

# UNIVERSIDADE ABERTA



UNIVERSIDADE  
**AbERTA**  
[www.uab.pt](http://www.uab.pt)

Modelos de avaliação do turismo enquanto  
fenómeno global: o arquipélago da Madeira como  
estudo de caso paradigmático

João Manuel de Lemos Baptista

Tese de Doutoramento em Estudos Globais  
Área Científica: Ciências Sociais

2021



**UNIVERSIDADE ABERTA**



UNIVERSIDADE  
**AbERTA**  
www.uab.pt

Modelos de avaliação do turismo enquanto  
fenómeno global: o arquipélago da Madeira como  
estudo de caso paradigmático

João Manuel de Lemos Baptista

Tese de Doutoramento em Estudos Globais  
Área Científica: Ciências Sociais

Tese orientada pelo Professor Doutor Manuel Jacinto de  
Ascensão Jardim e pela Professora Doutora Cláudia  
Margarida Brito Ribeiro de Almeida

2021



## RESUMO

Os modelos de avaliação em turismo desempenham um papel determinante na ativação de melhorias e na sustentabilidade dos serviços deste setor. Para tal, é imprescindível que esses modelos tenham incorporado todos os indicadores que enformam o fenómeno do turismo. Analisando os modelos referidos na literatura, constatou-se a inexistência de um modelo que integrasse o indicador investimento privado. Por isso, esta investigação teve como objetivo principal construir e validar um novo modelo de avaliação do processo turístico, integrando o investimento privado entre os indicadores utilizados por outros modelos. Para isso, recorreu-se aos métodos descritivo, analítico e comparativo, visando a convergência de dados quantitativos e qualitativos, de modo a obter resultados fidedignos. Realizou-se a análise documental de artigos científicos, teses de doutoramento e livros, com o intuito de cruzar estes dados com os resultados recolhidos através de um questionário construído para o efeito, com questões abertas e fechadas, dirigidas aos agentes do turismo, tanto de organizações públicas como privadas, estando, assim, em sintonia com os quatro indicadores de um novo modelo criado no contexto deste estudo, denominado Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT). A amostra utilizada para a recolha dos dados era constituída por agentes do turismo (n=45) do Arquipélago da Madeira e a avaliação compreendia o período entre os anos 1980 e 2009. Este intervalo de tempo corresponde ao período de maior inconstância da evolução turística na Madeira, o que permite validar mais facilmente a monitorização e avaliação do turismo em fases críticas, como é a atual. Realizou-se a análise de conteúdo dos dados recolhidos através do questionário e análises estatísticas para os dados numéricos, tais como estatísticas descritivas e correlações. Os resultados obtidos através da aplicação do MAPT à Madeira, evidenciaram que as quatro variáveis são complementares na avaliação e monitorização do fenómeno turístico. E, através da análise dos resultados do questionário, verificou-se que 100% dos inquiridos estão de acordo com a aplicação de um modelo de avaliação para medir e monitorizar o turismo na Madeira, e 80% dos inquiridos sugerem que este modelo seja aplicado à região num período de 5 em 5 anos. Este estudo de caso também demonstrou que a evolução do turismo no Arquipélago da Madeira, entre 1980 e 2009, foi sempre inconstante, justificando-se tal variabilidade pelo facto de as intervenções públicas e privadas também terem variado ao longo desse período. Provou-se ainda nesta investigação, que não poderá haver turismo sem o investimento privado, e que esta nova variável, tornou a avaliação pelo novo modelo mais consistente. Assim, concluiu-se que o MAPT é um instrumento adequado à realização de estudos no âmbito do turismo, sobretudo os que visam a análise de processos turísticos, possibilitando igualmente aos gestores públicos uma adequada monitorização das atividades turísticas, o que permite identificar as fragilidades deste processo, revelando-se imprescindível no desenvolvimento das regiões e países. Na continuidade deste estudo, sugere-se que o MAPT seja aplicado noutras regiões, a fim de ser validado também junto de outras amostras, e que seja utilizado por decisores políticos e por empresários do setor, como instrumento adequado à planificação, avaliação, monitorização e prospeção de um turismo sustentável.

**Palavras-chave:** globalização, turismo, planeamento, sustentabilidade, modelos de avaliação.



## ABSTRACT

The models of evaluation in tourism play a decisive role in the activation of improvements and in the sustainability of services in this sector. To this end, it is essential that these models have incorporated all the indicators that shape the phenomenon of tourism. Analyzing the models referred to in the reviewed scientific sources or studies, one found out that there was no model that integrated the private investment indicator. Therefore, this investigation had the main objective to build and validate a new model for evaluating the tourism process, integrating private investment in the indicators used by other models. For this purpose, the descriptive, analytical and comparative methods were used, aiming at the convergence of quantitative and qualitative data, in order to obtain reliable results. Documentary analysis of scientific articles, doctoral theses and books was carried out, in order to cross-refer these data with the results collected through a questionnaire built for this purpose, with open and closed questions, addressed to tourism agents, both from public and private organizations, thus being aligned with the four indicators of a new model created in the context of this study, called the Tourism Process Assessment Model (TPAM). The sample used to collect the data consisted of tourism agents (n = 45) from the Archipelago of Madeira and the evaluation comprised the period between the years 1980 and 2009. This time interval corresponds to the period of greatest inconstancy in the evolution of tourism in Madeira, which makes it easier to validate the monitoring and evaluation of tourism in critical stages, as is the current situation. Content analysis of data collected through questionnaire and statistical analysis for numerical data, such as descriptive statistics and correlations, was also carried out. The results obtained through the application of TPAM to Madeira, showed that the four variables are complementary in the assessment and monitoring of the tourist phenomenon. And, through the analysis of the results of the questionnaire, I found out that 100% of the respondents are in agreement with the application of an evaluation model to measure and monitor tourism in Madeira, and 80% of the respondents suggest that this model should be applied to the Madeira Autonomous Region every 5 years. This case study also demonstrated that the evolution of tourism in the Madeira Archipelago between 1980 and 2009, was always fickle, justifying such variability by the fact that public and private interventions have also varied over that period. It was also proved by this investigation that there cannot be tourism without private investment, and that this new variable, made the evaluation according to the new model become more consistent. Thus, it was concluded that the TPAM is an adequate instrument for carrying out studies in the field of tourism, especially those aimed at the analysis of tourism processes, also allowing public managers an adequate monitoring of tourist activities, which allows identifying the weaknesses of this process, thus proving to be essential in the development of regions and countries. In the follow-up of this study, it is suggested that the TPAM should be applied to other regions, in order to be validated also with other samples, and that it should be used by policy makers and businessmen in the tourism sector, as an appropriate tool for planning, evaluating, monitoring and prospecting for sustainable tourism.

**Keywords:** globalization, tourism, planning, sustainability, evaluation models.



## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar quero agradecer à Universidade Aberta, na pessoa do Senhor Professor Doutor Eduardo Franco, Coordenador do Doutoramento em Estudos Globais, pela possibilidade que me deu para subir mais um degrau na minha formação académica.

Agradeço aos meus Orientadores Professor Doutor Jacinto Jardim e Professora Doutora Cláudia Almeida, pela ajuda, sugestões e incentivos que deram ao longo da realização do trabalho em apreço, assim como pelas críticas construtivas e estímulo para que fosse possível concretizar mais um sonho da minha vida.

Agradeço também a todos os meus Professores que ministraram as várias unidades curriculares, cujos conhecimentos serviram de fermento para o desenvolvimento desta investigação, assim como à Doutora Cristiana Silva do Secretariado do Doutoramento, pelo apoio prestado ao longo deste percurso.

A todas as entidades públicas e privadas que colaboraram de forma direta ou indireta nesta investigação, nomeadamente a Presidência do Governo Regional, a Direção Regional de Estatística, a Direção Regional de Turismo, o Banco de Portugal e o Instituto de Desenvolvimento Regional, o meu agradecimento.

À minha família, principalmente a minha mulher Cecília, pela sua colaboração concedida e compreensão manifestada aquando da minha ausência por motivos da recolha da informação e outras tarefas fundamentais à feitura desta investigação, assim como aos meus filhos João Humberto e Júlia Leonor, pela compreensão expressa, por não lhes ter prestado mais atenção e apoio, o meu agradecimento muito sentido.



## ÍNDICE GERAL

RESUMO.....	i
ABSTRACT.....	ii
AGRADECIMENTOS .....	iii
ÍNDICE GERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABELAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS .....	xiii
INTRODUÇÃO GERAL.....	1
I PARTE – REVISÃO DA LITERATURA .....	9
<b>CAPÍTULO 1 – O turismo como fenómeno da globalização.....</b>	<b>11</b>
Introdução .....	13
1.1. A globalização.....	14
1.2. O turismo e a globalização.....	23
1.3. Indicadores do turismo internacional em 2018 (OMT, 2019) .....	29
Conclusão.....	31
<b>CAPÍTULO 2 – Turismo, políticas públicas e sustentabilidade.....</b>	<b>35</b>
Introdução .....	37
2.1. Conceitos de turismo.....	37
2.2. Os conceitos de políticas públicas e políticas de turismo .....	43
2.3. Conceito de turismo sustentável e condições de aplicabilidade .....	47
2.3.1. Conceito de turismo sustentável.....	47
2.3.2. Condições de aplicabilidade.....	52
2.3.3. Princípios de turismo sustentável.....	54
2.3.4. Estudos .....	55
2.4. Contributo do Estado Português para o turismo sustentável .....	55
2.5. Contributo das autarquias portuguesas para o turismo sustentável.....	56
Conclusão.....	57
<b>CAPÍTULO 3 – O investimento privado em turismo.....</b>	<b>61</b>
Introdução .....	63

3.1. A importância do investimento privado no turismo.....	64
3.2. Impactos económicos do turismo.....	72
Conclusão.....	74
<b>CAPÍTULO 4 – Planeamento regional urbano, estratégico e turístico .....</b>	<b>77</b>
Introdução .....	79
4.1. O planeamento regional e urbano .....	80
4.2. O planeamento estratégico .....	88
4.3. O planeamento turístico .....	90
Conclusão.....	104
<b>CAPÍTULO 5 – Modelos de avaliação em turismo .....</b>	<b>105</b>
Introdução .....	107
5.1. Desenvolvimento de modelos em turismo .....	108
5.2. A modelação em áreas turísticas .....	111
5.2.1. Modelo do ciclo de vida dos destinos turísticos de Butler (1980) .....	111
5.2.2. Críticos ao modelo de Butler (1980).....	118
5.2.3. O Modelo de Strapp (1988).....	119
5.2.4. O Modelo de Inskeep (1991).....	120
5.2.5. O Modelo de Lourenço (2003).....	122
5.2.6. O Modelo de Leiper (2004).....	124
5.2.7. O Modelo de Álvares (2008).....	124
5.3. A importância do planeamento nos modelos em turismo .....	125
Conclusão.....	128
<b>II PARTE – ESTUDO EMPÍRICO .....</b>	<b>131</b>
<b>CAPÍTULO 6 – Metodologia .....</b>	<b>133</b>
Introdução .....	135
6.1. Fases da investigação .....	137
6.2. Definição do problema de pesquisa .....	138
6.3. Revisão da literatura.....	139
6.3.1. Recolha da informação .....	140
6.3.2. Questões de investigação .....	141
6.3.3. Método e seleção das técnicas de investigação.....	142
6.4. Modelo teórico proposto .....	143

6.5. Aplicação dos métodos e técnicas escolhidas .....	146
6.6. Análise dos dados.....	149
Conclusão.....	150
<b>CAPÍTULO 7 – Estudo de Caso no Arquipélago da Madeira .....</b>	<b>153</b>
Introdução .....	155
7.1. Enquadramento e caracterização .....	156
7.2. A Madeira na história do turismo mundial .....	159
7.3. Resenha histórica do turismo da Madeira .....	161
7.4. Contributos do Governo Regional para o turismo sustentável .....	168
7.5. O planeamento na RAM .....	168
7.5.1. O Plano de Ordenamento do Território da RAM – POTRAM.....	170
7.5.2. Plano de Ordenamento Turístico (POT) da RAM.....	172
7.6. Análise aos indicadores do turismo .....	173
7.6.1. Evolução dos indicadores do turismo na RAM entre 1980 e 2009.....	174
7.6.1.1. Número de hóspedes na RAM .....	174
7.6.1.2. Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da RAM .....	175
7.6.1.3. Número de empreendimentos turísticos da RAM por ano.....	176
7.6.1.4. Capacidade de alojamento por estabelecimento .....	177
7.6.1.5. Pessoal ao serviço nos vários estabelecimentos hoteleiros.....	178
7.6.1.6. Taxa média de ocupação/cama por estabelecimento hoteleiro ....	179
7.6.1.7. A sazonalidade .....	180
7.6.1.8. Proveitos totais da atividade turística.....	182
7.6.1.9. RevPar nos estabelecimentos hoteleiros da RAM .....	183
7.7. O turismo de cruzeiros .....	184
7.8. Análise SWOT da Madeira em janeiro de 2021 .....	189
7.9. Modelação e aplicação do novo MAPT à RAM entre 1980 e 2009 .....	195
7.9.1. Modelação do desenvolvimento turístico na RAM.....	196
7.9.1.1. Variável planeamento turístico e indicadores .....	200
7.9.1.2. Variável investimento público em turismo e indicadores.....	201
7.9.1.3. Variável investimento privado em turismo e indicadores.....	202
7.9.1.4. Variável evolução do turismo e indicadores .....	203
7.9.1.5. Análise do comportamento das quatro variáveis do MAPT .....	204

7.9.2. Aplicação do novo MAPT à RAM.....	206
7.9.2.1. Modelação da variável planeamento turístico.....	208
7.9.2.2. Modelação da variável investimento público em turismo.....	210
7.9.2.3. Modelação da variável investimento privado em turismo .....	212
7.9.2.4. Modelação da variável evolução do turismo.....	216
7.9.3. Cruzamento das variáveis investimento público e privado em turismo.....	219
7.9.4. Limitações da modelação .....	221
7.10. Análise exploratória do questionário efetuado na RAM em 2020 .....	221
7.10.1. Análise dos resultados do questionário .....	223
7.10.1.1. Tratamento dos dados quantitativos através do programa SPSS .....	223
7.10.1.2. Análise de frequência das variáveis, segundo o <i>valid percent</i> .....	223
7.10.1.3. Estatísticas descritivas: medidas de localização .....	232
7.11. Análise de conteúdo do questionário.....	239
Conclusão.....	244
<b>CAPÍTULO 8 – Discussão dos resultados .....</b>	<b>253</b>
Introdução .....	255
8.1. Resultados principais .....	255
8.2. Resultados do questionário com a aplicação da escala de Likert .....	260
8.3. Resultados relativos às medidas de localização .....	262
8.4. Correlações das questões realizadas aos três grupos do questionário.....	262
<b>CAPÍTULO 9 – Conclusões .....</b>	<b>273</b>
Introdução .....	275
9.1. Principais conclusões .....	275
9.2. Limitações do trabalho.....	285
9.3. Contribuição do estudo .....	286
9.4. Recomendações para investigação futura .....	287
Referências Bibliográficas .....	289
Anexo I – Questionário utilizado em português .....	317

## ÍNDICE DAS TABELAS

Tabela: 1.1.1 - Vantagens e desvantagens da globalização .....	21
Tabela: 1.1.3.2 - Os 10 principais destinos do mundo.....	30
Tabela: 2.2.3 - Premissas do turismo sustentável .....	44
Tabela: 2.2.4 - Principais efeitos do desenvolvimento turístico .....	46
Tabela: 2.3.1.5 - Princípios da sustentabilidade .....	48
Tabela: 2.3.3.6 - Princípios de um turismo sustentável .....	54
Tabela: 4.1.7 Instrumentos de gestão territorial .....	84
Tabela: 4.1.8 - Fatores determinantes de planos territoriais .....	87
Tabela: 4.3.9 - Abordagem bipolar do planeamento turístico .....	97
Tabela: 5.4.10 - Resumo dos modelos considerados na investigação .....	127
Tabela: 6.1.11 - Fases da Investigação .....	138
Tabela: 6.3.12 - Temáticas circunscritas pela revisão de literatura .....	139
Tabela: 6.5.13 - As questões principais colocadas aos inquiridos e respetivos objetivos.....	147
Tabela: 6.5.14 - Inquiridos no questionário - entidades públicas e privadas.....	148
Tabela: 7.1.15 - Estatísticos gerais da RAM em 2009 e 2019.....	157
Tabela: 7.1.16 - Dados do turismo na RAM em 2009 e 2019 .....	158
Tabela: 7.7.17 - Escalas de passageiros em trânsito no Porto do Funchal entre 1954 e 2009 .....	186
Tabela: 7.9.1.18 - Acomodação turística na Madeira entre 1980 e 2009 .....	198
Tabela: 7.9.2.1.19 - Análise multicritério - planeamento informal do turismo na RAM ..	201
Tabela: 7.9.2.2.20 - Investimento público nos aeroportos e no porto do Funchal.....	212
Tabela: 7.9.2.3.21 - Formação bruta de capital fixo ao nível do alojamento na RAM (1980 – 2009).....	214
Tabela: 7.10.1.2.22 - Questão 1 - O turismo, na sua opinião tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM.....	224
Tabela: 7.10.1.2.23 - Questão 2 - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamentos / turistas / receitas na RAM .....	225
Tabela: 7.10.1.2.24 - Questão 2a - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos alojamentos na RAM .....	226

Tabela: 7.10.1.2.25 - Questão 2.b - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos turistas na RAM.....	227
Tabela: 7.10.1.2.26 - Questão 3 - Quais os fatores intervenientes no crescimento do turismo na Região .....	228
Tabela: 7.10.1.2.27 - Questão 3.7 - Maior apoio ao setor do turismo em termos de marketing aconselhamento técnico ou animação turística.....	229
Tabela: 7.10.1.2.8 - Respostas dos inquiridos à questão 4 - MAPT a aplicar na RAM ....	230
Tabela: 7.10.1.2.29 - Questão 5 - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística .....	231
Tabela: 7.10.1.3.30 - Valores inerentes às medidas de localização.....	233
Tabela: 7.11.31 - Resultados dos inquiridos à questão 3.8.....	240
Tabela: 7.11.32 - Resultados dos inquiridos à questão 5.6.....	242
Tabela: 7.11.33 - Resultados dos inquiridos à questão 6.1 .....	243
Tabela: 7.11.34 - Resultados dos inquiridos à questão 6.2.....	244

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico: 1.3.1 - Distribuição geográfica das chegadas de turistas a nível mundial.....	31
Gráfico: 3.1.2 - Evolução do investimento de capital no setor de turismo no mundo entre 2013 a 2019, em bilhões de dólares.....	71
Gráfico: 7.6.1.1.3 - Número de hóspedes na RAM .....	174
Gráfico: 7.6.1.2.4 - Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da RAM .....	175
Gráfico: 7.6.1.3.5 Número de empreendimentos turísticos por ano na RAM .....	176
Gráfico: 7.6.1.4.6 - Capacidade de alojamento na RAM.....	177
Gráfico: 7.6.1.5.7 - Pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros da RAM.....	178
Gráfico: 7.6.1.6.8 - Taxa média/cama de ocupação nos estabelecimentos hoteleiros .....	179
Gráfico: 7.6.1.7.9 - Sazonalidade segundo os hóspedes entrados nos estabelecimentos hoteleiros da RAM por mês .....	182
Gráfico: 7.6.1.8.10 - Evolução dos proveitos totais ocorridos nos estabelecimentos hoteleiros da RAM.....	183
Gráfico: 7.6.1.9.11 - RevPar nos estabelecimentos hoteleiros da RAM .....	184
Gráfico: 7.7.12 - Evolução do número de escalas e passageiros em trânsito .....	187
Gráfico: 7.9.1.13 - Novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico.....	197
Gráfico: 7.9.1.14 - Evolução da acomodação entre 1980 e 2009 .....	199
Gráfico: 7.9.1.1.15 - Modelo ideal da variável planeamento turístico .....	200
Gráfico: 7.9.1.2.16 - Variável investimento público em turismo e indicadores .....	202
Gráfico: 7.9.1.3.17 - Evolução da variável investimento privado em turismo .....	203
Gráfico: 7.9.1.4.18 - Variável evolução do turismo e indicadores .....	204
Gráfico: 7.9.1.5.19 - Comportamento das quatro variáveis do MAPT.....	205
Gráfico: 7.9.2.20 - Modelo teórico aplicado à RAM entre 1980 e 2009 .....	207
Gráfico: 7.9.2.1.21 - Modelação da variável planeamento turístico e indicadores.....	208
Gráfico: 7.9.2.1.22 - Evolução do planeamento formal entre 1980 e 2009 na RAM.....	209
Gráfico: 7.9.2.2.23 - Modelação da variável investimento público em turismo.....	210
Gráfico: 7.9.2.2.24 - Evolução do investimento público em turismo entre 1980 e 2009 na RAM.....	211
Gráfico: 7.9.2.3.25 - Evolução da variável investimento privado em turismo .....	213
Gráfico: 7.9.2.3.26 - Modelação da variável investimento privado em turismo .....	215

Gráfico: 7.9.2.3.27 - Evolução do investimento privado em turismo entre 1980 e 2009.....	216
Gráfico: 7.9.2.4.28 - Modelação da variável evolução do turismo.....	217
Gráfico: 7.9.2.4.29 - Evolução da capacidade de alojamento na RAM.....	218
Gráfico: 7.9.2.4.30 - Modelo teórico com quatro variáveis aplicado à RAM entre 1980 e 2009 .....	219
Gráfico: 7.9.3.31 - Evolução do investimento público e privado em turismo na RAM....	220
Gráfico: 7.10.1.2.32 - Representação das respostas dadas à questão 1.3 .....	224
Gráfico: 7.10.1.2.33 - Representação das respostas dadas à questão 2.3 .....	225
Gráfico: 7.10.1.2.34 - Representação das respostas dadas à questão 2a.3.....	226
Gráfico: 7.10.1.2.35 - Representação das respostas dadas à questão 2b.2 .....	227
Gráfico: 7.10.1.2.36 - Representação das respostas dadas à questão 3 - 3.5 .....	228
Gráfico: 7.10.1.2.37 - Representação das respostas dadas à questão 3.7 - 3.7.4.....	229
Gráfico: 7.10.1.2.38 - Representação das respostas dadas à questão 4 - 4.1 .....	230
Gráfico: 7.10.1.2.39 - Representação das respostas dadas à questão 5 - 5.3 .....	232
Gráfico: 7.10.1.3.40 - Médias obtidas nas várias respostas do questionário .....	234
Gráfico: 7.10.1.3.41 - Representação de algumas medidas de localização .....	235
Gráfico: 7.10.1.3.42 - Mediana das respostas dadas às questões do questionário.....	236
Gráfico: 7.10.1.3.43 - Moda das respostas dadas às questões do questionário .....	237
Gráfico: 7.10.1.3.44 - Desvio-padrão das respostas dadas às questões do questionário ...	238
Gráfico:C7.10.1.3.45 - Representação da média e do desvio-padrão.....	239
Gráfico: 8.1.46 - Modelo teórico aplicado à RAM.....	258

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1.1 - Os atores da globalização.....	19
Figura: 4.1.2 - Hierarquia do planeamento nacional - Sistema de gestão territorial .....	81
Figura: 4.1.3 - Fases do ordenamento do território.....	82
Figura: 4.1.4 - O planeamento como processo cíclico.....	85
Figura: 4.3.5 - Esquema tradicional de planeamento turístico .....	91
Figura: 4.3.6 - Fases do planeamento turístico segundo Mill e Morrison (1985.....	92
Figura: 4.3.7 - Níveis de planeamento turístico.....	100
Figura: 5.1.8 - Classificação dos modelos no setor do turismo .....	109
Figura: 5.1.9 - Ciclo de Vida de uma área geográfica turística (Butler, 1980).....	112
Figura: 5.2.3.10 - Ciclo de vida de um destino associado à duração média da estada (Strapp, 1988) .....	120
Figura: 5.2.4.11 - Componentes de desenvolvimento de um destino turístico.....	121
Figura: 5.2.5.12 - Modelo idealizado de Lourenço para áreas de expansão urbana (2003).....	123
Figura: 5.2.6.13 - Sistema turístico básico de Leiper (2004).....	124
Figura: 5.2.7.14 - Modelo de Análise do Processo Turístico – MAPT de Álvares (2008) .....	125
Figura: 6.4.15 - Fases da conceção do modelo teórico.....	144
Figura: 6.4.16 - Modelo teórico da problemática em estudo .....	145
Figura: 7.1.17 - Mapa administrativo da Região Autónoma da Madeira .....	156



## **LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS**

- ACIF - Associação Comercial e Industrial do Funchal
- ADR - Average Daily Rate (taxa média diária)
- AEA - Agência Europeia do Ambiente
- ANAM - Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira
- APRAM - Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira
- Apud - conforme ou segundo
- CCE - Comissão das Comunidades Europeias
- CEE - Comunidade Económica Europeia
- CETS - Carta Europeia de Turismo Sustentável
- Cf. - Confrontar
- CINM - Centro Internacional de Negócios da Madeira
- cit. in - citado por
- DGOTDU - Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano
- DGOTDU – Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano
- DGT – Direção Geral de Turismo
- DL – Decreto-Lei
- DLR - Decreto Legislativo Regional
- DREM - Direção Regional de Estatística da Madeira
- DRT - Direção Regional de Turismo
- et al. - e outros
- EUA - Estados Unidos da América
- FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia
- FEDER - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
- GR - Governo Regional
- I&D - Inovação e Desenvolvimento
- IC - Intensidade do Ciclo
- ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal
- IDE - Instituto de Desenvolvimento Empresarial
- IDT - Índice de Desenvolvimento Turístico
- IFT - Instituto de Financiamento e de Apoio ao Turismo

IGT - Instrumentos de Gestão Territorial  
INE - Instituto Nacional de Estatística  
IUCN - International Union for Conservation of Nature  
MAPT - Modelo de Avaliação do Processo Turístico  
MAR - Registo Internacional de Navios  
OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico  
OMT - Organização Mundial de Turismo  
ONU - Organização das Nações Unidas  
PDM - Plano Diretor Municipal  
PDRu - Plano de Desenvolvimento Rural  
PENT - Plano Estratégico Nacional do Turismo  
PEOT - Planos Especiais de Ordenamento do Território  
PERRAM - Plano Estratégico de Resíduos da RAM  
PIB - Produto Interno Bruto  
PMOT - Planos Municipais de Ordenamento do Território  
POCPS - Programa da Orla Costeira do Porto Santo  
POOC - Plano de Ordenamento da Orla Costeira  
POT - Plano de Ordenamento Turístico  
POTRAM - Plano de Ordenamento do Território da Região Autónoma da Madeira  
PP - Plano de Pormenor  
PPERAM - Plano da Política Energética da RAM  
PRAM - Plano Regional da Água da Madeira  
PROT - Plano Regional de Ordenamento Turístico  
PRPA - Plano Regional da Política do Ambiente  
PU - Plano de Urbanização  
RAM - Região Autónoma da Madeira  
RevPar - Revenue per Available Room (receita por quarto disponível)  
RevPar - Revenue Per Available Room ou rendimento por quarto disponível  
RJGT - Regime Jurídico dos instrumentos de Gestão Territorial  
SA - Sociedade Anónima  
SDM - Sociedade de Desenvolvimento da Madeira  
SIDS - Small Island Developing States

SIFIT - Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo

SPA - Salus Per Aquam (saúde pela água) - centro de tratamentos com a água

SPSS - Statistical Package for the Social Sciences

SRDT - Sistema Regional de Gestão Territorial

SRGT - Sistema Regional de Gestão Territorial

SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

TALC - Tourism Area Life Cycle/Ciclo de Vida da Área Turística

TAP - Transportes Aéreos Portugueses

TER - Turismo no Espaço Rural

UNCRD - United Nations Centre for Regional Development

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development

UNEP - United Nations Environment Programme (Programa de Ambiente das Nações Unidas)

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unidas)

UNWTO - United Nations World Tourism Organization

WCED - World Commission on Environment and Development

WTO - World Tourism Organization

WWF - World Wide Fund for Nature

ZFI - Zona Franca Industrial



## **Introdução geral**

O turismo é uma das principais atividades económicas à escala mundial e, devido à sua abrangência, ilustra bem a influência que tem em diferentes campos, designadamente, nos domínios geográficos, económicos, sociais e culturais. Segundo a Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 2019), as chegadas de turistas internacionais cresceram 5% em 2018, alcançando 1,4 mil milhões de turistas aos respetivos destinos e os rendimentos por exportações gerados pelo turismo aumentaram até os 1,7 mil milhões de dólares, o que representa um incremento de 4%, superior ao da economia mundial em 2018. Ainda de acordo com a mesma organização, em 1950, o número de chegadas internacionais situava-se em 25 milhões de pessoas; em 1980, passou para 227 milhões; em 1990 este número rondava os 435 milhões; em 2000 era de 675 milhões, em 2010, de 940 milhões e em 2019 passou para 1,42 mil milhões.

O turismo é visto por muitos governantes como uma grande oportunidade para o desenvolvimento económico e social dos territórios, sendo uma ferramenta para a construção de uma comunidade mais próspera. A referência ao turismo como fator de desenvolvimento e da globalização, baseia-se em evidências de eficácia do setor, como processo de criação de emprego e de enorme potencial económico, social e cultural, principalmente nos territórios que têm potencialidades para dinamizar este setor multifacetado.

A história do turismo da Madeira tem vários séculos, sendo considerado como o “motor” do desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira (RAM), uma vez que quase todo o tecido económico assenta nesta atividade. De facto, o turismo, graças à sua importância económica e social, é um importante pilar para a economia e desenvolvimento da região, dado que constitui um mercado de excelência para os produtos locais. Sendo o setor de atividade principal ao longo dos vários anos, particularmente a partir do século XIX, o turismo contribui, atualmente, com cerca de 30% para o PIB regional e emprega cerca de 20 mil pessoas (DREM, 2020). Por isso, a investigação sobre o turismo tem vindo a ser o centro de atenção e o presente trabalho pretende dar um contributo mais sistemático nas áreas do turismo e da economia da Madeira.

O produto é o território, como objeto de estudo, caracterizado pelas atividades que nele se desenrolam, experiências que as pessoas (população autóctone e turistas) poderão retirar desse território, uma oferta turística muito diversificada e assente na heterogeneidade das suas paisagens, dos seus microclimas e na riqueza do seu património. Nesta perspectiva, a

RAM é uma área geográfica que encerra um suporte físico, cultural e económico com especificidades próprias e apresenta um conjunto de produtos diferenciados, uma hospitalidade singular, em que as experiências dos turistas são únicas para o desenvolvimento das atividades turísticas. “Ao se qualificar e valorizar o território e os recursos de um destino turístico, é necessário considerar as suas prioridades de investimento, as quais, juntamente com os seus recursos, constituem o alicerce das atividades características desse destino, na sua promoção e comercialização” (Abranja *et al.*, 2019:42).

A justificação da escolha do tema resultou do facto de não existirem estudos de investigação na Madeira, sobre a aplicação de modelos de avaliação aplicados ao turismo que congreguem variáveis associadas ao seu desenvolvimento. Neste sentido, justifica-se a investigação sobre as condições estruturais do turismo, entre o período de 1980 e 2009, visto ser o período temporal da história do turismo da Madeira que apresenta uma maior inconstância na evolução dos seus indicadores tradicionais, caso do número de hóspedes, dormidas, número de alojamentos turísticos, taxas de ocupação, proveitos totais, RevPar, entre outros. Uma outra razão está relacionada com a identificação das causas que estão subjacentes a essa evolução inconstante, num contexto e enquadramento alargados, e ser possível perspetivar o futuro, propondo estratégias e políticas públicas que promovam a sustentabilidade do turismo a curto, médio e longo prazo, bem como a sua monitorização e avaliação, através da aplicação do novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT).

O turismo da Madeira tem mais de três séculos e ao longo da sua história, não se assistiu ao desenvolvimento de um estudo permanente sobre a avaliação do setor, através de um MAPT desta natureza, aplicado à região e, analisar os investimentos públicos e privados que foram materializados ao nível do turismo na RAM, bem como determinar o impacto das políticas públicas, quanto ao planeamento e ordenamento do território, que constituem fatores determinantes na sustentabilidade do setor turístico da região. Por outro lado, é imprescindível, neste estudo, analisar a relação existente entre a oferta e a procura ao longo do período considerado, com o objetivo de verificar se as políticas públicas implementadas pelo Governo Regional foram as mais adequadas. Neste âmbito, será pertinente identificar algumas tendências da atividade turística na Madeira entre 1980 e 2009.

O turismo, enquanto fenómeno geográfico, socioeconómico e cultural, implica a elaboração de estudos aprofundados e contínuos, na medida em que é um setor importante

para promover o bem-estar das populações, principalmente quando as regiões têm recursos e produtos turísticos capazes de sustentar a sua continuidade e atrair pessoas oriundas de diversas partes do mundo.

De uma forma geral a investigação em turismo tem-se apoiado muito na realização de questionários que medem tendências e perceções do crescimento e desenvolvimento do setor. Ao nível desta investigação pretende-se privilegiar uma análise quantitativa quanto aos dados obtidos, a partir dos indicadores relacionados com o turismo, e os dados recolhidos na aplicação de um questionário com perguntas fechadas e outras abertas.

O questionário tem por objetivo obter reflexões acerca do turismo na região, ao longo do período considerado nesta investigação e também verificar o grau de conhecimento que os vários agentes do turismo (governantes e empresários ligados ao turismo) têm e quais as suas perspetivas no curto, médio e longo prazo. Por fim pretende-se que os seus contributos auxiliem na validação e aplicação do MAPT à RAM.

Com a abordagem deste tema, pretende-se descrever a evolução dos investimentos públicos realizados no setor do turismo, entre 1980 e 2009, mormente as verbas que o Governo Regional apresentou nos seus orçamentos e planos destinados ao turismo, bem como, analisar os investimentos efetuados pelos privados no turismo, na RAM: Ilha da Madeira e Ilha do Porto Santo e analisar a evolução dos indicadores do turismo, nos respetivos 30 anos.

Serão também apresentadas algumas sugestões que apontam para o desenvolvimento do turismo sustentável na região, às quais estejam subjacentes estratégias mais adequadas ao crescimento do setor, com o objetivo de impedir que ocorra uma regressão do desenvolvimento turístico. Por isso, foi apresentado o novo modelo MAPT, onde consta: o planeamento turístico, o investimento público em turismo, o investimento privado em turismo e os indicadores tradicionais do turismo, através da expressão “evolução do turismo”, nomenclatura que substitui a variável “crescimento do turismo”, utilizada no modelo de Álvares (2008:125).

Os objetivos gerais a desenvolver no trabalho de investigação são os seguintes:

- 1.º - Averiguar o estudo dos modelos de análise aplicados aos territórios turísticos.
- 2.º - Analisar as condições de aplicabilidade de um novo modelo de avaliação designado por Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) na Região Autónoma da

Madeira entre 1980 e 2009, a partir das variáveis do planeamento turístico, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo.

Procuraremos atingir os seguintes objetivos específicos:

- i) Descrever a aplicação dos modelos em áreas de desenvolvimento turístico.
- ii) Propor um novo modelo de avaliação do fenómeno turístico.
- iii) Validar no modelo proposto a análise financeira, através da evolução dos investimentos público e privado realizados no setor do turismo da região entre 1980 e 2009.
- iv) Conhecer as interdependências existentes entre as quatro variáveis do novo modelo.
- v) Aplicar o MAPT à RAM que detém condições ímpares para a aplicação do modelo em causa, região que tem um desenvolvimento turístico de vários séculos e que permite validar o modelo.
- vi) Realizar um questionário aos responsáveis pelo setor turístico da Madeira, quer a nível público, quer a nível privado, visando a obtenção de reflexões acerca do turismo na região e também verificar o grau de conhecimento que os vários agentes do turismo têm sobre o setor.
- vii) Validar e aplicar o novo MAPT à RAM, incluindo os dados relativos ao período entre os anos 1980 e 2009.

Os modelos de avaliação aplicados ao setor do turismo são necessários para que os responsáveis por este setor possam medir, monitorizar e avaliar o fenómeno em qualquer região ou país, para definirem melhor as estratégias e ações a implementar em termos de futuro. A RAM como território turístico, onde este setor contribui com cerca de 30% para o PIB e emprega 20 mil pessoas (DREM, 2020), será importante para o seu futuro, que o setor seja avaliado periodicamente, através de um modelo criterioso e científico, permitindo a obtenção de informações que podem ser benéficas para os políticos e empresários do turismo, quanto à sua sustentabilidade a curto, médio e longo prazo. Neste sentido, foi definida a seguinte questão de pesquisa:

**Em que medida a variável investimento privado é importante nos modelos de avaliação para monitorizar e medir o desenvolvimento do setor turístico de um território.**

Este problema de investigação resultou do facto de se constatar que o fenómeno turístico em qualquer território merece ser monitorizado, avaliado e medido periodicamente, para que se verifique um desenvolvimento sustentado do turismo, evitando o declínio do setor e, por conseguinte, uma regressão das atividades relacionadas com o mesmo.

