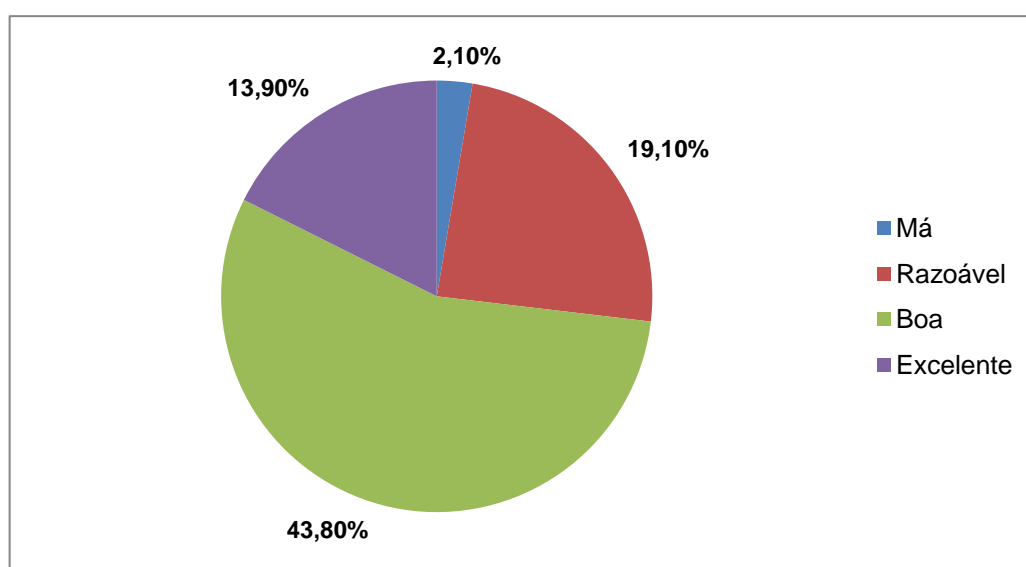
**Gráfico 18** – Atividades realizadas ou que pretende realizar



#### 6.3.3.4 Classificação das atividades desportivas

Relativamente à opinião sobre as atividades desportivas na ilha da Madeira, conclui-se que a maioria dos inquiridos está satisfeita com a qualidade das atividades desportivas na ilha da Madeira. Dos 194 inquiridos, 85 classificou como “boas” as atividades desportivas, 37 como “razoável” e 27 categorizou como “excelente”.

**Gráfico 19** – Classificação das atividades desportivas



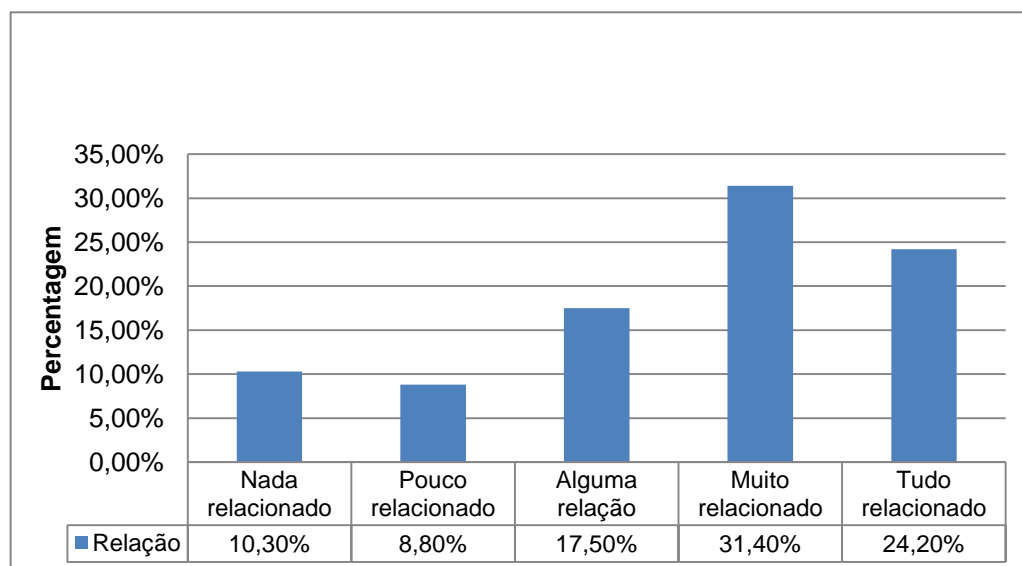
#### 6.3.3.5 Relação entre a escolha do destino Madeira com a prática de atividade física

De acordo com a análise do gráfico 20, apura-se que a média dos inquiridos respondeu que a prática de atividade física esteve muito relacionado aquando a opção de escolha do destino Madeira.

Ao relacionar estes dados com os resultados das secções anteriores, pressupõe-se que a atividade física considerada pelos inquiridos abranja sobretudo as caminhadas, passeios pelas levadas e outras atividades do género. Tendo em conta os aspetos de escolha do destino representadas na tabela 13 e o tipo de atividade que os turistas procuram representado no gráfico 18, a atividade física

interpretada pelos inquiridos inclui essencialmente atividades físicas de esforço reduzido.

**Gráfico 20** – Relação entre a escolha do destino Madeira com a prática de atividade física



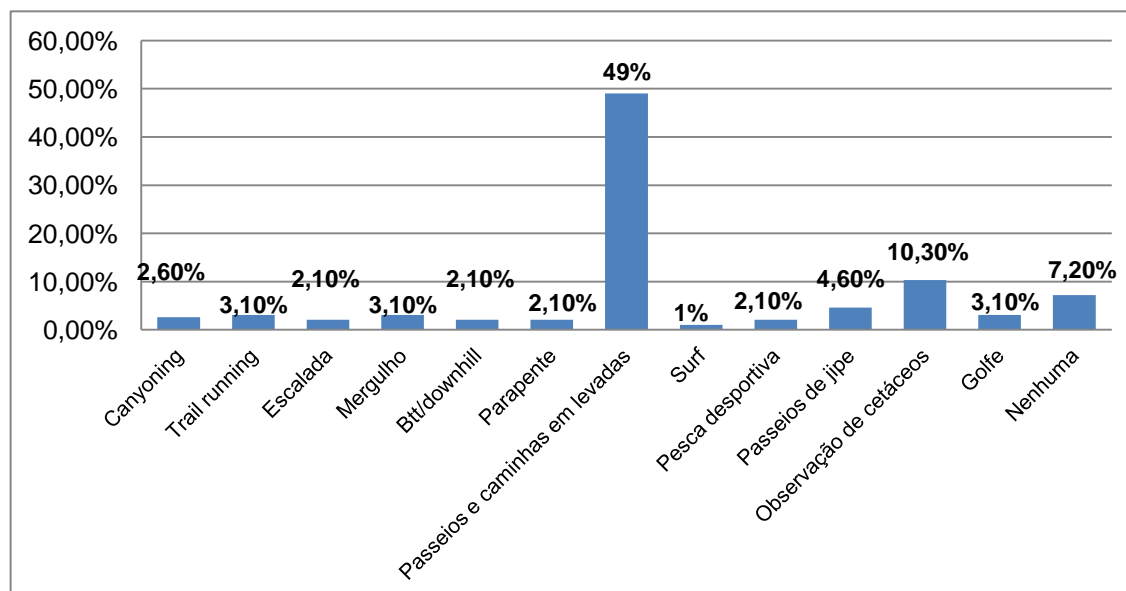
#### 6.3.3.6 Atividade desportiva que já realizou ou pretende realizar

Tendo sido mencionado na seção anterior que as atividades com maior procura por parte dos turistas são os passeios e caminhadas em levadas, os dados apresentados no gráfico 21 reafirmam novamente esta ideia. Com um valor expressivo de 49%, os passeios e caminhadas em levadas representam a atividade mais procurada pelos turistas. A segunda atividade mais procurada é a observação de cetáceos com 10,3% e o surf representa a atividade com menos procura (1%).

**Tabela 14** – Atividade desportiva que já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira

| Atividades desportivas           | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|
| Canyoning                        | 5                   | 2,6%                |
| Trail running                    | 6                   | 3,1%                |
| Escalada                         | 4                   | 2,1%                |
| Mergulho                         | 6                   | 3,1%                |
| Btt/downhill                     | 4                   | 2,1%                |
| Parapente                        | 4                   | 2,1%                |
| Passeios e caminhadas em levadas | 95                  | 49%                 |
| Surf                             | 2                   | 1%                  |
| Pesca desportiva                 | 4                   | 2,1%                |
| Passeios de jipe                 | 9                   | 4,6%                |
| Observação de cetáceos           | 20                  | 10,3%               |
| Golfe                            | 6                   | 3,1%                |
| Nenhuma                          | 14                  | 7,2%                |
| Outro                            | 14                  | 7,2%                |
| Não respondeu                    | 1                   | 0,5%                |
| <b>Total</b>                     | <b>194</b>          | <b>100%</b>         |

**Gráfico 21** – Atividade desportiva que já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira

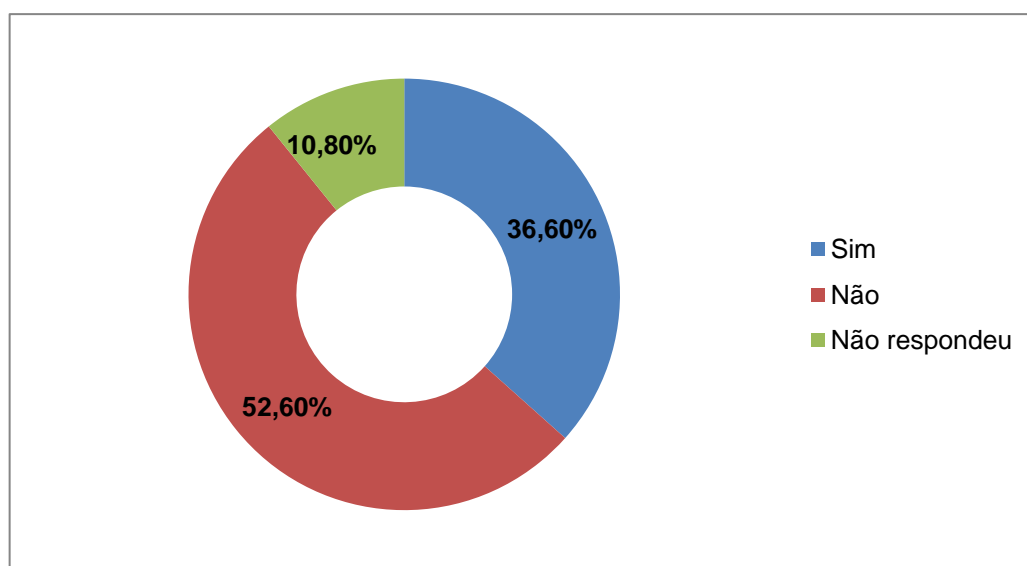


### 6.3.3.7 Equipamento para a realização de atividades desportivas

Quando questionados se trouxeram equipamento para a realização de atividades desportivas, 52,6% respondeu que não e 36,6% que sim.