No presente estudo, serão percorridas várias fases, que permitirão um aprofundamento do conhecimento e o delinear da melhor metodologia a adotar em todo o estudo. A investigação assenta na análise dos planos de ordenamento do território, programas e medidas implementadas na obtenção dos indicadores relacionados com o turismo, como o número de hóspedes, capacidade de alojamento e pessoal ao serviço, no período de 1980 a 2009, assim como das políticas públicas existentes na Madeira, relativamente às temáticas em causa. A inovação da aplicabilidade do novo MAPT durante 30 anos à RAM assenta na análise financeira e modelação das curvas do planeamento, investimento público e privado e do desempenho do setor turístico, através da curva da evolução do turismo. Isto implica a recolha de informação sobre o ordenamento do território, dos planos e orçamentos do Governo Regional que foram aprovados na Assembleia Legislativa da Madeira ao longo dos anos em referência, na rubrica do turismo, a fim de determinar as verbas atribuídas ao setor em cada ano civil. Pretende-se também apresentar os valores quantitativos relacionados com os investimentos privados que ocorreram na Madeira entre 1995 e 2009, isto devido ao facto de existirem dados estatísticos do investimento privado aplicado à constituição de empresas turísticas, apenas a partir de 1995, consoante as publicações da Direção Regional de Estatística da Madeira (Governo Regional da Madeira).

A informação recolhida foi tratada estatisticamente através dos programas IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows e a folha de Excel, elaborando-se um tratamento estatístico acerca da informação quantitativa e qualitativa obtidas, principalmente, a partir do questionário. Este foi aplicado aos diversos agentes que estão ligados direta ou indiretamente ao setor do turismo quer ao nível público, quer ao nível do privado, num total de 45 indivíduos (amostra). O MAPT foi modelado a partir dos dados sobre planeamento turístico, investimento público e investimento privado no turismo e evolução do turismo. Esta análise aprofundada potencia a fidelização de estudos do setor turístico em qualquer região ou país, após ser testado na Madeira.

Para facilitar a compreensão dos assuntos abordados na investigação e a relação entre os mesmos é apresentado a estrutura do trabalho, ou seja, a forma como este está organizado

em termos absolutos, com a primeira parte sobre a revisão da literatura (capítulos 1 a 5) e, na segunda parte, o estudo empírico, os resultados e as conclusões (capítulos 6 a 9).

No primeiro capítulo é abordado o turismo como fenómeno da globalização, visto que o doutoramento é em Estudos Globais e o setor turístico ser estudado como um fator determinante para a globalização dos povos e respetiva análise económica em cada território e as relações que evidencia com os restantes setores de atividade. Será apresentado também dados do turismo a nível mundial, como forma de verificar a importância deste setor a uma escala global.

Em relação ao segundo capítulo, são analisadas as políticas públicas e a sustentabilidade, onde constam os conceitos de turismo, importância da intervenção dos governos na elaboração de estratégias e ações a desenvolver no processo turístico e uma abordagem mais aprofundada sobre a sustentabilidade como fator determinante para a afirmação do setor em qualquer território turístico.

No terceiro capítulo será abordado o investimento privado em turismo, visto esta variável ser nova nos modelos de avaliação do turismo, assim como é apresentado o pensamento de alguns autores sobre este indicador económico e os seus efeitos a nível territorial e social. O quarto capítulo apresenta a contextualização do planeamento regional, urbano, estratégico e turístico em geral, à luz da visão de vários autores, através de esquemas estruturais que foram sendo aprofundados ao longo dos anos.

O capítulo quinto está reservado ao enquadramento teórico do trabalho de investigação e à revisão da literatura. São analisados alguns modelos aplicados ao estudo do turismo, onde se constata que é necessário conciliar o planeamento físico com o económico, visando um crescimento do turismo de forma sustentada. Foram referidos vários modelos turísticos, em concreto o de Butler (1980), de Strapp (1988), de Inskeep (1991), de Lourenço (2003), Leiper (2004) e de Álvares (2008), como referências conceituais teóricas para a expansão do MAPT, com a inclusão da variável “investimento privado em turismo” e a variável “evolução do turismo”, como novidades do modelo teórico que consta no estudo em apreço.

No sexto capítulo é abordado a descrição detalhada da metodologia utilizada neste estudo de investigação, sobre a aplicação do MAPT à RAM entre 1980 e 2009, sendo apresentadas as várias fases do trabalho, o problema e as questões de investigação, o modelo teórico proposto, as técnicas utilizadas para recolher a informação, análise de dados e o MAPT a aplicar na Madeira.

No sétimo capítulo apresenta-se o “Estudo de caso” desta investigação, que tem como objeto o Arquipélago da Madeira. Neste estudo, há uma referência particular à evolução do turismo, mais concretamente, uma resenha histórica do fenómeno turístico na Madeira, os contributos para a história do turismo mundial e a evolução dos indicadores tradicionais do turismo, com destaque para o número de hóspedes, as taxas de ocupação média, proveitos totais e RevPar, entre o período 1980 e 2009, assim como uma análise SWOT, com o objetivo de verificar, particularmente, as várias potencialidades e fragilidades que a região apresenta. Destacamos ainda a aplicação à Madeira do MAPT, no âmbito do qual são referenciados os componentes que influenciam os ciclos turísticos, dando ênfase ao planeamento turístico, aos investimentos público e privado, aos indicadores turísticos (evolução do turismo), bem como a validação do MAPT na RAM e a apresentação dos resultados do questionário aplicado aos governantes e empresários do setor turístico na RAM, num total de 45 indivíduos (amostra), após a sua validação, que no seu conjunto, contribuem para um melhor entendimento da situação do fenómeno turístico ao longo dos trinta anos estudados.

O oitavo capítulo expõe a discussão dos resultados retirados da investigação, sendo abordada, com maior profundidade, a modelação do MAPT na Madeira e do questionário, com o intuito de melhor perceber o fenómeno turístico na RAM.

No nono capítulo serão apresentadas as conclusões da investigação, as estratégias de orientação para as políticas públicas alternativas e possíveis, visando um desenvolvimento sustentado e harmonioso da Madeira, como região turística, bem como recomendações sobre vetores futuros de pesquisa para uma melhor continuidade deste trabalho de investigação, com o objetivo de proporcionar um enriquecimento ao nível dos estudos sobre o turismo.

Com a estrutura deste trabalho de investigação pretende-se interligar as várias temáticas abordadas em cada capítulo, para assim o tornar mais consistente e coeso, reforçando a ideia de que o turismo é um setor transversal a muitos setores e subsectores de atividade e do próprio conhecimento científico.

Sendo o turismo um fenómeno internacional, merece ser analisada a relação existente entre este setor e a globalização, segundo os pontos de vista de vários investigadores, porque a visão de um sociólogo é diferente de um geógrafo ou de um economista, quando discorrem sobre o turismo no contexto global. Neste sentido, no primeiro capítulo é evidenciado as relações da globalização com o turismo e vice-versa.



**I PARTE**  
**REVISÃO DA LITERATURA**



**CAPÍTULO 1**  
**O turismo como fenómeno da globalização**



## **Introdução**

Este capítulo aborda a relação do turismo com a globalização e, neste sentido, são apresentados três pontos distintos, embora interligados. Um mais específico sobre a globalização e respetiva caracterização, assim como são referidos alguns conceitos deste fenómeno, segundo alguns investigadores. Outro ponto relacionado com a interdependência, que existe entre o setor do turismo e o fenómeno da globalização, também reforçado com as ideias de vários autores que discutiram sobre esta temática e, por último, uma referência aos indicadores do turismo a nível mundial.

O turismo é, indiscutivelmente, uma das maiores indústrias do mundo e até 2019 foi considerado o setor de atividade que apresentou o maior volume de negócios à escala planetária (WTO, 2020). É um importante agente na mudança do mundo de hoje, considerado por muitos investigadores como a maior expressão do crescimento da globalização. O turismo é visto por muitos autores como um fenómeno da globalização, na medida em que exige deslocação de pessoas de um país ou continente para outros territórios, recorrendo aos meios de transporte para a sua concretização.

Embora a globalização do turismo seja evidente, contudo, o que representa do ponto de vista económico, social e político, torna-o uma atividade predominantemente regional, nacional e local. O turismo global é, na verdade, uma consequência de fatores locais, nacionais e ações regionais, sendo um importante instrumento para todos os governos no sentido de poderem eliminar a pobreza e aumentar o emprego e o crescimento económico, através da promoção dos destinos.

A globalização contribui, por um lado, para um forte incentivo à atividade turística, mas, por outro lado, é imprescindível ter em atenção os riscos que esta transporta para o setor que tem na sua base de sustentação uma caracterização única para cada destino turístico, que depende muito da situação económica, social e política vigente nos diversos territórios. Por isso, os fluxos turísticos no mundo variam muito de ano para ano, o que permite que a afluência seja variável entre países ou continentes.

O turismo e a globalização são dois fenómenos humanos cujas características se cruzam, quando são analisados ou comparados na perspetiva social, económica, cultural, política e espacial, quer à escala regional, nacional ou mesmo à escala global. Pantelescu e

State (2008:9) afirmam que “o turismo é um dos exemplos de globalização mais visível, porque as pessoas têm a possibilidade de gastar o seu tempo livre confortavelmente”.

A globalização tem uma influência considerável em várias áreas das sociedades contemporâneas, mormente a nível da educação, das famílias, da religião, das comunicações e da economia, onde se destaca o comércio, os negócios e as tecnologias de informação e comunicação.

Para muitos investigadores, a globalização é uma força motriz de um conjunto vasto de mudanças que estão a ocorrer no mundo e que têm transformado as sociedades modernas, devido à interdependência global a nível dos estados, proporcionando maior aproximação entre os territórios, pelo avanço da tecnologia e do desenvolvimento dos transportes.

A globalização como processo internacional tem provocado mudanças significativas em todos os ramos da vida social, política e económica, principalmente nos países do hemisfério Norte, considerados países ricos.

A economia global, como resultado do impacto da globalização, tem também promovido mutações que podem ser vistas especialmente na liberalização do comércio internacional, livre circulação de capital, força de trabalho e bens, assim como o fornecimento de serviços, quebrando eventuais barreiras. Como consequências destas transformações, o turismo beneficia através de maiores fluxos entre os diversos países que, ao abolirem as barreiras transfronteiriças, proporcionam a chegada de mais turistas e, por conseguinte, um contributo muito significativo para as economias nacionais.

## **1.1 A globalização**

Segundo Alberto Vieira (2017), o processo da globalização teve o seu início no século XIV com os Descobrimentos, período em que as trocas comerciais adquiriram uma dimensão mundial. Por isso, o berço da globalização terá começado na época dos Descobrimentos, quando os portugueses conseguiram ultrapassar as barreiras do mar ignoto – mar desconhecido (Devezas & Rodrigues, 2009). Por outro lado, não devemos olhar para a globalização como um fenómeno das sociedades contemporâneas, porque se considerarmos que esta começou no período dos Descobrimentos, logo, tem muitos séculos. A globalização entre o século XVI e XVIII era um processo de universalização do mundo, enquanto entre os séculos XIX e XX, surge o conceito de mundialização, como lógica do mundo constituído por inter-relações políticas e culturais. Posteriormente, este processo foi intensificado, em

muito, provocado pelo aumento das trocas comerciais entre os países europeus e as suas colónias espalhadas por todo o mundo e pelos movimentos de liberalismo económico, surgidos ao longo do século XIX. Na segunda metade do século XX, no rescaldo da Segunda Guerra Mundial, o fenómeno ganha novo ímpeto com o surgimento de diversas formas de integração económica, com destaque para a Comunidade Económica Europeia e a EFTA - Eastern Free Trade Association (Associação Europeia de Livre Comércio – bloco económico europeu), duas organizações nascidas na Europa do pós-guerra, assim como o desenvolvimento dos transportes e das comunicações.

Foi em 1989, com o fim da Guerra Fria que o termo globalização começa a ser mais utilizado, designando não apenas a mundialização da economia, mas também o intercâmbio cultural e a interdependência social e política a nível mundial. O que se verifica é que a globalização é um fenómeno que ao longo dos anos tem vindo a aperfeiçoar-se, com o avanço da tecnologia, desenvolvimento das indústrias e dos transportes, dos fluxos de capitais, de mercadorias, bens e serviços entre os vários territórios e a diferentes escalas.

Segundo McLuhan (1964:9) “a globalização está diretamente ligada à formação de uma aldeia global: foi ocasionada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte, que possibilitaram um fluxo maior de informações e pessoas. Esse processo gerou uma enorme rede ou teia de dependências mútuas entre todas as regiões do globo, possibilitando que as pessoas se intercomunicassem diretamente umas com as outras, independentemente da distância, como numa aldeia”.

A globalização consiste no crescimento da interdependência de todos os povos e países do mundo. McLuhan (1964) cunhou a expressão “aldeia global”, ao constatar o facto de a comunicação social aproximar todos, ficando o nosso planeta cada vez mais pequeno. Todos se conhecem, isto é, todos assistem a programas semelhantes na televisão e ficam a saber no mesmo dia o que ocorre no mundo inteiro, devido à evolução tecnológica, ao desenvolvimento das TIC e através das redes sociais, que também permitem os contactos entre os povos que estão a evoluir cada vez mais, devido ao avanço da Internet.

De acordo com Rodrick (Cit. por Dan, 2006:49) “a globalização é um processo que decorreu das seguintes etapas: a primeira, denominada da expansão mercantilista, que teve início em 1450, terminando em 1850; a segunda, caracterizada pelo expansionismo industrial-imperialista e colonialista, que decorreu entre 1850 a 1950; a terceira, que se inicia em 1960, foi acelerada pela desintegração da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) e do

sistema socialista do Leste Europeu, do fim da Guerra Fria, com a Queda do Muro de Berlim em 1989, das reformas da China em 1970 e da fragmentação da URSS, com a mudança de sistema político promovido por Mikael Gorbachev em 1991”.

Mais complexo e detalhado é o conceito de globalização definido por Held e McGrew (2001:12) que afirmam que “a globalização denota muito mais do que a ampliação de relações e atividades sociais atravessando regiões e fronteiras. É que ela sugere uma magnitude ou intensidade crescente de fluxos globais, de tal monta que os Estados e sociedades ficam cada vez mais enredados em sistemas mundiais de interação”.

Segundo Giddens (2001:57) “o Estado-Nação, enquanto fonte geradora de identidade, está a perder a sua importância em muitas regiões à medida que ocorrem mudanças políticas a nível nacional e global, enfraquecem o sentimento de pertença das pessoas face aos Estados em que vivem”. Para o mesmo autor a nível dos transformacionistas, os níveis atuais de globalização estão a fazer desaparecer as antigas fronteiras entre “interno” e “externo”, “local” e “internacional” e, por conseguinte, as sociedades, as instituições e as pessoas são forçadas a navegar em contextos em que as antigas estruturas foram abaladas. Em contraponto, aos hiperglobalizadores, os transformacionistas veem a globalização como um processo dinâmico e aberto, sujeito a influências e a mudanças que ocorrem ao nível dos países (Giddens, 2001:59).

De acordo com Al-Athamneh (2002), existem as seguintes dimensões da globalização: económica, que é a intensificação e ampliação das inter-relações económicas em todo o mundo. Ela abrange realidades como o surgimento de uma nova ordem económica global, a internacionalização do comércio e das finanças. Por outro lado, existe a militar, em que é definido como a intensificação e ampliação do poder militar em todo o mundo, através de vários meios de poder militar (armas militares nucleares, armas de radiação, simplesmente armas de destruição maciça).

A expansão da globalização está associada ao desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), das telecomunicações e intensificaram as interações dos povos de todo o mundo. O uso cada vez maior da Internet e dos telemóveis tem facilitado o aumento do processo da globalização, bem como a evolução da tecnologia e expansão da Internet têm ajudado o progresso da globalização e proporcionado às pessoas, a possibilidade de poderem interagir no momento, independentemente do lugar onde estejam.

A globalização é vista como um fluxo de imagens, informações e influências em dois sentidos, na medida em que há o emissor e o recetor. Face à situação complexa gerada pela globalização, os governos veem-se forçados a adotar uma postura mais ativa e virada para o futuro (Rosenau, 1997). “Graças à globalização, a forma como nos concebemos a nós próprios e a relação com as outras pessoas estão a ser profundamente alteradas” (Giddens, 2001:61).

Segundo Hirst e Thompson (2002), as características da globalização económica podem envolver o seguinte: empresas-multinacionais, investimentos estrangeiros diretos (IED), transformações nos mercados financeiros, como o aumento dos fluxos financeiros, integração de capital nacional com capital financeiro internacional, o carácter dos mercados, organização de mercadorias, produção e negócios, mudança para perspetivas globais, altos níveis de comércio (liberalizações comerciais) e mercados globais para muitos bens e serviços (facilitados pela internacionalização de produção, transporte e comunicações e infraestruturas).

No Tomo II da Obra Completa do Padre Manuel Antunes (2005:88) surge a expressão “é pela misericórdia que se realiza a melhor apreensão e compreensão do mundo e da vida: a apreensão e compreensão dos místicos”. Alerta, portanto, para a importância da misericórdia nas sociedades que pretendem desenvolver-se e serem solidárias, num contexto global. Coloca, também, a seguinte questão: Será possível reconciliar técnica e misericórdia? O autor responde que sim. Mas ao olharmos para o mundo, verificamos que na maior parte dos casos não é assim.

Para muitas sociedades, dominadas pelo poder económico, o que interessa é a técnica ser evoluída e que permita maior produção ou seja, o que interessa é o *Homo economicus*, o homem analisado pelo que produz e não por aquilo que é, sobrepondo-se, portanto, ao *Homo cultum/misericordiae*. Não obstante, o autor ao referir que “a conciliação da misericórdia e da técnica é uma possibilidade muito concreta, a sua reconciliação é um dever”. Com a expressão “acertar a mentalidade”, o Padre Manuel Antunes (2005:92) refere “é nesses momentos que se busca uma conceção global do mundo que responda a todas as questões, resolva todas as dúvidas e justifique todas as ações...”. Pretende alertar para a necessidade de as sociedades em conjunto responderem aos problemas que se colocam hoje, nomeadamente, as alterações climáticas que são globais.

Wolf (2001) sugere que apesar dos muitos fatores económicos, mudanças que ocorreram ao longo de um século, nem os mercados de bens e serviços, nem aqueles fatores de produção parecem muito mais integrados hoje do que eram há um século. Semelhante ao trabalho de Wolf (2001), Wong (2004) fornece a perspetiva da Malásia e o seu envolvimento com a globalização.

Para Wong (2004), a premissa central é que a Malásia como Estado-nação fornece uma anotação de que os estados continuarão a ser importantes, a desempenhar um papel importante, apesar da força aparente imparável da globalização. De acordo com Wong (2004), a globalização é um conceito multidimensional, no entanto, existe um amplo consenso na Malásia de que a globalização não é um conceito uniforme e tem efeitos de longo alcance na vida cotidiana dos malaios.

A globalização apresenta tendências que tendem a desestabilizar o estado tradicional principal, trazendo ao mesmo tempo e levando em consideração as características ou tendências dominantes do mundo (Adelabu, 2006).

Compreende-se que a globalização “não é um processo simples, é uma rede complexa de processos” (Giddens, 2006:24) que “criam, multiplicam, estendem e intensificam interdependências e intercâmbios à escala mundial enquanto, ao mesmo tempo, encorajam nas pessoas uma consequência crescente de ligações cada vez mais profundas entre o local e o longínquo” (Steger, 2006:22).

As mudanças resultantes da globalização na indústria do turismo e o seu impacto no desenvolvimento da atividade turística também são determinantes a nível mundial. “Fazer referência ao seu percurso histórico e ao seu percurso tempo/espço permite olhar a globalização num todo, isto porque devemos procurar compreender o passado por ele mesmo e o presente como resultado de transformações” (Silva, 2010:149).

Só existe globalização, porque há um conjunto de atores que atuam à escala mundial, embora uns tenham mais importância/influência do que outros, especificamente os Estados, as Empresas Transnacionais (ETN) e as organizações internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização Mundial de Comércio (OMC) e o Banco Mundial (BM) e que constam na figura 1.1.1.

Figura: 1.1.1 - Os atores da globalização



Fonte: Elaboração própria

Aos atores mencionados na figura 1.1.1 podemos adicionar as religiões globais, os movimentos e correntes globais, caso das migrações e dos produtos e marcas globais, que também têm contribuído para a adulteração de muitas culturas e *modus vivendi* de vários povos, assim como têm permitido um progresso da globalização comercial e financeira.

A globalização é um fenómeno à escala mundial que se caracteriza por envolver vários autores, nomeadamente, as Empresas Transnacionais (ETN), os Estados, as cidades globais e as Organizações Não Governamentais (ONG's) que atuam nos domínios da economia, das sociedades e dos espaços onde ocorrem as interligações a nível dos fluxos comerciais, de capitais, de bens e serviços, cuja expansão está associada ao desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação e dos próprios meios de transporte. Estes progressos das telecomunicações e dos transportes facilitam os fluxos de tráfego e respetivos ritmos de deslocação e, por conseguinte, a diminuição da distância-tempo e da distância-custo entre os territórios. É, portanto, um processo de reorganização e evolução do mundo que continua a influenciar toda a atividade humana na face da Terra.

O processo de globalização envolve não apenas uma disseminação geográfica de alto nível das atividades económicas, mas também integrações funcionais profundas das atividades económicas nos níveis local e regional (Dicken, 2011).

A contribuição da globalização em termos económicos, políticos e culturais também afeta a evolução do turismo com o aumento de viagens a nível nacional ou internacional.

A globalização está a mudar a forma como o mundo se apresenta e também o modo como olhamos para o mundo. Se adotarmos uma perspetiva global, tornamo-nos mais conscientes dos laços que nos ligam às pessoas de outras sociedades, independentemente do grau de desenvolvimento de cada país.

Não nos devemos preocupar apenas com os problemas que ocorrem na nossa região, mas sim numa perspetiva global, ou seja, o nosso comportamento num local poderá afetar o mundo e nesta circunstância, passamos a verificar que os efeitos dos problemas regionais são refletidos cada vez mais a nível global. Por outro lado, o que acontece noutros pontos do mundo, também irá refletir-se na nossa região ou país, pois há uma conexão entre os territórios, seja através da ação humana ou da própria natureza. Destacamos o fenómeno das alterações climáticas que estão a afetar todos os países do mundo e mesmo a atual pandemia do SARS-COV-2, adiante designada de COVID-19, que se propagou sem que o homem tivesse conhecimento ou formas de a controlar.

As Organizações Intergovernamentais (OIG's) e as Organizações Não Governamentais (ONG's) também têm contribuído para o progresso da globalização na medida em que os Estados em cooperação com as organizações de cariz solidário apresentam intervenções a nível mundial (caso dos Médicos Sem Fronteira, da Cruz Vermelha e da Greenpeace) que têm permitido aproximar os povos e promovido uma maior ajuda internacional, designadamente, nos países em desenvolvimento, esbatendo as assimetrias a nível mundial.

A responsabilidade social não termina nas fronteiras, mas prolonga-se para além delas. Verificamos hoje que a comunidade internacional tem agido de forma direta ou indireta em situações de crise ou de guerras civis entre grupos étnicos de modo a protegerem a integridade física das pessoas ou a defesa dos Direitos Humanos, consagrados pela ONU.

No entanto, a globalização tem vantagens e desvantagens (vide tabela 1.1.1) se considerarmos as suas dimensões sociais, culturais e políticas, em função do grau de desenvolvimento de cada país, porque existe um fosso de desigualdades entre os países ricos e os países pobres, depende, portanto, como os Estados estão organizados e se relacionam.

Tabela: 1.1.1 - Vantagens e desvantagens da globalização

Globalização	
Vantagens	Desvantagens
Facilidade de trocas a nível mundial	Assimetrias a nível mundial
Gera empregos	Desemprego a longo prazo
Difusão de culturas pelo mundo	Destruição da cultura nacional
Maior mercado para as empresas	Soberania nacional
Maior qualidade e menor custo de produção e serviços	Interferências nas culturas a nível local

Fonte: Elaboração a partir de Morin (2015).

No âmbito das relações internacionais, o padrão/argumento sobre o impacto da globalização no Estado-nação presume que o novo mundo globalizado pela economia, permite que as empresas e os mercados aloquem os fatores de produção para a sua maior vantagem, sem distorções das intervenções estatais (Hirst & Thompson, 1999). A globalização proporcionou a abertura das economias e das fronteiras, resultante do crescimento das trocas comerciais e dos movimentos de capitais, da circulação das pessoas e das ideias, da divulgação da informação, dos conhecimentos e das técnicas. Verifica-se uma articulação entre os territórios, através das ETN que contribuem para o crescimento e desenvolvimento económico dos países e da cooperação entre os Estados, mormente os mais ricos. As assimetrias entre os países ricos e os países em desenvolvimento, são ainda muito acentuadas, porque não há solidariedade entre os países ricos e os países pobres e estes ficam marginalizados no sistema-mundo em que vivemos.

Nas palavras de Misra (2012:5), “a globalização é a integração de economias e sociedades por meio de fluxos de informações, ideias, tecnologias, bens, serviços, capital, finanças e pessoas entre países. A globalização visa principalmente a homogeneização de vários setores (políticos e socioeconómicos) do globo”. Existem vantagens e desvantagens da globalização (Al-Mutairi, 2013). Uma das vantagens da globalização é aprender sobre a cultura dos povos, se beneficia das experiências dos países desenvolvidos, acompanhar a civilização e evolução da tecnologia e se abrir às civilizações de outros países, evidenciando a importância do progresso tecnológico como justificação para aceitar a globalização.

A globalização alterou os comportamentos dos governos, das culturas, da política e do desenvolvimento económico em muitos países do mundo. Egbon em Akani (2012:93) afirma que “a globalização tem dois significados, como fenómeno e como teoria do desenvolvimento económico. No contexto de um fenómeno, a globalização traduz-se numa maior interdependência entre diferentes regiões e países do mundo em termos de finanças, comércio e comunicação. Como teoria do desenvolvimento económico, a globalização pressupõe que um nível maior de integração esteja ocorrendo entre diferentes regiões do mundo e que essa integração esteja a ter um impacto importante no crescimento económico e nos indicadores sociais”.

A globalização é a abertura de fronteiras, crescimento de todos os tipos de transporte, especialmente tráfego aéreo, a Internet e aumento do número de pessoas que podem tirar férias e viajar fora das fronteiras nacionais, todos influenciaram o fortalecimento das relações internacionais do turismo doméstico (Nedeljković *et al.*, 2013).

Para Morin (2015:68), a globalização significa “a extensão e a ampliação de um processo de intercomunicações, interdependências e essa ampliação, cria uma igualdade de natureza global. Há interações permanentes entre as nações incluídas e a realidade global. O global muda o local, mas um evento local, como o ataque às duas torres de Manhattan, afeta a igualdade global. A igualdade global intervém não apenas nos territórios, na economia, na sociologia das nações, mas em cada um de nós individualmente”.

Morin (2015) alerta para o fosso acentuado que tende a surgir entre os países ricos de economia capitalista e os países pobres, de economia fechada e com muitas carências a nível da educação, da alimentação, da saúde e com dívidas externas elevadas. A economia global também está completamente fora de controlo. “Ao contrário do que a maioria dos economistas oficiais previa antes de 2008, a economia pode estar sujeita a sérias crises, cujas consequências desconhecemos” (Morin, 2015:74).

De acordo com a literatura sobre a globalização, verifica-se que esta tem aspetos positivos, mas também evidencia alguns aspetos negativos e, por isso, alguns investigadores defendem uma terceira via. “A globalização acaba por sugerir um ponto de equilíbrio, uma terceira via atenuante dos efeitos negativos de dois poderosos movimentos da cultura humana: o fechamento num horizonte restrito de compreensão e de vivência da relação com a humanidade e com o cosmos; e um movimento globalista, homogeneizante dos valores e

dos produtos e, no limite, detrator das peculiaridades das culturas” (cf. Franco, Empreendipédia, 2019:384-385).

## **1.2 O turismo e a globalização**

O turismo é um bom exemplo da globalização, porque proporciona às pessoas a possibilidade de se deslocarem, recorrendo a vários meios de transporte, para conhecerem outros territórios e ocuparem o seu tempo de ócio. Além disso, muitas empresas acham que a globalização influencia o tráfego aéreo que está a crescer exponencialmente (o tempo que leva para chegar ao destino é mais curto, o que conduz a mais tempo gasto no próprio local turístico), as fronteiras abriram, assim como o mercado livre. A globalização tem aberto novas possibilidades para o desenvolvimento do turismo, através do avanço da tecnologia eletrónica, da comunicação e do transporte. A Internet, meio de comunicação rápida e com custos menores de viagens aéreas, está a tornar-se mais importante nos dias de hoje. A Internet reduziu drasticamente os custos, ao diminuir a importância dos intermediários, tornando-se numa das mais procuradas vantagens de acomodação confortável. No geral, muitos autores concordam que a globalização aumentou a interdependência das economias, dos países e das pessoas. Esta interdependência não inclui só as grandes empresas, mas também as pequenas e médias empresas e as próprias empresas familiares, que também têm influência na mobilidade de pessoas a nível global.

A globalização da indústria turística conduziu à fragmentação do sistema produtivo do turismo (Novak, Petit & Sahli, 2010) e à transnacionalização das estruturas de propriedade, dos acordos de comercialização, da subcontratação de serviços e da transferência de conhecimento (Hjaläger, 2007).

Como resultado do aumento da interconetividade global, as diferenças entre os espaços cotidianos e os locais de turismo tornaram-se cada vez menos claros. Turistas, objetos e informações compõem as paisagens turísticas de forma não linear e bilateral: turistas e imagens viajam de mercados geradores (que também são destinos em si mesmos) para regiões de destino (que também geram fluxos) e vice-versa (Franklin 2003; Van der Duim 2007).

A globalização, que é inquestionavelmente um dos processos principais para entender o espírito dos tempos em que vivemos (Tripković, 2000), está constantemente ameaçando a diversidade cultural (Padežanin, 2011). A diversidade cultural é um dos principais recursos

do turismo, que se prevê ganhar a sua importância (Reisinger, 2009), por isso, é paradoxal que a indústria do turismo seja um dos “motores” da tendência globalizadora contemporânea dominante (Padežanin, 2011).

A globalização é uma componente inseparável do ambiente turístico e a necessidade de inovação, gerada entre todos os agentes participantes no processo, é condição necessária para a sobrevivência e desenvolvimento das componentes empresarial e institucional (Etgar, 2008; Williams & Shaw, 2011). “Estes aspetos remetem para um processo abrangente de comercialização da esfera social, além das fronteiras económicas, e que, se por um lado, tornou o mundo mais monótono e menos atrativo, por outro, levou à ascensão de novas formas culturais (híbridas e “glocalizadas” de explorar potenciais turísticos” (Cohen, 2012:104).

Podemos afirmar que uma das atividades económicas mais importantes no processo de globalização é o turismo, pelo movimento de pessoas que provoca a nível mundial e pelo volume de negócios que proporciona. Esta visão está relacionada com o “turismo de massas”, considerada uma das manifestações visíveis da globalização, para que o desenvolvimento do turismo possa ser visto em todas as suas dimensões dos processos: económico, social, cultural e até político (Halowiecka *et al.*, 2011). Os mesmos autores, com base no enorme significado do turismo na economia global, enfatizam a importância e popularidade de pesquisar essas relações, particularmente, ligado à dependência económica entre turismo e globalização a nível global ou regional.

A globalização do turismo é o resultado da mesma política e fatores económicos que podem ser identificados noutros setores de atividade. O surgimento de um sistema económico mundial é apoiado por mudanças sociais na tecnologia da informação e nos media (Spirou, 2011).

Conforme elaborado por Cohen (2012:105), “o turismo ajudou a criar o moderno sistema de transporte global, através do qual os destinos remotos se tornaram fácil e rapidamente acessíveis e também, contribuiu para o surgimento de infraestruturas, como aeroportos, hotéis e *resorts*, assim como os governos simplificaram cada vez mais os procedimentos formais para facilitar o processamento de um número crescente de turistas”.

Sendo a globalização um fenómeno integral, afetou quase todas as esferas da vida social e económica, particularmente no período do pós-guerra. A economia global, como dimensão específica da globalização, desencadeou várias mudanças, primeiro na

liberalização do comércio internacional, concorrência, livre circulação de capital, investimentos e força de trabalho, etc. Esse fenómeno mundial é a remoção de barreiras para fluxos de capital, bens financeiros e de investimento (Vukadinović *et al.*, 2013).

A globalização abertura de fronteiras, crescimento de todos os tipos de transporte, especialmente tráfego aéreo, a Internet e o aumento do número de pessoas que podem tirar férias e viajar fora das fronteiras nacionais, todos influenciaram o fortalecimento das relações internacionais do turismo doméstico (Nedeljković *et al.*, 2013).

Em relação à pesquisa e teoria, o turismo destaca-se como exemplo de uma influência muito forte da globalização. Existe um determinado número de características que influenciam a globalização no desenvolvimento do turismo, como por exemplo o progresso e a transferência de tecnologia, transportes eficientes a nível dos viajantes, fronteiras abertas, entre outros fatores.

A globalização existe não apenas no lado da oferta do turismo, mas também define a procura cada vez mais interconectada do turismo em todo o mundo. “Os países estão vinculados por fortes laços económicos através de atividades turísticas, como a procura turística, mostrando interligações entre países, porque a importância da indústria para a dependência de mão-de-obra intensiva e a inter-relação do setor de turismo, com outros setores económicos, sem recorrer a grandes capitais ou investimentos avançados em equipamento técnico, requerido por serviços ou indústrias” (Lanfranchi *et al.*, 2014:27).

O turismo é considerado uma indústria cada vez mais importante dentro da economia global, nomeadamente a nível do “turismo de massas”. Os processos de globalização começaram com as mudanças no campo dos transportes, das comunicações, das TIC e da Internet, que no seu conjunto exercem um forte impacto sobre o desenvolvimento do turismo à escala mundial. “O rápido desenvolvimento da tecnologia impõe a tese de que a sociedade do futuro com certeza será uma sociedade baseada no conhecimento” (Zotic, Alexandru & Dezsi, 2014:91), mas também o dilema de que a mobilidade virtual poderia substituir a mobilidade física e a mobilidade de experiências da vida real no futuro.

Segundo Dujmović e Vitasović (2015:55) “o desenvolvimento do turismo urbano contemporâneo contribuiu especialmente para a mudança de fronteiras entre destino turístico, local de trabalho e local de residência, contribuindo para a interseção da vida e do trabalho cotidiano com atividades turísticas”. Este facto está relacionado com a maior concentração dos alojamentos turísticos e das atividades conexas ao setor nas cidades, assim

como a maior oferta de produtos e recursos turísticos, principalmente aqueles que estão associados ao património construído. Portanto, o turismo é considerado uma atividade de lazer com dimensões económicas, sociais e culturais, caracterizada pela beleza, clima, costumes, tradições e civilizações do povo (Hamidato, 2015).

A globalização pode ser geralmente definida como um processo global, de acordo com Bunghez (2016), como um fator externo do potencial desenvolvimento da região. A globalização tem muitas dimensões, nomeadamente económica, cultural e política, que no seu conjunto influenciam o desenvolvimento de tendências no turismo. A importância do turismo no processo de globalização é especificada por Botlik *et al.*, (2016), como sendo “uma das 12 megatendências, de acordo com a WTO (2016), que afetará o turismo internacional nos próximos anos a nível da promoção do turismo de saúde, ambiental, cultural, temático e de aventura”. A globalização afeta as tendências do turismo do lado da procura e também do lado da oferta, porque ainda existem poucos estudos académicos sobre esta temática.

A globalização abriu possibilidades completamente novas para o desenvolvimento em geral e dos mercados de turismo em particular. Podemos afirmar que a globalização tem um papel crucial no crescimento do turismo internacional no mercado mundial. A contribuição da globalização em termos económicos, políticos e culturais também afeta positivamente a evolução do turismo com o aumento de viagens, quer a nível nacional, quer internacional.

Numa visão mais específica, e pela importância económica e social do setor do turismo, este fenómeno é mais frequente nos destinos dos países desenvolvidos, principalmente no hemisfério Norte, que dependem da atividade turística para desenvolverem as suas infraestruturas básicas e dinamizar a própria economia. Na verdade, em muitos casos, as marcas internacionais desempenham um papel fundamental na afirmação dos destinos turístico, particularmente nas economias emergentes, sendo por isso, também um dos reflexos da globalização. São um sinal de confiança para os turistas, porque garantem um determinado nível de serviço e de assistência que seria difícil de assegurar caso estas não existissem. Paralelamente, também se assiste à presença das mesmas marcas internacionais em destinos que se encontram no estágio de maturação e reconhecidos internacionalmente. Deste modo, muitas vezes a sua existência é, para as autoridades nacionais responsáveis, um argumento de reconhecimento da qualidade das suas ofertas turísticas nos respetivos destinos. No entanto, é necessário que nos questionemos sobre a

real importância da presença de marcas internacionais num destino turístico maduro. Não podemos esquecer que as marcas, assim como entram, também abandonam um destino, deixando desprotegidos quer os promotores, quer as autoridades que gerem os próprios países. Podem também, contribuir para o declínio de determinados destinos turísticos.

Perante as tendências emergentes do setor, onde se assiste, por oposição à globalização, a uma valorização do que é especificamente local, ou seja, do reconhecimento da experiência e da vivência real dos destinos, a escolha do visitante, cada vez mais, é feita segundo parâmetros de ligações sustentáveis e não, simplesmente, por categorias de motivações. Nos destinos consolidados (maduros) onde a segurança individual é um pressuposto garantido, as marcas internacionais não podem ser encaradas como a “certificação” e a “acreditação” do mesmo nos mercados turísticos. No entanto, as especificidades locais, se devidamente trabalhadas e credibilizadas nos mercados, podem ser responsáveis pelo sucesso, contrariando a oferta padronizada, previamente definida e previsível, fomentada pelas grandes marcas internacionais. Nestas circunstâncias, o empreendedorismo turístico pode ajudar a resolver problemas de natureza económica.

As mudanças globais afetaram quase todos os segmentos das nossas vidas, incluindo a vida social, política, cultural e a própria economia. Transformações globais na economia manifestam-se através da anulação de praticamente todas as barreiras, que resultaram na liberalização do comércio internacional, concorrência, livre circulação de pessoas e de capital, independentemente das fronteiras. Como o turismo é uma atividade cada vez mais importante no mundo, todas as mutações refletem-se neste setor, que pode ser visto em todas as dimensões das mudanças globais, particularmente os riscos naturais e as epidemias, como está a acontecer com o COVID-19.

O turismo é um bom exemplo do forte impacto que a globalização tem, nomeadamente, quando se olha para o desenvolvimento das tecnologias da informação, comunicação e dos transportes. Como exemplo do rápido crescimento, o seu papel é cada vez mais importante no mercado mundial, designadamente no turismo, onde se verifica um impacto mais significativo noutras indústrias, que estejam, direta ou indiretamente, relacionadas com este setor de atividade. As viagens e a globalização são uma força legitimamente poderosa e única para promover mudanças políticas, sociais e culturais em todo o mundo. Há quem defenda que a globalização resultou na expansão da indústria do

turismo pelas diversas partes do mundo, tendo a globalização afetado as mudanças culturais, sociais e económicas das sociedades, à medida que o turismo se foi afirmando.

Atualmente, assiste-se a uma alteração do paradigma turístico, não só do lado da procura, mas também do lado da oferta. A “Aldeia Global” está a ser questionada, não só nas suas virtudes, mas também em termos de governabilidade. O desenvolvimento de atividades turísticas em áreas de fronteira entre países está intimamente relacionado ao conceito de cooperação transfronteiriça (Studzieniecki *et al.*, 2016).

Para Aldbur (2016:26), “o turismo experimentou um crescimento contínuo e um aprofundamento num dos setores económicos que mais crescem na diversificação mundial, para se tornar vinculado ao desenvolvimento e englobar um número crescente de novos destinos”.

Com uma procura turística cada vez mais sofisticada, informada e responsável, a tendência no futuro é dar prioridade aos negócios de inspiração local, devendo por isso, as marcas globais reverem a sua estratégia de expansão e implantação nos territórios. Há muito que o turismo é reivindicado como uma força crucial que molda a globalização, enquanto os desenvolvimentos do setor de turismo, por sua vez, estão sob as influências da crescente interdependência em todo o mundo, à medida que a globalização avança, os países de destino tornam-se cada vez mais suscetíveis a eventos locais e globais (Song *et al.*, 2017).

Num mundo globalizado, os fluxos turísticos flutuam em resposta a uma variedade de fatores socioeconómicos e ambientais das regiões, o que complica a gestão do turismo por dificultar a previsão de oferta e procura (Albrecht 2013; Von Bergner & Lohmann 2014; Liu *et al.* 2015; Van der Zee & Vanneste 2015; Song, Li & Cao 2017). Como o turismo é uma atividade económica que depende muito da conjuntura nacional de cada país e da estabilidade política e social dos destinos, a sua inconstância pode conduzir a vários tipos de vulnerabilidades.

Globalmente, o turismo está a crescer, gerando complexas redes com o poder económico em expansão, que consome recursos cada vez maiores (Glaesser *et al.*, 2017; Song, Li & Cao 2017; Higham & Miller 2018). A globalização do turismo está aumentando a interdependência entre enviar sistemas (áreas de suprimentos, origens, partidas) e receção de sistemas (áreas de procura, destinos e chegadas) em todo o mundo, contribuindo para os laços socioeconómicos e ambientais das regiões (Von Bergner & Lohmann 2014; Dwyer 2015; Van der Zee & Vanneste 2015; Glaesser *et al.* 2017).

Hoje, os processos de globalização aumentaram a mobilidade física e virtual entre os vários países, introduzindo novos termos de entrar em culturas únicas, em muitas sociedades do mundo e uma das principais formas pelas quais isso acontece é através do turismo. O resultado é uma tensão única entre, por um lado, o nosso desejo de “preservar o passado” para evitar esquecer quem somos, que corre o risco de nostalgia e evolução de outro e, por outro, o impulso modernista de “torná-lo novo!” que defende graus variados de abandonar e desacreditar o passado pelos avanços percebidos da infraestrutura moderna e tecnológica (Xanthakou, 2018).

A globalização na indústria do turismo foi influenciada pelo desenvolvimento da tecnologia, porque ao simplificar as viagens, amplia a sua segurança, ajudou a aumentar o número de turistas no turismo doméstico e internacional e também contribuiu para a unificação dos serviços de turismo e a melhoria da sua qualidade (Dorobantu *et al.*, 2019).

Analisando a dimensão turística, a globalização tem contribuído de forma muito significativa para a afirmação do turismo a nível internacional, onde os fluxos turísticos à escala mundial são cada vez mais importantes, para percebermos o peso que este setor tem na própria globalização.

A União Europeia teve que implementar medidas intrínsecas ao “Acordo de Schengen”, convenção que assenta sobre uma política de livre circulação de pessoas no espaço geográfico da Europa, continente que em 2019 recebeu 710 milhões de turistas ou seja 52 % do turismo mundial (WTO, 2020).

### **1.3 Indicadores do turismo internacional**

Os indicadores do turismo são elementos quantitativos fundamentais para a compreensão do fenómeno turístico de qualquer país ou região do mundo. Neste sentido, verificou-se que em 2018 (WTO), os 10 principais destinos turísticos do mundo apresentaram um valor global de 577 milhões de turistas, como está evidenciado na tabela 1.1.3.2, por ordem decrescente.

Tabela: 1.1.3.2 - Os 10 principais destinos turísticos do mundo em termos de chegadas

Países	Valores em milhões
França	89
Espanha	83
EUA	80
China	63
Itália	62
Turquia	46
México	41
Alemanha	39
Tailândia	38
Reino Unido	36

Fonte: Elaborado a partir de dados da WTO (2019)

A Ásia, o Pacífico e África lideraram o crescimento das chegadas com um aumento de 7% em 2018, ao mesmo tempo que a Ásia, o Pacífico e a Europa, desfrutaram de um crescimento acima da média dos rendimentos por tipos de turismo.

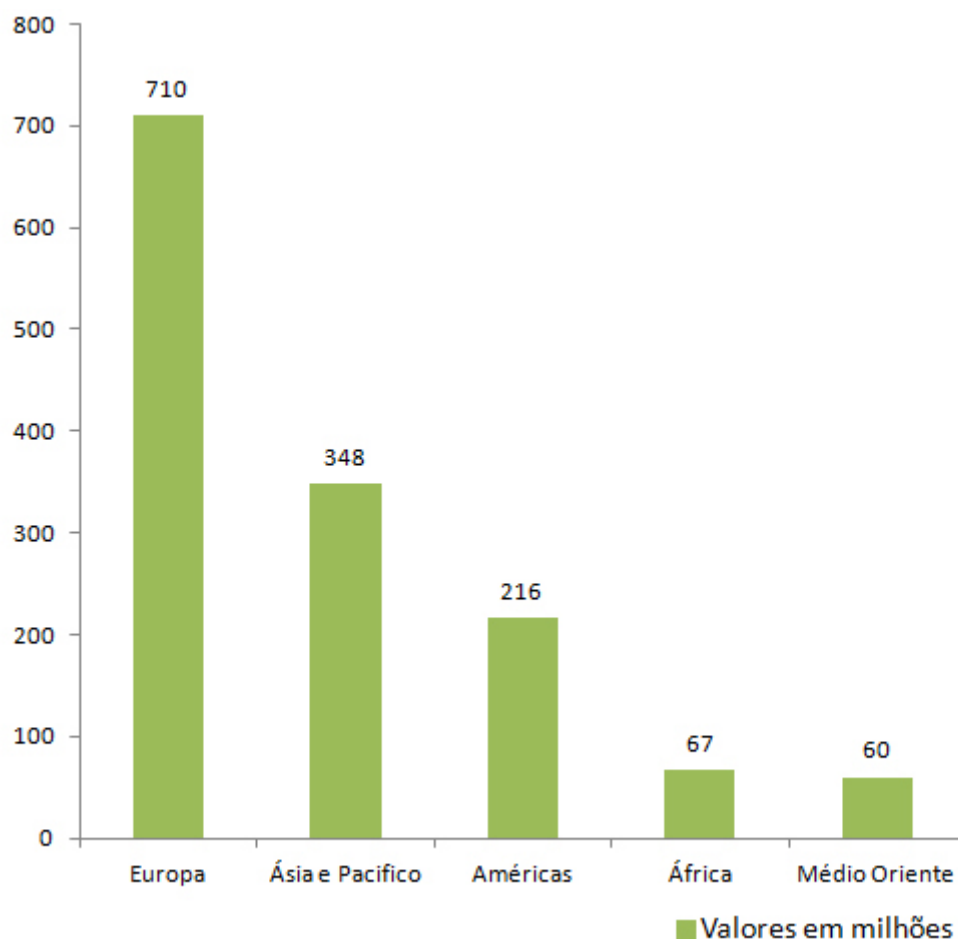
No ranking dos dez principais países do mundo em termos de receitas, no ano de 2018, o primeiro lugar foi ocupado pelos Estados Unidos da América. Verifica-se que o Japão entrou neste grupo de dez países, após sete anos de um crescimento continuado de dois dígitos.

A China continuou a ser o país com maior despesa do mundo, com 277.000 milhões de dólares gastos em turismo internacional em 2018, o equivalente a uma quinta parte da despesa turística internacional, seguida dos Estados Unidos da América. Verificou-se que 58% do total dos turistas internacionais chegaram aos seus destinos por via aérea e que a percentagem das viagens aéreas aumentou de 46% em 2000 para 58% em 2018.

As viagens de lazer são o propósito principal da visita em todas as regiões do mundo, exceto no Médio Oriente, onde predominam as viagens para visitar amigos e familiares ou para fins de saúde ou religiosos. A proporção da população mundial que requer um visto tradicional diminuiu de 75% em 1980 para 53% em 2018.

Segundo a ONU, em 2020, o Covid-19 destruiu as chegadas dos turistas aos vários destinos, atingindo níveis de 1990, com redução de 72% nos primeiros 10 meses, devido às restrições de viagens, pouca confiança do consumidor e também ao combate global para conter o vírus, sendo o pior ano da história do setor a nível mundial.

Gráfico: 1.3.1 - Distribuição geográfica das chegadas de turistas a nível mundial - 2019



Fonte: Elaborado a partir de dados da WTO (2019)

Em termos de afluência dos turistas às regiões geográficas do mundo, incluindo continentes, verificou-se em 2018 um total de 1,4 mil milhões de chegadas, onde destacamos a Europa como destino mais representativo, com 710 milhões de chegadas (vide gráfico 1.3.1), seguindo-se a Ásia e Pacífico, com 348 milhões, as Américas, com 216, a África, com 67 e o Médio Oriente, com 60 milhões de chegadas.

## Conclusão

A globalização move-se, por um lado, como um forte incentivo à atividade turística, mas, por outro lado, é imprescindível ter em atenção os riscos que esta transporta para o setor do turismo, que tem, na sua base de sustentação, a dinamização e a diversidade, uma caracterização específica para cada destino turístico à escala mundial.

Muitos países têm vindo a afirmar-se economicamente no mundo, devido aos contributos da globalização e o que temos assistido em muitos destinos, principalmente no Hemisfério Sul, onde se encontram a maior parte dos países mais pobres, é a sua transformação em *resorts* dos países mais ricos, particularmente os mais exóticos, como é o caso da Tanzânia, do Quênia, Moçambique e mesmo o Arquipélago de Cabo Verde.

O turismo não poderá existir como fenómeno humano, sem apresentar referências em relação aos aspetos que o caracterizam, mormente, as sociedades dos diversos destinos turísticos, o seu património histórico-cultural, o património natural, a economia, a política e as comunicações. A globalização também partilha de todas estas dimensões e, por isso, os dois fenómenos humanos estão interligados e, quando o turismo se desenvolve em territórios pela primeira vez, isto significa que assistimos, também, a uma expansão da globalização.

A globalização é um processo de difusão do modelo liberal de economia de mercado, da intensificação das trocas comerciais de diversa natureza à escala mundial, da concorrência acrescida/competição feroz entre empresas, da crescente importância das ETN como atores do processo de globalização e do domínio das trocas consideradas transnacionais e intra-empresariais, onde os fluxos turísticos são parte integrante desta realidade à escala mundial.

Os processos de globalização que vêm provocando mudanças na economia global, particularmente nas indústrias relacionadas com o turismo, afetam o crescimento do turismo, nomeadamente no “turismo de massas”. O desenvolvimento e o progresso do turismo também produzem transformações que exercem enormes impactos nas indústrias relacionadas com este setor. Nesse sentido, a visão do turismo como consequência da economia fez com que o desenvolvimento evoluísse para uma nova visão do turismo, ou seja, como fator de progresso económico em muitos países do mundo. Enquanto, a maior parte dos países do Sul continuam a aguardar as suas oportunidades em relação às atividades turísticas, para se poderem desenvolver, transformando os seus recursos naturais e humanizados em produtos e recursos turísticos, atraindo assim, turistas que podem permitir o progresso dos seus territórios. Os impactos da globalização do turismo promovem em muitos países a desigualdade entre os povos, na medida em que há sempre grupos de pessoas que ficam à margem dos lucros do setor e também alheados dos postos de trabalho que possam surgir nos territórios turísticos.

A Europa continua a ser a zona do mundo que recebe mais turistas, representando 52% do total, que em 2018 foi de 1,4 mil milhões (WTO, 2019), esta afluência estará provavelmente relacionada com a posição geográfica do continente europeu, com o seu passado histórico e a diversidade de produtos e recursos turísticos que tem para oferecer a quem a visita, assim como ser constituída por países desenvolvidos.

O impacto do desenvolvimento dos transportes tem vindo a poluir o mundo e, por isso, é necessária uma apologia ao uso das energias renováveis nos diversos meios de transporte, reduzindo os clorofluorcarbonetos (CFC) na atmosfera e, por conseguinte, impedir a diminuição da camada do ozono, evitando o aumento da temperatura à escala global. Esta realidade pode trazer problemas no futuro aos destinos turísticos internacionais.

A concretização de muitas ações e medidas que foram abordadas neste capítulo só poderão ser uma realidade, se o turismo for estudado de forma profunda, avaliado às várias escalas territoriais e, se os governantes adotarem políticas públicas específicas para este setor, onde esteja subjacente a aplicação de modelos de avaliação em turismo, para fazer uma monitorização periódica deste fenómeno. As questões da sustentabilidade também estão diretamente ligadas ao setor turístico, na medida em que muitos destinos são procurados por oferecerem recursos e produtos ligados à natureza, como acontece em relação à Madeira, com as levadas e as veredas (pedestrianismo). Por estas razões invocadas, o próximo capítulo aborda a importância do turismo para o desenvolvimento dos territórios, as políticas públicas como vetores orientadores e a problemática da sustentabilidade como substância fundamental para a planificação do setor do turismo a curto, médio e longo prazo.



## **CAPÍTULO 2**

### **Turismo, políticas públicas e sustentabilidade**



## **Introdução**

Neste segundo capítulo serão abordados diversos conceitos de turismo, na visão dos investigadores, visto que este setor é transversal a várias ciências do conhecimento, assim como influencia de forma direta ou indireta outros setores da economia que lhe estão associados. É realçada a importância das políticas públicas na dinamização das atividades turísticas nos territórios que dependem do turismo, pois estas podem ser entendidas como ferramentas governamentais, sobretudo em relação ao planeamento, pelas quais são elaboradas regras, estratégias e metas para atingir determinados objetivos que são materializados sobre o território.

É abordado ainda, o conceito de turismo sustentável e condições de aplicabilidade ao nível do território e apresentação de estudos relacionados com esta problemática. O turismo sustentável é visto como um fator determinante na afirmação dos destinos turísticos, principalmente em áreas geográficas caracterizadas por um número elevado de recursos naturais, assim como dispõem de excelentes condições ecológicas importantes para a dinamização das atividades turísticas.

A adoção de uma estratégia política de desenvolvimento sustentável exige a definição clara de objetivos políticos e estratégicos que permitam equacionar uma política de desenvolvimento turístico sustentado, bem como estar munida dos mecanismos conducentes à sua implementação e por essa razão, também são enquadráveis no modelo de avaliação proposto nesta investigação, bem como as políticas públicas adotadas pelos governantes vão refletir-se nos resultados do Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT).

### **2.1 Conceitos de turismo**

O turismo é considerado um setor colateral ao conhecimento, uma vez que encerra em si uma enorme diversidade de saberes que pertencem a diversas áreas ligadas direta ou indiretamente às atividades turísticas. Por isso, muitos autores defendem que o turismo é um setor que ajuda a resolver problemas e promove o seu incremento nos países desenvolvidos ou em vias de desenvolvimento, onde a interdisciplinaridade é uma realidade concreta.

O sucesso da atividade turística não pode ser analisado de forma isolada, uma vez que está diretamente relacionado com o desempenho de organizações e de outros setores económicos, tais como: a energia, os transportes e as telecomunicações, e sociais, como: governo, empresas, organizações não-governamentais, associações e outras instituições.

Leiper (1990) entende que o turismo deve ser definido da seguinte forma: conjunto de ideias, de teorias ou ideologias de ser turista, sendo o comportamento de pessoas dentro das regras do turismo, quando as ideias são postas em prática. Ainda segundo Leiper (1990) para muitas pessoas o turismo é uma forma especial de lazer, pois reúne um conjunto diversificado de atributos diferentes de outras atividades de lazer e experiências. Simmons e Leiper (1993) concluem que o turismo é o comportamento do turista (Moore *et al.*, 1995).

Para Beni (1998), o turismo pode ser definido como a ciência, a arte e atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer as suas necessidades e desejos. Ainda segundo Beni, “o turismo é o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz as suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, económico e sociocultural da área recetora” (Beni, 1998:36).

Porque o turismo é um fenómeno humano, social, cultural, histórico, geográfico e económico, é difícil encontrar-se um conceito unânime e unificador. Cada autor e/ou investigador, que se debruce sobre este setor, define o turismo em função da área científica a que pertence e de acordo com a visão que tem das atividades turísticas e de todas as suas envolvências.

Para Sinclair (1998), o turismo é um produto composto por transporte, alojamento, restauração, entretenimento, recursos naturais, outras instalações e serviços tais como, lojas e circulação de moeda. Para este autor, é útil considerar que o turismo não é uma indústria de *per si*, mas antes uma junção de indústrias e mercados inter-relacionados, localizados quer nos países ricos, quer nos países em desenvolvimento.

Os economistas definem o turismo como um setor económico que está dependente da lei da oferta e da procura dos destinos turísticos e do contributo do valor acrescentado para a economia. O turismo também é definido por possuir um conjunto de atividades que se desenrolam num dado lugar pelas pessoas ligadas diretamente ao turismo (empresários) e pelos clientes (turistas) que consomem os produtos que esse lugar oferece. Os sociólogos percecionam o turismo como o setor social que contribui para a satisfação das necessidades das populações autóctones e dos próprios turistas. Para os geógrafos, o turismo é um fenómeno territorial segundo o qual existe um território de origem (mercado) e outro de destino ou de receção, abordando também o transporte como fator imprescindível na afirmação do setor. Os biólogos observam o turismo como um fenómeno que transforma os

ecossistemas, reconhecendo, por vezes, maiores impactos negativos do que positivos no meio ambiente. Do ponto de vista cultural e histórico, o turismo é visto como um setor que depende da identidade cultural de cada povo ou da identificação dos hábitos, costumes e tradições da população que habita os territórios turísticos (Cunha, 2001).

Em muitas regiões do mundo, o turismo tornou-se num fator determinante para a recuperação económica, social e cultural desses destinos. De facto, “o turismo, graças ao seu interesse económico e sociocultural, é um importante sustentáculo para a economia e desenvolvimento de muitas regiões, dado que proporciona o surgimento de um conjunto de atividades muito evidentes e, por isso, os governos regionais e locais, interessados em promover o desenvolvimento local e regional, veem, no turismo, um forte aliado na procura desse desenvolvimento ambicionado” (Silveira, 2002:87).

O turismo é, por conseguinte, um fenómeno de “massas” que provoca mutações ao nível geográfico, económico, social e cultural, oferecendo um contributo positivo para a balança comercial de muitos países ou regiões. Este setor é considerado o mais globalizado, pois a produção e o consumo dos serviços do turismo acontecem numa perspetiva global. Essa globalização, segundo Beni (2003), o turismo resulta dos seguintes fatores:

- Aumento da liberalização do comércio mundial;
- Incorporação de novas tecnologias, como a informática e as telecomunicações;
- Integração horizontal e vertical das empresas de turismo;
- Difusão territorial do consumo;
- Flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos.

De acordo com Silva (2004), no turismo devem ser considerados diversos domínios do saber que possam ajudar a interpretar o objeto de estudo, resolver problemas e trazer novos contributos nas várias comunidades científicas, tais como o marketing, a sociologia, a psicologia, a economia, a geografia, a história, o ordenamento do território, a ciência política, entre outras.

Para Buhalis e Costa (2006a:4) “os destinos que têm por base produtos baseados no sol e praia devem ser reformulados na sua oferta e definir produtos novos e mais sofisticados para complementar, diversificar e melhorar a atratividade e qualidade da sua oferta tradicional”.

Segundo Buhalis e Costa (2006a:5) “a introdução de novos produtos bem organizados e sustentáveis deve permitir apoiar o desenvolvimento regional sem ameaçar a prosperidade do destino no longo prazo, pretendendo-se aumentar a eficiência e o rendimento originado, concebendo maior valor acrescentado e diminuindo ao mesmo tempo, o consumo de recursos no próprio território turístico”. A ideia principal será portanto, facultar experiências únicas aos turistas, que permitam fazer a diferença em relação à oferta de produtos, adicionando grande parte do rendimento que é gerado no destino turístico.

O turismo, atualmente, é um dos fenómenos mais importantes do ponto de vista político, económico, ambiental, sociocultural e territorial. Deixou de ser apenas sinónimo de lazer e passou a assumir um papel de agente social nas sociedades em que se desenvolve (Marujo, 2008). Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, o turismo tornou-se numa das mais importantes atividades da economia à escala global, sendo considerado por muitas entidades públicas como um recurso e uma fonte de recuperação económica para o desenvolvimento de muitos países, regiões ou localidades.

Devile (2009) considera o turismo um bem social de primeira necessidade, que constitui um aspeto essencial na qualidade de vida, devendo, por isso, estar ao alcance de todas as pessoas. O setor turístico é fundamental para quem dele vive, principalmente os territórios que têm no turismo o setor principal da sua economia, como acontece na Madeira.

Parece não haver divergência nas palavras quanto à natureza de um destino turístico. Baggio, Scott e Cooper (2010) assumiram que um destino turístico pode ser considerado um sistema complexo, representado por uma rede composta por vários *stakeholders* e as ligações que os conectam. Conforme Beritelli (2010), essas ligações podem dar-se entre empresas, e estas e o governo, e ainda com organizações do terceiro setor. Os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos seguem essa perspetiva não só pela diversidade de indústrias envolvidas no setor (Hassan, 2000), mas pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que, direta ou indiretamente, sofrem os impactos do desenvolvimento da atividade, e por procurar colaboração e cooperação dos diferentes níveis, de modo a competirem de forma efetiva (Crouch, 2011).

O turismo é, indubitavelmente, uma atividade económica de extrema importância e constitui uma alavanca de desenvolvimento para as regiões onde está presente, contribuindo para o aumento significativo do Produto Interno Bruto e dos postos de trabalho, promovendo o desenvolvimento de infraestruturas e impulsionando, graças ao seu efeito multiplicador,

várias atividades económicas e profissionais (Pratt, 2011). É imperativo que os operadores turísticos compreendam a natureza das experiências do turismo, já que fornecer aos turistas com alta qualidade, experiências memoráveis constitui a essência do turismo e gestão do mesmo (Ritchie *et al.*, 2011).

Assim, o turismo é atualmente compreendido, pela maioria dos agentes públicos e privados, como um fenómeno valorizado e determinante da evolução e desenvolvimento dos destinos turísticos, originando nestes territórios um conjunto de consequências que se revelam diferentes em cada destino, isto em função das suas especificidades naturais, patrimoniais, culturais, organizacionais, demográficas e também em função do tipo e frequência da procura turística.

O turismo é uma atividade que tem um efeito multiplicador capaz de promover o desenvolvimento indireto de outros setores, nomeadamente nas áreas económica, social, territorial e patrimonial. É um setor que se caracteriza por um processo de harmonia e transformação contínua dos territórios, embora condicionado pelas situações conjunturais de risco, principalmente nos mercados de origem dos turistas, assim como pela elevada aplicação e utilização de ferramentas sofisticadas e pelas alterações dos padrões de comportamento de potenciais turistas, quanto à escolha de férias e de lazer.

A competitividade de um determinado destino turístico chegou a um ponto em que nem todos os fatores competitivos para os destinos são fundamentais para a afluência turística aos territórios turísticos em igualdade de circunstâncias. Neste sentido, Crouch (2011) argumenta que embora um atributo de competitividade possa ser considerado importante, não vai ser um determinante de competitividade, se há pouca diferença entre os destinos no atributo. Por exemplo, se dois destinos partilharem um clima idêntico, o clima terá pouco ou nenhum impacto sobre a posição competitiva pertencente a um ou outro destino. Isso introduz um nível mais elevado de complexidade no objeto em que os destinos se encontram na necessidade de empregar as suas vantagens competitivas a um nível extremo e enunciar as suas propostas de venda únicas.

O turismo disputa vários territórios, tais como os rurais, de montanha, litorais, urbanos, e valoriza os espaços e o património. Além disso, gera consumos, induz ofertas, atrai promotores, sustenta dinâmicas, o que não significa que todos os territórios marcados pelo turismo sejam sustentáveis ao longo do tempo, face à evolução e complexificação das

práticas turísticas e às dinâmicas de atratividade dos próprios territórios de turismo, conforme mostra Cavaco (2013).

O turismo pode considerar-se um instrumento positivo ao nível do desenvolvimento local, desde que se realizem várias condições: começando na dimensão territorial, passando para a económica, política, social, ambiental e cultural. Todas as dimensões são fundamentais num processo de desenvolvimento do turismo e, por isso, têm que estar todas interligadas e ser vistas como um todo, quando se pretende “vender um destino”. Segundo Cunha (2013:8) “o turismo é uma passagem espacial do poder de compra originada pela deslocação de pessoas, dado que receitas obtidas nas áreas de residência são transferidas pelas pessoas que se deslocam para outros locais onde realizam compras de bens e serviços”. Por sua vez, segundo Simões (2016:160) “o turismo é um importante fator na criação de novos territórios turísticos e de reconhecimento e fruição de diferentes patrimónios (re) funcionalizando novos espaços de lazer, dando-lhes novos usos e significados”.

Perante as abordagens enumeradas pelos autores referidos anteriormente, verifica-se que é realmente difícil definir turismo, pelo facto de englobar vários setores, tornando-o complexo em termos de conceito único. É também caracterizado por um conjunto de negócios, atividades e organizações de diversa natureza e que essa amálgama de funções começa no território de origem dos turistas (mercado) e termina no território de destino ou recetor. O turismo pode considerar-se um instrumento positivo ao nível do desenvolvimento local, desde que se realizem várias condições, desde a dimensão territorial, passando para a económica, política, social, ambiental e até à cultural.

O ponto basilar será como melhorar a qualidade da oferta, centralizada na diversificação dos produtos, que permitam facultar aos turistas experiências únicas, aumentando os benefícios económicos que podem suceder com o crescimento do turismo, pretendendo centrar-se mais no valor da oferta em harmonia com a própria quantidade.

O sucesso da atividade turística não pode ser analisado de forma isolada, uma vez que está diretamente relacionado com o desempenho de organizações e de outros setores económicos, tais como: a energia, os transportes e as telecomunicações, e sociais, como: governo, empresas, organizações não-governamentais e associações. Parece não haver divergência nas palavras quanto à natureza de um destino turístico, pois Baggio *et al.*, (2010) assumiram que um destino turístico pode ser considerado um sistema complexo, representado por uma rede composta por vários *stakeholders* e as ligações que agregam.

Os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos, segundo Hassan (2000) seguem essa perspectiva não só pela diversidade de indústrias envolvidas no setor, mas também pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que, direta ou indiretamente, sofrem os impactos do desenvolvimento da atividade, e, conforme sugerem Crouch e Ritchie (2011), pela necessidade de colaboração e cooperação dos diferentes atores, de modo a competirem de forma efetiva.

## **2.2 Os conceitos de políticas públicas e políticas de turismo**

Quanto maior for a importância do turismo para a economia de um país, maior será o envolvimento do setor público no turismo. Nesse sentido, as principais razões apontadas por Cooper *et al.*, (1998), para o envolvimento do setor público no turismo prendem-se com: (i) captação de moeda estrangeira e a sua importância para a balança de pagamentos; (ii) criação de emprego e a necessidade de fornecer educação e formação; (iii) indústria grande e fragmentada, exigindo coordenação e desenvolvimento de marketing; (iv) maximização dos benefícios para as comunidades anfitriãs; (v) distribuição equitativa dos benefícios e custos; (vi) construção da imagem do país como destino turístico; (vii) regulamentação do mercado para proteger consumidores e impedir concorrência desleal; (viii) fornecimento de bens públicos e infraestruturas de suporte como parte do produto turístico; (ix) proteção dos recursos turísticos e do meio ambiente; (x) regulamentação dos aspetos de comportamento social; (xi) monitorização da atividade turística.

E Cooper *et al.* (1998) apresentam ainda uma participação do setor público no turismo justificada, principalmente, pela importância económica que caracteriza o crescimento e desenvolvimento deste setor para a economia dos países. Hall e Jenkins (2002) apresentam os seguintes fundamentos para a intervenção do Estado no turismo: (i) melhorar a competitividade da economia; (ii) corrigir os direitos de propriedade; (iii) permitir aos decisores do Estado ter em conta circunstâncias externas; (iv) proporcionar amplamente os benefícios públicos disponíveis; (v) reduzir o risco e a incerteza; (vi) apoiar projetos de capital intensivo; (vii) educar e proporcionar informação.

Hunter (1995) e Fennel (1999) idealizaram várias premissas que fundamentam o turismo sustentável, conforme é apresentado na tabela 2.2.3.

Tabela: 2.2.3 - Premissas do turismo sustentável, segundo Hunter 1995 e Fennel 1999

Hunter 1995	Fennel 1999
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ter sempre em mente a equidade intergeracional, i.e., a distribuição dos benefícios e custos entre os promotores do turismo e população anfitriã deve acontecer não apenas hoje, mas também para o futuro.</li> <li>- Seguir princípios éticos que respeitem a cultura e o meio ambiente das áreas de destino, a economia e o meio de vida tradicional e os padrões de liderança e políticas locais.</li> <li>- Planejar e gerir o turismo respeitando-se a conservação do meio ambiente natural para as futuras gerações e ser integrado de certa forma com outras atividades económicas.</li> <li>- Envolver a população local, atuando-se apenas com a aprovação desta.</li> <li>- Ser conduzido numa base sistemática de avaliação de impactos e permitir ação para reduzir os efeitos negativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso sustentável dos recursos.</li> <li>- Redução do consumo e produção de resíduos.</li> <li>- Manutenção da diversidade natural, social e cultural.</li> <li>- Planeamento integrado.</li> <li>- Apoio à economia local com o envolvimento da comunidade anfitriã.</li> <li>- Capacitação e investigação.</li> <li>- Marketing responsável.</li> </ul>

Fonte: Hunter (1995); Fennel (1999)

A elaboração de políticas públicas é uma atividade política e essas são influenciadas por características económicas, sociais e culturais da sociedade, assim como pelas estruturas formais dos governos (Hall, 2000). Nesse sentido, importa referir que as políticas públicas dizem respeito ao que os governos decidem fazer ou não. Daqui se depreende que as políticas públicas são o resultado da ação dos governos ou da sua omissão, isto é, depende de uma escolha ponderada.

Em todo o atual mundo global, as políticas de turismo englobam um amplo espectro dos cuidados ligados à implementação de programas de turismo, destacando-se aqueles que preconizam a defesa dos relacionamentos sociais, ecológicos e económicos. Quando não se realiza o planeamento turístico, constatam-se várias consequências nefastas, tais como o crescimento desordenado da atividade. Deste modo, para que haja um ordenamento racional do turismo, as políticas públicas devem corresponder ao resultado de um planeamento minucioso e aturado que origine planos, programas ou projetos turísticos em função das características de cada território. Nesse sentido, Fennel (2001:135) refere que “a tendência de traçar políticas para o século XXI vai além das discussões convencionais relacionadas com o marketing, a promoção, os incentivos fiscais e ao transporte, mas há que considerar questões mais gerais e abrangentes”.

Por sua vez, a WTO (2003:193) considera que a política de turismo deve ser uma parte da política económica geral de um país e que ela é concretizada em declarações formais, tais como leis e documentos ou falas oficiais, mas que também podem ser “informais e não declaradas, sendo identificadas a partir de padrões ou tendências da ação governamental.” De outro modo, Beni (2006:91) afirma que “a política é um curso de ação calculado para alcançar objetivos, o que pressupõe planejar e a gerir o turismo com base nas necessidades identificadas no mercado, o que leva a entender as políticas como orientações específicas para a gestão diária do turismo, tendo em consideração naturalmente os múltiplos aspetos operacionais da atividade turística”.

No âmbito das políticas públicas, o planeamento é indissociável da vontade política e no turismo, “as políticas públicas envolvem, além do planeamento, o ordenamento do território, as políticas de desenvolvimento, entre outros” (Almeida, 2006:24). Além da importância estratégica vigente e da importância decisiva para o planeamento, as políticas públicas acabam por exercer uma função imperativa no contexto da sustentabilidade e da competitividade dos destinos turísticos, visando um desenvolvimento turístico de curto, médio e longo prazo.

O turismo vai surgindo também a partir da materialização de políticas públicas que visam beneficiar e atender as necessidades básicas da comunidade e, por conseguinte, dos próprios turistas. A propósito, Solha (2006:92) descreve que “a política de turismo deve funcionar tanto no estímulo e no controle direto do desenvolvimento do turismo como também deve preocupar-se com a proteção dos interesses da sociedade”. Compete ao poder público decidir, planejar e impulsionar os mercados que pretende para o seu país ou região, em função dos produtos e recursos turísticos que tem para oferecer.

O desenvolvimento turístico, segundo Vieira (2007), tem causas e efeitos e utiliza meios bem determinados e específicos, processando-se em diferentes dimensões que vão desde a dimensão sociológica e antropológica à dimensão económica e à dimensão física na qual integra o ambiente e o território (cf. tabela 2.2.4).

Tabela: 2.2.4 - Principais efeitos do desenvolvimento turístico

Positivos	Negativos
<b>Sobre a envolvente natural e física</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ações de conservação ambiental (por exemplo: criação de parques naturais);</li> <li>- Iniciativas que visam a implementação de sistemas de tratamento de águas;</li> <li>- Limpeza de praias e de dunas;</li> <li>- Financiamento de ações de conservação e promoção ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modificações do ecossistema com ruptura ecológica;</li> <li>- Degradação dos meios rurais, marítimo e fluvial;</li> <li>- Erosão costeira;</li> <li>- Desflorestação;</li> <li>- Poluição atmosférica, excesso de lixo;</li> <li>- Excessivo consumo de água;</li> <li>- Poluição das águas subterrâneas com fertilizantes de campos de golfe.</li> </ul>
<b>Sobre a envolvente sociocultural</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de oportunidades de trabalho e de novos negócios;</li> <li>- Contato com outras culturas;</li> <li>- Melhoria dos padrões culturais e educacionais;</li> <li>- Financiamento de ações de promoção cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de riqueza por especulação e vício (casinos, jogo, etc);</li> <li>- Discrepância económica entre os actores no turismo e outros membros da comunidade;</li> <li>- Colonização turística com subordinação a decisores externos;</li> <li>- Inflação e aumento especulativo dos bens imobiliários;</li> <li>- Imigração de marginais, prostitutas e criminosos;</li> <li>- Gera tensão e animosidade.</li> </ul>
<b>Sobre a envolvente socioeconómica</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geração de rendimentos para aplicação em ações para minimizar os efeitos negativos;</li> <li>- Aumento do padrão do nível de vida das populações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentação dos tipos de empregos deixando os de nível mais baixo para a população local.</li> </ul>
<b>Sobre o ambiente urbano</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilização de serviços públicos e privados;</li> <li>- Melhoria nas redes de comunicação e transportes;</li> <li>- Reabilitação dos edifícios degradados e de áreas urbanas deterioradas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Urbanização excessiva;</li> <li>- Uniformização e perda de identidade nas áreas de turismo de massa;</li> <li>- Pressão sobre a capacidade de acolhimento nos destinos;</li> <li>- Construção ilegal e degradação do ambiente urbano;</li> <li>- Poluição sonora, atmosférica e estética.</li> </ul>

Fonte: Elaborado a partir de Vieira (2007)

O desenvolvimento do turismo está associado a vários fatores, causas sociais, económicas, demográficas, tecnológicas, entre outros e também a alguns efeitos. Não podendo ser esquecido ou ignorado que o desenvolvimento do turismo, direta ou indiretamente, constitui-se como um setor com diversos efeitos - positivos e negativos - sobre toda a envolvente, incluindo o ambiente (cf. tabela 2.2.4).