Associando este indicador com os resultados da escolha do alojamento e do tipo de atividade que vêm realizar, sustenta-se a ideia de que as unidades de TER podem muito bem ser potencializadas através do turismo ativo. Ao adaptar as infra-estruturas de unidades TER, seja a nível de armazenamento de material ou adaptação das facilidades e comodidades em função das necessidades específicas do segmento ativo/desportivo, estas podem tornar-se mais competitivas face a outras tipologias de alojamento e obter outro tipo de rentabilização ao longo de todo o ano colmatando os picos de taxa de ocupação existentes.

**Gráfico 22** – Trouxe equipamento para a realização de atividades desportivas



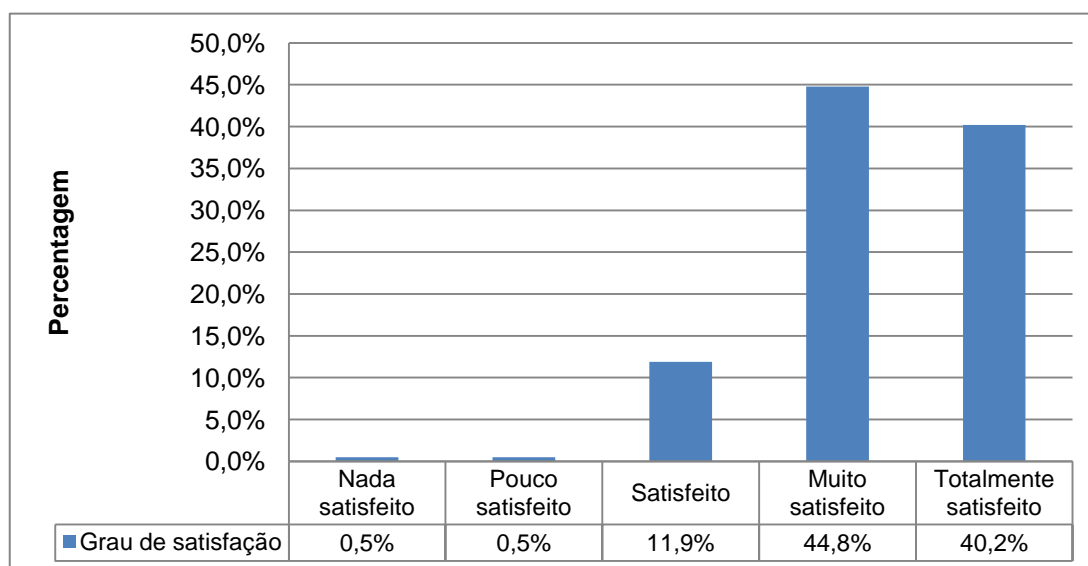
### 6.3.4 Avaliação do destino Madeira

#### 6.3.4.1 Grau de satisfação global da experiência turística

No que se refere ao grau de satisfação global da experiência turística, assume particular relevo o grau muito satisfeito e o totalmente satisfeito. É de realçar

estes positivos indicadores da satisfação dos turistas dado que só 0,5% demonstrou nada satisfeito e outro 0,5% pouco satisfeito. Numa abordagem geral, afere-se que numa amostra de 194 inquiridos apenas 2 não estão satisfeitos com a sua experiência turística na Madeira.

**Gráfico 23** – Grau de satisfação global da experiência turística



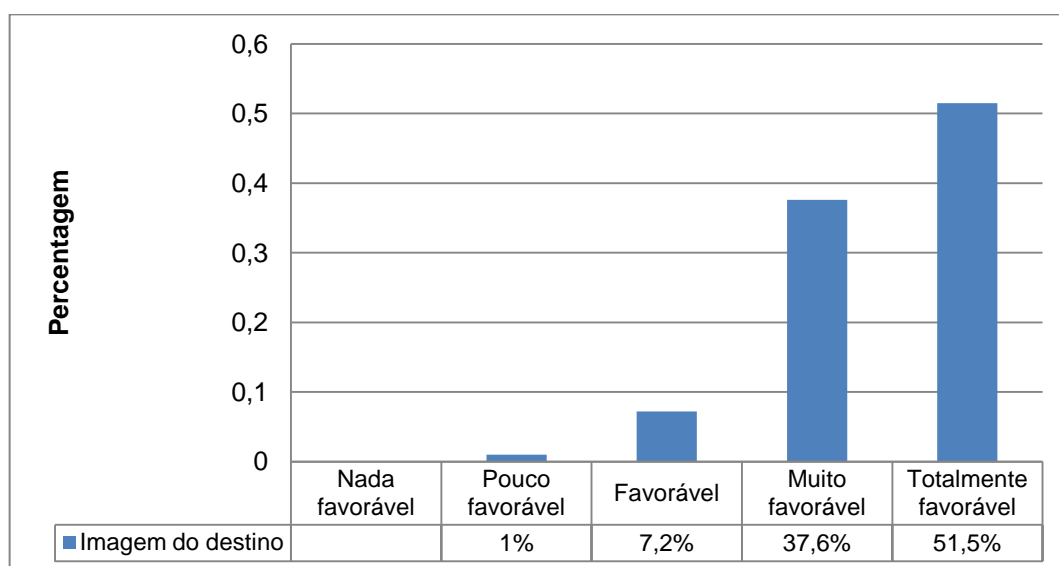
#### 6.3.4.2 Imagem do destino Madeira

Aquando questionados sobre a imagem que ficaram do destino Madeira, maior parte dos inquiridos respondeu totalmente favorável com 51,5%. A restante percentagem foi atribuída ao muito favorável com 37,6%, favorável com 7,2% e apenas 1% não ficou com uma imagem favorável do destino.

**Tabela 15** – Imagem com que os inquiridos ficaram do destino Madeira

| Imagem do destino Madeira |                      | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|---------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
|                           | Nada favorável       | 0                   | 0%                  |
|                           | Pouco favorável      | 2                   | 1%                  |
|                           | Favorável            | 14                  | 7,2%                |
|                           | Muito favorável      | 73                  | 37,6%               |
|                           | Totalmente favorável | 100                 | 51,5%               |
|                           | Não respondeu        | 5                   | 2,6%                |
| Total                     |                      | 194                 | 100%                |

**Gráfico 24** – Imagem com que os inquiridos ficaram do destino Madeira



#### 6.3.4.3 Aspectos positivos e negativos associados à experiência turística dos inquiridos

Dentro dos aspectos positivos da experiência turística dos inquiridos, destaca-se com 42,8% a natureza/clima e com 21,6% cultura e gastronomia. Outro aspecto positivo relevante para o estudo é o desporto que assume 13,4% tendo sido considerado um aspecto mais positivo do que a estadia.

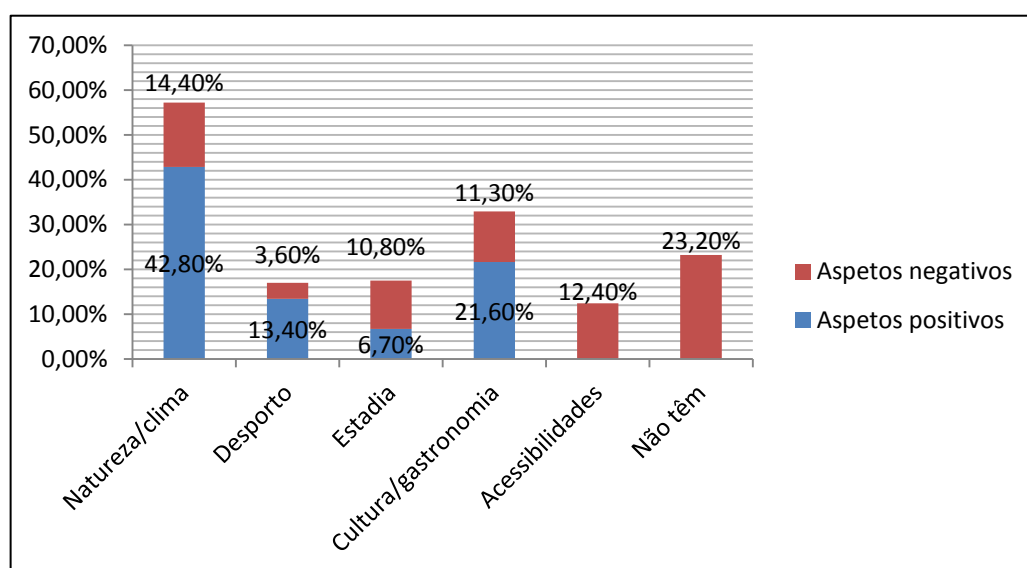
No que toca aos aspectos negativos, constata-se que 24,2% dos inquiridos não respondeu a esta questão. A segunda maior percentagem, com 23,2%, é atribuída à categoria “não têm”.