Em muitos territórios turísticos, assistimos a uma ausência de fóruns para debater o setor nas diversas áreas de competências que lhe estão subjacentes, onde poderiam participar os vários sujeitos ligados ao turismo, direta ou indiretamente, assim como outros parceiros ou mesmo a comunidade em geral. Só assim poderíamos caminhar para uma “cultura do turismo”, envolvendo todos os intervenientes do processo turístico e do próprio modelo de desenvolvimento que o sustenta.

Enquanto as políticas de turismo costumam ser consideradas uma parte da política económica geral de uma região ou país, e, por conseguinte, a política económica preocupa-se com a estrutura e o crescimento da economia e muitas vezes está articulada em planos de 4 em 4 anos (duração do mandato dos Governos em Portugal), projetando as condições para esse período temporal e, a partir delas, planeiam o crescimento económico da região ou país. Portanto, a formulação da política de turismo, é uma responsabilidade crucial de um governo que pretenda desenvolver ou sustentar o setor turístico como parte complementar da economia.

Segundo Capela (2013), o turismo tem vindo a ganhar uma importância crescente em matéria de criação de riqueza e emprego em Portugal. No entanto, existem várias regiões do país onde este setor não está a ser potencializado, se tivermos em consideração a riqueza histórico-cultural e natural existente nessas áreas geográficas, principalmente ao nível do interior de Portugal.

## **2.3 Conceito de turismo sustentável e condições de aplicabilidade**

### **2.3.1 Conceito de turismo sustentável**

A ideia de sustentabilidade tem vindo a desfrutar de forte eloquência no sucesso do setor do turismo, desde a sua popularização, através da Estratégia de Conservação Mundial (IUCN, UNEP, WWF, 1980) e Relatório Brundtland (1987). O relatório defendia o conceito intergeracional, denominado por desenvolvimento sustentável ou seja, o desenvolvimento do

turismo que satisfaça as necessidades dos turistas no presente, sem comprometer as gerações futuras em termos de consumo de recursos e do próprio turismo.

De acordo com a WTO (1993), o turismo sustentável consiste na satisfação das necessidades presentes dos turistas e comunidades locais, protegendo e elevando as oportunidades para o futuro. Neste âmbito, o desenvolvimento sustentável prolongou-se e expandiu-se a outros processos de desenvolvimento e atividades económicas, incluindo o setor do turismo, pois este tem apresentado nos últimos anos um crescimento muito expressivo à escala mundial. Por isso, verificou-se em muitos países a consciencialização para a sua sustentabilidade, visando um crescimento turístico sustentado a nível dos territórios. A sustentabilidade das atividades turísticas pressupõe a adoção de abordagens integradas ao nível do planeamento e da gestão turístico-ambiental e turístico-económica, que harmoniza as respetivas dimensões espaciais e temporais distintas. Sachs (1993:150) afirma que “o desenvolvimento sustentável deve ser implementado por uma metodologia de planeamento, de forma a ser um espaço de aprendizagem social e que possa refletir uma síntese pedagógica”. Segundo o autor, o turismo sustentável está fundamentado nos seguintes princípios de sustentabilidade (cf. tabela 2.3.1.5).

Tabela: 2.3.1.5 - Princípios da sustentabilidade

<b>Tipos de sustentabilidade</b>	<b>Caraterísticas</b>
- Sustentabilidade social	Fundamentada no estabelecimento de um processo de desenvolvimento que conduza a um padrão estável de crescimento, com uma redução das atuais diferenças sociais.
- Sustentabilidade cultural	Consolidada na necessidade de procurar soluções de âmbito local através das potencialidades das culturas específicas, levando em consideração a identidade cultural e o modo de vida local, bem como a participação da população nos processos de decisão e na formulação de planos de desenvolvimento turístico.
- Sustentabilidade ecológica	Apoiada na teoria de que o desenvolvimento turístico deve limitar o consumo dos recursos naturais, e provocar poucos danos aos sistemas de sustentação da vida.
- Sustentabilidade económica	Possibilitar o crescimento económico para as gerações atuais, bem como o manuseamento responsável dos recursos naturais que deverão ter o papel de satisfazer as necessidades das gerações futuras.
- Sustentabilidade espacial	Baseada na distribuição geográfica mais equilibrada dos acordos turísticos de forma a evitar exceder a capacidade de carga.
- Sustentabilidade política	Alicerçada na negociação da diversidade de interesses envolvidos em questões fundamentais que vão do âmbito local ao global.

Fonte: Elaborado a partir de Sachs (1993)

Segundo Swarbrooke (2000), o turismo sustentável é um turismo que é economicamente viável, mas que não destrói os recursos dos quais depende o turismo no futuro, nomeadamente os seus recursos, os valores naturais e a estrutura social local. O futuro do turismo depende muito da preservação dos recursos naturais no presente, para que possam perdurar no curto e longo prazo, permitindo, assim, que nas próximas gerações haja recursos naturais que são a base do turismo sustentável.

O turismo sustentável é um conceito que se prende com a dádiva de valores histórico-culturais e ecológicos da geração presente, deixando para as gerações vindouras e, por conseguinte, para as futuras atividades turísticas. “A atividade turística é aquela que tem as melhores condições para gerar o desenvolvimento sustentável, na medida em que este recomenda a utilização dos recursos turísticos, tanto pelas atuais gerações como pelas futuras. A condição fundamental é a realização de planeamento e a existência de uma monitorização permanente da atividade, de forma a manter a sua sustentabilidade” (Figueira & Dias, 2011:32).

A Agência Europeia do Ambiente (AEA), em 2001 revelava o peso e a responsabilidade da atividade turística no aumento da pressão sobre os chamados recursos “turísticos” naturais, culturais e económicos. Isto significa que em vez de se identificar como atividade sustentável, o turismo era classificado como atividade consumidora de recursos, ou seja, um setor que elimina a sua base de sustentação.

De acordo com a AEA (2001), o turismo pode:

- a) Pressionar os frágeis ecossistemas, causando degradação do ambiente físico e destruição de espécies selvagens;
- b) Exercer pressão considerável nas comunidades anfitriãs e conduzir à deslocalização de sociedades tradicionais, assim como à perda de tradições e valores;
- c) Competir no consumo de recursos escassos, nomeadamente solo e água;
- d) Contribuir significativamente, para a poluição à escala regional, nacional ou planetária;
- e) Ser uma fonte de rendimento vulnerável e instável, na medida em que é muitas vezes, sensível às atuais mudanças ou futuras, quanto ao ambiente natural e social dos espaços recetores de turistas.

Conforme Rose (2002:51) “a sustentabilidade turística corresponde à conjunção de três fatores: a sustentabilidade ecológica, cujo objetivo é assegurar que o desenvolvimento

seja compatível com a manutenção do processo ecológico; a sustentabilidade sociocultural, a qual deve assegurar que o desenvolvimento é compatível com a cultura e valores da comunidade; e, por fim, a sustentabilidade económica, que procura um desenvolvimento económico eficiente e com recursos geridos de maneira que possam manter as gerações futuras”.

A Federação *Europarc*, através da Carta Europeia para o Turismo Sustentável em Áreas Protegidas, define o turismo sustentável “como qualquer forma de desenvolvimento, equipamento ou atividade turística que respeite e preserve a longo prazo os recursos naturais, culturais e sociais e que contribua de forma positiva e equitativa para o desenvolvimento económico e para a plenitude dos indivíduos que vivem, trabalham ou realizam umas férias nos espaços protegidos” (Garcia, 2004:4). Por sua vez, Northcote e Macbeth (2006:1999) afirmam que “o crescente interesse pelo desenvolvimento sustentável tem levado a um novo interesse pelos impactos do turismo no ambiente, sociedade e cultura”. Como ainda ninguém tinha demonstrado uma escala de sustentabilidade (setores ou intervalos), pois todos usaram os termos de “sustentável” ou “não sustentável” para definir a sustentabilidade, Bruckley tentou fazê-lo recorrendo ao modelo ATSI (AMOEBAs dos Indicadores de Sustentabilidade do Turismo) como complemento da análise BTS (Barómetro do Turismo Sustentável - numa ótica de sistema humano / ecossistema. Refere este autor que sustentabilidade “é um termo de contingência, pois de forma sintética é a “capacidade de sobreviver”, enquanto “desenvolvimento” deve servir para melhorar a condição humana e “desenvolvimento sustentável” deve assegurar a sobrevivência de um sistema a um nível elevado, pois, caso contrário, não se justifica”.

A relação especial entre a indústria do turismo e o ambiente leva a considerar que o nível de profundidade necessário acerca da influência do meio ambiente vai além daquele que é suficiente para outras indústrias (Moutinho, Ballantyne & Rate, 2011). Esta visão está associada à relação de reciprocidade que deve existir entre o ambiente e o turismo, em que essas simbioses muitas vezes não são compatíveis, mormente quando não existe planeamento do território que reduza os impactos destes dois componentes fundamentais do processo turístico.

Assim, constata-se que a relação entre o turismo e a sustentabilidade surgiu na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento em 1992,

onde os princípios da sustentabilidade foram aplicados ao desenvolvimento turístico (Pérez *et al.* 2013).

O desenvolvimento sustentável do turismo como o nível de desenvolvimento no qual a capacidade de carga do destino não é excedida, evitando alterações consideráveis ou irreversíveis, e que se sustenta a longo prazo. Nesse sentido, Tribe (2015) indica os princípios-chave da sustentabilidade como:

1. Considerar as externalidades da atividade: minimizar impactos indesejáveis e prejudiciais;
2. Considerar o esgotamento dos recursos não-renováveis: conservar os recursos escassos;
3. Adaptar a atividade económica à capacidade de carga do ambiente: evitar a sobre-exploração dos recursos;
4. Aplicar o princípio da prevenção: em caso de dúvida do ponto de vista científico deve optar-se pela prudência;
5. Aplicar o princípio do poluidor-pagador: o poluidor deve suportar as despesas da tomada de medidas de controlo da poluição.

Por sua vez, segundo Evans (2016) para que um destino turístico alcance uma vantagem competitiva sustentável é necessário que a oferta implemente um modelo de desenvolvimento em rede que compreenda e explore as características específicas inerentes à evolução do turismo local.

A Organização das Nações Unidas, através da UNESCO, proclamou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento. Esta deliberação evidencia o reconhecimento de que o turismo pode contribuir com o desenvolvimento sustentável, através da promoção de uma melhor compreensão entre os povos do mundo e uma valorização das diferentes culturas.

O desenvolvimento sustentável do turismo impõe a participação informada de todos os sujeitos proeminentes, bem como uma liderança política consistente para permitir uma colaboração mais vasta e a promoção de consensos. O turismo sustentável é um processo contínuo e requiere um acompanhamento constante dos impactos provocados no território, visando a introdução de medidas preventivas ou corretivas que sejam indispensáveis ao crescimento do setor.

Para Asmelasha e Kumar (2019), no momento em que a sustentabilidade como conceito está a tornar-se popular e emergindo como um conceito social importante, as ferramentas desenvolvidas para avaliar perceções de impactos positivos do turismo dentro dos trabalhos conceituados convencionais não são adequados. O turismo representa um importante contributo para as economias de muitas sociedades em desenvolvimento e no atual contexto global, os desafios para a sustentabilidade do turismo nessas sociedades também surgiram (Yoopetch & Nimsai, 2019).

É óbvio que o termo turismo sustentável se refere a um objetivo fundamental: tornar todos os tipos de turismo mais sustentáveis. Alguns países usaram o termo ecoturismo como sinónimo de turismo sustentável. O que se verifica é que o ecoturismo aceita os princípios da sustentabilidade, mas está vocacionado para um determinado nicho de mercado mais particular.

### **2.3.2 Condições de aplicabilidade**

O turismo representa um bom exemplo da relação fundamental que existe entre o desenvolvimento económico e o ambiente, com todos os benefícios, tensões e conflitos que lhe estão subjacentes. Se os territórios turísticos forem bem planeados e geridos, o turismo, o desenvolvimento regional e o ambiente podem evoluir simultaneamente (Jardim, 2017).

Os valores tradicionais e as comunidades autóctones devem ser mantidos, como elementos de identidade cultural de um determinado povo, ou seja, legado dos antepassados, que urge preservar no presente, como forma de perdurar no tempo. “O turismo sustentável de sucesso desenvolverá relações de lealdade e visitas repetidas; o visitante ganhará, aprofundando o conhecimento e a compreensão da área, das paisagens e das pessoas e o turista tornar-se-á preocupado” (Davidson, 1992:126). Segundo Middleton e Hawkins (1998:3), “Não obstante a inércia que tem demonstrado o turismo relativamente às questões do ambiente, pode justificar-se pela natureza específica dos efeitos do turismo no ambiente, muito diferente dos provocados por indústrias poluentes”.

Conforme sugere Weaver (2001) na sua proposta alternativa de evolução dos destinos que a evolução lógica do desenvolvimento, na ausência de regulamentação, conduz à saturação do ambiente e ao esgotamento da capacidade de carga sociocultural. Por outro lado, Saveriades (2000:147) refere que “fica evidente que o desenvolvimento não planeado

pode transformar ou destruir permanentemente os recursos culturais e naturais e provocar uma perda na procura turística”.

No entanto, a delimitação da capacidade de carga local não é decisão suficiente; é necessário também o investimento na aplicação de ações preventivas, através da utilização preferencial de recursos renováveis, para que se possa atenuar a destruição dos recursos não renováveis, porque o turismo sustentável depende do modo como os turistas e operadores de turismo se comportam, em relação ao “consumo” dos recursos naturais (Sancho, 2001).

Para que o turismo sustentável seja uma realidade consistente sobre o território, o planeamento terá de ser uma realidade concreta e indubitável, bem como deve existir uma estratégia de desenvolvimento para o turismo, visando sempre o curto, médio e longo prazo. Hovinen (2002) destaca que existe potencial de declínio se não houver um planeamento estratégico que promova o turismo sustentável.

Quanto à importância da sustentabilidade, Massam (2002) defende um desenvolvimento económico que proporcione condições de vida dignas; equilíbrio ambiental, com manutenção/renovação de recursos; condições sociopolíticas que garantam os direitos de participação dos cidadãos no governo e estabilidade cívica. Para Rose (2002:141), “...a capacidade de carga do meio ambiente refere-se à quantidade máxima que um determinado atrativo pode suportar (por dia/mês/ano) sem que ocorram alterações no meio ambiente físico e social, tão-pouco na satisfação do turista”. Segundo Sancho (2001) e a WTO (2004), a capacidade de carga no turismo engloba outros conceitos, tais como: capacidade de carga ecológica, que se define como o número máximo de visitantes que um lugar pode receber; a capacidade de carga social, a qual faz referência ao nível máximo de atividade turística que, se superado, produzirá uma mudança negativa na população local; capacidade de carga do turista, entendida com o nível máximo que garante a satisfação do turista; e capacidade de carga económica, que faz referência ao nível da atividade económica compatível com o equilíbrio entre os benefícios económicos que proporciona o turismo e os impactos negativos que a atividade turística gera sobre as economias das localidades (caso da inflação, manutenção das estruturas, etc.).

Segundo Ko (2005:431) “é necessário incorporar sistematicamente os estudos sobre os impactos políticos, económicos, socioculturais e ambientais (do lado da oferta) e considerações sobre a qualidade do serviço turístico (do lado da procura), com um processo de avaliação de sustentabilidade”. Refere ainda Ko (2005) que se deve também facultar

dados quantitativos sobre a avaliação da sustentabilidade, para os *stakeholders* facilmente poderem perceber a viabilidade de um destino. Para que um destino turístico seja considerado robusto e evolutivo, deve satisfazer também os benefícios da comunidade local e compensar as experiências turísticas, gerindo bem os recursos naturais existentes e promover a sua conservação, visando a sustentabilidade económica, social e ambiental.

Para a comunidade de receção, o turismo sustentável deve apoiar-se num crescimento económico prudente e consistente, que estabeleça a satisfação ao nível dos empregos, sem ignorar a economia das várias localidades. Não deve destacar o ambiente como um elemento determinante no turismo, mas antes respeitar o património histórico-cultural. O processo de decisão terá de começar ao nível local, através dos políticos que estão mais próximos das pessoas, evitando a especulação ao nível do valor do solo, incluindo os espaços ocupados pela agricultura.

O desenvolvimento de um destino turístico, para ter sucesso, tem que ter em consideração todos os aspetos ecológicos e ambientais envolventes, isto é, deve ser um destino de *soft tourism*<sup>1</sup>. De facto, “é hoje evidente que existe uma relação muito íntima entre a ecologia e o turismo e, por isso, não é possível promover e planear o desenvolvimento deste, sem se tomar em consideração os aspetos ecológicos envolvidos, existindo mesmo uma nova política ecoturística de desenvolvimento turístico” (Vieira, 2007:59).

### 2.3.3 Princípios do turismo sustentável

Em 1992, o *Tourism Concern* e o *World Wide Fund* elaboraram os princípios do turismo sustentável que se apresenta na tabela 2.3.3.6.

Tabela: 2.3.3.6 - Princípios de um turismo sustentável

Utilização sustentável dos recursos
- Redução do sobreconsumo e do desperdício
- Manutenção da diversidade
- Integração turismo/planeamento
- Suporte das economias locais
- Envolvimento das comunidades
- Consulta dos vários grupos de interesse, incluindo o público
- Formação de funcionários da indústria turística
- <i>Marketing</i> responsável do turismo
- Investigação

Fonte: A partir de *Tourism Concern* e *WWF* (1992)

<sup>1</sup> É um conceito de turismo suave que engloba a compatibilidade ambiental e social, criação de riqueza e uma "nova cultura de viagens".

Para Partidário (2003) a referenciação a estes princípios, embora frequente, é, infelizmente, sobretudo académica, quando muito conseguindo atingir as políticas governamentais, ao nível dos seus objetivos mais gerais, mas mais limitada no que respeita às ações. Muitas vezes, são elaborados princípios orientadores para uma boa estratégia política para o turismo, por parte dos governantes, mas estes limitam-se a ficar plasmados no papel, não sendo materializados no território turístico.

### **2.3.4 Estudos**

Os primeiros estudos sobre os efeitos da atividade turística estavam restritos às análises económicas, sobretudo aos benefícios, e só apenas a partir da década de 90 do século XX é que os aspetos socioculturais foram tidos em conta (Mathieson & Wall, 1990).

Há um conjunto de estudos que vieram demonstrar os efeitos de deterioração do rápido desenvolvimento turístico, em pequenas ilhas acessíveis (Briguglio *et al.*, 1996).

Sagar e Najam (1998) verificaram que estudos económicos recentes, empíricos e teóricos, demonstram que os países com maior equidade na distribuição dos rendimentos apresentam maiores crescimentos que os países de maior desigualdade nessa distribuição.

A literatura parece apontar para a ideia de que o “turismo de massas” ameaça a sua sustentabilidade (McElroy & Albuquerque, 1998). Ainda segundo estes autores, tem havido dificuldade e incompreensão das dinâmicas turísticas por falta de medição dos seus impactos económicos, sociais e ambientais, sendo necessário reforçar a preocupação com a qualidade em detrimento da quantidade, como estratégia de controlo dos impactos, na maioria dos destinos. “Verifica-se que há estudos que indicam que os turistas são pouco sensíveis à degradação do ambiente, mas muito sensíveis aos impactos diretos, como os detritos, os desperdícios e o vandalismo” (Hillery *et al.*, 2001). Este autor observa que os turistas têm cada vez mais preocupação generalizada por todos os impactos.

## **2.4 Contributo do Estado Português para o turismo sustentável**

De acordo com a Consultora Sustentare (2009), o Governo de Portugal apresentou como contributos para a política do turismo sustentável o seguinte:

1. Desenvolver estudos e políticas, que favoreçam o conhecimento, a inovação e o desenvolvimento sustentável do setor;

2. Promoção de parcerias *multi-stakeholders* locais e especializadas (estado, empresas ao longo da cadeia de valor, sociedade civil, universidades e consumidores), para identificarem e proporem soluções relativas à resolução de problemas provenientes dos riscos ambientais, sociais ou económicos inerentes ao impacto que o setor do turismo tem numa dada região. Estas parcerias devem promover a resolução de problemas específicos que afetam as regiões turísticas (por exemplo, potencial crescimento turístico numa área protegida).

3. Parcerias *multi-stakeholders* nacionais, de forma a criar critérios de sustentabilidade em cada tipo de turismo. Esta ação permitiria desenvolver uma normalização dos critérios, que englobe variáveis ambientais, sociais e económicas. Atualmente, apesar da regulação ser exigente para o pilar ambiental, não existe uma ponderação equilibrada entre vantagens económicas, riscos ambientais, ou vantagens económicas versus riscos sociais. À semelhança do que acontece com a Agenda 21 Local, é necessário, também ao nível nacional, comunicar, investigar e pesquisar os benefícios que existem associados aos riscos e/ou oportunidades, ambientais, sociais e económicos decorrentes do investimento em turismo.

4. Dinamização/recuperação de espaços históricos e outros centros de interesse cultural obedecendo sempre a critérios de sustentabilidade ao longo da cadeia de valor.

5. Utiliza a política fiscal para promover a disseminação de boas práticas. Por exemplo:

- i) Promover a certificação ambiental através de benefícios fiscais;
- ii) Promover práticas mais abrangentes de turismo sustentável através da identificação objetiva de critérios através de benefícios fiscais;
- iii) Existência de regime de IVA específico para bens/serviços cujo processo de elaboração seguiu com um conjunto de critérios definidos ao nível da sustentabilidade.

## **2.5 Contributo das autarquias portuguesas para o turismo sustentável**

Segundo a Consultora Sustentare (2009), o turismo tem hoje, um papel bastante importante na economia portuguesa, e se nos focarmos ao nível local, este efeito é ainda mais acentuado. Algumas comunidades dependem quase exclusivamente da atividade turística. Além disso, como “entidades gestoras” de uma área de território, as autarquias têm grande influência no desenvolvimento desse mesmo território como “destino sustentável”.

Esta mesma Consultora (Sustentare, 2009) refere as seguintes recomendações para as autarquias portuguesas:

a) Fomentar a criação de estratégias locais para a promoção do desenvolvimento do turismo de forma sustentável. O desenvolvimento da Agenda 21 Local, já implementada por muitos municípios, poderá ser importante como orientação para a atividade turística;

b) Promover um planeamento urbanístico sustentável, controlando de forma eficaz (em tempo útil e com conteúdo), o licenciamento das construções (o setor da construção é um dos principais elementos da cadeia de valor do setor turístico);

c) Estimular e apoiar a implementação de empresas e produtos turísticos sustentáveis nos municípios, por exemplo, pela criação de mecanismos locais de apoio, aconselhamento, promoção e sensibilização das atividades sustentáveis;

d) Desenvolver mecanismos de proteção do ambiente natural e construído, e que permitam reforçar a conservação e promoção da cultura e dos costumes locais;

e) Atuar de forma efetiva na sensibilização do público. As autarquias estabelecem um contacto mais direto com os cidadãos, como tal são uma via privilegiada de comunicação dos princípios do turismo sustentável. A criação de suportes de informação e de sensibilização, com as principais orientações para o turista, é também uma medida importante;

f) Promover a constituição de parcerias locais;

g) Criar e promover um portefólio cultural e social de cada município (arte, artesanato, música, confeitaria, atividades socioeconómicas locais, ambiente construído, etc.) de forma a fornecer aos turistas e empresas, um pacote de opções de investimento, para empresas, e possibilidades de consumo, para turistas, que estejam em harmonia com a sociedade local. Esta ação, que origina a criação de uma identidade/marca da região, deve ser desenvolvida com a sociedade civil;

h) Comunicar aos turistas a identidade (marca) da região.

## **Conclusão**

O turismo pela abrangência de áreas do conhecimento que engloba, nos últimos anos tem registado alterações muito significativas em relação à sua operacionalização, isto ao nível da variabilidade da oferta, bem como na diversificação e conceitos de singularidade que têm surgido em muitas regiões e países do mundo. De facto, no turismo a questão de

competitividade coloca-se com enorme perspicácia num mundo que definitivamente se globalizou em todos os setores de atividade, incluindo o turismo.

Constata-se que o setor público tem desempenhado um papel dinamizador das atividades turísticas, principalmente na edificação de infraestruturas básicas e equipamentos de suporte, visando o desenvolvimento e crescimento deste setor, nos vários territórios turísticos. Por outro lado, compete aos gestores dos territórios (governos e autarquias), a elaboração de planos estratégicos para o turismo, através de políticas públicas específicas para o setor, e que as mesmas tenham continuidade, após o terminus do mandato eleitoral.

O setor privado também é imprescindível na afirmação do turismo, na medida em que oferece grande parte dos serviços e de atividades relacionadas com o turismo, designadamente, ao nível dos subsetores que compõem a cadeia de valor deste setor, nomeadamente, as unidades de alojamento e da restauração, bem como outros serviços conexos ao turismo. Os empresários através dos investimentos que promovem sobre o território vão ajudar também a dinamizar o turismo à escala local, regional e nacional.

As políticas públicas são fundamentais em qualquer território vocacionado para a atividade turística, particularmente, quanto às estratégias políticas a adotar para o desenvolvimento do turismo e a defesa dos seus produtos e recursos turísticos que sustentam o fenómeno turístico. Beni (2003:10) sintetiza-o ao dizer que “a política é o curso de ação calculado para alcançar objetivos específicos. (...) e as políticas são orientações específicas para a gestão permanente do turismo, abrangendo os inúmeros aspetos operacionais da atividade”.

Por outro lado, Solha (2006:92) “não tem dúvidas de que a política do turismo deve funcionar tanto no estímulo e no controle direto do desenvolvimento do turismo, como também, deve preocupar-se com a proteção dos interesses da sociedade”. Deste ponto de vista, compete aos gestores públicos a função específica de determinar prioridades, criar estratégias e modelos de desenvolvimento, visando o curto, médio e longo prazo, e aos empresários hoteleiros, a responsabilidade de criar a rede de alojamentos e outros serviços indispensáveis à atividade turística, sendo também importante monitorizar e avaliar periodicamente o fenómeno turístico.

A tomada de consciência social e ambiental tem vindo também a ter cada vez mais importância, quer no discurso dos políticos, quer mesmo ao nível da sociedade em geral. Atualmente existe uma forte sensibilização da opinião pública em relação aos problemas

socioculturais e do meio ambiente em geral. Observa-se, ainda, uma importância crescente atribuída por alguns órgãos de comunicação social aos problemas que ocorrem no meio ambiente. Não se pode promover o desenvolvimento do turismo sem respeitar a sua dimensão ambiental, social ou económica, isto é, sem sustentabilidade. Por esta razão, defende-se que a qualidade do turismo só pode ser garantida com a sustentabilidade do seu desenvolvimento, associada ao planeamento do território e das próprias atividades turísticas que são promovidas sobre o mesmo.

Considerando que o investimento privado em turismo é uma nova variável do novo modelo de avaliação, designado por Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT), apresentado nesta investigação, tem toda a lógica abordar esta variável, demonstrando o seu impacto nos territórios turísticos. Neste sentido, o próximo capítulo reflete a importância do investimento privado no desenvolvimento do turismo e os respetivos impactos.



## **CAPÍTULO 3**

### **O investimento privado em turismo**



## **Introdução**

Para os economistas, o investimento significa a aplicação de capital com o propósito de obter benefícios no futuro, sendo este conceito aplicável regra geral, aos empresários de qualquer setor de atividade. No turismo, verifica-se que também há investimento público e privado em cada setor, com objetivos bem definidos e estratégias diferenciadas.

Os empresários do setor turístico ao investirem na construção de hotéis ou em produtos conexos ao setor, como a restauração, serviços de transporte, lojas comerciais, entre outros, pretendem obter lucros no curto, médio e longo prazo.

No entanto, para que o setor privado no turismo seja bem-sucedido, é necessário que o setor público faça investimentos nas infraestruturas territoriais (ex: estradas, rede de água potável, saneamento básico, portos, aeroportos), com base num planeamento harmonioso, que promova o destino e que coopere com os privados, em termos de elaboração de uma estratégia própria para o turismo, no sentido de tornar o território apelativo, com uma oferta diversificada, promovendo assim, um desenvolvimento que ofereça uma boa qualidade de vida à população local e condições de satisfação aos turistas que o visitam.

Não obstante, verifica-se que em muitos destinos turísticos, a realidade nem sempre corresponde a esta simbiose entre o setor privado e o público e, por isso, muitos destinos turísticos ao atingirem a fase de maturidade, têm dificuldades em se manterem e por vezes entram na fase de declínio, ao fim de vários anos, de acordo com Butler (1980).

Neste capítulo é abordado o investimento privado em turismo e os efeitos que este setor tem na economia de um determinado destino turístico, partindo de uma revisão da literatura sobre esta temática.

Por outro lado, o novo modelo de avaliação dos territórios turísticos que é apresentado no trabalho de investigação em apreço é constituído por quatro variáveis, sendo o investimento privado em turismo uma novidade a nível dos modelos estudados. Portanto, nos modelos analisados, nenhum contempla a variável “investimento privado em turismo”, (cf. tabela 5.4.10), o que reforça a importância do novo modelo em termos de conhecimento científico.

### **3.1 A importância do investimento privado no turismo**

Na definição de uma estratégia para o turismo é indispensável conhecer as características e especificidades da estrutura empresarial do setor com o objetivo de definir uma política global que envolva o investimento público e o privado. Segundo Costa (2012:124), “considerando que o principal objetivo das empresas do setor privado é a obtenção do lucro, o setor público pode e deve desempenhar um papel de dinamização e orientação do investimento do setor privado em determinadas regiões e/ou áreas que à partida este setor não teria interesse em investir, dado que se podem tratar de áreas menos desenvolvidas turisticamente e conseqüentemente menos atrativas ao investimento”.

Quanto ao setor turístico, “as empresas de micro, pequena e média dimensão são responsáveis por uma proporção considerável da produção económica, criando rendimento e postos de trabalho, fortalecendo a base económica regional e local, preservando os recursos endógenos, particularmente nas regiões periféricas e insulares (Buhalis & Peters, 2006; Caniels, 2000; Danson, 1996; Haddad *et al.*, 2011; Keilbach, 2000; Steinhoff & Burgess, 1993; Thomas, 2000; Trembley & Wegner, 2009).

“O setor empresarial é influenciado pelo turismo através do crescimento dos setores de serviços, gerando uma procura pela produção agrícola e industrial de forma a atender a procura gerada pela expansão do turismo” (Ortiz, 2014:12).

O investimento privado é determinante no desenvolvimento do setor turístico em qualquer território que apresente potencialidades naturais ou culturais que proporcione a dinamização do turismo, porque são os empresários que constroem os hotéis e não os governantes no exercício das suas funções, assim como criam empresas conexas ao turismo, como os restaurantes, lojas de venda de artigos locais ou regionais, empresas de animação turística, agências de viagens, companhias de transporte para os turistas, entre outros tipos de investimento. Ao poder público compete edificar as infraestruturas básicas para atrair os investimentos privados, associadas às ações de promoção dos destinos e criação de impostos que poderão também funcionar como fatores atrativos dos investidores na área do turismo.

De acordo com Buhalis e Ujma (2006) “os operadores turísticos e as agências de viagens lidam essencialmente com a organização, gestão e comercialização de produtos turísticos. Desempenham um importante papel na organização e criação de pacotes turísticos funcionando como intermediários entre os fornecedores de serviços (alojamento; restauração e bebidas; transportes; serviços culturais; etc.) e os consumidores finais, os turistas”.

Os defensores da economia de mercado livre, incluindo o FMI e o Banco Mundial, sustentam que os governos devem distanciar-se, tanto quanto possível, das atividades económicas, e devem preocupar-se principalmente, com o desenvolvimento de políticas e leis que ajudam na criação de ambientes jurídicos e sociopolíticos para o setor privado florescer e agir no melhor interesse do setor (Sinclair & Stabler, 2002).

Para Dwer e Forsyth (1994:516), “existem duas entradas relacionadas que podem surgir com o turismo: investimento-capital próprio e empreendedorismo”. Numa perspetiva de assegurar o futuro das atividades turísticas é importante que a inovação e novas ideias de promoção e desenvolvimento sustentado do destino possam acontecer, reforçando assim, o investimento privado em turismo e melhorando a performance do setor.

Ainda segundo Dwer e Forsyth (1994:525) “se um investidor nacional ou estrangeiro desenvolve uma instalação turística, existe sempre a possibilidade de usar consumos importados em vez de origem nacional. Tais decisões sempre serão realizadas em relação às diferenças de custos, qualidade, disponibilidade de materiais e tempo de desenvolvimento”. Os autores referem ainda que “o motivo para o investimento estrangeiro no turismo pode ser explicado em termos do paradigma eclético amplamente aceite, desde que as considerações financeiras recebam a atenção suficiente do setor público” (Dwer & Forsyth, 1994:535).

O turismo é visto por muitos atores como um setor transversal aos três setores económicos, caracterizados por confinarem subsectores com um conjunto de atividades de diversa natureza, embora grande parte esteja associada ao setor turístico e se enquadre também no setor terciário. “O turismo interage nos três setores económicos e, quando se desenvolve, desencadeia um processo de irradicação de benefícios que ultrapassam os seus limites de atuação, incrementando negócios não só no terciário, como também nos setores primário e secundário” (Fernandes & Coelho, 2002:53).

Após o planeamento e ordenamento do território, em que há uma definição em termos de ocupação e uso do solo quanto à construção de alojamentos turísticos e outras edificações, é necessário o investimento público dos políticos que gerem os espaços a nível das infraestruturas básicas, como a rede de saneamento básico, as vias rodoviárias, a rede de água potável, entre outras, e, o investimento privado na edificação dos estabelecimentos hoteleiros e de outros conexos ao turismo. “As decisões de investimento financeiro requerem a avaliação do público e resultados do investimento privado em termos de valor agregado, emprego e assim por diante” Hyo-Jae e Hany (2020:2). Da simbiose entre o setor

público e privado surgirá o desenvolvimento do turismo num determinado território e, por conseguinte, a melhoria da qualidade de vida da população autóctone, associada aos postos de trabalho criados e à atração de turistas oriundos de diversas partes do mundo.

Balaguer e Cantavella (2002) propõem o turismo como meio de obter grande parte dos financiamentos necessários à importação e se essas importações forem destinadas a bens de capital e consumos necessários à produção de qualquer tipo de bem, poderíamos dizer que o turismo desempenha um papel muito importante no desenvolvimento da economia, visto que as regiões não turísticas também beneficiam com a melhoria da distribuição da riqueza num país.

O turismo apresenta-se como um setor capaz de alavancar o desenvolvimento económico e produzir melhorias a nível social, cultural e ambiental, pelo que a sua gestão e planeamento requerem políticas públicas eficazes e sustentáveis (Barbosa, 2008). Só com políticas públicas sustentáveis, os empresários ligados ao setor do turismo poderão ter sucesso nos investimentos que realizam, bem como uma parceria eficaz entre o setor público e o privado, em termos de definição de estratégias para o turismo.

Para que o desenvolvimento do turismo seja uma realidade, é necessário um conjunto de *partners* empresariais e públicos, em que todos têm influência no processo turístico que é implementado num determinado território. O objetivo a atingir é comum, pois todos pretendem o desenvolvimento turístico dessa área geográfica e a promoção da qualidade de vida da população autóctone e que permita aos turistas experiências únicas no destino, assim como as políticas públicas adotadas sejam consistentes e proporcionem uma elevada longevidade a todo o fenómeno turístico. Para Bagaric (2010), a gestão do destino turístico requer relações baseadas nas parcerias realizadas com o setor público e privado para o desenvolvimento do turismo.

Segundo Costa (2012:175) “o setor privado do turismo integra na sua cadeia de valor, e segundo a metodologia da Conta Satélite do Turismo (CST), os subsectores que representam as principais atividades económicas do turismo, o subsector do alojamento, da restauração e bebidas, dos transportes, das agências de viagens e dos operadores turísticos, dos serviços recreativos e de lazer e dos serviços culturais”.

Petrescu (2011) afirma que o papel do Estado é central na fiscalização em controlar as atividades turísticas e, em algumas situações, até mesmo, facilitá-lo. O mesmo autor refere que o setor público ajuda o crescimento do turismo, melhorando o desenvolvimento das

infraestruturas, incentivando o investimento privado na construção hoteleira, mantendo os padrões de qualidade e protegendo os turistas de qualquer tipo de insegurança.

Petrescu (2011) encontrou o investimento de capital privado como determinante no crescimento da oferta turística e do setor turístico em geral. Da mesma forma, Sharpley e Telfer (2014) afirmam que os investimentos de capital são imperativos para a sustentabilidade e crescimento do turismo. Petrescu (2011) argumentou que o risco do investimento em turismo aumenta a colaboração dos setores público e privado, a fim de garantir a segurança aos investidores privados. Por outro lado, Nawaz e Hassan (2016:586) afirmam que “esta suposta colaboração pode ser facilmente favorecida do que alcançada, assim como a experiência internacional produz resultados mistos na devolução, participação e parcerias em vários países”.

O investimento privado no turismo concentra-se de uma regra geral, em alojamento, comércio e serviços de transporte, como hotéis, centros de congressos, aeronaves e navios de cruzeiro. Inclui também, produtos relacionados com o turismo, como serviços de natureza alimentar e de bebidas, empresas de animação turística e outros serviços culturais, serviços de guias intérpretes e operadoras turísticas, visando a diversidade da oferta e contribuindo com o setor público para o desenvolvimento dos territórios que dispõem de potencialidades para a dinamização das atividades turísticas.

Podemos inferir então que o sucesso do desenvolvimento turístico num território está dependente do planeamento que é efetuado antes de surgirem os alojamentos e outras edificações complementares e produtos conexos ao turismo, contribuindo para um equilíbrio sustentável de curto, médio e longo prazo do setor e, por conseguinte, para o destino.

Enquanto para Sancho (2008), o turismo é uma atividade que gera divisas que ajudam a equilibrar a balança de pagamentos, aumentam as receitas públicas, geram valor acrescentado e incentivam a atividade empresarial, uma vez que a atividade turística não se limita a hotéis e restaurantes, mas inclui um conjunto muito mais amplo de serviços e bens de consumo. Para Firmino (2007), nenhum destino turístico pode dispor de elevada atratividade, elevada competitividade e elevada sustentabilidade, se os seus principais intervenientes não funcionarem numa perspetiva sistémica, o que significa que compete ao poder público a regulação dos sistemas em sintonia com o setor privado.

“[...] a capacidade que um destino turístico tem para concorrer com outros destinos do mundo, gerando um nível de renda superior à média e mantendo essa situação a longo prazo,

com o mínimo custo social e ambiental possível” (Vignati, 2008:113) deve ser compartilhada entre as iniciativas privada e o poder público de forma a racionalizar os investimentos, conforme destacado por Ritchie e Crouch (2000), servindo a um bem maior que é a melhoria da qualidade de vida dos residentes (Mota; Vianna & Anjos, 2013).

Sem monitorização do setor público, os investimentos em turismo acabam beneficiando muito pouco os empresários e provocam grandes prejuízos ao nível do meio ambiente natural e cultural, proporcionando apenas o subemprego para a população local, (Krippendorf, 2012).

Adicionalmente, o turismo, pela sua qualidade como gerador de oportunidades de negócios e expansão da economia, tem conseguido contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, criar consciência ecológica e melhorar o crescimento económico, o que permite melhorar o acesso à educação e saúde; ou seja, gera desenvolvimento humano, que reciprocamente influencia positivamente o turismo (Mehregan *et al.*, 2012).

No turismo, a política exerce uma função essencial, pois, para o seu crescimento, são necessárias ações dos governos para melhor direcionar a atividade turística a obter os resultados finais desejados e manter as metas bem definidas, perspectivando em cada momento, o futuro do setor.

Por sua vez, Álvarez e Rodríguez (2013) consideram que para o planeamento do turismo é importante considerar a segurança do destino e sugerir que a segurança no turismo seja incluída na análise do potencial turístico de um destino a partir dos seus próprios recursos, tais como património natural e cultural, e não apenas como elemento no processo de escolha do destino turístico. Assim, porque para o desenvolvimento do turismo é necessária a prestação de vários serviços e a utilização de recursos públicos, é necessária a coordenação e a cooperação entre as entidades turísticas privadas e o governo para alcançar destinos turísticos sustentáveis.

Para além das receitas em divisas, “é necessário reconhecer outros benefícios que o turismo gera, onde podemos citar o crescimento do sector empresarial porque é necessário satisfazer a procura criada pela expansão do turismo, fomentando tanto o nacional como o internacional, atividade comercial e os diferentes setores de serviços relacionados com o turismo” (Ortiz, 2014:9). Os empresários são designados por atores sociais devido à capacidade que têm para promover um determinado território, atuando com recursos indispensáveis para mudar a vocação por vezes de cidades ou mesmo de regiões, através das

atividades turísticas, criando infraestruturas para atrair turistas e outros investimentos privados.

Segundo Ortiz:

“O desenvolvimento do turismo aumenta a renda total do país e principalmente a renda da população economicamente ativa que trabalha em empresas de turismo, bem como aquelas que trabalham para empresas cujo negócio gira em torno do turismo de pequeno ou grande porte, dessa forma, a receita do turismo é distribuída por um amplo estrato da população e o desenvolvimento dos setores rurais nos países em desenvolvimento depende em grande parte disso”.

(Ortiz, 2014:9)

O processo da globalização da economia e das tecnologias de informação e comunicação permitiu ao setor do turismo uma abertura dos mercados nos países desenvolvidos e nos países em desenvolvimento, tornando este setor como uma das indústrias líderes a nível mundial. O turismo permitiu a afirmação de outros setores e de serviços complementares à atividade e que no seu conjunto contribuíram para o crescimento económico e desenvolvimento de muitas regiões e países. “O correto relacionamento entre os recursos, a gestão do destino, as condições situacionais e as condições da procura é que definirão o potencial competitivo de um destino turístico. [...] há cada vez mais necessidade de ações articuladas entre as duas esferas de poder, uma vez que não é possível desenvolver as atividades ligadas à exploração do turismo num determinado destino, sem que haja o entendimento de que os recursos podem ser melhor aplicados se forem realizados investimentos que atendam aos interesses de todos os *stakeholders* envolvidos no segmento” (Mota; Vianna & Anjos, 2013:62-76).

Para Vieira (2016:14), “a taxa de crescimento do turismo local depende mais fortemente de economias de localização, benefícios decorrentes do agrupamento espacial de empresas ou indústrias relacionadas, do que da dotação natural de recursos, e, muito pode ser apreendido sobre o impacto económico do turismo, examinando a sua geografia e difusão em termos de padrões de produção e consumo”. Ainda de acordo com esta investigadora, “a distribuição turística mostra um padrão espacial que está fortemente ligado ao nível do desenvolvimento económico e recursos turísticos das regiões, em que as regiões do litoral beneficiam de uma conjuntura económica mais favorável para o desenvolvimento do turismo, em comparação com as regiões do interior” (Vieira, 2016:65).

Segundo Nawaz e Hassan (2016:583) “são necessários enormes investimentos na fase inicial para o fornecimento de instalações básicas como infraestruturas para a abertura de áreas para o turismo, em que os investidores do setor privado não correm riscos até que um

clima de confiança seja criado”. Ainda segundo os mesmos autores, “é um facto admitido que o investimento privado aumenta o crescimento setorial e geral de uma economia” Nawaz e Hassan (2016:584). “Os destinos turísticos são espaços que se constroem e adaptam aos contextos socioeconómicos. São espaços que têm um ciclo de vida determinado, mas que adquirem uma identidade que permanece ao longo dos tempos, e as sociedades que os moldaram seguem esses mesmos ritmos. Nesse sentido, sobrevivem, desaparecem ou transformam-se na modalidade de atividade principal, procurando para isso outros espaços, e produtos turísticos e sociais (Coll-Hurtado, 2016).

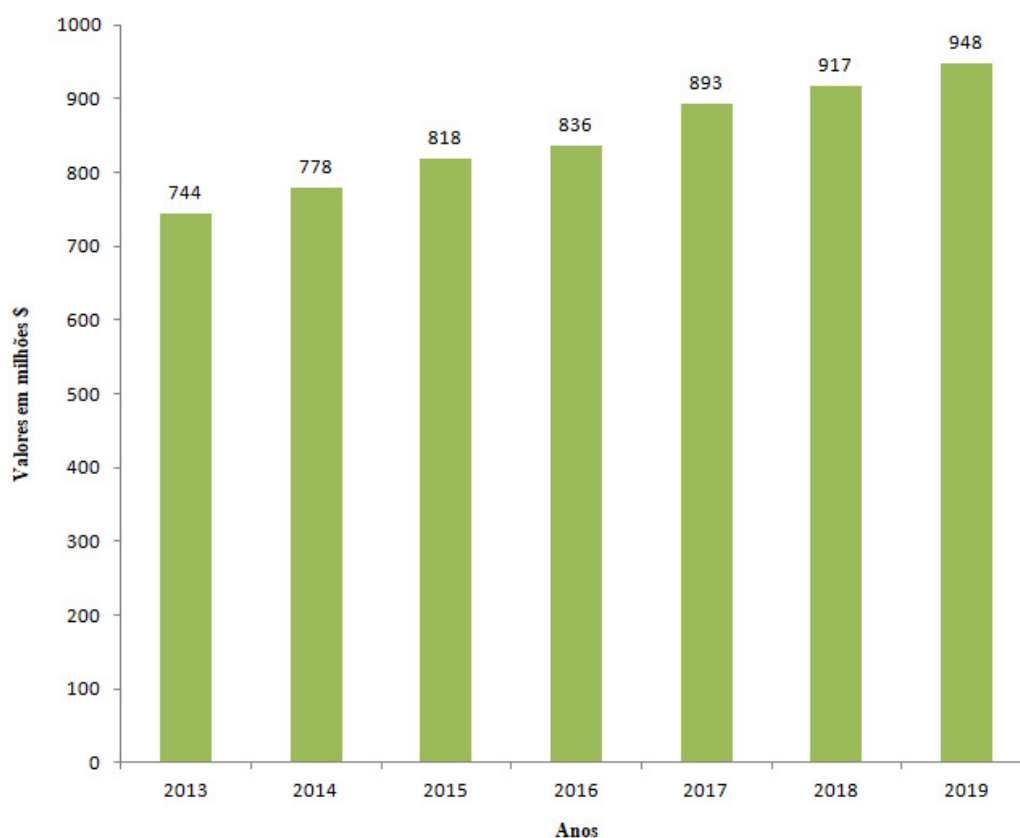
Na revisão da literatura sobre o investimento privado em turismo, verificou-se que para este setor se desenvolver, é necessário que antes das infraestruturas ocorra o respetivo planeamento do território e salvaguarda dos recursos naturais que podem ser determinantes para a procura turística dos destinos. “As iniciativas turísticas que necessitam de modelos de desenvolvimento adequados às características fisiográficas, naturais e paisagísticas, ambientais, socioeconómicas e culturais dos seus espaços, que pela coesão, promovem o desenvolvimento equilibrado e sustentável” (Perdigão, 2017:22).

É fundamental também que o planeamento e ordenamento dos territórios sejam uma evidência em todo o processo de desenvolvimento do setor turístico, pois, o dinamismo do setor privado depende dessa organização territorial, sendo positivo para os empresários, turistas e população residente. “O ordenamento do território é vital para o sucesso da atividade turística, ou seja, o desenvolvimento turístico sustentável será possível através da cooperação entre planeamento estratégico e ordenamento territorial” (Perdigão, 2017:27).

De acordo com o relatório anual da WTO (2018), o turismo apoiou 319 milhões de empregos (10% do total de empregos globais) e contribuiu com 8,8 triliões para a economia global, ultrapassando o crescimento da economia mundial. Da mesma forma, o relatório anual da WTO de 2019 afirmou que a receita obtida com os visitantes do turismo cresceu mais rápido do que a economia mundial (WTO, 2019).

Esta mesma Organização (WTO), também tem demonstrado ao longo dos anos, interesse em quantificar os investimentos privados, que são realizados no mundo na área do turismo (cf. gráfico 3.1.2).

Gráfico: 3.1.2 - Evolução do investimento de capital no setor de turismo no mundo entre 2013 a 2019, em milhões de dólares



Fonte: Elaborado a partir dos dados da WTO (2020)

O gráfico 3.1.2 evidencia a estatística inerente à evolução anual do investimento de capital privado no setor de turismo no mundo entre 2013 e 2019. Em 2019, o investimento em turismo mundial foi de quase 950 mil milhões de dólares americanos, sendo o total dos 7 anos de 5.934 bilhões de dólares investidos pelo setor privado no turismo a nível mundial.

Segundo Diaz (2020), as viagens turísticas registaram aumentos em todas as regiões do mundo, mas a desaceleração da economia, as tensões geopolíticas e sociais, a falência de operadoras ou a incerteza gerada pelo Brexit contribuíram para um crescimento moderado em 2019, de 4% contra os 7 % em 2017 ou 6% em 2018. No Médio Oriente, em grande parte devido à recuperação do Egito e ao bom desempenho da Arábia Saudita, liderou o crescimento, com 7,6%. A Ásia-Pacífico também mostrou um grande dinamismo, com expansão de 4,6%. Assim como a África, com 4,2%. Em relação às Américas, norte e sul do

continente, há uma certa desaceleração, com avanço de 2%, embora tenha sido registado um crescimento muito desigual. A Europa cresceu acima da média, cerca de 4%.

### **3.2 Impactos económicos do turismo**

Os investimentos no setor do turismo têm sempre repercussões positivas e/ou negativas no território, na sociedade e na própria economia, impactos que são necessários monitorizar e avaliar para evitar a regressão do setor, assim como a descaraterização das paisagens e da sua biodiversidade. Segundo Vieira (2007) identificou os objetivos do desenvolvimento turístico em económicos e sociais.

i) Os objetivos económicos do desenvolvimento turístico:

- Gerar benefícios económicos como divisas externas, rendimento, emprego e receitas fiscais, servir de catalisador para o desenvolvimento de outras atividades económicas como a agricultura, a indústria, a construção civil e as pescas;

- Financiar e justificar infraestruturas coletivas que vão também beneficiar as comunidades de acolhimento e de passagem;

- Gerar formas para melhorar o ambiente e preservar os valores culturais.

ii) Os objetivos sociais do desenvolvimento turístico:

- Proporcionar oportunidades de valorização pessoal e de educação e formação à população local;

- Proporcionar o intercâmbio de culturas.

O turismo ficou conhecido como potencial contribuidor no setor económico, com base nas experiências de muitos países que sustentam e melhoram a economia nacional através da indústria do turismo (Winckler, 2008).

Conforme é apresentado por Brida *et al.*, (2008), “os principais impactos económicos positivos do turismo estão relacionados com as receitas cambiais, a contribuição para a receita pública e criação de empregos e oportunidades de negócios”. O setor turístico apresenta em qualquer território impactos diretos a nível da economia e do próprio Estado, assim como impactos indiretos, principalmente, a nível da sociedade pelos empregos que proporciona. “A injeção de dinheiro nas economias recetoras do turismo é obtida por meio dos gastos com o turismo, gerando impactos diretos, indiretos e induzidos, estes dois últimos também chamados de secundários e os efeitos diretos são dados pelas receitas recebidas

pelas empresas de serviços turísticos e pelos vínculos gerados quando essas empresas compram bens e serviços aos seus fornecedores” (Ortiz, 2014:13).

O turismo pode contribuir de forma direta ou indireta para a economia de qualquer país ou região, através de diversas atividades como a restauração, o alojamento, as empresas de transportes, o comércio e outros serviços relacionados com a atividade turística. Por outro lado, o turismo pode promover o desenvolvimento de regiões, nomeadamente aquelas que dispõem de recursos naturais que se transformam em recursos turísticos e um património construído e natural que permita a criação de diversos produtos turísticos e que, no seu conjunto, podem cativar vários mercados turísticos. “O turismo é considerado um fator de crescimento económico, mas também um fator de convergência a nível de desenvolvimento entre regiões” Gonçalves (2017:8).

O turismo, portanto, é visto como um setor de atividade fundamental para promover o progresso e desenvolvimento nos países do Sul, ou seja, dos países em desenvolvimento, sendo a regulamentação sobre o setor fundamental para a sua afirmação. Os regulamentos são atos normativos políticos de natureza pública que também são importantes na afirmação do turismo nos territórios com potencialidades para a afirmação deste setor. Para Nipa *et al.*, (2015:75), “A política e regulamentos apropriados com parceria pública e privada podem mostrar o caminho do desenvolvimento económico nos próximos anos e o desenvolvimento da indústria do turismo resulta no benefício dos pobres”. Podemos inferir desta frase que o turismo pode ser a “tábua de salvação” para grande parte dos países do Sul, nomeadamente, os países de África, da América Latina e do Sudeste asiático.

O turismo é visto por vários autores como um setor que cria riqueza, emprego, entrada de divisas, assim como contribui para o desenvolvimento dos territórios. “A visão convencional do investimento em turismo é que ele é um impulsionador do crescimento económico e desenvolvimento com potencial significativo para a redução da pobreza. Em contextos de países em desenvolvimento, o turismo pode fornecer uma importante fonte de novas receitas não agrícolas nas áreas rurais e ajudar a construir uma ponte sobre desigualdades entre áreas urbanas superpovoadas e áreas rurais com espaços disponíveis para o setor turístico” (Banerjee & Cicowiez, 2015:3). Ainda de acordo com os dois autores, “ao nível setorial, os setores que atendem mais diretamente ao turismo apresentam as taxas mais elevadas de crescimento, enquanto os setores ainda mais afastados da cadeia de valor do turismo crescem mais lentamente” (Banerjee & Cicowiez, 2015:27).

A promoção de eventos a nível internacional também tem impactos no tecido económico nos países organizadores, caso do Mundial de Futebol, dos Jogos Olímpicos, de concertos musicais, etc. “A celebração de sete jogos de futebol em Leão durante os Jogos Olímpicos no México em 1968 e sete jogos na Copa do Mundo do México em 1970, permitiu que as elites empresariais locais percebessem a atração de recursos monetários derivados do turismo” (Montero, 2019:19).

Segundo o YES BANK (2018:6), “o envolvimento do setor privado será fundamental não apenas para impulsionar as infraestruturas, mas também ajuda a criar novos produtos turísticos, alavancando parcerias para o crescimento exponencial do setor, que destaca as principais áreas para o desenvolvimento de infraestruturas de turismo robustas e fornece recomendações importantes ao setor público”. O desenvolvimento das infraestruturas é um pré-requisito para obter um maior número de turistas, bem como receitas, e requer o esforço combinado da comunidade anfitriã, setores público e privado. “O setor público precisa estabelecer os sistemas de planeamento, regulação e monitorização, que usam os gastos públicos como um catalisador para atrair investimento de capital do setor privado, que estaria principalmente interessado em áreas que aumentam a competitividade e o apelo económico do destino” (YES BANK, 2018:15).

## **Conclusão**

Após a revisão da literatura sobre o investimento privado em turismo conclui-se que todos os autores referem que o desenvolvimento do turismo num determinado território resulta também dos investimentos que os empresários realizam, assim como alertam para a importância do setor público na materialização de infraestruturas de base para que a afirmação do setor seja uma realidade. Constatou-se que o planeamento e ordenamento do território é fundamental para o desenvolvimento turístico, bem como os contributos dos governantes, ou seja, das políticas públicas específicas para o setor, mormente a elaboração de um plano estratégico que resulte das parcerias entre o setor público e o setor privado.

Conclui-se também que o turismo, ao ser implementado num território, proporciona aspetos positivos na economia e na sociedade, com a criação de empregos, assim como a nível dos recursos patrimoniais, se existirem medidas de proteção e preservação do mesmo,

numa perspectiva de proporcionar uma maior diversidade de produtos para oferecer aos turistas.

Alguns autores defendem que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento de países em vias de desenvolvimento, onde predomina a pobreza, ou seja os países do Sul, se os seus recursos naturais e culturais forem valorizados e transformados em recursos e produtos turístico, cativando os turistas de vários mercados internacionais.

Sendo o turismo um setor de atividade que é transversal a todos os setores de atividade, ao afirmar-se numa dada área geográfica irá contribuir para a melhoria de cada uma, assim como proporcionará uma melhor qualidade de vida às populações autóctones, em particular, e aos turistas experiências únicas, porque os territórios são diferentes e apresentam culturas e características físicas e patrimoniais próprias.

Portanto, o investimento privado em turismo é fundamental para a afirmação dos destinos no panorama regional, nacional e internacional, assim como para o desenvolvimento dos territórios, desde que o setor público acompanhe a sua evolução, medindo e avaliando o setor em períodos de tempos curtos, contribuindo para o sucesso dos empresários da área turística e crescimento económico das regiões ou países.

No próximo capítulo é abordado o planeamento regional urbano, porque os territórios, em concreto as cidades que concentram o maior número de atividades turísticas e de infraestruturas, se não forem planeadas, a paisagem descarateriza-se e os destinos turísticos poderão entrar em regressão, ou seja, em declínio, prejudicando a economia e as pessoas que dependem diretamente deste setor.

O planeamento estratégico também é um instrumento imprescindível em qualquer território turístico para assegurar a sustentabilidade do setor, quando as políticas públicas o considerarem, porque sendo o turismo um setor sensível em termos gerais, os governantes têm de implementar planos estratégicos específicos para o setor do turismo.

O planeamento turístico é uma das variáveis do modelo teórico que consta nesta investigação e, portanto, o sucesso dos destinos depende em primeira instância do planeamento, seguindo-se as infraestruturas físicas no território e as atividades ligadas ao turismo, elementos que terão de estar em harmonia na paisagem.



## **CAPÍTULO 4**

### **Planeamento regional urbano, estratégico e turístico**



## **Introdução**

O planeamento é um processo desencadeado por uma entidade pública e decorre numa determinada unidade territorial, resulta de uma ação voluntária do poder político, dispõe de uma componente política e outra técnica, é um processo evolutivo e maleável, subentende a participação da população adstrita a essa unidade territorial e é um processo integrado e prospetivo. O planeamento é também um instrumento de desenvolvimento que pressupõe sempre um ou mais objetivos, bem como os meios necessários (humanos e financeiros) para materializar o respetivo plano.

Segundo Almeida (2004), o ordenamento do território assume um papel fundamental, de forma a garantir que o turismo se enquadre num território equilibrado (...) só deste modo se conseguirá assegurar o acesso da população residente e dos turistas aos vários equipamentos e serviços de uma forma eficiente, mas protegendo os recursos e valores naturais e paisagísticos, considerando-os como recursos estratégicos para o desenvolvimento turístico.

Todo o planeamento é um processo contínuo que “trabalha”, tal como é denominado por Hall (2005) procurando encontrar formas adequadas de controlar o sistema em causa e, em seguida, por meio da monitorização dos efeitos com o objetivo de ver até onde os controles têm sido eficazes ou quão longe eles precisam de alteração posterior.

O desenvolvimento turístico desordenado e sem planificação poderão provocar consequências e efeitos nefastos para o território e, por conseguinte, para o setor do turismo. Pretende-se, assim, um desenvolvimento do turismo equilibrado, principalmente para os territórios turísticos que detêm um maior património natural e ambiental, onde sejam integradas de forma ponderada as dimensões económica, ambiental e social. Ou seja, ambiciona-se um turismo que privilegie o desenvolvimento sustentável, com maior qualidade, que não se desenvolva sem uma boa gestão dos recursos naturais, como se tem verificado, infelizmente, em muitas regiões turísticas.

De acordo com Ascher (2010:46) “a sociedade é estruturada e funciona como uma rede de mobilidades, fluxos de informações, mercadorias, etc. É por esta razão que se torna necessária uma visão integrada e transdisciplinar do espaço para compreensão das redes sociais, políticas, ambientais e económicas a ele associadas”. Por isso, a participação popular é muito importante para a construção conjunta e justa do território.

O planeamento estratégico para ser eficaz e sistemático, terá de apontar os resultados pretendidos para cada destino turístico e utilizar ferramentas que permita alcançá-los, recorrendo a uma coordenação e boa gestão dos recursos, produtos e serviços a oferecer. O planeamento estratégico é igualmente abordado, sendo considerado um processo crucial no turismo e determinante no sucesso a longo prazo dos destinos turísticos (Mason, 2015).

A atividade turística num território poderá ser bem-sucedida se existir planeamento físico onde conste todas as etapas a conceber em termos temporais e indicar as prioridades em cada momento, para que o setor seja sustentado no curto e longo prazo.

#### **4.1 O planeamento regional e urbano**

Mcloughlin (1970) descreve o planeamento regional e urbano como um processo integrado e cíclico, isto é, desenvolvido em sistema e por ciclos, em cada um destes se distinguem fases bem definidas, tais como:

a) A análise da situação que, a partir da escala de valores em presença, revelará as necessidades dos indivíduos e grupos;

b) A formulação dos fins e dos objetivos, de forma hierarquizada, tanto em termos espaciais como temporais;

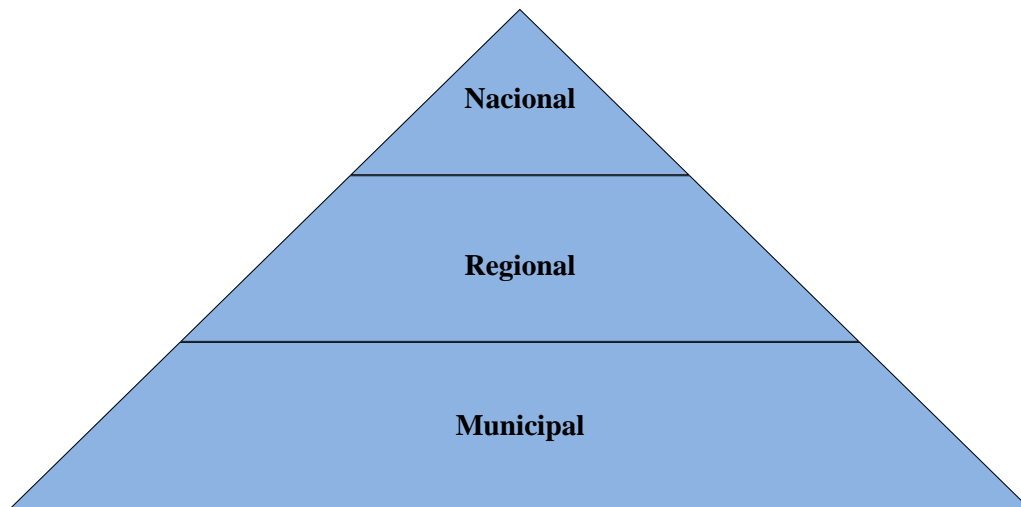
c) A inventariação das estratégias ou orientações de política e das linhas de ação necessárias para atingir os objetivos;

d) O confronto das linhas de ação com os meios disponíveis, os seus custos e vantagens e as opções ou escolhas necessárias;

e) A ação, isto é, a atuação através dos instrumentos e medidas que, modificando as relações do sistema, implicam a reiniciação de novo ciclo de horizonte temporal mais alargado.

É esta a essência dos planos, entendidos como modelos ou instrumentos simultaneamente descritivos, de previsão e, sobretudo, de ação, de forma a se atingir a transformação desejável da realidade. O Decreto-Lei n.º 380/99 de 10 de dezembro de 2003, designado por Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial (RJIGT) situa o planeamento a três níveis: nacional, regional e municipal (cf. figura 4.1.2).

Figura: 4.1.2 - Hierarquia do planeamento nacional - Sistema de gestão territorial



Fonte: Elaborado a partir da DGOTDU

O planeamento para Dredge, (1999:772) “Pode também ser precedido como o processo que visa estabelecer uma visão estratégica para uma área que reflete os objetivos da comunidade e de o implementar através da identificação de padrões preferenciais do uso do território e de estilos apropriados de desenvolvimento”. Segundo Beni (1998), o planeamento é encarado do ponto de vista governamental, como um processo que estabelece finalidades, define linhas de ação e planos pormenorizados para atingi-los, e determina também, os recursos necessários para a sua consecução.

O planeamento, segundo Mason (2003), pode ser usado em diferentes contextos geográficos (urbano e rural), bem como ser aplicado em diversas escalas de análise (local, regional e nacional). “O planeamento é sempre um “instrumento do poder”, pois quem planeia antevê o futuro, quantifica-o e orienta-o” (Vieira, 2007:29). A amplitude e diversidade dos conceitos de planeamento fazem com que seja difícil definir esta atividade com exatidão.

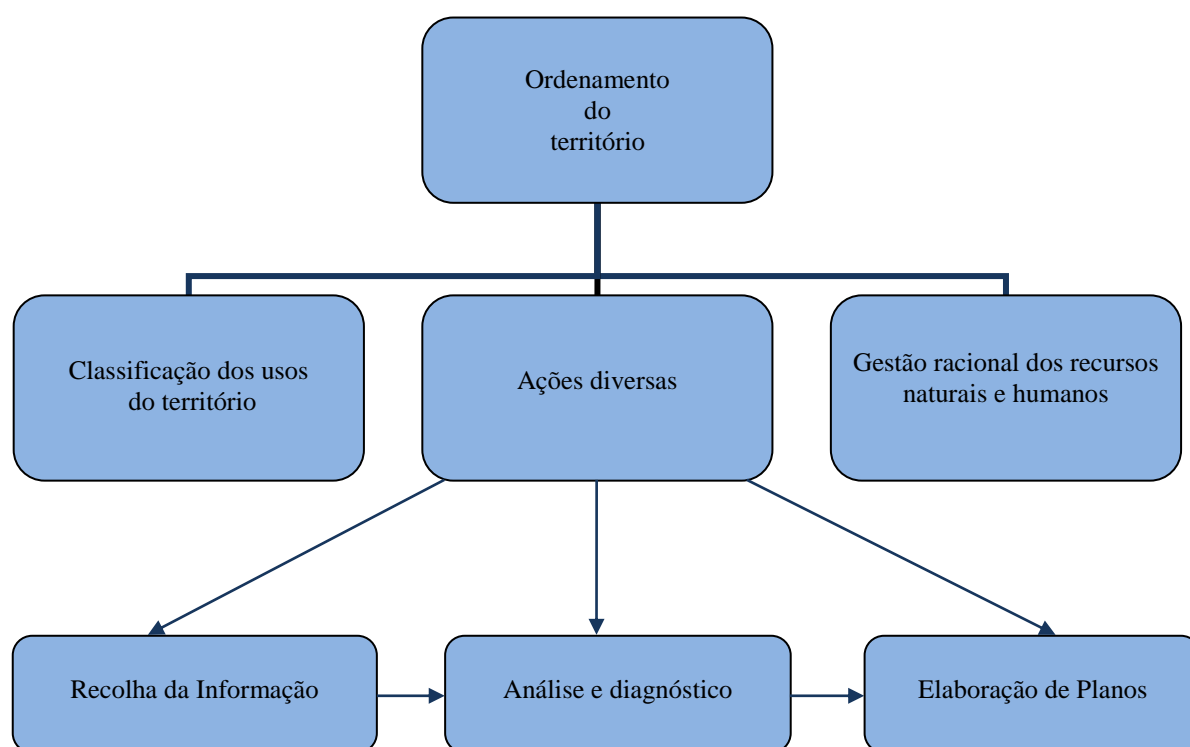
De uma forma geral, o planeamento pode ser entendido como um conjunto de atividades que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. “Ele tem por objetivo o aprovisionamento de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda aos seus desejos e necessidades” (Ruschmann, 2008:83).

Para compreendermos bem a importância do planeamento regional, é necessário perceber a relação que existe entre este e o ordenamento do território, pois não se pode

planear sem ordenar o território, ou seja, a ação de um conceito depende dos contributos do outro. Apesar de estas características serem comuns a todos os processos de planeamento, existem diferentes tipos de planeamento, de acordo com os objetivos a atingir: planeamento físico e planeamento socioeconómico.

O planeamento é, portanto, o conjunto de estudos ou ações que permitem a implementação e execução de um plano. O ordenamento do território é um processo de classificação dos usos do território que integra ações muito diversas, desde o diagnóstico, recolha de informação, análise, até à elaboração de planos, passando por uma gestão racional e permanente dos recursos naturais e humanos (cf. figura 4.1.3).

Figura: 4.1.3 – Fases do ordenamento do território



Fonte: Elaboração própria

O planeamento físico visa regulamentar quais as melhores formas para definir os usos do solo, bem como dos seus recursos naturais, tendo assim, um elemento essencialmente espacial. Destina-se, portanto, à coordenação horizontal de ações de vários setores, nomeadamente: transportes, habitação, atividades económicas, espaços verdes, áreas turísticas, com a finalidade de promover um equilíbrio ao nível do uso do solo. Por outro lado, existe também o planeamento socioeconómico que visa as transformações económicas

e sociais num determinado território, incidindo especialmente na estrutura produtiva. A principal finalidade do planeamento socioeconómico é a melhoria das condições de vida das populações de uma dada área geográfica. Estes dois tipos de planeamento são interdependentes, pois, juntos, promovem o planeamento harmonioso da economia, da sociedade e do território objeto de intervenção. “O ordenamento do território procura aumentar a qualidade de vida dos cidadãos, através de uma melhor organização do espaço que tenha em conta o essencial do desenvolvimento económico, social, cultural e ambiental, sem prejuízo do difícil equilíbrio entre os impactes do progresso e a necessária sustentabilidade dessa mesma qualidade de vida em todos os domínios da sociedade”, (Gomes, 2013:6). Dos vários problemas associados a esta mudança são geralmente identificados “a circulação viária decorrente de congestionamento, a desqualificação do espaço público, tanto na circulação pedonal como nos espaços de estrada, o desajustamento das redes de equipamentos coletivos e as carências de espaços verdes, a insuficiência da rede de transportes públicos na sua abrangência e interconexão, a dificuldade em garantir inclusão social, o envolvimento da população nas tomadas de decisão e em revitalizar a economia a partir de base local”. (Martins, 2013:96).

Nos últimos anos assistimos a uma procura cada vez mais significativa dos turistas pelos espaços urbanos, facto que está associado à maior oferta de produtos e recursos turísticos que estes apresentam. Por vezes, as vantagens da cidade ainda se percecionam como superiores às suas desvantagens na escolha da residência, local de vida e trabalho diário” (Figueiredo, Kastholz & Lima, 2013:43). Por isso, é importante também que as cidades sejam espaços bem planeados para evitar o êxodo urbano, como acontece nas grandes cidades e naquelas em que o preço do uso do solo é muito elevado. Pretende-se que as cidades também estejam bem organizadas quanto ao uso do solo e que o ordenamento do território se verifique periodicamente, de forma a garantir a subsistência das atividades existentes, nomeadamente a comercial, a restauração e o turismo, entre outras.

De acordo com a Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano (DGOTDU, 1988), o ordenamento do território deve perseguir objetivos como o desenvolvimento socioeconómico equilibrado das regiões e melhoria da qualidade de vida das populações, a utilização racional do território e a gestão dos recursos naturais numa perspetiva de proteção do ambiente, a participação das populações no processo de decisão, a

coordenação entre entidades e os diferentes interesses das populações, assim como uma efetiva implementação das políticas e das medidas de ordenamento.

Conforme o Decreto-Lei n.º 380/99, o sistema de gestão territorial de âmbito nacional apresenta o quadro estratégico para o ordenamento do espaço ao nível do país, fixando as diretrizes a considerar à escala regional e municipal, coordenando os instrumentos de política setorial com incidência no território, que se segue nos parágrafos seguintes.

Quanto à gestão de cariz regional, o quadro estratégico para o ordenamento no espaço regional, articula-se com as políticas de desenvolvimento económico e social. Fixam as diretrizes orientadoras do ordenamento municipal. Em relação ao sistema de gestão do espaço municipal na base de opções próprias, decide de harmonia com as diretrizes de âmbito nacional e regional, o regime do uso do solo, assim como a sua programação. Neste sentido, existem vários instrumentos de gestão do território, conforme a natureza da área geográfica que está em apreço e segundo uma hierarquia por grau de importância (cf. tabela 4.1.7).