**Tabela 16** – Aspectos positivos e negativos associados à experiência turística dos inquiridos

| <b>Aspectos positivos da experiência turística dos inquiridos</b> |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|
|   | <i>Frequência absoluta</i> | <i>Frequência relativa</i> |
| Natureza/clima  | 83                         | 42,8%                      |
| Desporto  | 26                         | 13,4%                      |
| Estadia   | 13                         | 6,7%                       |
| Cultura/<br>Gastronomia   | 42                         | 21,6%                      |
| Não respondeu   | 30                         | 15,5%                      |

| <b>Aspetos negativos da experiência turística dos inquiridos</b> |                            |                            |
|--|----------------------------|----------------------------|
|  | <i>Frequência absoluta</i> | <i>Frequência relativa</i> |
| Natureza/Clima   | 28                         | 14,4%                      |
| Desporto   | 7                          | 3,6%                       |
| Estadia  | 21                         | 10,8%                      |
| Cultura/Gastronomia  | 22                         | 11,3%                      |
| Acessibilidades  | 24                         | 12,4%                      |
| Não têm  | 45                         | 23,2%                      |
| Não respondeu  | 47                         | 24,2%                      |

**Gráfico 25** – Aspetos positivos e negativos associados à experiência turística dos inquiridos

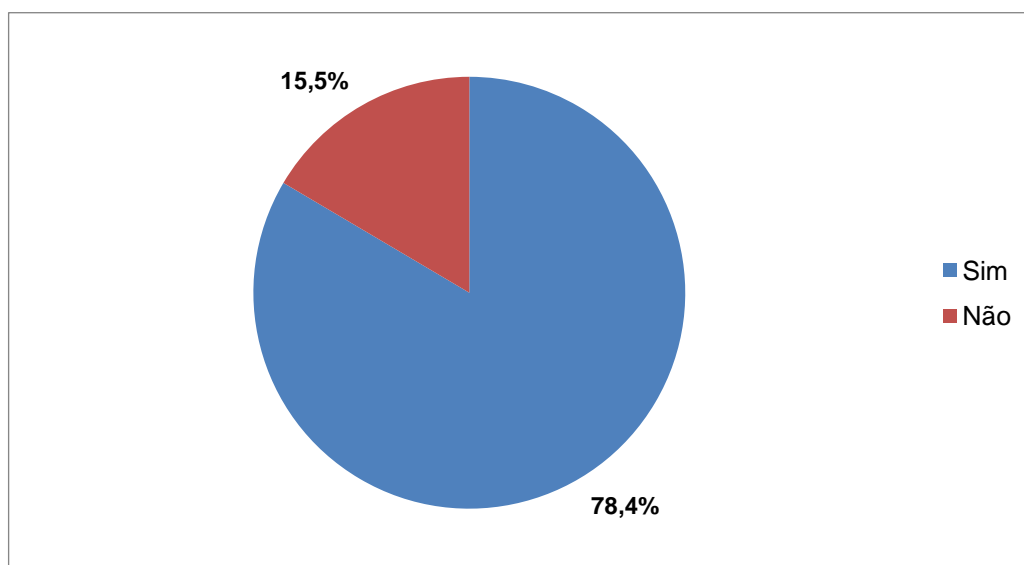


#### 6.3.4.4 Intenção de voltar ao destino Madeira

De acordo com as respostas obtidas da questão 15 do questionário, maior parte dos inquiridos têm intenção de voltar à Madeira. Apenas 15,5% dos inquiridos não têm intenção de voltar.

Ao relacionar-se os resultados desta pergunta com os resultados da pergunta nº5 comprova-se que a tendência para fidelizar os turistas mantém-se. O destino Madeira continua a ser escolhido por turistas que procuram este destino por mais do que uma vez.

**Gráfico 26** – Intenção de voltar ao destino Madeira



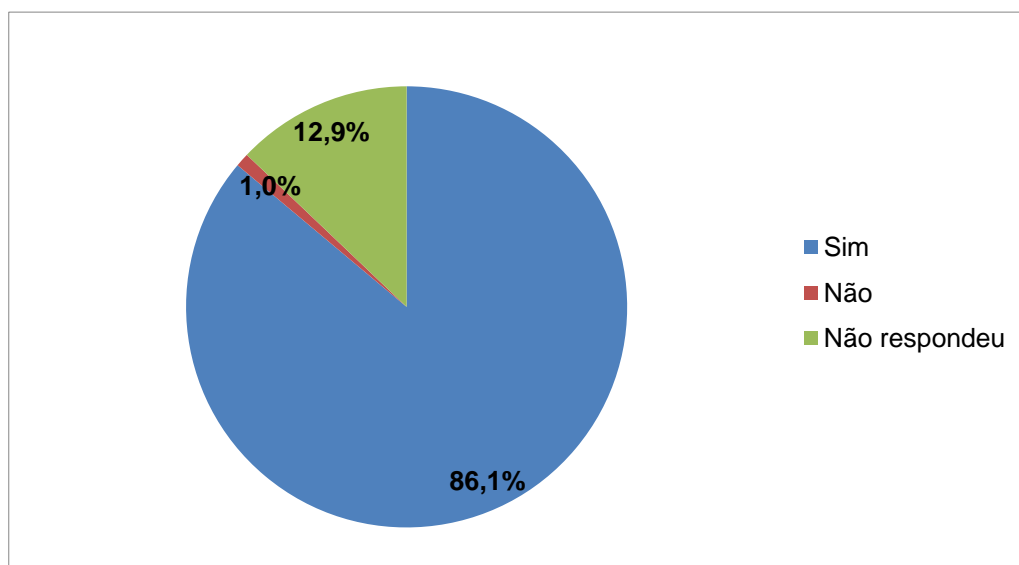
#### 6.3.4.5 Recomendação do destino Madeira

Sendo pertinente as opiniões dos turistas se recomendariam a ilha da Madeira, formulou-se uma pergunta para obter a respetiva informação. Da totalidade das respostas obtidas, 86,1% respondeu que recomendaria e somente 1% que não. Tal como as outras perguntas da seção de avaliação do destino do questionário, os dados desta resposta apresentam igualmente indicadores muito positivos da satisfação dos turistas.

**Tabela 17** - Recomendação do destino Madeira

| Recomendação do destino Madeira |  | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|---------------------------------|--|---------------------|---------------------|
| Sim                             |  | 167                 | 86,1%               |
| Não                             |  | 2                   | 1%                  |
| Não respondeu                   |  | 25                  | 12,9%               |
| Total                           |  | 194                 | 100%                |

**Gráfico 27 – Recomendaria o destino Madeira**



### 6.3.5 Resumo da análise das variáveis do questionário

Após a análise descritiva dos resultados obtidos pelas perguntas do questionário, considera-se de grande importância apresentar uma tabela que resuma as variáveis do mesmo e dos resultados obtidos. Esta tabela tem como objetivo resumir a informação para uma leitura mais precisa e objetiva.

Primeiramente, foi possível através dos dados obtidos pelos questionários criar um padrão do perfil sociodemográfico do turista que apresenta muitas semelhanças ao perfil de turista apresentado no estudo sobre o gasto turístico na Madeira pela DRTM (Direção Regional do Turismo da Madeira) em 2004.

Em relação à idade média, prevalece o padrão do turista maduro com idade compreendida entre os 50 a 59 anos, maioritariamente casado e do sexo feminino, com grau académico ao nível do mestrado e que trabalham por conta de outrem. Os mercados alemão, francês e inglês continuam a ser predominantes na percentagem global de turistas que procuram a ilha. Com média de 2 elementos por agregado familiar, o perfil do turista-padrão faz-se acompanhar da família, mas sem crianças. Relativamente ao perfil socioeconómico, os resultados sugerem que a maior parte dos inquiridos ganha em média 3.000€.

O valor percentual de turistas que já tinha visitado a ilha da Madeira apresenta um indicador surpreendente e muito positivo. Esta percentagem de

turistas repetentes pode estar associada à imagem muito positiva do destino e da experiência turística dos visitantes.

A maioria dos inquiridos está alojada em hotéis de quatro e três estrelas e permanece em média de 6 a 10 noites na ilha da Madeira. Além do alojamento, o maior valor monetário despendido pelos inquiridos é em alimentação, transporte e excursões/visitas guiadas.

Fazendo a conjugação da escolha dos fatores associados à escolha do destino, afirma-se que os inquiridos valorizam um mix de belezas/paisagens, descanso, segurança e clima. Estes aspetos reforçam a ideia presente na revisão bibliográfica que argumenta o clima como principal motivação da deslocação até à ilha da Madeira (DRTM, 2004)

A generalidade da amostra do estudo demonstra maior interesse em atividades de lazer e culturais. Todavia, o fator desportivo foi a terceira atividade mais procurada, o que salienta uma atitude mais ativa por parte do turista que procura este destino. Embora não seja o tipo de atividade mais procurada, quando questionados sobre as atividades desportivas na ilha da Madeira classificaram a oferta de atividade desportiva como boa.

A análise dos dados relativos à importância da prática de atividade física na escolha do destino aponta para uma relação muito dependente entre ambas as variáveis. Porém, assume-se que estes valores possam existir pela presença de uma maioria de turistas que procuram atividades físicas de fácil acessibilidade que não inclua um elevado grau de exigência física como é caso o dos passeios/caminhas em levadas e observação de cetáceos, que de acordo com os dados obtidos, foram as atividades desportivas mais realizadas pelos inquiridos.

No que respeita aos indicadores de avaliação da experiência turística, os dados obtidos indicam uma imagem positiva do destino e com níveis de satisfação elevados sobre a experiência turística. Quando inquiridos sobre os aspetos mais positivos e negativos da experiência turística, maior parte aponta como positivos a natureza e o clima, e como negativos a maior parte assume que não existem. A maioria dos inquiridos para além de satisfeita com o destino recomendaria aos seus amigos e familiares e demonstra intenção de voltar.

**Tabela 18** - Resumo da análise das variáveis do questionário

| <i>Variáveis</i>                                | <b>Resultados obtidos</b>                    |                    |   |   |
|---|--|--------------------|---|---|
| Género  | Feminino                                     |                    | Masculino   |   |
|   | 57,29%                                       |                    | 42,71%  |   |
| Estado Civil                                    | Casado/União                                 | Solteiro           | Divorciado  | Viúvo   |
|   | 75,13%                                       | 16,06%             | 7,25%   | 1,50%   |
| Idade   | 50 a 59 anos – 37,6%                         |                    |   |   |
| Nacionalidade                                   | Alemã – 34,50%                               | Francesa – 15,50%  | Inglesa – 10,30%                                    |   |
| Rendimento mensal líquido                       | Maior ou igual a 3000€ - 36,6%               |                    |   |   |
| Dimensão agregado familiar                      | 2 pessoas – 59,80%                           |                    |   |   |
| Qualificação académica                          | Mestrado 27,3%                               | Licenciatura 17,0% | Bachalato 14,9%                                     | Ensino secundário 13,9%<br>Doutoramento 10,3% |
| Estatuto socioprofissional                      | Trabalhador por contra outrem – 29,4%        |                    | Funcionário público – 26,8%                         | Trabalhador por conta própria 22,2%           |
| Duração   | 6 a 10 noites – 66,50%                       |                    |   |   |
| Onde está hospedado                             | Hotel 5* - 10,8%                             |                    | Hotel 4* - 43,3%                                    | Hotel 3* - 19,1%                              |
| Companhia na estadia                            | Com família s/ crianças – 64,90%             |                    | Com amigos – 16,50%                                 |   |
| Principais gastos                               | Alimentação >500€ - 39,7%                    |                    | Alojamento >500€ - 52,1%                            | Tours/Excursões 0-249€ - 42,8%                |
| Primeira vez na Madeira                         | Não – 55,70%                                 |                    | Sim – 42,30%  |   |
| Aspectos na escolha do destino                  | Belezas/Paisagens                            | Descanso           | Segurança   | Clima   |
| Atividades que vêm realizar                     | Culturais 22,2%                              |                    | Lazer 20,6%   | Desportivas 16,5%                             |
| Classificação da oferta desportiva              | Boa – 43,80%                                 | Razoável -19,10%   | Excelente- 13,90%                                   | Má 2,10%                                      |
| Relação escolha do destino com atividade física | Muito relacionado – 31,40%                   |                    | Tudo relacionado – 24,20%                           | Alguma relação – 17,50%                       |
| Atividades desportivas realizadas               | Passeios e caminhadas em levadas – 49%       |                    | Observação de cetáceos – 10,30%                     |   |
| Trouxe equipamento para as atividades           | Não – 52,6%                                  |                    | Sim – 36,6%   |   |
| Grau de satisfação                              | Muito satisfeito – 44,80%                    |                    |   |   |
| Imagem do destino                               | Totalmente favorável 51,5%                   |                    |   |   |
| Aspetos positivos e negativos                   | <i>Aspetos negativos</i><br>Não têm – 23,20% |                    | <i>Aspetos positivos</i><br>Natureza clima – 42,80% |   |
| Tenciona voltar                                 | Sim – 78,4%                                  |                    | Não – 15,5%   |   |
| Recomendaria o destino                          | Sim – 86,1%                                  |                    | Não – 1%  |   |