Tabela: 4.1.7 - Instrumentos de gestão territorial

<b>Âmbito</b>	<b>Designação</b>
Nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PNPOT - Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território</li> <li>● PSIT - Planos Setoriais com Incidência Territorial</li> <li>● PEOT - Planos Especiais de Ordenamento do Território</li> </ul>
Regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PROT - Planos Regionais de Ordenamento do Território</li> </ul>
Municipal	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PIOT - Planos Intermunicipais de Ordenamento do Território</li> <li>● PMOT - Planos Municipais de Ordenamento do Território</li> <li>● PDM - Planos Diretores Municipais</li> <li>● PU - Planos de Urbanização</li> <li>● PP – Planos de Pormenor</li> </ul>
Especiais	<ul style="list-style-type: none"> <li>● POOC - Planos de Ordenamento das Orlas Costeiras</li> <li>● POAAP - Planos de Ordenamento de Albufeiras de Águas Públicas</li> <li>● POE - Planos de Ordenamento dos Estuários</li> <li>● POAP - Planos de Ordenamento de áreas Protegidas</li> <li>● POT - Planos de Ordenamento do Turismo</li> </ul>

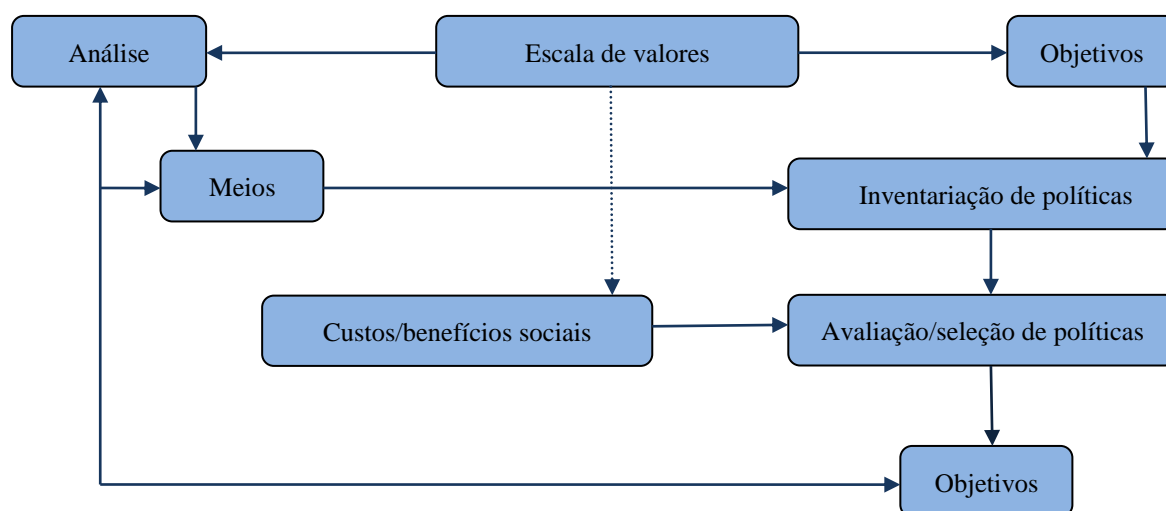
Fonte: Elaborado a partir da DGOTDU

A relação hierárquica dos diferentes planos referidos anteriormente tem no topo o Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (PNPOT) e na base, naturalmente, o Plano de Pormenor (PP).

O planeamento apresenta vários ciclos, em função das dinâmicas que ocorrem em cada território e por isso, para além dos vários sujeitos que elaboram os planos de ordenamento, é

essencial os meios financeiros e implementação de políticas públicas que estejam em sintonia com a organização espacial em cada período temporal, que corresponde normalmente a 10 anos. A figura 4.1.4 evidencia os vários elementos e passos que são percorridos para que um território apresente um planeamento eficaz e duradouro, mediante as mutações que este sofre ao longo dos tempos.

Figura: 4.1.4 - O planeamento como processo cíclico



Fonte: Elaborado a partir de Lopes (1984)

Um aspeto importante ao nível das políticas territoriais é a sua característica interdisciplinar. De facto, nenhum fenómeno da vida real é de carácter estritamente disciplinar, no sentido de se definir que é o domínio exclusivo deste ou daquele ramo de conhecimento científico. O ordenamento, portanto, implica ao mesmo tempo reconhecer a ordem estabelecida, realizar uma apreciação crítica acerca dos elementos inventariados e implementar a sua mudança, através de um novo plano de ordenamento. De acordo com os manuais de planeamento do turismo de Murphy (1985); Molina, Rodriguez (1985) e Ruchmann (1997) uma das primeiras fases é conhecer as políticas existentes e elaborar novas, se necessário, para viabilizar a execução dos planos traçados. A existência de planos de ordenamento do território é um sinal evidente de apreensão das entidades que governam os territórios, tendo por base o bem-estar das populações, que naturalmente reverterá também em benefício dos visitantes (turistas).

Planear é adotar um conjunto de decisões conjeturadas, realizar previsões sobre determinadas variáveis, recolher informações internas e externas, criar cenários (hipóteses), problematizar a realidade e apresentar ações a tomar, que deverão ser avaliadas, conforme as

mutações ocorridas ao nível real. No entender de Peleias (2002:22), planejar “pressupõe a existência de um processo decisório contínuo, que contemple as atividades dos gestores de forma individual e conjunta (...)”. O planeamento territorial é um processo contínuo, constante e dinâmico que visa antecipar-se às mutações que poderão ocorrer no território. Como evidenciam Miranda e Libonati (2002:53) “o planeamento é o processo de definir objetivos e desenvolver estratégias para as concretizar. Dotar mecanismos para coordenar a produção de estratégias e a sua execução, requer o compromisso definido da administração pública visando atingir os objetivos previamente delineado”. Planeamento é, portanto, a atividade de se antecipar às mutações, plasmando as ações que serão tomadas e os recursos que serão alocados ao território.

Os novos instrumentos de gestão e ordenamento do território deverão incluir as seguintes áreas de intervenção:

- a) Inventariação adequada de recursos;
- b) Conhecimento previsível da procura;
- c) Promoção de políticas públicas específicas para o turismo;
- d) A gestão dos recursos assente nas tecnologias de informação e comunicação;
- e) Criar um modelo integrado de gestão de recursos adaptado a cada território;
- f) Definir uma rede local na perspetiva do investimento e desenvolvimento para o setor turístico.

Na conceção de Lourenço (2003:218) “o plano é um elemento determinante do processo de planeamento. Isto é, de um modo mais afirmativo, um processo de planeamento não pode ser iniciado sem um plano, pois este constitui-se como o âmago e “motor” desse processo. Deste modo, é idealizado o desenrolar de um ciclo de planeamento que se sucede no tempo sem descontinuidades”. Portanto, o plano não pode ser estático, necessita acompanhar a evolução do espaço/tempo, ser flexível, conter mecanismos de acerto, sofrer monitorização e avaliação constante, mormente, nos dias atuais, caracterizados pelo avanço da globalização e de mudanças estruturais muito rápidas. Nesse cenário, o plano-processo envolve um conjunto de planos sucessivos adaptados às necessidades da sociedade, contemplando transparência, direitos, deveres e outras prioridades, como explica Lourenço (2003:37) “a noção da existência permanente do plano implica a sua explicitação e gestão”. Efetivamente, a consideração do plano-processo implica a avaliação de um conjunto de planos que se sucedem ou podem coexistir no tempo, para um determinado espaço

territorial. Ainda segundo Lourenço (2003:38), “a implementação dos vários planos contribuirá para instrumentalizar o plano-processo (...). A explicação residirá nas garantias que os planos territoriais irão oferecer, com maior transparência do processo; consagração de regras, direitos e deveres; ponderação e análise conjunta de situações e problemas”. Segundo Lourenço (2003), um plano-processo está organizado em função do empenho político, da capacidade técnica e da aceitação cultural para a sua continuidade no tempo (cf. tabela 4.1.8).

Tabela: 4.1.8 - Fatores determinantes de planos territoriais

<b>Biofísicos</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Culturais</b>
<i>Ocupação do solo</i> : fator que pode facilitar a ação.	<i>Propostas de planos</i> : é a ponderação de normas e ações idealizadas, em determinada escala de tempo, destinadas ao desenvolvimento de um território.	<i>Participação pública</i> : é essencial para a transparência do plano-processo; uma forma de garantir o espaço democrático para aceitação ou crítica sobre o que se propõe no planeamento, antes de qualquer tentativa de alteração.
<i>Morfologia/Constituição do solo</i> : a constituição dos solos, além do relevo e da geologia tem significativa determinação em decisões sobre o tipo de construção, o traçado das vias a serem pavimentadas, entre outras.	<i>Indicações viabilidade técnica económica</i> : constituem indicadores como Taxa Interna de Retorno, <i>Play Back</i> , Taxa de Crescimento, entre outros que permitem mensurar o realismo de aplicação das propostas.	<i>Medidas de políticas</i> : representam as vias escolhidas pelos agentes de decisão para o alcance dos fins em geral e objetivos em particular, assim propostos. São importantes, no sentido de orientar, dar coerência e continuidade às formas de atuação. Podem se apresentar de modo mais geral e serem orientadoras, regulatórias, distributivas e redistributivas.
<i>Acessibilidades</i> : são catalisadores ou inibidores de urbanização.	<i>Gestão urbanística</i> : constitui o acompanhamento das propostas do plano, traduzido na sua componente de licenciamento. Abrange o modo de administrar os recursos, negociar com os grupos sociais, discutir as prioridades, entre outras ações.	<i>Políticas de solos</i> : são as vias seguidas pelos poderes públicos na função de agentes reguladores e coordenadores do consumo ou utilização do solo, abrangendo ações, normativas, instrumentos e mecanismos tais como: aquisição, expropriação do solo e os variados mecanismos regulatórios dos processos de planeamento.
<i>Cadastro</i> : é um elemento que pode faltar ou estar presente de maneira demasiada nos planos. No primeiro caso, pode acarretar problemas subsequentes na implementação do plano; no segundo, diminuir a importância técnica das propostas.	<i>Imposição de sanções</i> : – representa a ação e vigilância para o cumprimento de regras estabelecidas no âmbito do Estado de direito. O Ministério Público, os Órgãos Ambientais e as Agências de Regulação possuem relevância em zelar por este fator.	<i>Organização Institucional</i> : representa a instituição de um grupo técnico de acompanhamento das propostas do plano-processo, o arranjo intersetorial, a cooperação intermunicipal e, eventualmente, associação entre público e privado, originada de parcerias na realização de serviços e investimentos em estrutura física, principalmente aqueles de grande envergadura económica e relevância social.

Fonte: Extraído e adaptado de Lourenço (2003:225)

## 4.2 O planeamento estratégico

O planeamento estratégico deve definir os resultados desejáveis para cada destino e atuar de modo sistemático, com vista a alcançá-los, através da coordenação e integração de forma eficiente dos recursos, produtos e serviços individuais. A implementação deste processo deve ser levada a cabo em diversas escalas, sendo particularmente importante em locais detentores de características intrínsecas de interesse turístico-cultural e potencialidades relevantes para o desenvolvimento da atividade (Hall, 2008).

A planificação estratégica é uma das ferramentas que permite obter com maior efetividade o desenvolvimento da atividade turística num determinado território turístico. Por outro lado, também contribui para as relações causa-efeito presentes, entre os objetivos a atingir e os programas que se pretende adotar para alcançar essas metas previamente estabelecidas. Segundo Almeida (2009:76), “na delineação de estratégias para um destino turístico deve ser dada uma atenção especial à diversidade de processos comuns, mas também individuais, que existem entre os vários segmentos de mercado, pois só assim se podem definir as atividades de informação, comunicação/promoção e formação, e estabelecer um plano de monitorização, acompanhamento e avaliação”.

De acordo com Edgell e Swanson (2013), o planeamento feito de forma correta e adequada tem associadas várias vantagens para um destino turístico, destacando-se as seguintes:

1. Relação próxima entre as políticas governamentais e o planeamento: o planeamento estratégico do turismo fortalece as políticas para o turismo;
2. O planeamento estratégico do turismo é um esforço organizado de pensamento útil e racional, e, tal como as políticas para o turismo, é orientado para o futuro;
3. O processo de planeamento tem várias etapas, iniciado com o inventário dos recursos turísticos e finalizado com o estabelecimento de um modelo de desenvolvimento para o futuro;
4. O planeamento estratégico do turismo equilibra os objetivos económicos com a preservação do património, melhorando a qualidade de vida dos residentes;
5. O planeamento estratégico do turismo fomenta a conservação dos recursos dos quais o turismo necessita para se desenvolver;
6. O planeamento estratégico do turismo promove a qualidade, eficácia e eficiência dos *stakeholders*.

Segundo Santos (2014), o desenvolvimento turístico dos destinos exige o estabelecimento de relações densas e reflexivas entre a sustentabilidade, a promoção e a difusão da imagem do local, e também a implementação de processos sistêmicos de intervenção e ação associados a medidas políticas que suportem estas estratégias.

A promoção do desenvolvimento da atividade turística num determinado território, constitui um processo complexo, na medida em que é necessário oferecer os produtos turísticos e ao mesmo tempo promover ações para os proteger por parte de quem tem a tutela dos destinos. Neste contexto, o planeamento adequado ao destino, a tomada de decisões estratégicas e a coordenação entre os diversos *stakeholders* que constituem o sistema turístico são indispensáveis (WTO, 2015).

Mason (2015) defende que o planeamento estratégico dos destinos turísticos “é um processo fundamental para o desenvolvimento equilibrado do turismo, tendo por objetivo o estabelecimento de uma estratégia a longo prazo que promova a melhoria do desempenho e aumento da competitividade da atividade turística, numa lógica sustentável”. Mojic e Susic (2014) esclarecem que o planeamento estratégico não se limita a definir os objetivos, estabelece também a forma destes serem alcançados.

A importância do planeamento tendia a ser subestimada no passado, tendo-se verificado vários casos de insucesso de destinos e áreas turísticas como resultado da inexistência ou inadequação do planeamento estratégico (Edgell, 2016).

“O desenvolvimento dos produtos turísticos e a gestão estratégica dos destinos turísticos requerem, assim, quer uma avaliação criteriosa dos valores e determinantes que emanam do território, quer uma abordagem seletiva, já que nem todos os recursos possuem suficiente relevância para a internalização em cadeias de valor ou para a afirmação e sustentação dos destinos turísticos”, FCT (2019:53).

As regiões empreendedoras também são espaços de excelência para o desenvolvimento do turismo, porque apresentam produtos inovadores que contribuem para a diversidade da oferta turística. Neste sentido, Jardim (2019:205) afirma que “o empreendedorismo é um fator determinante para o crescimento económico das sociedades, a coesão social e a realização pessoal, constata-se que as regiões mais desenvolvidas têm disseminado, entre as suas políticas públicas, o desenvolvimento das competências empreendedoras”.

### 4.3 O planeamento turístico

No planeamento turístico devem respeitar-se alguns princípios básicos que garantem o seu sucesso e a sua aceitação geral, tais como os que Spanoudis (1982:314) refere, num trabalho sobre o planeamento na ilha grega de Patmos, que são:

i) O planeamento turístico deve subordinar-se aos níveis de planeamento hierarquicamente superiores (princípio da hierarquização do planeamento);

ii) A satisfação das necessidades locais quanto às infraestruturas, deve ter prioridade sobre a satisfação das necessidades dos turistas;

iii) O desenvolvimento turístico só se entende se for acompanhado pelo desenvolvimento de outras atividades e oportunidades de emprego de qualidade para a população local, permitindo balancear a vida económica regional, equilibradamente, entre várias alternativas e eliminar a dependência de apenas uma atividade;

iv) A utilização dos recursos locais deve ter prioridade sobre a utilização de recursos externos, minimizando-se os *spillovers* e garantindo-se, assim, que o efeito multiplicador do turismo tem maior efeito local;

v) A dimensão humana e cultural da comunidade de acolhimento deve ser respeitada e mantida;

vi) A capacidade física e humana regional para turistas deve ser aferida e respeitada;

vii) Devem ser impedidos os “guetos” turísticos, onde existe um isolamento dos turistas relativamente à população local.

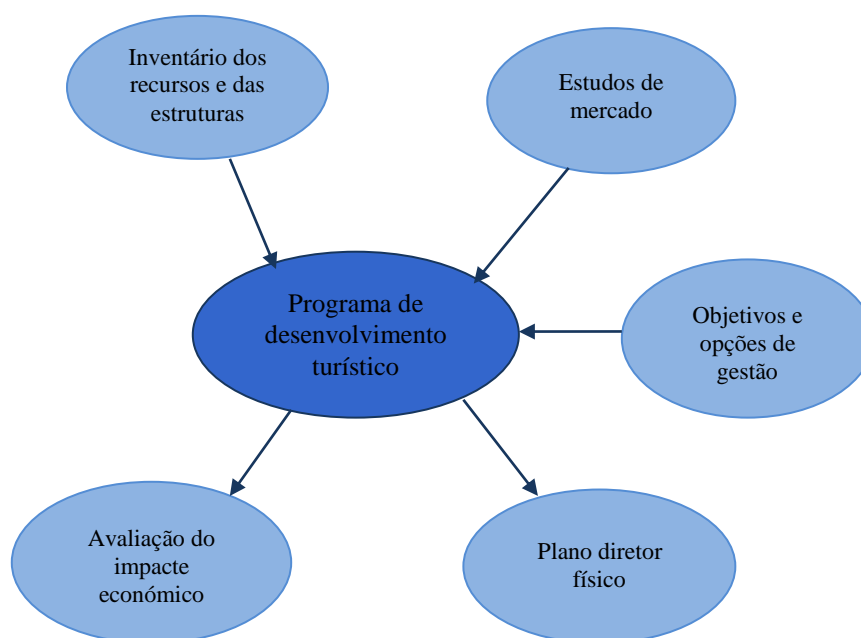
De acordo com Murphy (1985) “O planeamento preocupa-se em antecipar e regular a mudança de um sistema, para promover um desenvolvimento ordenado de forma a aumentar os benefícios sociais, económicos e ambientais do processo de desenvolvimento. Para o concretizar, o planeamento torna-se “uma sequência ordenada de operações, projetada para levar à realização de um único objetivo ou a um equilíbrio entre vários objetivos” (Hall, 1970:4).

O planeamento do turismo é uma tarefa complexa, uma vez que envolve aspetos relacionados com a ocupação do território, a economia, a cultura dos núcleos recetores, as características dos destinos emissores e a conseqüente heterogeneidade dos turistas (Ruschmann & Widmer, 2000). Portanto, o planeamento turístico é um processo transversal a toda a sociedade que ultrapassa os seus aspetos económicos, territoriais ou ambientais (Vieira, 2007:85). Por outro lado, Ruschmann e Widmer (2000) defendem que o

planeamento é essencial e indispensável para o desenvolvimento de um turismo equilibrado e em harmonia com os recursos físicos, sociais e culturais das regiões de acolhimento evitando, deste modo, que o turismo destrua as bases que o fazem existir.

Baud-Bovy (1985) sugere o processo PASOLP: Product's Analysis Sequence for Outdoor Leisure Planingng. Compreende cinco fases: investigação e análise; definição da política de turismo e dos fluxos prioritários; elaboração do plano diretor e estabelecimento da estratégia; controlo de impactes e planeamento contínuo, como está refletido na figura 4.3.5, que evidencia o esquema tradicional de planeamento turístico, onde são consideradas quatro variáveis, num programa de desenvolvimento turístico a aplicar num dado território que tenha potencial para dinamizar este setor de atividade.

Figura: 4.3.5 - Esquema tradicional de planeamento turístico



Fonte: Elaborado a partir de Baud-Bovy (1985)

O desenvolvimento turístico de qualquer território exige numa primeira fase o inventário dos recursos e das infraestruturas existentes, ou seja, uma radiografia ao território. Os estudos de mercado são fundamentais na elaboração de uma estratégia turística, mas com os objetivos bem definidos, visto que é necessário saber o que pretendem os turistas para depois decidir quais as ações e políticas mais adequadas a materializar no território turístico, a fim de satisfazer as suas motivações. Como consequência, surge o plano físico do território e a avaliação do impacte económico, com o intuito de determinar se o modelo e a estratégia

implementados foram as mais adequadas. Neste sentido, é importante destacar que a elaboração do plano não se deve restringir às análises dos técnicos e à aprovação dos políticos, mas também deve ser assegurada a participação e a aprovação da comunidade e dos agentes que a ela estão associados. É importante não impingir à população os planos e as ações a concretizar no território de cada município ou mesmo ao nível local. Tudo o que é imposto de uma regra geral é rejeitado pela população, por isso, aconselha-se a participação de todos nos processos de planeamento territorial.

Mill e Morrison (1985) também se preocuparam em salientar a importância do planeamento turístico e em definir as fases desse processo, identificando as seguintes fases: análise do passado; investigação e análise detalhada; síntese; estabelecimento de metas, estratégias e objetivos e elaboração do plano (cf. figura 4.3.6).

Figura: 4.3.6 - Fases do planeamento turístico segundo Mill e Morrison (1985)



Fonte: Elaborado a partir de Mill e Morrison (1985)

As reflexões destes investigadores permitem-nos concluir que é necessário dar respostas aos desafios constantes que o turismo coloca ao homem, à medida que os anos passam, sempre com o objetivo de salvaguardar o futuro do setor e das sociedades que dependem direta ou indiretamente do mesmo.

Para Getz (1986:27), “o planeamento turístico é um processo baseado na avaliação e pesquisa que tenta melhorar a contribuição do potencial de turismo para a qualidade ambiental e humana”.

Segundo Pearce (1989:247) as fases básicas do planeamento turístico a longo prazo são:

- i) Análises anteriores ao desenvolvimento turístico
- ii) Avaliação da posição do turismo
- iii) Formulação de políticas turísticas
- iv) Definição de estratégias de desenvolvimento
- v) Elaboração de programas e ações.

Para Inskeep (1991:16) “um bom planeamento e uma gestão cuidada do turismo são cruciais para otimizar os benefícios do turismo e prevenir ou pelo menos atenuar os problemas que podem ser causados pela indústria do turismo”. Contudo, a revisão de literatura mostra que os modelos de planeamento turístico nem sempre têm demonstrado a necessária inclusão dos diferentes elementos que compõem o sistema do turismo. Por exemplo, o estudo comparativo de modelos de planeamento turístico, conclui que “todos eles têm certas deficiências na integração da teoria dos sistemas turísticos e do processo de planeamento” (Getz, 1986, citado por Inskeep, 1991:31).

A única forma de se obter as vantagens do turismo é através do planeamento, como conceito de visão integrada do futuro e de lidar com as consequências de forma antecipada. Por isso, “um inventário dos recursos turísticos é considerado como um elemento fundamental do planeamento turístico, do ordenamento do território, da definição da vocação turística de uma região e das ações promocionais a desenvolver, bem como da orientação dos investimentos a efetuar”, Livro Branco do Turismo (1991:7).

O processo de planeamento é variável, dependendo das condições do local ou do tipo de planeamento que é implementado no território. Na generalidade, “o planeamento segue: a preparação do estudo; a determinação dos objetivos e das opiniões” (WTO, 1993:43).

Inskeep (1994) apresentou os seguintes componentes básicos do desenvolvimento turístico, a ter em atenção no processo de planeamento:

- Atrações e atividades turísticas;
- Equipamentos e serviços de alojamento;
- Outros equipamentos e serviços turísticos, tais como agências de viagens, informações turísticas, restaurantes, lojas de retalho, bancos e serviços de câmbio, cuidados médicos, segurança pública e serviço postal;
- Equipamentos e serviços de transporte;

- Outras infraestruturas, tais como abastecimento de água, fornecimento de energia elétrica, rede de esgotos, tratamento de lixo e telecomunicações;
- Elementos institucionais dos programas de marketing, formação profissional, legislação e regulamentação, políticas de investimento, estrutura dos setores público e privado, programas socioeconómicos e ambientais.

Se o turismo é considerado um dos agentes mais importantes de mudança em qualquer sociedade, logo, não pode deixar de evoluir sem um determinado tipo de planeamento. “No entanto, este planeamento deve ser estratégico, integrador, participativo e pluralista, no sentido de envolver as dimensões sociais, económicas e físicas” (Gunn, 1994:5). Para alcançar um desenvolvimento turístico de sucesso é importante um planeamento de turismo a todos os níveis, onde todos os elementos do território sejam considerados em todo o processo de implementação do plano (Ruschmann,1997). É um processo de equacionar os futuros desejáveis e possíveis para uma entidade territorial e de consensualizar as decisões e medidas concretas, prioritárias, que devem ser tomadas desde o presente para que essa entidade seja melhor amanhã (Guéll, 1997).

Vera *et al.*, (1997:52) começa por defender que “o turismo é um fenómeno espacial onde está subjacente, a existência de vários fatores que contribuem para explicar os processos e modelos para a planificação do espaço turístico, cujo estudo permite ter uma visão aplicada e prospetiva dos componentes que influenciam as formas de aproveitamento turístico e que condicionam o processo de transformação e articulação do turismo no território”. Estes fatores referidos são os recursos naturais, com os seus riscos, grau de integração turística no território e na sociedade local, a acessibilidade e ligação entre as áreas emissoras e espaços recetores de turistas, assim como os fatores institucionais, económicos e culturais e da intervenção pública dos governos.

Como os fatores naturais são mais afetados pelo desenvolvimento do turismo, na medida em que há um maior consumo dos mesmos, estes podem ser bem geridos em qualquer tipo de planeamento turístico, recorrendo a políticas públicas eficazes e consistentes, visando a sustentabilidade do setor.

Carvalho (2002:1) define planeamento como “um esforço para dirigir a energia humana, objetivando uma finalidade racionalmente predeterminada, ou seja, representa uma ação coordenada de esforços para atingir um determinado objetivo e, para que seja alcançado, de facto, é necessário que os agentes sociais façam diagnósticos e previsões,

procedam a acompanhamentos e avaliações, e construam cenários sobre o presente e o futuro com base na reflexão sobre o passado, nas experiências presentes e nas expectativas de futuro”.

O turismo pode organizar-se em torno de diversos setores, é uma atividade particularmente planejada pelo setor público, embora com a participação do setor privado e da própria comunidade local. No entanto, a intervenção governamental varia de país para país, estando essa mediação dependente do peso que o setor do turismo tem em cada território.

De acordo com Ruschmann (2001), o objetivo principal do planejamento turístico é a organização da atuação humana, no âmbito da atividade turística, tendo em vista estruturar os destinos, contribuindo para a manutenção da atratividade dos mesmos, evitando assim, a destruição dos recursos turísticos. O planejamento turístico é indispensável para preservar os recursos naturais existentes num dado destino, tendo como objetivo o futuro do turismo e, por conseguinte, a sobrevivência das populações que estão associadas a este setor e da própria comunidade.

Para Molina e Rodriguez (2001), o processo de elaboração do plano de desenvolvimento turístico é composto pelas seguintes fases: diagnóstico, prognóstico, definição de objetivos e metas, definição de estratégias, avaliação e recomendações, implementação e monitorização, passando para a implementação no território turístico.

Planejar envolve refletir antecipadamente sobre a realidade, de modo a atingir os objetivos previamente estabelecidos. “Essa reflexão, no entanto, pressupõe a aplicação de um conhecimento científico para resolver os problemas e assegurar que os objetivos e metas serão atingidos” (UNCRD, 2002:52).

O planejamento deve ser entendido como um instrumento de desenvolvimento e pressupõe a existência de um ou mais objetivos, assim como de meios humanos e financeiros que permitam concretizar o plano na respetiva unidade territorial. O planejamento assumiu um papel muito relevante no desenvolvimento turístico dos territórios quando os governos começaram a reconhecer que o setor embora tivesse alguns impactos negativos, também tinha um papel essencial no crescimento e revitalização social e cultural das comunidades locais.

Dencker (2004) defende também que “a finalidade do planejamento não deve apenas ser restringida à organização do setor para atender somente às necessidades do mercado (que

têm como objetivo o crescimento económico baseado no lucro), mas também que ele deve ser orientado para a questão do plano social, considerando relações de confiança e solidariedade, de comprometimento e reciprocidade de forma a atingir interesses comuns e o estabelecimento de relações hoteleiras”.

O planeamento do turismo não pode ser pensado de forma isolada dos restantes setores de atividade pois todos estão interligados numa determinada unidade territorial, em que as políticas públicas subjacentes sejam agregadoras e não desintegradoras, para que haja uma harmonia entre todos os elementos que compõem a área geográfica em apreço. É importante um planeamento sustentável, ou seja, que tenha por base uma simbiose entre o ambiente, a economia e a sociedade.

Neste sentido, o planeamento do território tem de cumprir as regras que estejam implícitas no plano e as ações a materializar bem definidas, tendo por finalidade um turismo sustentável em que, o objetivo principal, seja satisfazer as necessidades dos turistas e das comunidades locais no presente, salvaguardando os recursos de que depende o turismo, de modo a que estes se possam perpetuar no tempo.

Na afirmação do turismo como setor impulsionador do desenvolvimento dos vários destinos, principalmente daqueles que têm muitas potencialidades em termos de recursos e produtos turísticos, incluindo o património construído e o património natural, assim como outras atividades que são complementares ao setor do turismo, são necessárias ter em consideração quando se pretende planejar o território, porque, o planeamento é um instrumento fundamental na prossecução do processo de desenvolvimento, desde que a organização no espaço seja uma realidade concreta. Se o planeamento do território não acontecer nos momentos próprios, a descaraterização do território poderá acontecer e colocar em causa o desenvolvimento das atividades turísticas em termos de futuro ou da sua sustentabilidade.

Burns (2004) desenvolveu uma abordagem bipolar (cf. tabela 4.3.9) onde aponta algumas falhas e contradições do planeamento turístico. O modelo ilustra a natureza multidisciplinar das abordagens que se encontram na literatura sobre a questão: os que defendem o desenvolvimento sustentável numa perspetiva holística e os que sustentam uma visão economicista.

Tabela: 4.3.9 - Abordagem bipolar do planeamento turístico

<b>Visão holística “Desenvolvimento primeiro”</b>	<b>Visão economicista “Turismo primeiro”</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desenvolvimento humano sustentável</li> <li>● Turismo como um sistema</li> <li>● Turismo como cultura</li> <li>● Sistemas mundiais modernos</li> <li>● Periferia</li> <li>● Subdesenvolvimento</li> </ul> <p>Visa um destino independente, diferenciado e com uma dependência mínima no núcleo. Focado em metas de desenvolvimento humano sustentável definido pela população e conhecimento local. A questão-chave que conduz o desenvolvimento é: O que é que o turismo nos pode dar sem nos prejudicar?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Crescimento económico</li> <li>● Turismo como indústria</li> <li>● Turismo como consumismo</li> <li>● Globalização</li> <li>● Núcleo</li> <li>● Modernização</li> </ul> <p>Visa a maximização do diferencial do mercado através da familiarização do produto. Produto homogeneizado indiferenciado, dependente do núcleo com um foco em objetivos definidos pelos planeadores externos e da indústria internacional do turismo.</p>

Fonte: Elaborado a partir de Burns (2004:26)

Para Burns (2004:38) “as contradições e as falhas das referidas abordagens sugerem a necessidade de repensar um novo paradigma para o planeamento do turismo”. Assim, sugere uma nova abordagem sustentada designada terceira via que pode fornecer uma plataforma para o crescimento sustentável e o desenvolvimento humano” (Burns, 2004:39). Nesta “terceira via”, o autor afirma que “todos os atores devem participar nas diversas fases do processo: entidades públicas e privadas, visitantes e população. Todavia, o autor destaca que “a terceira via no planeamento do turismo é ainda inexperiente” (Burns, 2004:40).

Planear de forma proativa, e não reativa como acontecia no passado, consiste em antecipar ou fomentar a mudança, ter visão quanto ao futuro, procurar soluções ótimas e prever resultados. Ao planeamento pode acrescentar-se uma dimensão estratégica através da inclusão de um horizonte temporal longo (5 a 10 anos), durante o qual os impactes e as implicações das políticas e dos planos devem ser monitorizados e avaliados (Page, 2007).

O planeamento em turismo “consiste em ordenar as ações do Homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, desta forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem a sua atratividade” (Ruschmann, 2008:90). Todavia, ressalta que o planeamento turístico “exige uma série de ações e decisões que só serão bem-sucedidas se empreendidas dentro de um processo metodológico” (Ruschmann, 2008: 91).

No turismo, o planeamento é uma condição necessária para a viabilidade, a organização e a sustentabilidade da própria atividade (Carvalho, 2009). Para Williams (2009) o planeamento do turismo engloba os seguintes objetivos:

a) Permite um mecanismo para uma disposição estruturada de equipamentos turísticos e infraestruturas associadas ao longo de grandes áreas geográficas;

b) A coordenação da natureza fragmentada do turismo, principalmente em relação ao transporte, alojamento, *marketing* e recursos humanos;

c) A intervenção na conservação dos recursos e a maximização dos benefícios para a comunidade local;

d) Um mecanismo para a distribuição e redistribuição dos investimentos relacionados com o turismo e os benefícios económicos;

e) A integração do turismo em sistemas de planeamento dá à indústria um significado político (uma vez que a maior parte dos sistemas de planeamento são sujeitos a influências e controle político) e além disso fornece uma medida do estatuto e legitimidade para uma atividade que nem sempre foi considerada seriamente como uma força para a mudança económica e social.

Segundo Umbelino (2010), o planeamento é hoje reconhecido como uma atividade determinante para o sucesso e sustentabilidade dos destinos turísticos. Entretanto, na prática, apesar do planeamento ser extremamente essencial para o turismo, garantindo diversos benefícios e constituindo um instrumento imprescindível na gestão com base no modelo de sustentabilidade, muitos destinos ainda não implementaram um processo de gestão e planeamento do turismo ou fazem-no de forma imprópria.

Ao longo dos anos, vários investigadores da atividade turística contribuíram para a monitorização e avaliação da mesma, mormente, através das teorias sobre o Ciclo de Vida da Área Turística (Butler, 1980) e mais recentemente, com o ciclo de vida de processos turísticos (Lourenço, 2003; Álvares, 2008). Os modelos referentes ao ciclo de vida do turismo são semelhantes, embora anunciem um número de fases variável, bem como a respetiva denominação.

Na perspetiva do turismo, o planeamento envolve, portanto, a definição de metas e objetivos para o destino turístico, que servem de base para outras ações de suporte. Qualquer processo de planeamento deve ser acompanhado de recolha permanente de informação e os

planos apresentarem a flexibilidade necessária para se adaptarem às transformações que vão ocorrendo constantemente no território em cada dia que passa.

Por outro lado, e no caso das comunidades, o planeamento turístico comunitário deve reconhecer que na satisfação das necessidades locais também é possível satisfazer as necessidades dos visitantes (Henriques, 2003; Hall, 2011).

Hall (2011:44) defende que “uma abordagem comunitária no planeamento turístico implica a necessidade de parceria ou controle do processo de desenvolvimento turístico”. No entanto, ressalta o autor que “essa análise comunitária não tem sido comumente adotada pelas autoridades governamentais, especialmente por causa dos protestos de grupos de interesse comercial sobre o impacto económico resultante da demora nas tomadas de decisões causadas nomeadamente, pelas exigências legais em termos de participação”.

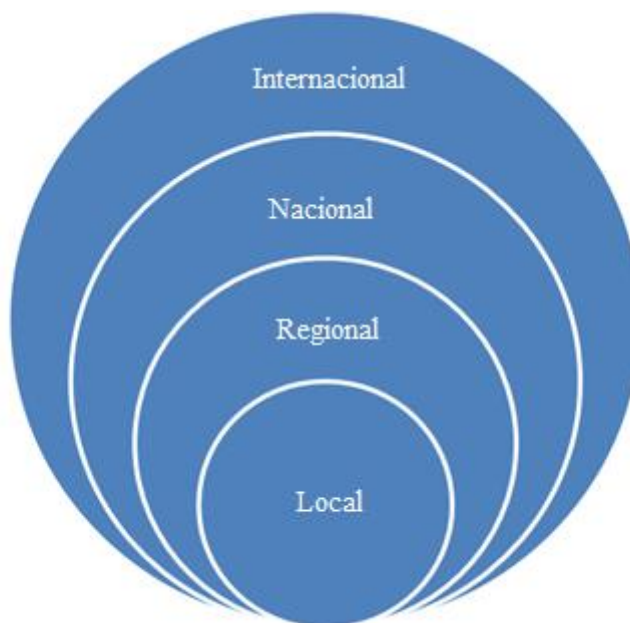
O início do planeamento turístico baseou-se em planos ou estratégias essencialmente relacionadas com a avaliação de mercado e a planta dos lugares. Estes planos foram usados para servir interesses especulativos, em vez de serem utilizados para controlar o processo de desenvolvimento no território turístico.

No processo de planeamento é necessário que haja a cooperação entre todos os parceiros, tanto públicos como privados, desde a formulação de objetivos, seleção de estratégias e criação de produtos turísticos, perante o conhecimento do consumidor, do mercado e da concorrência.

Por outro lado, também é imprescindível a participação da população autóctone no processo de planeamento, para evitar que os planos sejam impostos pelos gestores do território, mais concretamente, os políticos (autarcas). Quando a população se envolve no planeamento do seu território aceita normalmente, as infraestruturas, como estradas, centros de saúde, superfícies comerciais e os próprios empreendimentos turísticos, bem como as atividades conexas ao setor, como os restaurantes, as agências de viagem, os museus ou as empresas de animação turística.

O planeamento do turismo nos diferentes níveis: internacional; nacional; regional e local, é fundamental para o seu adequado desenvolvimento e gestão territorial, tendo por base o turismo (cf. figura 4.3.7), como setor que muitas vezes é determinante no desenvolvimento das localidades e na promoção dos empregos e de melhores condições de vida para muitas famílias.

Figura: 4.3.7 - Níveis de planeamento turístico



Fonte: Elaboração própria

O turismo deve ser objeto de planeamento ao nível das diversas escalas, nomeadamente escala nacional e regional, fixando as regras e orientações políticas mais adequadas, considerando os aspetos estruturais e as estratégias indispensáveis a um correto desenvolvimento do setor. É necessário que o setor turístico tenha uma orientação resistente e ininterrupta, aquando do terminus dos mandatos governamentais, envolvendo de forma participada os cidadãos e empresas, tendo por base um território sustentado em termos de futuro.

A atividade turística para existir, pressupõe, no mínimo, as condições básicas asseguradas pelo planeamento e ordenamento do território, designadamente o planeamento físico, onde consta o saneamento básico, as vias de comunicação, redes de telecomunicações e, basicamente, a definição de parâmetros de ocupação e utilização das áreas turísticas. É de extrema importância a concretização de um conjunto de infraestruturas que satisfaçam as necessidades do turista/visitante, desde as físicas, territoriais, às socioculturais.