#### 6.4 Relação entre os objetivos e resultados

Após a análise descritiva na seção anterior dos resultados, verifica-se a necessidade de fazer uma análise comparativa entre os resultados obtidos e os objetivos específicos. Apuraram-se várias conclusões que seguidamente serão apresentadas de forma sucinta.

**Tabela 19** – Relação entre resultados obtidos e os objetivos

| Relação entre objetivos e resultados  |  |  |
|---|--|--|
| Objetivo  | Pergunta   | Resultado  |
| <b>Identificar as motivações para a seleção do destino turístico</b>                      | P6. Classifique os diversos aspetos com a importância que tiveram na escolha deste destino turístico com a escala de 1 a 5 sendo que 1=nada importante e 5=muito importante.   | De acordo com a pergunta 6. do questionário e com o resultado das respostas obtidas constata-se que as principais motivações dos turistas na escolha do destino Madeira foram: as belezas/paisagens, eliminação do stress, segurança, clima e qualidade do alojamento Outros aspetos como vida noturna /diversão e aventura foram classificados como as motivações menos importantes na escolha do destino.                            |
| <b>Enquadramento da importância da atividade física/ desportiva na escolha do destino</b> | <p>P.9 Em que medida a escolha do Destino Madeira esteve relacionado com a prática de atividade física?</p> <p>P6. Classifique os diversos aspetos com a importância que tiveram na escolha deste destino turístico com a escala de 1 a 5 sendo que 1=nada importante e 5=muito importante.</p> <p>P.7 Que atividade ativa/ desportiva já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira</p> | Os resultados desta pergunta apontam que maior parte dos inquiridos escolheu a ilha da Madeira para a prática de atividade física todavia ao relacionar estes dados com os resultados da P.6 destino e P.7 pressupõem-se que a atividade física considerada pelos inquiridos abranja sobretudo as caminhadas, passeios pelas levadas e outras atividades do gênero que não requer pela parte dos turistas uma grande exigência física. |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>Compreensão da experiência turística na ilha da Madeira na perspetiva do turista</b></p>         | <p>12. Qual é o seu grau de satisfação global com a experiência turística?<br/>(1=nada satisfeito;<br/>5=muito satisfeito)</p> <p>13. A imagem com que ficou deste destino é (1=nada favorável;<br/>5=muito favorável):</p> <p>15. Tenciona voltar à ilha da Madeira?</p> <p>16. Recomendaria este destino aos seus amigos/familiares?</p> | <p>Estabelecendo relação entre os indicadores do grau de satisfação global da experiência turística com outros indicadores como a imagem com que ficou do destino, intenção de volta à ilha da Madeira e recomendação deste destino aos amigos/familiares, verificou-se que maior parte dos inquiridos estão satisfeitos com a experiência turística na Madeira.</p> <p>Além de satisfeitos com a experiência, a maior parte dos inquiridos respondeu que a imagem que ficaram do destino é totalmente favorável tendo mesmo intenção de voltar. Com os resultados apresentados também denota-se que a tendência do destino é continuar a fidelizar os turistas.</p> <p>Analisando globalmente estas 4 perguntas de avaliação da experiência turística conclui-se que os indicadores apresentados de satisfação da experiência turística são muito positivos.</p> |
| <p><b>Caracterização da importância do turismo desportivo na Madeira e seu respetivo potencial</b></p> | <p>7. Que atividade ativa/desportiva já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira</p> <p>4. Indique o total de gastos que efetuou/prende efetuar nesta viagem</p>   | <p>Através dos dados obtidos na P.7 reforça-se a ideia defendida na revisão da literatura em que as atividades culturais e de lazer continuam a ser mais procuradas por parte dos inquiridos face as restantes atividades. As atividades desportivas encontram-se na terceira categoria de atividades mais procuradas o que demonstra ser um indicador muito positivo porque se comprova o crescimento da procura de atividades desportivas na ilha da Madeira.</p> <p>Estabelecendo o cruzamento de dados entre os gastos das atividades culturais e de lazer com os gastos atividades desportivas, verifica-se que apesar da maior procura das atividades culturais e de lazer na ilha da Madeira, os turistas estão dispostos a despende mais dinheiro com as atividades desportivas do que</p>  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  |   | <p>com atividades culturais.</p> <p>Relacionando os resultados obtidos nestas 2 perguntas destaca-se a importância destes para a investigação em causa dado que apesar das atividades desportivas não estar nas duas primeiras opções de procura por parte dos inquiridos, estes dispensam um maior valor monetário para a realização deste tipo de atividades.</p> <p>Através da comparação correlação destas perguntas verifica-se que o turismo desportivo na ilha da Madeira tem potencial para ser explorado e que a aposta no mesmo pode muito bem elevar o gasto médio do turista na sua estadia.</p>   |
| <p><b>Importância do turismo ativo/desportivo como efeito multiplicador ao nível de alojamento</b></p> | <p>2. Onde está hospedado?</p> <p>7. Que tipo de atividades vem realizar?</p> <p>11. Trouxe o seu próprio equipamento para a realização das atividades?</p> | <p>Apesar de todo o potencial das áreas rurais em termos de alojamento e atividades, a procura turística e escolha de alojamento neste destino continua centrada nas áreas costeiras principalmente no Funchal com a opção de alojamento a recair maioritariamente para tipologias de hotéis de 5*, 4* e 3*.</p> <p>Comprovou-se, com as respostas obtidas na pergunta 2, a lacuna existente na promoção e dinamização de unidades de TER. Tanto o turismo de habitação como o alojamento local, apresentam maior procura por parte dos inquiridos face à tipologia inerente ao presente estudo, o TER.</p> <p>Assumindo o turismo desportivo a terceira posição nas atividades mais procuradas na ilha da Madeira, poderia surtir um efeito em termos de promoção e dinamização de unidades de TER, visto que a maior parte das atividades desportivas são praticadas em áreas rurais, principalmente na costa norte da ilha da Madeira.</p> <p>Quando questionadas se trouxeram equipamento para a realização de</p> |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   |   | <p>atividades desportivas mais de 50% dos inquiridos respondeu que não.</p> <p>Associando este indicador com os resultados da escolha do alojamento e do tipo de atividade que vêm realizar, pode-se sustentar a ideia de que as unidades de TER ao adaptarem as suas infra estruturas para as necessidades específicas do segmento ativo/desportivo podem tornar-se mais competitivas face a outras tipologias.</p> <p>A maior parte das tipologias de alojamento escolhidas pelos inquiridos carecem de infraestruturas para armazenamento de material e equipamento desportivo assim como de transporte adaptado para o mesmo.</p> <p>Tendo em conta o potencial existente destes segmentos, as unidades de TER podem adaptar as suas unidades em termos de armazenamento de equipamento, transporte, acessibilidades e facilidades para a prática das atividades mas também para a pós-prática das mesmas.</p> |
| <p><b>Potencial do turismo ativo na ilha da Madeira</b></p> | <p>P.17 Que tipo de atividades vem realizar?</p> <p>P.9 Em que medida a escolha do Destino Madeira esteve relacionado com a prática de atividade física?</p> <p>P.4 Indique o total de gastos que efetuou/pretende efetuar nesta viagem</p> | <p>Após a exploração e interpretação dos resultados obtidos da P.17, P.9 e P.4 o turismo ativo e desportivo apresenta potencial na medida em que as principais motivações de visita e as atividades que pretende realizar evidenciam a natureza, as atividades ar livre e as paisagens. Associando a relação entre a prática de atividade física na escolha do destino Madeira e os gastos indicados pelos turistas nas atividades desportivas, reafirma-se o potencial do turismo ativo na ilha da Madeira.</p>   |

## **6.5 Conclusão**

O presente capítulo teve como objetivo a apresentação, análise e conclusões dos resultados obtidos através dos questionários.

Neste capítulo procurou-se analisar a informação recolhida através dos questionários relacionando os objetivos específicos da investigação com as respostas obtidas. Da análise de informação pretendeu-se identificar conexões entre as diversas variáveis. Os resultados obtidos que posteriormente foram apresentados sob forma de tabela e gráfico facilitaram o cruzamento de informação e a análise de relação entre estas mesmas variáveis.

Em suma, comprovou-se que tanto a análise descritiva como a tabela de relação entre os resultados e objetivos permitiu otimizar a informação de forma a obter conclusões pertinentes. Através desta informação que foi analisada e sujeita a discussão no decorrer do capítulo extraíram-se conclusões necessárias para dar resposta à pergunta de partida que será apresentada no próximo capítulo.

# **CAPÍTULO VI**

## **CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

## **7.1 Introdução**

No capítulo anterior analisou-se detalhadamente os resultados obtidos através dos questionários e estabeleceu-se a relação dos mesmos com os objetivos gerais e específicos da investigação

Pelo que, neste capítulo pretende-se apresentar conclusões gerais que tenham em conta todos os pontos mencionados ao longo deste estudo, indo de encontro aos objetivos propostos e indicando algumas sugestões futuras de trabalho, deixando em aberto o caminho para futuras investigações.

Procura-se igualmente neste capítulo dar resposta à pergunta de partida de acordo com os dados recolhidos e as conclusões observadas.

## **7.2 O papel do turismo ativo na rentabilização do TER na Madeira**

A presente dissertação destaca a importância do turismo ativo na rentabilização de unidades de TER. A escolha desta dissertação teve o intuito de demonstrar que as unidades de TER podem ser rentabilizadas através de segmentos alternativos como é o caso do turismo ativo.

Embora a ilha da Madeira disponha de inúmeras potencialidades a nível da prática desportiva/ativa em áreas rurais, a maioria das preferências dos turistas prevalece na escolha de produtos turísticos tradicionais. Aspectos como beleza/paisagens, clima e segurança continuam a ser as principais motivações que levam os turistas a escolher a ilha da Madeira para as suas férias.

A prática de atividade física embora seja valorizada na escolha da ilha da Madeira enquanto destino, não corresponde à motivação central uma vez que a parte dos inquiridos associou a atividade física à realização de caminhadas e passeios nas levadas. Sendo o contacto com a natureza uma das principais motivações dos turistas, denota-se uma promoção quase exclusiva no produto turístico levada, descurando outras atividades com enorme potencial que podem ser realizadas em espaços rurais.

Com fatores como beleza/paisagens e clima nas preferências dos turistas verifica-se que a aposta no turismo ativo é uma mais-valia na captação de novos mercados ao longo de todo o ano. Este destino reúne todas as condições climatéricas e geológicas para a realização destas atividades ao longo de todo o ano, assumindo um aspeto central a ter em conta.

A aposta neste nicho de mercado é uma mais-valia na captação de novos mercados como também na melhoria de infraestruturas e equipamentos de apoio à prática das atividades relacionadas. Pretende-se igualmente compreender se esta aposta poderá atenuar os picos de sazonalidade e minimizar os efeitos negativos da própria atividade turística na região. Para além da importância da promoção do segmento ativo e desportivo em termos de captação de novos mercados, este segmento pode estimular um aumento de gasto médio por turista pela razão de que estes nichos gastam mais para a realização das atividades desportivas do que para atividades de cultura e lazer.

Apesar de se confirmar a existência de um segmento de mercado de turistas interessados na prática de atividades de turismo ativo e desportivo, as conclusões deste estudo confirmam uma lacuna existente tanto na dinamização destas atividades como de todo o mecanismo de apoio à realização das mesmas. Com a realização de novos eventos de cariz desportivo na ilha da Madeira como é o caso da 3ª etapa do campeonato mundial de Enduro (Enduro World Series – EWS) e do Madeira Ultra Trail, novas preocupações surgem a nível de alojamento. Seja a nível de competição ou de lazer, a ilha da Madeira carece de unidades de alojamento que possam apoiar logisticamente os turistas na realização de atividades desportivas.

Sustenta-se a ideia de que as unidades de TER podem ser rentabilizadas através de segmentos alternativos com necessidades específicas como é o turismo ativo/desportivo. Tendo em especial atenção as características das unidades em TER enaltece-se as potencialidades das infra-estruturas para receber estes segmentos. O processo de adaptação das infraestruturas de unidades de TER passaria por adequar as comodidades, criar espaços de armazenamento de material desportivo, transporte adaptado para material e deslocações para as atividades e facilidades nas áreas do alojamento para a pós-realização das atividades. Afirma-se que o turismo ativo pode rentabilizar e tornar mais competitivas estas unidades face a outras tipologias.

A experiência turística a nível global na ilha da Madeira demonstra indicadores muito positivos em termos de imagem com que os turistas ficaram com o destino e a sua intenção de voltar. Apresentando o destino uma tendência em fidelizar os turistas, a promoção de novos produtos de cariz ativo/desportivo seria um complemento à oferta turística atual.

A aposta nos produtos turísticos paisagem/beleza, clima, cultura devem, obviamente continuar a ser promovidos. No entanto, a par destes produtos, propõe-se igualmente a dinamização de outros produtos que possam servir de complemento e que possam potencializar as unidades de TER que, atualmente, não conseguem ser competitivas com outras unidades de alojamento localizadas nas áreas costeiras, como é o caso do Funchal.

Desta forma, este estudo procura contribuir para a aposta no turismo ativo na ilha da Madeira associado às unidades de TER e que as entidades competentes possam refletir sobre ações e estratégias para o desenvolvimento destes produtos turísticos.

Em jeito de conclusão e respondendo à pergunta de partida da presente investigação, constata-se que o turismo ativo pode ter um positivo contributo em termos de dinamização e rentabilização das unidades de turismo no espaço rural.

### **7.3 Limitações do estudo**

Como principal entrave ao estudo, salienta-se o facto de alguns questionários terem sido entregues aos turistas para que preenchessem autonomamente, o que levou a eu muitas questões não fossem preenchidas.

A própria localização geográfica onde foi realizado o estudo não permitiu a assiduidade no ato de inquirimento, tendo impacto negativo no número de questionários pretendidos.

Realça-se igualmente a pouca receptividade dos turistas para o preenchimento dos questionários, tendo em conta a pouca disposição de dispensar alguns minutos para a realização do inquérito.

#### **7.4 Recomendações para estudos futuros**

O estudo apresentado poderá ser aplicado a outros tipos de turismo alternativos que possam igualmente rentabilizar as unidades de TER.

Por outro lado, poderá realizar-se um estudo caso centrado exclusivamente em estratégias de dinamização e rentabilização das unidades de TER através do turismo ativo.

Outro estudo que demonstra ser pertinente dados os resultados obtidos nesta investigação, seria um estudo sobre os gastos médios de um turista ativo face a um turista que se desloca à ilha da Madeira com outras motivações.

Face à pouca informação disponibilizada sobre o turismo ativo e o perfil deste turista, a realização de um estudo sobre o perfil do turista ativo que procura a ilha da Madeira revela-se pertinente. Neste âmbito, as investigações devem ser alargadas ao perfil socioeconómico, motivações e gastos diários do turista ativo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M. (2008). Segurança e gestão do risco em canyoning Povoia do Lanhoso: Jornadas técnicas de canyoning, organização Associação de Desportos de Aventura Desnível e Diver Lanhoso

ALMEIDA, R.; CUNHA, T.; VALOIS, T. (2005). Gerenciamento de riscos no turismo de aventura na Bahia. Faculdade Ruy Barbosa. Bahia

ALVES, P.M.António, (1995), “Turismo e desenvolvimento regional: o TER e a sua contribuição para o desenvolvimento regional”,) Dissertação de mestrado, Universidade do Minho, Braga

ALVES, P.M.António, (2010), Turismo activo: um produto do turismo e do desporto, Dissertação de Mestrado, Universidade da Madeira, Madeira.

ASPAS, J.M. (2000). Los deportes de aventura. Consideraciones jurídicas sobre el turismo activo. Zaragoza.

BATLE, J. (2000), “Rethinking tourism in the Balearic Island”, Annals of Tourism Research, Vol. 27, n.º 2, p. 524-526.

BATOUXAS, M. (1998), O turismo como componente das novas abordagens e propostas de desenvolvimento rural – análise exploratória de alguns instrumentos recentes de política regional na Terra Quente Transmontana, Dissertação de Mestrado em Agricultura, Ambiente e Mercados, UTAD, Vila Real.

BARDIN, Laurence (1977). Análise de conteúdo Edições 70: Lisboa

BELL, J. (2002). Como realizar um projeto de investigação: Um guia para a pesquisa em Ciências Sociais e da Educação. Lisboa: Gradiva.

BERNECKER, P.(1965), Les Fondements du Tourisme, Cours d'Etudes Touristiques, UIOOT, Union International des Organismes Officiels du Tourisme.

BLASCO, M. J e GARCIA, A.(1999). Turismo en Espacios Naturales e Rurales. Universidad Politécnica de Valência. Valência.

BORGES, M. e LIMA, S. (2006). O turismo de montanha:Abordagem conceptual e enquadramento do Produto”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, nº 6, p. 157-165

BRITO, B. R. (1999). O Turista e o Viajante: Contributos para a Conceptualização do Turismo Alternativo e Responsável.

BURKHART, A.J. e MEDLIK, S. (1974) Tourism: Past, Present and Future. London: Heinemann, Pag.39-40.

BURNAY, M. (2006). O Turismo Sustentável e o Turismo de Natureza – Constrangimentos e Oportunidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 6, 167-179.

BUHALIS, D., & Costa, C. M. M. (Eds.). (2006). *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*. London: Elsevier.

CADIMA RIBEIRO, J. (1991), “TER em Portugal: um apontamento introdutório”, Documento de trabalho, Outubro de 1991, Universidade do Minho, Braga.

CALATRAVA, J. e AVILÉS P.R. (1993) “O turismo, uma oportunidade para as zonas rurais desfavorecidas?” Cadernos LEADER “Comercializar um turismo rural de qualidade” Bruxelles: Célula de Animação LEADER (AEIDL).

CAVACO, C. (1995): “Turismo rural e de desenvolvimento local”, in Cavaco, C. (Coord.), As regiões de fronteira, Estudos para o desenvolvimento regional e Urbano nº 43, Centro de Estudos Geográficos Universidade de Lisboa, Lisboa;

CCE. (1995). O papel da União em matéria de turismo -Livro Verde. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias.

CCE. (2000). Para um turismo rural de qualidade - Gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos rurais. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.

CHIOU, C.-R., TSAI, W.-L. e LEUNG, Y.-F. (2010), "A GIS-dynamic segmentation approach to planning travel routes on forest trail networks in Central Taiwan", Landscape and urban Planning, Vol. 97, p.. 221-22

COOPER, C., FLTECHER, J., WANHILL, S., GILBERT, D. e SHEPHERD, R. (2001). Turismo, princípios e práticas. 2ª Edição, Bookman Editora Limitada, Porto Alegre, Brasil

CUNHA, L. (2003), Introdução ao Turismo, Editorial Verbo, Lisboa.

CUNHA, L. (2001). Introdução ao turismo. 2ª ed. Lisboa: Verbo. nº edição 2665

CUNHA, L. (2011). Autenticidade e Inovação: factores de renovação dos destinos turísticos maduros. Cogitur. Vol. 4. n.º 4

DE LA TORRE, O. (1992) El turismo, fenómeno social. Cidade del México: Fondo de Cultura Económica.

DENCKER, A. (1998) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo, São Paulo: Editora Futura.

DIREÇÃO REGIONAL DE ESTATÍSTICA DA MADEIRA (2005) "Série Retrospectiva das estatísticas do turismo da Região Autónoma da Madeira, Funchal.