O planeamento é sobretudo importante para o desenvolvimento turístico em função de duas características essenciais: em primeiro lugar, o turismo é uma atividade complexa e interdisciplinar, que atravessa muitos setores e empresas diferentes; portanto, muitas vezes não é rigorosamente reconhecido nas análises estatísticas da economia. Como consequência, os dados brutos e as informações inerentes ao turismo tendem a estar fracionados entre

diferentes áreas e em diferentes instituições/organismos. Para dificultar essa primeira característica, o turismo é considerado uma indústria de especificidades locais, pois cada destino terá problemas próprios ou deverá tratar dos mesmos problemas de forma divergente, porque cada território é único. A segunda característica significa que o planeamento possibilita que o governo e os empresários do setor compensem a economia, o ambiente físico, a cultura da própria comunidade local, entre outros fatores (Baptista, 2003).

A experiência em várias áreas de turismo no mundo tem demonstrado que o turismo planeado poderá trazer vários benefícios a longo prazo, sem problemas significantes, satisfazendo os mercados turísticos. Os lugares que têm permitido o desenvolvimento turístico sem recorrer ao planeamento, frequentemente sofrem de problemas sociais e ambientais e por vezes o fenómeno turístico entra em declínio.

Segundo Coelho (2010), o desenvolvimento e o crescimento do turismo será implementado de um modo mais eficaz, tendo por base o planeamento territorial, onde devem ser realçadas e implementadas as boas práticas da política da sustentabilidade. Isto é, o planeamento do turismo é uma ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável e, por isso, ocupa um lugar decisivo no processo de conceção e implementação de estratégias de desenvolvimento (Carvalho, 2009).

Ainda para Carvalho (2009), o planeamento turístico tem que ser compreensivo, tendo em consideração todos os seus componentes relacionados com o turismo, tais como o planeamento territorial e as políticas públicas que lhe estão subjacentes. Deverá partir também da comunidade, isto é, alcançar o envolvimento máximo da comunidade na planificação e desenvolvimento, porque os modelos ao serem impostos, a população dificilmente aceita ou compreende.

Para Coelho (2010), o planeamento é pensar o futuro, é um processo que consiste em desenvolver um futuro desejado, isto porque o futuro não se prevê, prepara-se e o destino não se sofre, controla-se. Este conceito aplica-se exatamente ao desenvolvimento do turismo, pois este tem de ser planeado a pensar no futuro, garantindo a sustentabilidade dos recursos do território e dos investimentos. Deste modo, o planeamento territorial do turismo é subsidiário do planeamento estratégico, pois este é um processo de condução da mudança, baseado numa análise participativa da situação e da evolução previsível e na definição de uma estratégia de utilização dos recursos (escassos) nos domínios críticos. Coelho (2010) destaca que, de acordo com Vieira (2007), o planeamento turístico deve contribuir para o

desenvolvimento do próprio planeamento e, por isso, podemos classificar o planeamento turístico em função da maior ênfase dada nesse planeamento a cada uma das envolventes:

a) Planeamento do desenvolvimento económico: o turismo é uma atividade com forte impacto económico nas comunidades de destino e depende, por outro lado, do desenvolvimento económico das comunidades de origem. Assim, o planeamento do desenvolvimento turístico, devido à importância da componente económica, deve ser incluído no tipo de planeamento mais vasto, designado por planeamento do desenvolvimento económico;

b) Planeamento biofísico do território: o turismo e o território estão intimamente imbricados, pelo que o planeamento do desenvolvimento turístico deve também ser parte importante a considerar no planeamento do território, quer o seu nível seja local, regional ou nacional;

c) Planeamento infraestrutural: o turismo é uma atividade cujo desenvolvimento depende da existência das infraestruturas coletivas mais relevantes, como infraestruturas de transportes (aeroportos, rodoviárias, portos, ferroviárias e nós e redes multimodais) e as infraestruturas sociais (esgotos, abastecimento de água, energia, comunicação e saúde);

d) Planeamento social: o impacto social do desenvolvimento turístico em todas as valências sociais e, inversamente, destas no turismo é enorme. É conhecido o efeito do desenvolvimento turístico, por exemplo, no emprego, mas existem outras valências como a segurança pública e a estabilidade política e social, cuja importância é menos estudada, mas que é igualmente relevante.

As questões do planeamento e desenvolvimento do turismo e da hospitalidade são vistas por Cawley (2012) como sustentabilidade, planeamento de capacidade, planeamento estratégico de infraestruturas e previsão, atividade e realinhamentos estruturais, implicações dos avanços na tecnologia da informação e da globalização do turismo, destacando a hospitalidade como aspetos práticos do planeamento e do próprio desenvolvimento.

Por sua vez, no planeamento dessas infraestruturas é importante considerar o seu efeito (positivo ou negativo) no desenvolvimento turístico, como é o caso da abertura de uma nova estrada que pode dar acesso a uma região ou local que estava isolado (fora dos circuitos turísticos), permitindo, assim, dar-lhes um novo impulso para o desenvolvimento e, por conseguinte, melhorar as condições de vida das suas populações.

Atualmente, se tivermos em consideração que as deslocções turísticas se tornaram um fenómeno intenso à escala planetária, com vários tipos de impactes, planejar o turismo é um processo essencial e muito importante em qualquer modelo de desenvolvimento territorial.

Como o desenvolvimento turístico geralmente exige que os setores público e privado desenvolvam grandes projetos de capital (alojamento hoteleiro, infraestruturas públicas, rede de transportes, etc.), a falta de planeamento pode resultar em erros dispendiosos. Por exemplo, um plano turístico abrangente, geralmente inclui um planeamento de uso do solo que oriente e integre as diversas utilizações numa área - tais como instalações para o alojamento dos turistas, atividades comerciais, habitação, amabilidades recreativas - de uma forma racional, que melhore a experiência do visitante, ao mesmo tempo que proteja a comunidade autóctone e o meio ambiente.

Por outro lado, a necessidade de conciliar o planeamento físico com o económico, apresenta grande atualidade face à complexidade das decisões a adotar, em função da relevância social, económica, territorial, política e ambiental das mesmas, assim como da especificidade de cada território. A título de exemplo, citam-se os planos regionais (Ordenamento e Desenvolvimento) que abrangem grande parte da superfície nacional e os mais recentes planos de turismo (Douro e POT-Madeira), todos eles como instrumentos-chave na articulação entre as políticas de ordenamento do território e as políticas de desenvolvimento económico e social. Neste âmbito, foi constatado por Álvares (2008) que vários fatores influenciam os ciclos de vida do turismo num destino, nomeadamente, as políticas públicas, o planeamento turístico, os processos relativos ao desenvolvimento turístico, bem como questões relativas à sustentabilidade. Segundo Haugland *et al.*, (2011:268) “apesar dos destinos serem percecionados pela procura como um único elemento que oferece uma experiência integrada ou um produto, estes são compostos e produzidos por vários agentes individuais”. No planeamento turístico é aconselhável que todas as pessoas pertencentes a um dado território com potencial para dinamizar o setor do turismo devam participar na elaboração dos planos, evitando assim a rejeição, quando estes são impostos pelos governantes.

## **Conclusão**

O planeamento é um processo fundamental em qualquer modelo de desenvolvimento que se pretenda implementar numa região ou país, desde que os instrumentos a utilizar sejam adequados às realidades de cada lugar e que, na sua aplicação, haja flexibilidade por parte dos gestores do território, nomeadamente os políticos, incorporando nos processos de planeamento, as componentes de incerteza e complexidade que as ações futuras possam originar no território, ou seja, é necessário antecipar as situações anómalas.

Planear o turismo é um processo extremamente importante em qualquer modelo de desenvolvimento, porque depois das infraestruturas materializadas no território, não se pode destruir para cumprir um plano que terá de existir antes do processo de desenvolvimento turístico se iniciar. A única forma de se obterem as vantagens do turismo é através do planeamento territorial, como conceito de visão integrada do futuro e de antecipar consequências passíveis para cenários de atuação.

O planeamento no geral é indispensável em qualquer território e por isso, existem vários tipos de planos, quer a nível nacional, regional ou local e os mesmos são revistos de 10 em 10 anos, para evitar complicações em termos de organização e estruturação das diversas áreas geográficas.

No turismo, o planeamento é determinante para a afirmação do setor e sua longevidade, devido a ser muito sensível em termos de gestão dos recursos e dos produtos turísticos que são o fermento do sucesso do setor, a curto, médio e longo prazo. Daí o planeamento turístico ser parte integrante dos modelos de avaliação elaborados pelos investigadores e figurarem também na monitorização e análise do setor, aquando da aplicabilidade sobre um território, onde o turismo seja a atividade predominante.

No próximo capítulo pretende-se demonstrar que a feitura dos modelos de avaliação do turismo recorre a diversas áreas do conhecimento, nomeadamente ao planeamento, ao investimento, ao ambiente, à economia, à história e ao património natural e construído que cada território turístico apresenta, como determinantes para o seu desenvolvimento social, económico e cultural, principalmente nos territórios que tenham potencialidades para dinamizar o turismo.

**CAPÍTULO 5**  
**Modelos de avaliação em turismo**



## **Introdução**

O estudo dos modelos de avaliação em turismo é determinado numa tentativa de colaborar para o entendimento dos elementos que compõem as várias atividades turísticas, compreender o processo de planeamento/gestão do turismo nos territórios e a realização de previsões de tendências futuras, através de análises descritivas, exploratórias, preventivas e técnicas, que permitam resolver problemas que possam surgir no futuro. Não obstante, alguns são de difícil resolução, caso da pandemia provocada pelo COVID-19 que atingiu quase todos os países do mundo em 2020, e cujas soluções os governantes estão dependentes do sucesso das vacinas ou mesmo das alterações climáticas que são irreversíveis e que estão a provocar alterações nos fluxos turísticos à escala global, colocando ao turismo muitas interrogações quanto ao seu futuro.

Neste capítulo serão apresentados modelos relacionados com a avaliação dos territórios turísticos, principalmente os modelos de Butler (1980), Strapp (1988), Inskeep (1991), Lourenço (2003), Leiper (2004) e Álvares (2008). Pretende-se neste capítulo determinar os contributos de cada um dos autores observados, quanto à análise de qualquer área turística em termos de evolução temporal do produto turístico, vistos como elementos fundamentais no estudo de qualquer território que tenha o turismo como setor determinante para o seu desenvolvimento e crescimento.

Na pesquisa a efetuar, serão interligados o conhecimento teórico e os fenómenos que se pretende estudar, sendo indispensável a leitura atenta e aprofundada de livros técnicos, teses de doutoramento e de mestrado, artigos científicos, bem como outros estudos diversos que reúnam temáticas tão diversas, como o ordenamento do território e planeamento turístico, a importância das políticas públicas, entre outros.

O desenvolvimento do turismo tem sido o foco de muitas pesquisas recentes, estudos na literatura, por acreditar que essa indústria não aumenta apenas a renda cambial, mas também cria oportunidades de emprego nos países de destino turístico, estimulando assim, o crescimento económico (Chiu e Yeh, 2017).

O turismo é uma atividade que tem um efeito multiplicador capaz de promover o desenvolvimento indireto de outros setores, sobretudo nas áreas económica, social, territorial e patrimonial. É um setor que se caracteriza por um processo de harmonia e transformação contínuo dos territórios, embora condicionado pelas situações conjunturais de risco,

principalmente nos mercados de origem dos turistas, assim como pela elevada aplicação e utilização de ferramentas sofisticadas e pelas alterações dos padrões de comportamento de potenciais turistas, quanto à escolha de férias e de lazer.

## **5.1 Desenvolvimento de modelos em turismo**

O desenvolvimento dos modelos quantitativos a implementar de forma científica, num dado território turístico, teve o seu início nas décadas de 50 e 60 do século XX. Esta lógica positivista de procura de hipóteses é baseada em: (i) afirmações empíricas, cuja verdade deve ser estabelecida por verificação e (ii) afirmações analíticas, com base na lógica e na matemática, consideradas verdadeiras por definição (Álvares, 2008:46).

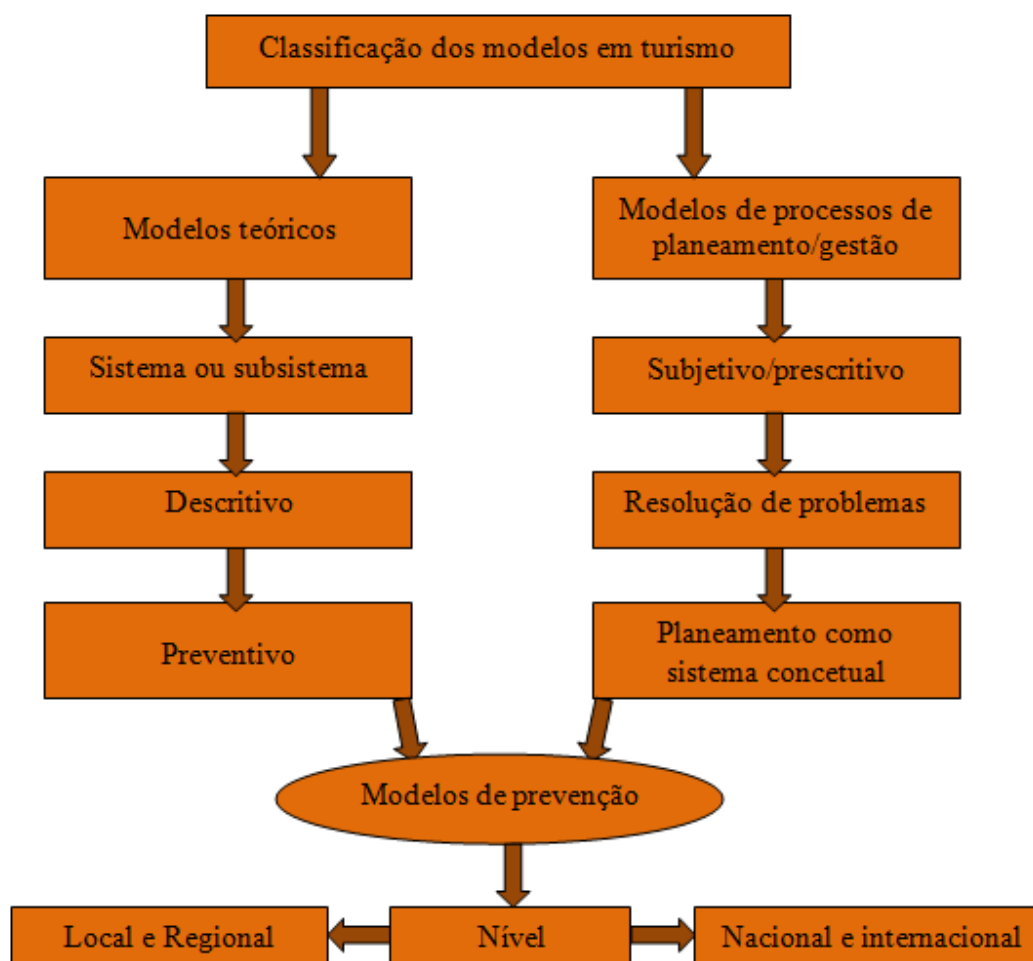
Em função desta caracterização, os modelos em turismo são instrumentos para descrever e analisar um determinado cenário turístico, num dado momento e para um período previamente definido e que, de uma regra geral, resultam de técnicas e métodos científicos, sendo de natureza quantitativa e associados a programas informáticos que têm como meta a apresentação gráfica, de base concetual.

No turismo, os primeiros estudos relacionados com os modelos de avaliação dos destinos turísticos surgem entre 1963 e 1992 (Christaller, 1963; Cohen, 1972 e 1978; Plog, 1973; Stansfield, 1978; Leiper, 1979; Getz, 1986 e 1992) com o propósito de contribuir para o entendimento dos vários elementos que compõem a atividade turística, através da sistematização do processo de planeamento e da organização do turismo nos destinos, possibilitando o estabelecimento de previsões futuras e tendências nos destinos turísticos.

Getz (1986) contribuiu para a sistematização e integração da teoria e prática de vários modelos, agrupando-os em modelos teóricos para facilitar a análise territorial e proporcionar estudos diferenciados relacionados com o turismo.

A figura 5.1.8 apresenta a classificação de modelos em turismo, onde são evidentes as variáveis de um modelo teórico, modelo aplicado ao planeamento e à gestão que podem convergir para modelos de previsão a diferentes escalas de análise, desde a local à internacional.

Figura: 5.1.8 - Classificação dos modelos no setor do turismo



Fonte: Elaborado a partir de Getz (1986) e de Álvares (2008)

“Os modelos em turismo são estabelecidos numa tentativa de contribuir para (i) o entendimento das mais variadas componentes da atividade turística, (ii) a compreensão do processo de planeamento/gestão do turismo e (iii) realização de previsões de tendências futuras quer através da forma descritiva, explicativa, preventiva, prescritiva, quer através de técnicas/diagramas de resolução de problemas” (Álvares, 2008:48).

Agarwal (2002) relaciona o TALC de Butler (1980), à “tese de reestruturação”. A sua motivação para inter-relacionar estas duas obras é baseada nas perceções que este apresentava sobre as causas e consequências da queda do destino turístico. A “tese de reestruturação” de Agarwal (2002) diz respeito ao processo das mudanças nas economias capitalistas e das sociedades, juntamente com significativa mudança na estratégia pela qual o capital procura a acumulação ampliada. Agarwal (2002) inclui uma discussão sobre a forma como as indústrias têm respondido aos desafios competitivos e de consumo. Estes são

classificados em três formas e estratégias principais: reorganização do produto, reorganização do trabalho, e as deslocalizações e produto de transformação espacial. Estas estratégias são definidas como eles se relacionam com o “processo estrutural da mudança” no contexto do turismo. Assim sendo, os elementos-chave na relação entre a “tese de reestruturação” e o modelo de Butler assentam na aplicação das perceções sobre as respostas a declinar.

Os modelos de Butler (1980) e de Lourenço (2003) são as referências concetuais e teóricas para a elaboração do Modelo de Análise do Processo Turístico (*MAPT*) proposto por Álvares (2008). O *MAPT* responde a algumas das críticas formuladas por Cooper (1997) ao modelo de Butler (1980), designadamente a sua dependência das curvas da procura e da oferta e introduz explicitamente, o conceito de desenvolvimento de um processo e a sua monitorização ao longo do tempo. Trata-se de uma inovação, tal como na década de 80 Butler inovou, com o conceito de área turística, quando se atuava apenas com o conceito restrito de produto turístico. No entanto, o modelo de Álvares (2008) também necessita de ser aprofundado, visto não apresentar a variável investimento privado em turismo.

O modelo de Butler foi aplicado a mais de 40 estudos de caso, localizados em vários países como os EUA, China, Brasil e da Europa (Lagiewsky, 2006); (Berry, 2006); (Álvares, 2008), sendo um dos modelos mais conhecidos em planeamento do turismo à escala mundial.

O modelo de avaliação do plano-processo de Lourenço (2003) tem sido aplicado extensivamente em estudos de caso em Portugal e continua a ser trabalhado para cidades e regiões de Espanha, Escócia, Holanda, Dinamarca, República Checa, Estados Unidos (Battery Park, Nova York; Middletown, Delaware), Brasil e Argentina, com um total de cerca de 20 estudos de caso.

Não obstante, o *MAPT* de Álvares (2008) foi aplicado apenas no Brasil e necessita ser aprofundado, considerando outras variáveis que também são determinantes no desenvolvimento do setor turístico, caso do investimento privado. Por isso, nesta investigação é apresentado um novo *MAPT* que será aplicado à RAM, território com um longo passado de desenvolvimento turístico e uma história neste setor com mais de trezentos anos.

As expectativas de aplicação do novo *MAPT* à Madeira são elevadas, pois o modelo de Lourenço foi premiado internacionalmente em 2003 e a investigação de Álvares obteve o

primeiro prêmio de pesquisa pós-graduada, em 2009, pelo Ministério do Turismo e a Fundação Getúlio Vargas, no Brasil. Estas nomeações são motivos mais do que suficientes para aprofundar o estudo da importância dos modelos no desenvolvimento do turismo.

## **5.2 A modelação em áreas turísticas**

### **5.2.1 Modelo do ciclo de vida dos destinos turísticos proposto por Butler (1980)**

O modelo proposto por Butler (1980), designado de *Tourism Area Life Cycle* - TALC, é o modelo de desenvolvimento mais utilizado, para explicar a evolução dos destinos, mas tem sido objeto de críticas pela sua não normalização e determinismo, tornando-se débil como ferramenta de apoio à decisão nas problemáticas do turismo. Constata-se que as escolhas das diferentes estratégias de desenvolvimento dos destinos turísticos não têm avaliado as fases do seu ciclo de vida em que se encontram esses destinos. Segundo o modelo de Butler (1980), qualquer destino turístico passa por um ciclo de vida, cuja durabilidade de cada fase está dependente das políticas públicas vigentes e comportamento geral do fenómeno em cada período.

Para Butler (2011:33) o TALC é “um processo que descreve como um destino começa lentamente com o número de visitantes limitados pelas instalações e acesso. O destino atrai mais visitantes, as comodidades são melhoradas e o número de visitantes cresce rapidamente e, às vezes, além da capacidade de carga do destino”. Segundo Butler (1980), a área de estudo pode ser pequena, como um lugar, uma vila ou uma cidade ou pode ser mais abrangente, como uma região, ilha ou país. O destino compreende em si mesmo, todas as organizações, empresas, indivíduos e órgãos do Estado que oferecem produtos e serviços aos visitantes do destino, incluindo também os recursos naturais, artificiais e todas as atrações com significância. A utilização deste modelo ajuda a entender as vantagens, as adversidades, os desafios e as oportunidades do destino turístico, durante o seu percurso de desenvolvimento.

De acordo com Silva e Umbelino (2017:41), “o desenvolvimento de produtos e destinos está bastante dependente das capacidades competitivas das organizações e dos destinos, o que se reflete no seu posicionamento em termos de mercado. Este posicionamento é evolutivo, pelo que os destinos e organizações procuram estabelecer as melhores estratégias para acentuar as suas vantagens competitivas e reduzir os riscos,

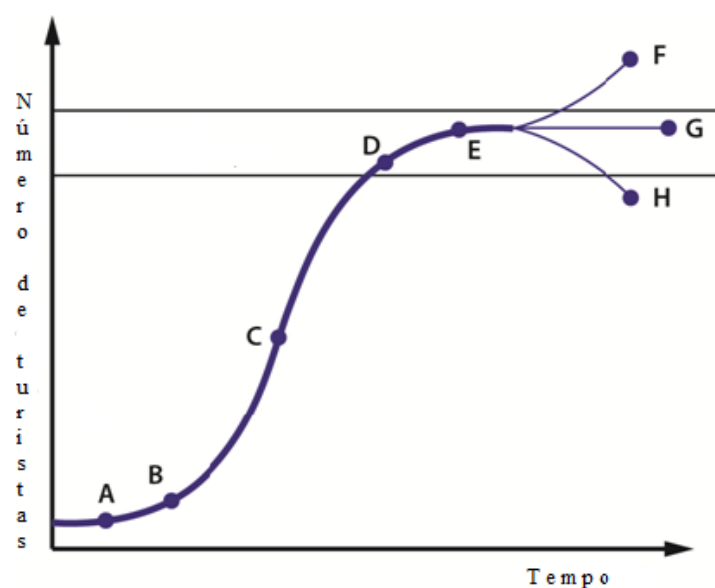
explorando as diversas oportunidades e forças decorrentes tanto dos fatores externos como internos”.

A utilização deste modelo ajuda a entender as vantagens, as adversidades, os desafios e as oportunidades do destino, durante o seu percurso de desenvolvimento. Butler (1980) defende que existe uma relação direta entre o número de turistas e a evolução da área turística ao longo do tempo.

De acordo com o modelo de Butler (1980), qualquer destino turístico passa por um ciclo de vida, cuja durabilidade de cada fase está dependente das políticas públicas vigentes e comportamento geral do fenómeno em cada período.

Também Butler (1980), no seu modelo, abordava a evolução do número de turistas em função do espaço temporal e apresentou as seguintes fases: exploração, envolvimento, desenvolvimento, maturidade e estagnação. Refere ainda que, após esta última fase, podem surgir três situações, o rejuvenescimento, o prolongamento da estagnação ou o declínio (cf. a figura: 5.1.9).

Figura: 5.1.9 - Ciclo de Vida de uma área geográfica turística (Butler, 1980)



Legenda:

A - Exploração B - Participação C - Desenvolvimento D - Maturidade  
E - Estagnação F - Rejuvenescimento G - Prolongamento da estagnação  
H - Declínio

Fonte: Adaptado de Butler (1980)

O modelo de análise desenvolvido por Butler (1980) sugere que o ciclo de vida de um destino turístico corresponde a uma sucessão de fases distintas caracterizadas pela incidência

de determinados elementos de oferta e pela crescente resposta do mercado turístico a tais elementos em forma de aumento de fluxo de turistas (Pires & Dias, 2009).

Desde 1980 que o modelo de Butler tem sido utilizado para explicar a evolução de várias áreas turísticas, incluindo: Lancaster (Hovinen, 1982, 2002), Malta (Oglethorpe, 1984), Grand Island, em Louisiana (Meyer-Arendt, 1985), algumas ilhas do Caribe (Wilkinson, 1987; Debbage, 1990; Bolaky, 2009), pequenas ilhas do Pacífico (Weaver, 1990, 1998, 2000; Choy, 1992), a ilha de Man (Cooper e Jackson, 1989; Lundtorp e Wanhill, 2001), as Cascatas de Niágara (Getz, 1992), Chipre (Ioannides, 1992), Pattaya (Smith, 1992), Minorca (Williams, 1993); as regiões de montanha do Tennessee (Tooman, 1997); os *resorts* do Sul de Inglaterra (Agarwal, 1997, 2002), Itália (Formica e Uysal, 1996; Patterson *et al.*, 2008; Guizzardi e Mazzocchi, 2010); Cuccia e Rizzo, 2011; Norte da Escócia (Galle e Botterill, 2005), Costa Brava (Priestley e Mundet, 1998), Quênia (Akama, 1999), Algarve (Gonçalves e Águas, 1997), Mar Morto (Karplus e Kranover, 2005), Tenerife (Oreja, Parra-López e Yanes-Estévez, 2007); na Polónia (Kapczyński e Adam, 2008); na China (Zhong *et al.*, 2008; Cui e Ryan, 2011), no Hawaii (Bardolet e Sheldon 2008); no Brasil (Álvares 2008 e 2011); no Algarve (Almeida, 2009), na Austrália (Wilde e Cox, 2008; Catlin e Jones, 2010; Ma e Hassink, 2013), na Nicarágua (Zapataa *et al.*, 2011), na Espanha (Ivars *et al.*, 2013), na Turquia (Kozal e Martin, 2012), na Indonésia (Hampton e Jeyacheya, 2013), na Hungria e Roménia (Yang *et al.*, 2014), na Malásia (Omar *et al.*, 2014); no Reino Unido (Chatterton *et al.*, 2015), na Itália (Bernini e Cracolici, 2015), entre outros destinos (Papatheodorou, 2004; Brooker e Burgess, 2008; Liu *et al.*, 2008; Saarinen e Kaskb, 2008; Park e Yoon, 2009; Almeida e Correia, 2010; Garay e Cànoves, Ma e Hassink, 2013).

Considerando o modelo de Butler (1980), apesar de ter surgido na década de 80, alguns países utilizam este instrumento de avaliação dos destinos turísticos, cujas fases que o compõem são as seguintes:

### 1.<sup>a</sup> Fase (A) – **Exploração**

A fase de exploração é caracterizada pelo surgimento das primeiras infraestruturas, nomeadamente, das unidades de alojamento turístico, de restaurantes e outros serviços

conexos ao setor turístico, bem como ao nível das comunicações. Os turistas de uma regra geral são atraídos para os destinos pelo património cultural e/ou natural existente nos territórios que iniciam este processo de dinamização da atividade turística. Daí chegarem os primeiros turistas ao respetivo destino, imbuídos num espírito de descoberta, com a sensação de explorar ao máximo o lugar e convictos de não encontrar outros turistas. São estas as principais motivações dos turistas nesta fase. A dimensão territorial e as potencialidades que os destinos dispõem, caso dos recursos turísticos, serão determinantes para o sucesso do setor e, por conseguinte, para a duração desta fase de exploração.

## 2.<sup>a</sup> Fase (B) – **Participação (Envolvimento)**

Nesta fase há um aumento significativo do número de turistas e os governantes (gestores dos territórios turísticos) são impulsionados a edificar mais infraestruturas no território, para fazer face às atividades ligadas ao turismo. O setor público, ao promover obras para dinamizar mais o processo turístico, está, em simultâneo, a desenvolver o território para a população residente (o que é vantajoso para os turistas será, com certeza benéfico para a população local). É de destacar, nesta fase, a existência de alguns serviços turísticos que são prestados pela população local. O contacto dos turistas com a população local é muito significativo nesta fase evolutiva do destino turístico, o que contribui para um conhecimento real e concreto, indo ao encontro das tradições, hábitos e costumes que caracterizam a identidade dos autóctones das várias localidades.

## 3.<sup>a</sup> Fase (C) – **Desenvolvimento**

Na fase de desenvolvimento, há uma grande procura pelo destino, bem como mercados turísticos que se afirmam. O número de turistas ultrapassa a população residente, principalmente na época alta. Os turistas têm preferência pelas marcas que caracterizam o território turístico, isto porque a oferta é muito diversificada. Neste período temporal poderão surgir impactos negativos no território, designadamente ao nível do ambiente, resultantes da pressão dos turistas sobre os vários lugares que evidenciam elementos de património natural, embora os impactes na economia sejam também notórios e positivos.

Para Almeida (2009), as pequenas residências e estalagens dão lugar a grandes hotéis, apartamentos turísticos e até mesmo hotéis *resorts*, sendo possível encontrar em

determinadas áreas turísticas a construção de edifícios e moradias que têm uma procura de nacionais e estrangeiros que pretendem adquirir uma segunda habitação.

Nesta fase, surgem organizações de fora do destino turístico que passam a investir em unidades de alojamento, bem como na prestação de serviços aos turistas, o que contribui de forma muito significativa para o crescimento do número de visitantes. Neste período temporal da 3.<sup>a</sup> fase, “o envolvimento e o controle local declinam rapidamente, à medida que as instalações mais modernas e elaboradas são proporcionadas por empreendedores externos, e as autoridades regionais e nacionais assumem a responsabilidade pelo planeamento” (Pearce, 2003:47). Verifica-se também que as relações com os turistas se tornam mais formais, visto que o contacto entre cliente prestador de serviço acontece através de uma estrutura mais comercial.

#### **4.<sup>a</sup> Fase (D) – Maturidade (consolidação)**

Esta fase é caracterizada por apresentar o setor turístico como o predominante no destino em termos económicos. Há uma diminuição na procura, algumas unidades de alojamento apresentam menor qualidade devido à idade das infraestruturas e, por vezes, a ausência de requalificação das mesmas, o que está associado à quebra dos proveitos totais ao nível de cada unidade. É provável que ocorram, em algumas áreas turísticas, conflitos entre os turistas e a população autóctone.

Com a predominância do setor turístico na economia dos destinos, nesta fase surge o “turismo de massas” que pode provocar a diminuição da procura, sendo a oferta praticamente constante e pouco diversificada, embora possa existir uma boa promoção, a captação de novos mercados por vezes também não acontece, verificando-se uma constância dos mesmos. As novas infraestruturas ultrapassam as antigas que deixam de ter utilidade, sendo mais tarde reconvertidas ou simplesmente abandonadas (Cooper, 1994). O destino passa a sofrer com a sazonalidade turística e os esforços locais vão no sentido de estender a temporada de visitantes (Agarwal, 1997). A comunidade percebe alguns efeitos negativos e pode emergir um sentimento de repulsa ao turista (Swarbrooke & Horner, 2002).

Esta fase é caracterizada pela estagnação das taxas de crescimento, embora o turismo se transforme numa atividade de grande importância para a economia local, quanto à criação de riqueza e de emprego. Começa um processo de desenvolvimento de esforços para que o

período turístico aumente, ocorrendo mesmo a renovação de alguns equipamentos e substituição de outros.

### 5.<sup>a</sup> Fase (E) – **Estagnação**

Esta fase está associada à procura excessiva pelo destino e à degradação de alguns espaços turísticos, resultantes da falta de capacidade dos empresários para corresponder à procura e também devido às dificuldades dos governantes para fazer face à pressão demográfica sobre as áreas de maior relevo em termos de oferta. Nesta fase, por vezes, ocorrem modificações de gestão ao nível das unidades de alojamento, como consequência das mudanças dos proprietários dessas unidades turísticas. O consumo excessivo dos recursos pelos turistas também põe em causa o próprio destino, assim como a degradação de muitas infraestruturas físicas que o caracterizam. Há a necessidade de ocupar ao máximo os estabelecimentos hoteleiros com turistas, como forma de o destino turístico sobreviver, para viabilizá-los em termos económicos e por isso, os preços baixam e passam a atrair turistas com menor poder financeiro. O destino turístico passa por problemas ambientais, sociais e económicos. Assiste-se a uma degradação dos equipamentos físicos e as atrações criadas para o atendimento dos turistas nas fases de desenvolvimento e consolidação envelhecem, por vezes perdem atratividade. O património natural, que antes era determinante para uma maior atração turística, degrada-se pelo uso incorreto da paisagem em relação à construção de equipamentos turísticos, nomeadamente, os hotéis, os bares e os restaurantes, enquanto o número de visitantes excede os limites da capacidade de carga.

A partir da fase de estagnação segue-se a fase pós-estagnação, caracterizada por três cenários distintos ao nível da evolução do destino turístico: F - Rejuvenescimento; G - Prolongamento da estagnação e H - Declínio.

### **F - Rejuvenescimento**

Este cenário é caracterizado pela regeneração do produto turístico, ou seja, pela capacidade de inovar por parte dos empresários hoteleiros ao nível da oferta turística. Muitas vezes, é, nestes momentos que o planeamento turístico passa a fazer parte das políticas públicas, além das medidas reativas que visam a recuperação do destino turístico, impedindo, deste modo, o seu declínio e, em consequência, uma renovação/inação quase

absoluta da área turística. Surgem novos investimentos ao nível dos alojamentos turísticos, e das infraestruturas físicas públicas, assim como a conquista de novos mercados, fruto de uma aposta forte na promoção, visando uma recuperação do destino turístico.

“A reestruturação das campanhas promocionais permite ao destino uma nova abordagem junto de potenciais mercados emissores e um reforço da imagem do destino baseado na qualidade de serviços e na diversificação da oferta de atrações, captando a atenção de novos clientes e de outros já conhecedores do destino. Nesta fase, as estratégias chave passam pelo planeamento cuidado e coordenado entre os vários interessados, assim como na delimitação de estratégias sustentadas, implementadas e partilhadas por todos aqueles que trabalham para e com o turista” (Almeida, 2009:26).

### **G – Prolongamento da estagnação**

Neste cenário temos a manutenção de todas as características focadas anteriormente, em relação à fase da estagnação, com o agravamento de algumas, tornando o destino cada vez menos apetecível para os turistas e verifica-se uma maior degradação da paisagem e do próprio meio ambiente.

Em determinados locais, esta pode ser uma fase de devolução do destino aos residentes, que apresenta deficiências e problemas ambientais, sociais e económicos, que tentam ser minimizados e ultrapassados com estratégias de grupos de residentes ou associações do setor turístico e ambiental (Butler, 1980).

### **H – Declínio**

Como a própria palavra evidencia, o destino entra em degradação/regressão, em que as atividades que caracterizam a área turística também entra em declínio. Como consequência, temos uma diminuição brusca da procura e decadência da própria oferta. Muitas unidades turísticas são abandonadas ou dão lugar a outras funções, caso de lares para a terceira idade, ou substituídas por outras atividades relacionadas com outros setores da atividade económica. Os serviços prestados no destino aos turistas deixam de os satisfazer e estes passam a não frequentar estas áreas turísticas, assim como o destino não tem capacidade de conquistar novos mercados.

“Os clientes que conhecem bem o destino e que o visitam com regularidade deixam de estar satisfeitos com os serviços prestados e as estratégias de atração de novos turistas por

parte do destino começam a dar sinais de desgaste e de falta de renovação da imagem apresentada” (Almeida, 2009:25).

### **5.2.2 Críticos ao modelo de Butler (1980)**

Nos últimos anos surgiram sinais de alarme em diferentes destinos turísticos considerados maduros, apresentando sinais de estagnação ou até mesmo de declínio e que começam a sentir alguma contrariedade em manter a sua vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes. Esta evidência originou o estudo mais aprofundado dos destinos ao nível das últimas fases do ciclo de Butler e a apresentação de soluções corretivas por parte de vários investigadores, como por exemplo Strapp (1988) e Ioannides (2006). “Um dos exemplos mais citados tem sido o do Mediterrâneo, onde se registou um decréscimo nas chegadas, principalmente dos principais mercados emissores do Norte da Europa, que procuram atualmente destinos exóticos e mais longínquos, como é o caso da Índia ou das Ilhas do Pacífico” (Almeida, 2009:28).