DIRECÇÃO GERAL DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL (2008),

estudo de caracterização do TER e do turismo de natureza, em Portugal, Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE), Lisboa.

DIRECÇÃO REGIONAL DO TURISMO DA MADEIRA (2003). Estudo sobre o Gasto Turístico na Madeira Região Autónoma da Madeira: DRTM

DOSWELL, R (1997). Tourism – How effective management makes the difference, Oxford: Butterworth Heinemann.

FERNANDES, I e COELHO, M. (2001). Economia do Turismo. 2ªed. São Paulo: Elsevier Editora.

FERREIRA, A., & MARTINS, A. (2007). O Evento FCNC 2005 e o Turismo. Algarve: Universidade do Algarve.

FONSECA, F. e RAMOS (2007), “O TER como eixo estratégico de desenvolvimento sustentável: o caso de Almeida”, Recriar e Valorizar o Território –Actas do XIII Congresso Nacional da APDR, Açores.

Fontin, M. (2003) O processo de investigação: da concepção à realização. Ed. Lusociências, Portugal.

GIL, A (1999) Métodos e técnicas de pesquisa social, 5ª edição: Atlas, São Paulo

GOMES, C. (2008) A (re)criação dos lugares Coimbra: cidade e imaginário turístico. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Dissertação de Mestrado em Sociologia

HILL, M. M. e HILL, A. (2000) Investigação por questionário, Lisboa: Edições Sílabo

Holloway, C. (2006) The Business of Tourism 7ª edição (1ª edição, 1983), Harlow: Prentice-Hall

HUNZIKER, W. e KRAPF K. (1942), Allgemeine Fremdenverkehrsehre, Zúrique

IDR. (2013). Diagnóstico prospetivo Regional -Compromisso Madeira 2020. Funchal: Instituto de Desenvolvimento Regional

JACINTO, P.; RIBEIRO, M. (2003). O turismo activo como oportunidade para o desenvolvimento de iniciativas empresariais em zonas rurais: uma análise exploratória a partir da região do Douro. In I Congresso de Estudos Rurais – Ambiente e Usos do Território.

KASPAR, C., (1981), Loisirs, Recreation, Tourisme – Une introduction au theme generale du 31º Congrès AIEST – Leisure – Recreation – Tourism, Main papers prepared for the 3st AIEST Annual Congress, Cardiff, Publication of AIEST, International Association of Scientific Experts on Tourism, 1981, Edition AIEST, Berne

KASTENHOLZ, e. et al., (2014), Reinventar o Turismo Rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis, Universidade de Aveiro Editora, Aveiro  
Kastenholz, E.(2005).Contributos para o Marketing deDestinos Rurais – O Caso Norte de Portugal. Revista Turismo e Desenvolvimento nº 1, Vol. II: 21-33.

LACRUZ, I. e PERICH, M. (2000) Las emocienes en la práctica de las actividades físicas en la naturaleza. In efdeportes.com – Revista Digital. Buenos Aires

LAKATOS, E e MARCONI, M. Técnicas de pesquisa. 3a edição. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LEAL, C. (2001). O Turismo Rural e a União Europeia: Uma realidade em expansão  
Coimbra: Almedina.

MATHIESON, A e WALL G. (1982) Tourism Economic Physical and Social Impacts, Longman, England p..28

MCINTOSH, G (1995) *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, seven edition, John Wiley & Sons, Inc New York

MIHAJLOVIC, B., e MORIC, I. (2012). *The Role of Marketing Philosophy in Rural Tourism Development*. *Tourism and Hospitality Management*.

MILL, R., MORRISON, A. (2002) *The tourism system*. Dubuque: Kendall/ Hunt Publishing Company.

MINISTÉRIO DO COMÉRCIO E TURISMO (1991) *Livro branco do turismo*, edição dgt, Lisboa

MONIZ, A. I. (2006). *A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: o Caso dos Açores* (dissertação de doutoramento). Ponta Delgada: Universidade dos Açores.

NORBERTO, L . António, J. (1995), "Turismo e desenvolvimento regional: o TER e a sua contribuição para o desenvolvimento regional", (Dissertação para obtenção do grau de Mestre), Mestrado em Estudos Euro-peus, Universidade do Minho, Braga.

OCDE (1994) *Creating rural indicators for shaping territorial policies* Paris: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.

OMT (1999) *Organização Mundial de Turismo, 1999, Conta Satélite do Turismo, Tabela Conceptual*, Madrid

OMT & UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable –A Guide for Policy Makers* Paris: United Nations Environmental Programme.

OMT (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism* Madrid:

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. e Berry, L. (1991), "Refinement and

Reassessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Retailing*, Vol. 67, Winter, p.. 420- 50.

PERALES, R. (2002), "Rural Tourism in Spain", in *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n.º4, p.. 1101-1110.

PÉREZ, X. (2008)–Turismo cultural: uma visão antropológica. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología. ISBN 978-84-88429-13-1

PINTO, A. (2004). TER Motivações e Práticas. Viseu: Palimage Editores

PRISKIN, J. (2001), "Assessment of natural resources for nature-based tourism: the case of the Central Coast Region of Western Australia", *Tourism Management*, Vol. 22, p 637-648.

QUIVY, R. e CAMPENHOUDT, L. V. (2003). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

RIBEIRO, M. (2003). Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de TER, em Portugal. In Portel, J. & Caldas, J. (Orgs.), *Portugal Chão Oeiras*: Celta Editora, 199-215.

RODRÍGUEZ, J., PARRA-LOPEZ, E. e YANES-ESTÉVEZ, V. (2008), "The sustainability of island destinations: tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife", *Tourism Management*, Vol. 29, n.º 1, p. 53-65.

ROQUE, A. (2001), TER: Um estudo multicaso nas regiões sul e sudoeste de Minas Gerais, Universidade Federal de Lavras

SARAPH, J., BENSON, P. e SCHOROEDER, R. (1989), "An instrument for measuring the critical factors of quality management", *Decision Sciences*, v. 20, n. 4, p.810-829.

SARMIENTO, J. (2006). La regulación de las empresas de turismo activo. Estudios Turísticos, 169-170, 103-111

SHARPLEY, R. (1994) Tourism, Tourists and Society. Huntingdon: ELM.

SILVA, L. (2007), “A procura do TER”, Etnográfica (online), Vol. 11, p.p.141-163.

SIMÕES, O. et al (2003), “TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais”, Coleção Práticas – Conhecimento - Pensamento, Edição Instituto Politécnico de Coimbra, Coimbra.

Silvestre, H.; Araújo, J. (2012) Metodologia para a Investigação Social. Escolar editora, Lisboa.

STANDEVEN, J. e KNOP, P. (1998). Sport Tourism. S.I: Human Kinetics.

THEOBALD, W. (1998). The meaning, scope and measurement of Travel and Tourism. Boston: Butterworth-Heinemann

TRIBE, J. (1997) The Indiscipline of Tourism, Annals of Tourism Research, vol. 24, nº 3 p. 638-657

VORAUSKAIT, A. (2005). Management and administration of rural development: Resources for Active Tourism in Žemaitija National Park: the current situation and possibilities for development. 191-194.

WEED, M. (2005), Sport & Tourism: A Reader, Routledge Publications

WEED, M. (2009), “Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures”, Tourism Management, Vol. 30, p. 615-628.

ZAOUAL, H. (2008). Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?:

Caderno Virtual de Turismo. 2, Vol.8: 1-13.

### **Legislação**

- Decreto-Lei nº 54/2002, de 11 de março
- Decreto-Lei 15/2014 de 23 de Janeiro

# ANEXOS

## ANEXO A – Questionário em português

### Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Direção Hoteleira

Este questionário está a ser realizado âmbito de uma dissertação de Mestrado em Direção Hoteleira da Escola Superior de Estudos Industriais e Gestão do Instituto Politécnico do Porto. Pretende-se avaliar o Contributo do Turismo Ativo para a dinamização de unidades de TER na Madeira.

Todos os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins académicos, pelo que se garante a confidencialidade dos dados recolhidos.

Por favor, leia atentamente cada uma das questões antes de responder, tendo em conta as instruções dadas.

**Obrigada pela colaboração.**

#### Grupo I - Dados da Viagem

1. Duração da sua estadia. Indique o número de noites: \_\_\_\_\_ noites
  
2. Onde está hospedado?
  - Hotel 5\*
  - Hotel 4\*
  - Hotel 3\*
  - Alojamento local
  - TER
  - Turismo habitação
  - Pousada
  - Time-Share
  - Casa de amigos e familiares
  - Outro.  
Especifique \_\_\_\_\_
  - NS/NR
  
3. Com quem está a desfrutar a sua estadia?
  - Sozinho
  - Com colegas de trabalho
  - Com família (sem crianças)
  - Com família (com crianças)
  - Com amigos
  - NS/NR
  
4. Indique o total de gastos que efetuou/pretende efetuar nesta viagem:
  - Alimentação \_\_\_\_\_
  - Alojamento \_\_\_\_\_
  - Tours/ Excursões/Visitas  
guiadas \_\_\_\_\_
  - Transporte \_\_\_\_\_
  - Souvenirs \_\_\_\_\_
  - Atividades culturais \_\_\_\_\_
  - Atividades desportivas \_\_\_\_\_
  - Outro (especifique) \_\_\_\_\_
  - NS/NR

#### Grupo II – Experiência turística no Destino Madeira

5. É a primeira vez que visita a ilha da Madeira
  - Sim
  - Não
  - NS/NR

6. Classifique as seguintes opções de acordo com a importância que tiveram na escolha deste destino turístico:

|  | Nada importante | Pouco importante | Nem muito, nem pouco importante | Importante | Muito importante |
|--|-----------------|------------------|---------------------------------|------------|------------------|
| Qualidade da oferta hoteleira                    |                 |                  |                                 |            |                  |
| Clima  |                 |                  |                                 |            |                  |
| Segurança  |                 |                  |                                 |            |                  |
| Beleza/Paisagens                                 |                 |                  |                                 |            |                  |
| Gastronomia e tradições locais                   |                 |                  |                                 |            |                  |
| Relação preço/qualidade                          |                 |                  |                                 |            |                  |
| Atrações culturais                               |                 |                  |                                 |            |                  |
| Prática de atividades ao ar livre ou desportivas |                 |                  |                                 |            |                  |
| Aventura   |                 |                  |                                 |            |                  |
| Lazer  |                 |                  |                                 |            |                  |
| Saúde e bem-estar                                |                 |                  |                                 |            |                  |
| Vida noturna e diversão                          |                 |                  |                                 |            |                  |
| Descanso e eliminação do stress                  |                 |                  |                                 |            |                  |

7. Que tipo de atividades vem realizar? Assinale a opção mais relevante:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> Atividades culturais            | <input type="radio"/> Atividades desportivas e ativas |
| <input type="radio"/> Atividades de lazer             | <input type="radio"/> Atividades em espaço rural      |
| <input type="radio"/> Atividades de negócio           | <input type="radio"/> Outro. Especifique _____        |
| <input type="radio"/> Atividades de saúde & bem-estar | <input type="radio"/> NS/NR                           |

8. Como classifica a oferta de atividades turísticas desportivas na ilha da Madeira?

| Péssima               | Má                    | Razoável              | Boa                   | Excelente             | NS/NR                 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Em que medida a escolha do Destino Madeira esteve relacionado com a prática de atividade física? Assinale uma das opções sendo que 1 é "nada relacionado" e 5 "muito relacionado"

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | NS/NR                 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Que atividade ative/desportiva já realizou ou pretende realizar na ilha da Madeira

- |                                     |                                |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> Canyoning     | <input type="radio"/> Escalada |
| <input type="radio"/> Trail running | <input type="radio"/> Mergulho |

- Btt/downhill
- Parapente
- Passeios e caminhas em levadas
- Surf
- Pesca desportiva
- Passeios de jipe
- Observação de cetáceos
- Golfe
- Nenhuma

11. Trouxe o seu próprio equipamento para a realização das atividades?

No caso de não ter realizado nenhuma atividade passe para a próxima pergunta.

- Sim
- Não

### Grupo III – Avaliação do Destino Madeira

12. Qual é o seu grau de satisfação global com a experiência turística? (1=nada satisfeito; 5=muito satisfeito)

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. A imagem com que ficou deste destino é (1=nada favorável; 5=muito favorável):

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Indique o aspeto mais positivo e o mai negativo da sua experiência.

Positivos: \_\_\_\_\_

Negativos: \_\_\_\_\_

15. Tenciona voltar à ilha da Madeira?

- Sim
- Não

16. Recomendaria este destino aos seus amigos/familiares?

- Sim
- Não

### Grupo IV – Dados pessoais

Por favor, preencha os seguintes campos com os seus dados pessoais.

17. Género

- Masculino
- Feminino

18. Idade

- < 18
- 18-24

- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 >

19. Estado Civil

- Solteiro
- Casado/União de facto
- Viúvo
- Divorciado

20. Rendimento mensal ilíquido

- <500
- 500-1000
- 1000-2000
- 2000-3000
- >3000

21. Dimensão do seu agregado familiar: \_\_\_\_\_ pessoas

22. Nacionalidade

- Portuguesa
- Inglesa
- Alemã
- Francesa
- Espanhola
- Holandesa
- Outra.
- Especifique \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

23. Qualificação académica

- Ensino primário
- Ensino básico
- Ensino secundário
- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado/
- Doutoramento
- Outro.
- Especifique \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

24. Estatuto socioprofissional

- Funcionário público
- Trabalhador por conta própria
- Trabalhador por conta de outrem
- Desempregado
- Reformado
- Estudante

## ANEXO B – Questionário em inglês

### Survey - Master's thesis in Hotel Management

This questionnaire is carried out in the context of a Masters degree thesis in Hotel Management, in the Polytechnic Institute of Porto. It intends to assess the contribution of active tourism to the dynamization of tourism facilities in rural areas of Madeira Island. The results will be used exclusively for academic purposes, thus the confidentiality of the collected information is assured. Please read each question before answering, taking into account the instructions provided. **Thank you for your cooperation.**

#### Part I - Travel information

1. Length of stay. Please indicate the number of nights spent in Madeira: \_\_\_\_\_
2. Accommodation
  - 5\* Hotel
  - 4\* Hotel
  - 3\* Hotel
  - Hostel/ local accommodation
  - Manor House
  - Rural Tourism House
  - Inn
  - Time-Share
  - Friends or Family House
  - Other. Specify \_\_\_\_\_
  - DK/NA
3. Who are you spending your vacation with?
  - Alone
  - With co-workers
  - Family (without children)
  - Family (with children)
  - With friends
  - DK/NA
4. Indicate the total amount spent/ that you intend to spend in:
  - Food & Beverage \_\_\_\_\_
  - Accommodation \_\_\_\_\_
  - Tours / Excursions \_\_\_\_\_
  - Transportation \_\_\_\_\_
  - Souvenirs \_\_\_\_\_
  - Cultural activities \_\_\_\_\_
  - Sport activities \_\_\_\_\_
  - Other. Specify \_\_\_\_\_
  - DK/NA

#### Part II – Tourist experience in Madeira

5. Have you been in Madeira Island before?
  - No
  - DK/NA
6. Rate the following options according to their importance in the choice of this destination:

|  | Not at all important | Somewhat important | Moderately important | Important | Very important |
|--|----------------------|--------------------|----------------------|-----------|----------------|
| Quality of the accommodation             |                      |                    |                      |           |                |
| Climate                                  |                      |                    |                      |           |                |
| Safety                                   |                      |                    |                      |           |                |
| Beauty/landscapes                        |                      |                    |                      |           |                |
| Gastronomy and local traditions          |                      |                    |                      |           |                |
| Relation price/quality                   |                      |                    |                      |           |                |
| Cultural attractions                     |                      |                    |                      |           |                |
| Practice of outdoor and sport activities |                      |                    |                      |           |                |
| Adventure                                |                      |                    |                      |           |                |
| Leisure                                  |                      |                    |                      |           |                |
| Health and wellness                      |                      |                    |                      |           |                |
| Nightlife and entertainment              |                      |                    |                      |           |                |
| Relax and relieve from pressure          |                      |                    |                      |           |                |

7. What type of activities will you be engaged in? Mark the 3 most relevant options:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Cultural activities            | <input type="radio"/> Sport and active activities |
| <input type="radio"/> Leisure activities             | <input type="radio"/> Rural activities            |
| <input type="radio"/> Business activities            | <input type="radio"/> Other. Specified _____      |
| <input type="radio"/> Health and wellness activities | <input type="radio"/> NS/NR                       |

8. How do you classify the offer of sport tourism activities in Madeira Island?

| Very bad              | Bad                   | Reasonable            | Good                  | Excellent             | DK/NA                 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. To what extent the choice of Madeira is related to the practice of sports or outdoor activities? 1= not related at all; 5=very related

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | DK/NA                 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Which active/ sports activities you already carried out or intend to carry out in Madeira?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> Canyoning                 | <input type="radio"/> Surf                        |
| <input type="radio"/> Trail running             | <input type="radio"/> Big-Game fishing            |
| <input type="radio"/> Climbing                  | <input type="radio"/> Jeep tour                   |
| <input type="radio"/> Diving                    | <input type="radio"/> <i>Cetacean observation</i> |
| <input type="radio"/> Btt/downhill              | <input type="radio"/> Golf                        |
| <input type="radio"/> Hang-gliding/Para-gliding | <input type="radio"/> None                        |
| <input type="radio"/> Levadas walks             | <input type="radio"/> Other. Specify _____        |

11. Did you bring your own equipment to carry out these activities? (In case you didn't carry out any activity skip to the next question.)

- Yes
- No

**Grupo III –Global Appreciation of Madeira**

12. What is your level of overall satisfaction with your experience? (1=not satisfied at all; 5=very satisfied)

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. What is your image of the destination? (1=not favorable at all; 5=very favorable)

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Please indicate the three most positive and the three most negative aspects of your experience

Positive: \_\_\_\_\_

Negative: \_\_\_\_\_

15. Do you intend to come back to Madeira Island?

- Yes
- No

16. Would you recommend Madeira as a tourist destination to family and friends?

- Yes
- No

**Grupo IV – PERSONAL INFORMATION**

17. Gender:  Male  Female

18. Age:

- < 18
- 18-24
- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 >

19. Marital Status
- Single
  - Married/ non-marital partnership
  - Widow
  - Divorced
20. Net monthly earnings
- <500
  - 500-1000
  - 1000-2000
  - 2000-3000
  - >3000
21. Size of your household: \_\_\_\_\_ persons
22. Nationality
- Portuguese
  - English
  - German
  - French
  - Spanish
  - Dutch
  - Other. Specify \_\_\_\_\_
23. Academic qualification
- Primary school
  - Secondary school
  - 12th Grade
  - Professional/ technical degree
  - Bachelor Degree
  - Licentiate Degree
  - Master Degree
  - Doctorate
24. Socio-professional status
- Public employee
  - Self- employed
  - Employee for others
  - Unemployed
  - Retired
  - Student

## ANEXO C – Questionário em alemão

### Fragebogen im Rahmen der Dissertation Hotelmanagement

Dieser Fragebogen wird im Rahmen einer Dissertation in Hotelmanagement der Hochschule für Industriestudien und Verwaltung des politechnischen Instituts von Porto erstellt. Alle Ergebnisse werden nur für wissenschaftliche Zwecke genutzt. Es wird gewährleistet, dass die gesammelten Daten vertraulich genutzt werden.

Bitte lesen Sie die nachstehenden Fragen unter Berücksichtigung der Anweisungen aufmerksam durch bevor Sie antworten. **Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.**

#### Gruppe I - Reiseinformationen

1. Dauer Ihres Aufenthaltes. Tragen Sie die Anzahl der Nächte ein: \_\_\_\_\_ Nächte
  
2. Wo wohnen Sie?
  - Hotel 5\*
  - Hotel 4\*
  - Hotel 3\*
  - Lokale Unterkunft
  - Landhaus-Tourismus
  - Mietwohnungen/Miethäuser
  - Pousada
  - Time-Share
  - Bei Freunden/ Familie
  - Andere.
  - Benennen \_\_\_\_\_
  
3. Mit wem verbringen Sie Ihren Aufenthalt?
  - Allein
  - Arbeitskollegen
  - Familie (ohne Kinder)
  - Familie (mit Kinder)
  - Freunde
  
4. Geben Sie Ihre gesamten bzw. geplanten Ausgaben für diese Reise an:
  - Verpflegung \_\_\_\_\_
  - Unterkunft \_\_\_\_\_
  - Ausflüge/Besuche/Eintritte \_\_\_\_\_
  - Transport \_\_\_\_\_
  - Souvenirs \_\_\_\_\_
  - Kulturelle Aktivitäten \_\_\_\_\_
  - Sportliche Aktivitäten \_\_\_\_\_
  - Andere(benennen) \_\_\_\_\_

#### Gruppe II – Touristische Erfahrung in der Destination Madeira

5. Besuchen Sie die Insel Madeira zum 1. Mal ?
  - Ja
  - Nein

6. Bewerten Sie die nachstehenden Angaben nach Wichtigkeit bei der Auswahl der Destination:

|                                     | Nicht wichtig | Nicht so wichtig | Weder/Noch | Wichtig | Sehr wichtig |
|-------------------------------------|---------------|------------------|------------|---------|--------------|
| Hotelqualität                       |               |                  |            |         |              |
| Klima                               |               |                  |            |         |              |
| Sicherheit                          |               |                  |            |         |              |
| Schönheit/Landschaft                |               |                  |            |         |              |
| Gastronomie und Lokale Traditionen  |               |                  |            |         |              |
| Preis/Leistungsverhältnis           |               |                  |            |         |              |
| Kulturelle Attraktionen             |               |                  |            |         |              |
| Outdoor oder sportliche Aktivitäten |               |                  |            |         |              |
| Abenteuer                           |               |                  |            |         |              |
| Freizeit                            |               |                  |            |         |              |
| Gesundheit und Wohlbefinden         |               |                  |            |         |              |
| Nachtleben und Unterhaltung         |               |                  |            |         |              |
| Entspannung/Stressfreiheit          |               |                  |            |         |              |

7. Welche Aktivitäten wollen Sie ausüben? Kreuzen Sie die 3 Wichtigsten an:

- Kulturelle Aktivitäten
- Sportliche Aktivitäten
- Freizeit-Aktivitäten
- Aktivitäten in ländlichen Gebieten
- Geschäftliche Aktivitäten
- Andere. Benennen \_\_\_\_\_
- Gesundheitliche/Entspannende Aktivitäten

8. Wie bewerten Sie das Angebot der sportlichen Aktivitäten auf Madeira

| Ungenügend            | Mangelhaft            | In Ordnung            | Gut                   | usgezeichnet          |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Wie wichtig war die Wahl der Destination Madeira –körperliche Aktivität betreffen - für Sie ?  
Geben Sie eine Bewertung ab (1 = nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Welche körperliche/sportliche Aktivität wollen Sie auf Madeira ausüben bzw. haben Sie ausgeübt?

- Canyoning
- Gleitschirmfliegen
- Trail running
- Spaziergänge/Wanderungen
- Klettern
- Surfen
- Tauchen
- Sportfischen
- Btt/downhill
- Jeptouren

- Wal-Delfinbeobachtungen
- Golf
- Keine
- Andere
- Benennen \_\_\_\_\_

11. Haben Sie Ihre eigene Sportausrüstung mitgebracht ?  
Falls Sie keine Aktivität ausüben beantworten Sie die nächste Frage,
- Ja
  - Nein

**Gruppe III – Bewertung des Ziels Madeira**

12. Wie bewerten Sie Ihre touristische Erfahrung allgemein? (1=überhaupt nicht zufrieden; 5=sehr zufrieden)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Wie ist Ihr Eindruck von Madeira ? (1=nicht gut; 5=sehr gut):

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Geben Sie die 3 positivsten und die 3 negativsten Erfahrungen Ihres Aufenthaltes an.  
Positiv: \_\_\_\_\_  
Negativ: \_\_\_\_\_

15. Wollen Sie Madeira wieder besuchen?
- Ja
  - Nein

16. Würden Sie Ihrer Familie/Freunden Madeira als Reiseziel empfehlen?
- Ja
  - Nein

**Gruppe IV – Persönliche Daten**

Bitte beantworten Sie die nachstehenden Fragen Ihre Person betreffend.

17. Geschlecht
- Männlich
  - Weiblich

18. Alter
- < 18
  - 18-24

- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 >

19. Familienstand

- Single
- Verheiratet/Lebensgemeinschaft
- Witwe/Witwer
- Geschieden

20. Monatliches Bruttoeinkommen

- <500
- 500-1000
- 1000-2000
- 2000-3000
- >3000

21. Anzahl Personen Ihres Haushates \_\_\_\_\_ Personen

22. Nationalität

- |                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Portugiesisch | <input type="radio"/> Holländisch |
| <input type="radio"/> Englisch      | <input type="radio"/> Andere.     |
| <input type="radio"/> Deutsch       | Angeben: _____                    |
| <input type="radio"/> Französisch   | —                                 |
| <input type="radio"/> Spanisch      |                                   |

23. Schulbildung

- |                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Grundschule | <input type="radio"/> Doktorarbeit |
| <input type="radio"/> Hauptschule | <input type="radio"/> Andere.      |
| <input type="radio"/> Abitur      | Benennen _____                     |
| <input type="radio"/> Studium     | —                                  |

24. Berufsständischen Status

- Angestellte(r)/Beamter(in) im öffentlichen Dienst
- Selbständig Angestellter
- Arbeitslos
- Ruhestand/Rentner(in)
- Student

## ANEXO C – Questionário em francês

### Questionnaire au sein du Maître de la maîtrise en gestion hôtelière

S'il vous plaît lire chaque question avant de répondre, en tenant compte des instructions. Nous vous remercions de votre coopération

#### Grupo I – Données du voyage

1. Durée de votre séjour. Indiquez le nombre de nuits: \_\_\_\_\_ nuits
2. Ou êtes-vous hébergé?
 

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Hotel 5*</li> <li><input type="radio"/> Hotel 4*</li> <li><input type="radio"/> Hotel 3*</li> <li><input type="radio"/> Logement Local</li> <li><input type="radio"/> Tourisme espace rural</li> <li><input type="radio"/> Tourisme habitation</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Auberge</li> <li><input type="radio"/> Time-Share</li> <li><input type="radio"/> Maison particulière d'amis ou famille</li> <li><input type="radio"/> Outre. Spécifier _____</li> </ul> |
|--|--|
3. Avec qui profitez-vous de votre séjour?
  - Seul
  - Collègues de travail
  - Famille (sans enfants)
  - Famille (avec enfants)
  - Amis
4. Veuillez indiquer le total des dépenses effectuées/que vous pensez effectuées pendant le voyage:
 

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Alimentation _____</li> <li><input type="radio"/> Logement _____</li> <li><input type="radio"/> Tours/ Excursions/Visites guidées _____</li> <li><input type="radio"/> Transport _____</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Souvenirs _____</li> <li><input type="radio"/> Activités sportives _____</li> <li><input type="radio"/> Activités culturelles _____</li> <li><input type="radio"/> Outre. Spécifier _____</li> </ul> |
|--|---|

#### Grupo II – Expérience touristique à la destination Madère

5. C'est la première fois que vous visitez l'île de Madère
  - Oui
  - No
6. Veuillez classer les options suivantes selon l'importance tenue lors du choix de la destination touristique:

|                                   | Avenue importance | Peu d'importance | Importance moyenne | Important | Très important |
|-----------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|-----------|----------------|
| Qualité de l'offre hôtelière      |                   |                  |                    |           |                |
| Climat                            |                   |                  |                    |           |                |
| Sécurité                          |                   |                  |                    |           |                |
| Beauté Paysages                   |                   |                  |                    |           |                |
| Gastronomie et traditions locales |                   |                  |                    |           |                |
| Relation qualité/prix             |                   |                  |                    |           |                |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| Attractions culturelles                        |  |  |  |  |  |
| Pratique d'activités de plein air ou sportives |  |  |  |  |  |
| Aventure                                       |  |  |  |  |  |
| Loisir   |  |  |  |  |  |
| Santé et bien-être                             |  |  |  |  |  |
| Vie nocturne et diversion                      |  |  |  |  |  |
| Repos et élimination du stress                 |  |  |  |  |  |

7. Quel type d'activités vent.-vous réaliser? Veuillez signaler les 3 options plus pertinentes:
- Activités culturelles
  - Activités de plein air
  - Activités de loisir
  - Atividades em espaço rural
  - Activités de commerce/entreprise
  - Outre. Spécifier \_\_\_\_\_
  - Activités de santé ei bien-être
8. Comment classez-vous l'offre des activités touristiques sportives disponibles sur l'île de Madère?

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Terrible              | Mauase                | Raisnable             | Bonne                 | Excelente             |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Dans quelle mesure le choix de la destination Madère fut-elle liée à la pratique d'activité physique? Veuillez signaler une des options considérant 1 "aucun lien" et 5 "forte influence".

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Quelles activités actives/sportives allez-vous déjà réaliser au prétendez-vous réaliser pendant votre séjour sur l'île Madère
- Canyoning
  - Surf
  - Trail running
  - Pêche sportive
  - Escalade
  - Excursions en jeep (4\*4)
  - Plongée
  - Observation de cétacés
  - Btt/downhill
  - Golf
  - Parapente
  - Aucun
  - Promenades et randonnées
  - Autre. Spécifier \_\_\_\_\_

11. Avez-vous apporté votre équipement personnel pour la réalisation des activités. Si aucune activité pratiquée, veuillez passer à la prochaine question.
- Oui
  - No

**Grupo III – Evaluation de la destination Madère**

12. Quel est le niveau global de satisfaction de votre expérience touristique? (1=très insatisfait; 5=très satisfait).

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Quelle est l'impression que vous a laissé cette destination? (1=pas du tout favorable; 5= très favorable)

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Veuillez indiquer les 3 aspects plus positifs et les 3 plus négatifs de votre expérience.

Positifs: \_\_\_\_\_

Négatifs: \_\_\_\_\_

15. Avez-vous l'intention de revenir à la île de Madère?

- Oui
- Non

16. Pourriez-vous recommander cette destination à vos amis/famille?

- Oui
- Non

**Grupe IV – Données personnelles**

**Veillez, s'il vous plaît n'emplir les suivants avec vos données personnelles**

17. Genre

- Masculine
- Feminine

18. Âge

- < 18
- 18-24
- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 >

19. État Civil

- Célibataire
- Marié/ou union de fait
- Veuf
- Divorcée

20. Revenu mensuel liquide

- <500
- 500-1000
- 1000-2000
- 2000-3000
- >3000

21. Taille du ménage: \_\_\_\_\_ personnes

22. Nationalité

- Portugaise
- Anglaise
- Allemande
- Française
- Espagnole
- Hollandaise
- Outre.
- Spécifier \_\_\_\_\_

23. Formation académique

- Enseignement primaire
- Enseignement basique
- Enseignement secondaire
- Baccalauréat
- Diplôme Universitaire
- Maîtrise
- Doueraient
- Outre.
- Spécifier \_\_\_\_\_

24. Statut socioprofessionnel

- Employé public
- Employé à son compte
- Employé au nom d'un autre
- Chômeur
- Retraite
- Étudiant