Butler (1980:5) refere, que “este modelo tem implicações no planeamento e gestão dos recursos turísticos”, destacando a ideia de que as opções estratégicas dos decisores devem depender do conhecimento da fase do ciclo de vida em que se encontram os seus destinos turísticos. Aliás, Coelho e Butler (2012) confirmam que o índice proposto, Índice de Desenvolvimento Turístico (IDT) pode traduzir diferentes durações e configurações comportamentais em cada fase do ciclo de vida.

Segundo Las Casas (1997) a teoria do ciclo de vida é válida como instrumento de previsão, sendo considerada de extrema utilidade no planeamento estratégico, devendo ser recomendadas estratégias específicas para cada fase do ciclo. De acordo com Richers (1996) a análise do ciclo de vida é uma tentativa para entender e quantificar o mercado, devendo identificar, além da fase em que o produto se encontra, a intensidade ou rapidez com que o produto é absorvido pelo mercado, tentando antecipar o seu comportamento futuro. No entanto, constata-se que uma análise mais aprofundada é necessária sobre a possibilidade de diferentes ciclos consecutivos, assim como uma melhor explicação sobre os processos de reestruturação que ocorrem entre eles.

O modelo de Butler observa o destino como um produto único e não permite calcular a capacidade de carga única, ao nível espacial e temporal. Não considera também a influência dos fatores endógenos do território sobre os destinos turísticos. Não obstante, o modelo é

visto como um instrumento útil em termos de contributo para a materialização das políticas públicas relacionadas com o planeamento regional, pois proporciona a obtenção de alguns elementos determinantes no estudo do território.

O Ciclo de Vida do Produto Turístico é importante na implementação de políticas públicas, nomeadamente ao passar-se de uma orientação pela procura para uma orientação pela oferta, tendo em consideração o território em estudo. Segundo Coelho (2010), vários autores têm referido a importância do modelo TALC, proposto por Butler (1980), como adequado para explicar o desenvolvimento turístico de um destino.

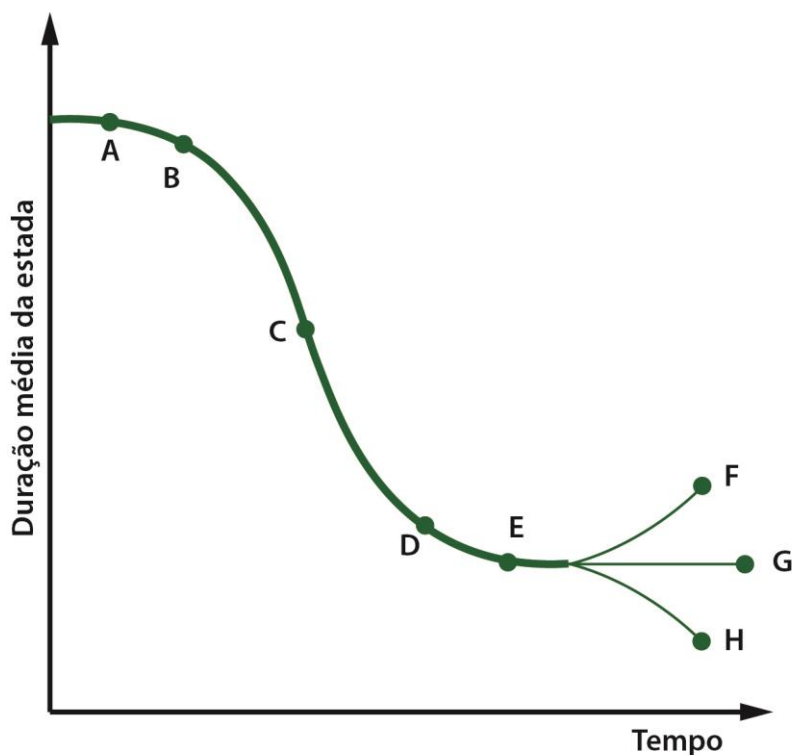
O modelo TALC proposto por Butler (1980), que é reconhecidamente o mais adequado para descrever a evolução no desenvolvimento de um destino turístico (Hovinen 2002), permite caracterizar essa evolução em 6 fases e aponta para a importância da sua determinação nas escolhas das estratégias a desenvolver (Butler 1980:5). A ferramenta IDT, proposto por Coelho e Butler (2012), permite quantificar ou atribuir a característica principal ao modelo TALC, dando-lhe uma utilidade mais prática e operacional.

Constata-se que a maioria das análises sobre o desenvolvimento histórico do turismo tem sido limitada, observando a sua evolução através de um ciclo de vida único, identificado com o estágio do “turismo de massas”. Muitos dos principais destinos têm uma história há muitos anos e parecem ter passado através de diferentes ciclos de vida consecutivos, relacionados com as diferentes fases. A combinação dessas teorias pode ser especialmente prática para a construção de um modelo global com os grupos de turismo desenvolvidos por fases e com as suas mudanças paradigmáticas (Garay & Cànoves, 2011).

### **5.2.3 O Modelo de Strapp (1988)**

Em 1988, Strapp apresenta uma reformulação ao modelo apresentado por Butler (1980), utilizando variáveis de análise distintas, o que lhe permitia obter uma curva do ciclo de vida diferente da apresentada por Butler em 1980 (Strapp, 1988). Este autor no seu estudo do ciclo de vida de um produto, utilizou uma nova variável (estada média dos turistas), substituindo pela variável “número de turistas” de Butler (1980), mantendo no eixo da abcissa a mesma variável, ou seja, o tempo. Com esta mudança de variáveis, passamos a ter as fases do modelo de Butler numa disposição gráfica diferente, como evidencia a figura 5.2.3.10.

Figura: 5.2.3.10 - Ciclo de vida de um destino associado à duração média da estada (Strapp, 1988)



**Legenda:**

- A – Exploração B – Envolvimento C – Desenvolvimento D – Maturidade
- E – Estagnação F – Rejuvenescimento G – Estabilização H – Declínio

Fonte: Adaptado de Strapp (1988)

Da análise ao modelo de Strapp, constata-se que à medida que os anos passam, o tempo médio de permanência dos turistas diminui nos destinos turísticos. O declínio do turismo é neutralizado por uma reação de estabilização. Esta etapa é retratada graficamente usando um ciclo associado proposto do tempo médio de permanência dos visitantes e residentes (Strapp, 1988).

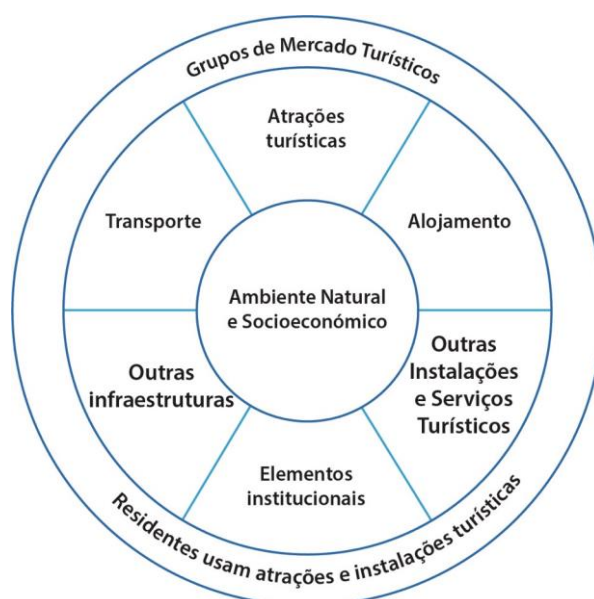
### 5.2.4 O Modelo de Inskeep (1991)

Para que o desenvolvimento turístico seja positivo e sustentado, é necessário que se verifiquem determinadas condições. Neste sentido, Inskeep (1991) identifica o que considera serem as condições fundamentais dos destinos para um desenvolvimento sustentável.

O modelo de Inskeep (1991) é considerado um modelo estrutural na medida em que valoriza todos os elementos que envolvem o fenómeno turístico de qualquer destino, desde o

ambiente às atividades que estão relacionadas com o setor, às infraestruturas e organizações públicas e privadas que envolvem o turismo. Este autor esquematizou o turismo a partir de um diagrama composto por três níveis hierarquizados em função do seu grau de importância e envolvimento no setor turístico (cf. figura 5.2.4.11). Esta figura apresenta não só as condições necessárias ao desenvolvimento do destino, como permite perceber as suas relações de interdependência e a articulação necessárias na dinâmica de desenvolvimento do setor turístico.

Figura: 5.2.4.11 - Componentes de desenvolvimento de um destino turístico



Fonte: Elaborado a partir de Inskeep (1991)

O modelo de Inskeep revela-se particularmente importante também para esta investigação, porque realça a necessária adequação ao ambiente socioeconómico e ambiental, tal como Pearce (2002) defende, por duas ordens de razões que abaixo são explicitadas.

A primeira razão resulta da identificação das componentes essenciais ao desenvolvimento turístico de um destino, uma vez que o modelo contempla as várias componentes da oferta turística: (i) atrações e atividades turísticas - que incluem os recursos naturais e culturais: especificidades do destino capazes de atrair os visitantes; (ii) alojamento - o elemento fundamental para que se possa desenvolver o turismo; (iii) outras facilidades e serviços turísticos – que incluem todos os equipamentos e serviços para o desenvolvimento turístico, como sejam a restauração, os operadores turísticos e agentes de viagem, os bancos

e os serviços médicos e de segurança; (iv) as instituições - essenciais para a gestão dos destinos: organizações públicas e privadas que visam promover o desenvolvimento sustentado do turismo; (v) outras infraestruturas - englobam todos os elementos que garantem as condições básicas para a vivência social e para o turismo (por exemplo o abastecimento de água, a recolha e tratamento de resíduos sólidos, o saneamento básico e os serviços de telecomunicações); (vi) transportes - outra componente essencial ao turismo, na medida em que permite a mobilidade dos turistas.

A segunda razão prende-se com o facto de o modelo destacar os vários utilizadores do espaço turístico: o mercado turístico internacional, o doméstico e os residentes.

O modelo de Inskeep (1991) revela-se útil, uma vez que prevê a possibilidade de usufruto, por parte dos residentes, de espaços, atividade e infraestruturas a que estes não teriam acesso caso não existisse turismo.

O modelo permite ainda avaliar o tipo de relação que, num dado espaço turístico, os autóctones podem estabelecer com os turistas e com o próprio setor e, por isso, pode ter um peso determinante na sua perceção do fenómeno e naturalmente na perceção da sua qualidade de vida.

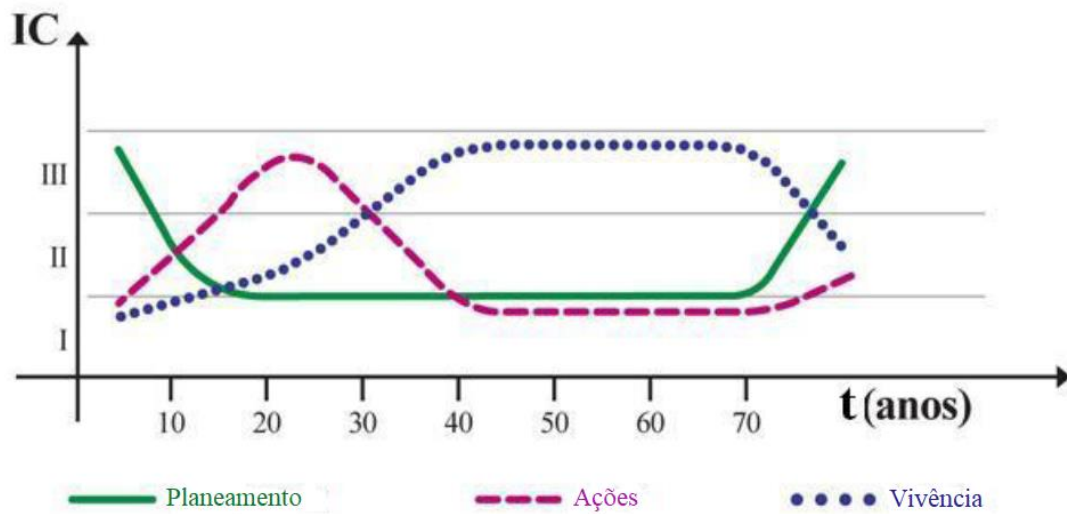
### **5.2.5 O Modelo de Lourenço (2003)**

O Modelo de Lourenço (2003) apresenta semelhanças ao “quase modelo” de Holton que desenvolveu uma proposta meta-heurística para vilas em que havia o crescimento da mineração. Nesse sentido, Lourenço desenvolveu um modelo (vide figura 5.2.5.12) para as áreas urbanas que permite a análise dos planos-processo do território (Lourenço & Alvares).

A variável planeamento no modelo de Lourenço é estabelecida pelo número de planos elaborados e verbas gastas em consultoria.

A curva das ações é quantificada pelos recursos financeiros gastos para a materialização dos planos estabelecidos. Por fim, a curva de vivência é medida pela evolução da população da área em estudo ou da área urbanizável.

Figura: 5.2.5.12 - Modelo idealizado de Lourenço para áreas de expansão urbana (2003)



Fonte: Adaptado de Lourenço (2003)

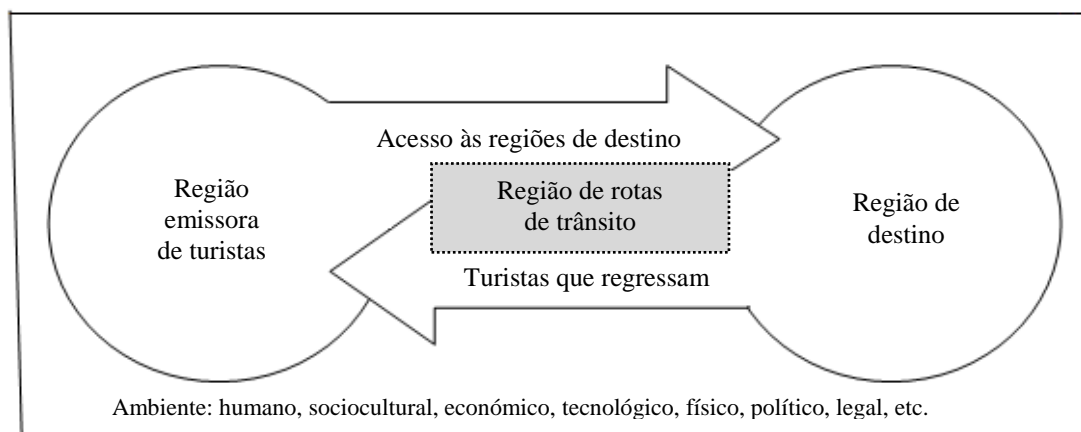
De acordo com Lourenço (2003), o ciclo de expansão urbana é de 70 anos. E este modelo considera as intensidades dos ciclos parametrizadas em três níveis: mínimo (I), médio (II) e máximo (III). E o autor afirma que “Uma descrição sintética deste modelo permite concluir que o comportamento ideal de um ciclo de urbanização implica que após 10 anos da produção de planeamento territorial e urbano, a intensidade do planeamento diminui significativamente, atingindo o nível mínimo, ao fim de 20 anos do início do ciclo.

Após 40 anos do início da urbanização, observa-se de acordo com o modelo de comportamento ideal que a área atingirá um máximo de vivência, que decorrerá a partir de 70 anos” (Lourenço & Alvares, 2009:5). Este modelo permite uma compreensão dos processos de expansão urbana, o que contribui para uma monitorização mais apropriada dos planos-processo. O modelo não foi desenvolvido com o objetivo de efetivar previsões, mas como instrumento de análise e acompanhamento que possa contribuir para a gestão das áreas urbanas. Evidencia um avanço em relação à maioria dos modelos aplicados no turismo, nomeadamente os que são baseados no modelo de Butler, visto que estes utilizam apenas uma curva para explicar o crescimento turístico.

### 5.2.6 O Modelo de Leiper (2004)

Segundo Silva e Umbelino (2017), este modelo incorpora três elementos básicos: os turistas; os elementos geográficos (regiões emissoras, destino e de trânsito); e a “indústria” turística (cf. figura 5.2.6.13).

Figura: 5.2.6.13 - Sistema turístico básico de Leiper (2004)



Fonte: Adaptado de Leiper (2004), Silva e Umbelino (2017)

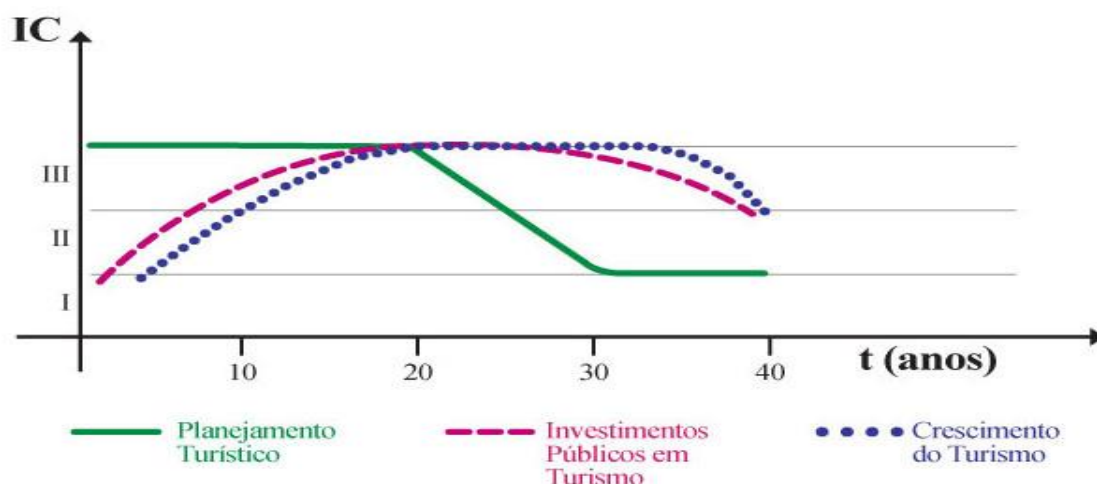
Este modelo não veio estabelecer uma rutura com os de enfoque espacial, mas trouxe importantes contributos ao acrescentar uma abordagem mais ampla e interdisciplinar e um entendimento do turismo como um sistema com muitas variáveis interdependentes, e ao apresentar uma grande flexibilidade, pode adaptar-se a qualquer escala ou nível de generalização e a diferentes tipos de turismo (Cooper *et al.*, 2007). Apesar de a investigação nesta área ter progredido substancialmente após a apresentação deste modelo, ele continua a ser uma referência, pelo que muitas das propostas posteriores incorporam, direta ou indiretamente, os elementos básicos do modelo de Leiper (2004) e “a interligação com o ambiente (humano, sociocultural, económico, tecnológico, físico, político, legal etc.) onde ocorre a atividade turística” Silva e Umbelino (2017:30).

### 5.2.7 O Modelo de Álvares (2008)

O Modelo de Análise do Processo Turístico - *MAPT* de Álvares (2008) tem como objetivo possibilitar a análise e a monitorização de processos de desenvolvimento turístico e não apenas a identificação do ciclo de vida de um produto, designadamente o turístico. O

MAPT de Álvares utiliza três variáveis, a saber: planeamento turístico, investimentos públicos em turismo e crescimento do turismo, que foram definidas com a intenção de mapear as componentes principais da atividade turística, conforme evidencia a figura 5.2.7.14.

Figura: 5.2.7.14 - Modelo de Análise do Processo Turístico - MAPT de Álvares (2008)



Fonte: Álvares, 2008:162

De referir que o MAPT de Álvares (2008) foi elaborado a partir dos fundamentos dos modelos de Butler (1980) e de Lourenço (2003), sendo considerado um reforço teórico/prático destes dois modelos sobre o ciclo de vida do processo turístico, embora as variáveis utilizadas tivessem sido as mesmas.

Segundo Silva e Umbelino (2017:31) “os modelos atuais assumem uma abordagem ao planeamento turístico que pressupõe uma visão associada ao desenvolvimento sustentável e a um conjunto de grandes desígnios estratégicos que passam por reforçar as vantagens competitivas, garantir a qualidade da experiência turística, melhorar a qualidade de vida das comunidades recetoras e valorizar os recursos”.

### 5.3 A importância do planeamento nos modelos em turismo

O planeamento do turismo só ganhou importância a partir da década de 80 do século XX, especialmente marcada pelo acelerar de um processo de mudança, amadurecimento e de autonomia do planeamento turístico (Henriques, 2003). Neste período, Getz (1986) deu um contributo marcante para o planeamento do turismo, ou seja, numa revisão da literatura

sobre 150 modelos do planeamento turístico, o autor concluiu que “o planeamento do turismo era predominantemente orientado para o desenvolvimento do projeto, com base em processos de planeamento para a resolução de problemas. Muitas vezes, é uma definição restrita e carece de abrangência” (Getz, 1986:31). O autor identificou no domínio do planeamento turístico quatro abordagens:

a) Fomento: utilizado no desenvolvimento e planeamento turístico desde que se iniciou o “turismo de massa”;

b) Abordagem económica orientada para a indústria: o planeamento turístico deve centrar as suas atenções nos fatores económicos, impulsionadores do incremento do lucro que passa a ser visto como prioritário em relação aos problemas sociais e ecológicos;

c) Abordagem físico-espacial: teve origem no trabalho dos geógrafos, planeadores do uso do solo urbano e regional e conservacionistas que defendem uma abordagem racional para o planeamento dos recursos naturais;

d) Abordagem orientada para o bem-estar da comunidade: defende o máximo de envolvimento da comunidade local no processo de planeamento.

No turismo, o planeamento é uma condição necessária para a viabilidade, a organização e a sustentabilidade da própria atividade (Carvalho, 2009). Para Williams (2009), o planeamento do turismo engloba os seguintes objetivos:

i) Permite um mecanismo para uma disposição estruturada de equipamentos turísticos e infraestruturas associadas ao longo de grandes áreas geográficas;

ii) A coordenação da natureza fragmentada do turismo, principalmente em relação ao transporte, alojamento, marketing e recursos humanos;

iii) A intervenção na conservação dos recursos e a maximização dos benefícios para a comunidade local;

iv) Um mecanismo para a distribuição e redistribuição dos investimentos relacionados com o turismo e os benefícios económicos;

v) A integração do turismo em sistemas de planeamento dá à indústria um significado político (uma vez que a maior parte dos sistemas de planeamento são sujeitos a influências e controle político) e, além disso, fornece uma medida do estatuto e legitimidade para uma atividade que nem sempre foi considerada seriamente como uma força para a mudança económica e social.

Atualmente é comum considerar-se que o planeamento aplicado ao setor do turismo requer uma abordagem própria e apresenta maior complexidade do que o aplicado em muitos outros setores. E segundo Silva e Umbelino (2017:29) “Esta complexidade resulta tanto da necessidade de incorporar a procura, a oferta e a distribuição no sistema turístico, como da forte envolvência de fatores ambientais externos ao setor (transportes, segurança, custo de vida, entre outros) e de múltiplos interesses, tais como os das comunidades locais, os dos visitantes, com origens e culturas distintas, e os dos diversos agentes de turismo”. E o planeamento turístico exige a utilização de modelos teóricos que são simplificações excessivas da realidade, assumindo-se como teorias de referência que contribuem para estimular o debate e o desenvolvimento da investigação no domínio do planeamento turístico, o que contribui para uma melhor compreensão do fenómeno turístico.

Como síntese do estudo efetuado aos modelos de avaliação em turismo, é apresentada a tabela 5.4.10, onde constam as denominações de cada modelo, bem como as respetivas variáveis.

Tabela: 5.4.10 - Resumo dos modelos considerados na investigação

<b>Autor</b>	<b>Ano</b>	<b>Designação do modelo</b>	<b>Variáveis</b>
Butler	1980	Tourism Area Life Cycle (TALC)	- Número de turistas que afluem a uma área turística - Tempo em cada fase
Strapp	1988	Ciclo de vida de um destino associado à duração média da estada	- Estada média dos turistas - Tempo em cada fase
Inskip	1991	Componentes de desenvolvimento de um destino turístico	- Ambiente natural e socioeconómico - Atrações turísticas - Alojamento - Transporte - Outras instalações e serviços turísticos - Elementos institucionais - Residentes - Grupos de mercado turísticos
Lourenço	2003	Áreas de expansão urbana	- Planeamento (planos-processo) - Ações (recursos financeiros) - Vivência (evolução da população)
Leiper	2004	Sistema turístico básico	- Turistas - Elementos geográficos - Indústria turística
Álvares	2008	Modelo de Análise do Processo Turístico (MAPT)	- Planeamento turístico - Investimentos públicos em turismo - Crescimento do turismo

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar a tabela 5.4.10 foi detetada uma lacuna nos modelos estudados, que é o facto de não constar o investimento privado em turismo, o que evidencia que esta variável

não foi abordada pelos autores. No novo modelo que é apresentado nesta investigação, designado por Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) esta variável surge como sendo determinante para o desenvolvimento do turismo em qualquer território e um indicador económico fundamental nos estudos em turismo.

## **Conclusão**

Neste capítulo, foi apresentado a problemática dos modelos teóricos utilizados no estudo do turismo, tendo sido abordados os contributos de cada um dos autores citados quanto à análise de qualquer área turística, em termos de evolução temporal do produto turístico num dado território. O TALC de Butler (1980) teve como vantagem permitir a compreensão das mudanças que ocorriam nos destinos turísticos, proporcionando também a realização de previsões. Ainda para Butler (2008) existe um “paradoxo do turismo” que assenta no facto de o turismo poder suportar o património natural e cultural, através do restauro e preservação dos destinos, mas a popularidade desse mesmo destino poder levar à sua degradação para níveis inaceitáveis, das questões ecológicas e culturais. Daqui se depreende que o tema do desenvolvimento turístico continua a merecer especial atenção, junto dos académicos e dos decisores, mormente dos políticos.

No tocante aos modelos analisados neste capítulo com alguma profundidade, constatou-se que o modelo de Butler (1980) serviu de base ao desenvolvimento dos restantes modelos que lhe sucederam e que as fases subjacentes ao respetivo modelo foram determinantes para as análises aos destinos turísticos evidenciados pelos outros autores, daí ser quase consensual afirmar-se que o modelo sugerido por Butler se tornou, desde logo, numa base de trabalho para muitos investigadores, que o têm aplicado de forma continuada a diferentes escalas territoriais de análise, compostas por realidades turísticas muito diferenciadas, onde os produtos e recursos turísticos são diferentes.

Uma conceção de desenvolvimento turístico está sempre associada à teoria, contudo, ainda não foi desenvolvida uma abordagem quantitativa desse desenvolvimento turístico, pois, quer o modelo TALC, quer a maior parte dos estudos que posteriormente foram desenvolvidos, abordam a questão de forma explicativa e não de forma determinista ou normativa, devido à sua complexidade e diversidade de conceitos e variáveis associadas.

Para realizar qualquer investigação ou estudo sobre o turismo de uma região ou país é fundamental abordar o planeamento da atividade turística no respetivo território, considerando-o uma variável de estudo indispensável à afirmação do setor turístico. Antes de se implementar a atividade turística sobre o território é necessário, em primeiro lugar, elaborar um plano e depois materializá-lo, definir as áreas específicas para dinamizar a atividade turística e promover o desenvolvimento e bem-estar das suas populações. Segundo (Ruschmann, 2008), o planeamento tem por objetivo o aprovisionamento de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda aos seus desejos e necessidades.

Após a conclusão da primeira parte do trabalho sobre a revisão da literatura, segue-se a segunda parte, que abordará o estudo empírico do trabalho de investigação, destacando-se o capítulo da metodologia, onde há uma descrição do problema e a relação com os objetivos e questões da investigação, assim como os processos usados na recolha da informação, método e programas usados no tratamento dos dados e apresentação de resultados.

No capítulo 7 será tratado o estudo de caso no Arquipélago da Madeira, sendo evidenciado o enquadramento e caracterização do território que foi objeto de estudo, a evolução do fenómeno turístico, as políticas públicas implementadas, o planeamento e respetivos planos, análise dos indicadores do turismo, uma análise SWOT, a modelação das quatro variáveis do novo modelo e aplicação do mesmo no período 1980 a 2009, as limitações da modelação, a análise exploratória do questionário realizado a 45 indivíduos/entidades ligadas direta ou indiretamente ao setor do turismo, o tratamento e análise da informação recolhida e análise de conteúdo do questionário. No capítulo 8 são apresentados os resultados da investigação e, por fim, no capítulo 9, as conclusões do trabalho de investigação.



**II PARTE**  
**ESTUDO EMPÍRICO**



**CAPÍTULO 6**  
**Metodología**



## **Introdução**

A investigação em turismo é considerada um desafio constante para académicos e empresários, não só pela diversidade e complexidade de temas a que está associada, mas também pela junção de conhecimento que daí pode resultar e que em muito enriquece o setor turístico, servindo de base, muitas vezes, para novos desafios de investigação, ou porventura, para o surgimento de novas estratégias a adotar pelos destinos, com vista a um desenvolvimento sustentado do setor turístico.

O presente capítulo, para além de apresentar a metodologia utilizada no estudo inerente aos modelos de avaliação em turismo, evidencia as justificações que permitiram estudar esta temática e a relacionar com diferentes variáveis, nomeadamente o planeamento do território e os investimentos público e privado, assim como os indicadores do turismo, com o intuito de compreender a sua importância para a comunidade científica e empresarial da hotelaria madeirense em particular e de outras regiões ou países em geral.

Segundo Jardim (2007:197), “a metodologia consiste na descrição da estrutura de um estudo empírico, isto é, na explanação dos procedimentos, métodos e técnicas necessários ao desenvolvimento desse estudo, de modo a obter conhecimentos mais seguros que os fornecidos por outros meios e com o objetivo fundamental de chegar à veracidade dos factos”. A metodologia de investigação baseia-se num processo de seleção da estratégia de investigação, que condiciona, por si só, a escolha das técnicas de recolha de dados, que devem ser adequadas aos objetivos que se pretendem atingir (Sousa & Baptista, 2011). “Entende-se por metodologia a operacionalização do estudo, sendo uma explicação rigorosa de todos os fatores utilizados no desenvolvimento de um trabalho de investigação, onde se deve: precisar o tipo de estudo, definir as variáveis e as questões da investigação, realizar a escolha da população e a amostra a estudar, selecionar os instrumentos de recolha de dados, apresentar os dados e interpretar os resultados, possibilitando o alcance de conclusões consonantes com as intenções iniciais a que o investigador se propôs” (Reis, 2018:76).

A investigação a desenvolver apresenta como objetivos gerais aprofundar, em termos científicos, o estudo dos modelos de avaliação aplicados aos territórios turísticos e estudar as condições de aplicabilidade de um novo modelo de avaliação designado por Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) na RAM, no período de 1980 a 2009. O modelo apresenta as variáveis: planeamento turístico, investimento público em turismo, a nova variável “investimento privado em turismo” e a “evolução do turismo” como nova

nomenclatura, substituindo a variável “crescimento do turismo”, utilizado no modelo de Álvares (2008:125), por refletir de forma mais concreta, a evolução do fenómeno turístico, que nem sempre evidencia crescimento.

Na variável do planeamento turístico, pretende-se analisar os vários tipos de planos de ordenamento do território implementados na RAM, mormente o Plano de Ordenamento do Território da Região Autónoma da Madeira (POTRAM), a partir do ano 1995 e do Plano de Ordenamento Turístico (POT), cuja primeira versão foi materializada a partir de maio de 2002 e a segunda a partir de julho de 2017. Na variável investimento público em turismo, os documentos a utilizar serão os orçamentos e planos financeiros que o Governo Regional propôs à Assembleia Legislativa da Madeira, para analisar e aprovar, em cada ano civil, entre 1980 e 2009, e que refletem o investimento público realizado na Madeira pelo Governo na área do turismo, através da Secretaria Regional do Turismo e Cultura, bem como as respetivas prioridades a nível de infraestruturas, promoção da RAM, eventos regionais, como o Carnaval, Festa da Flor, Festival do Atlântico, Festa das Vindimas e Festa do Fim do Ano, onde se destaca o fogo-de-artifício.

Na nova variável do investimento privado em turismo, pretende-se apresentar os valores financeiros que foram gastos pelos privados no setor do turismo, entre 1995 e 2009, isto porque só existem estatísticas económicas relativas aos investimentos privados, a partir do ano 1995. Em relação à variável evolução do turismo e indicadores, foram recolhidos dados quantitativos a partir das estatísticas do turismo, publicadas pela Direção Regional de Estatística da Madeira e da Direção Regional de Turismo e que refletem a evolução dos indicadores no período em apreço na investigação. Toda a informação recolhida para cada variável terá o respetivo tratamento estatístico e estará refletida aquando da aplicação do novo MAPT à RAM.

Quanto aos instrumentos de recolha da informação utilizou-se um questionário, com questões fechadas e questões abertas, dirigidas aos agentes do turismo, a nível público e privado, cuja amostra é de 45 elementos, estando em sintonia com as quatro variáveis do novo MAPT, com o objetivo de perceber a visão que os responsáveis pelo turismo na RAM têm acerca deste setor e verificar se concordam com a monitorização do fenómeno turístico periodicamente, assim como da sua avaliação e medição. Ainda em relação aos instrumentos de recolha de dados, destaca-se a análise documental que será baseada na consulta de artigos científicos, livros alusivos aos assuntos abordados na investigação, a fim

de se alcançar informações que permitam cruzar com os resultados do questionário que podem ajudar a confirmar os factos observados em relação às respostas obtidas.

Em termos de instrumentos a utilizar para o tratamento dos dados recolhidos será aplicado o programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows e a folha de Excel, permitindo realizar cálculos estatísticos e produzir gráficos, tabelas e quadros, assim como, a análise de conteúdo, sistemática, às respostas obtidas nas questões abertas do questionário. As técnicas a utilizar serão as estatísticas descritivas, onde serão focadas as frequências (absolutas e relativas), as medidas de tendência central (médias aritméticas, modas e medianas), as medidas de dispersão (desvio padrão e variância) e coeficiente (de correlação Pearson e Alpha de Cronbach).

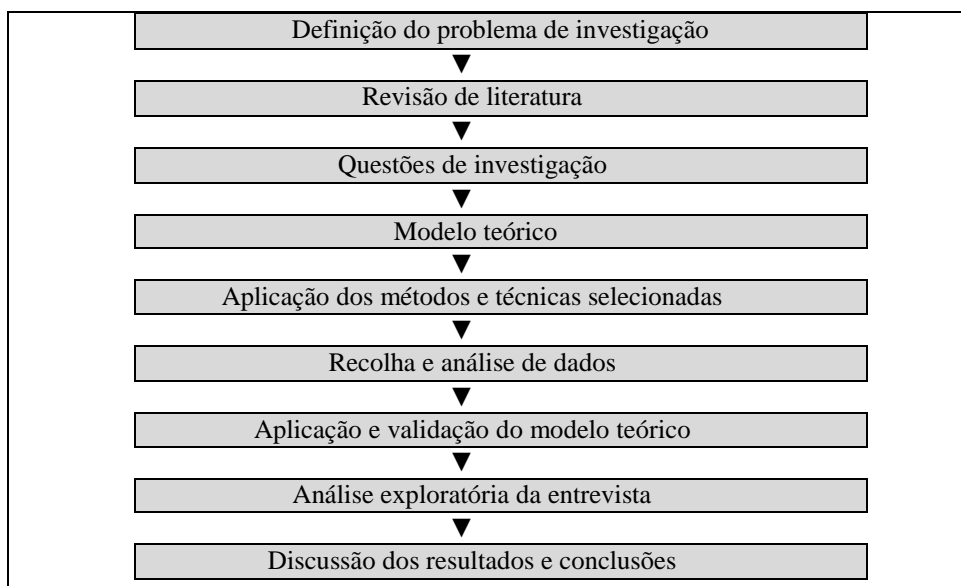
As referências e citações bibliográficas seguem as normas APA (7.<sup>a</sup> Edição), conforme as orientações da Universidade Aberta para as dissertações de mestrados e de doutoramentos.

## **6.1 Fases da investigação**

As fases da investigação são fundamentais em qualquer trabalho científico, sendo por isso, considerado o fio condutor do estudo de investigação. Veal (1997:40) desenhou um processo de investigação com 8 elementos: 1 - Selecionar o tópico; 2 - Revisão da literatura; 3 - Definir a estrutura concetual; 4 - Delinear sobre a(s) questão(ões) a investigar; 5 - Listar as necessidades de informação; 6 - Decidir sobre a estratégia de investigação; 7 - Conduzir a investigação; 8 - Redigir as descobertas.

Neste projeto pretende-se desenvolver a investigação a partir das seguintes fases: 1 - Definição do problema de investigação; 2 - Revisão da literatura; 3 - Questões de investigação; 4 - Modelo teórico; 5 - Aplicação dos métodos e técnicas selecionadas; 6 - Recolha e análise dos dados; 7 - Aplicação do modelo e validação 8 - Análise exploratória do questionário e 9 - Discussão dos resultados e conclusões. A tabela 6.1.11 apresenta em detalhe, as fases que serão desenvolvidas na investigação, como forma de orientação do trabalho científico, que se pretende robusto e conciso, dando maior ênfase à metodologia a utilizar, para simplificar a análise de cada caminho a percorrer e concretizar o estudo em apreço.

Tabela: 6.1.11 - Fases da Investigação



Fonte: Elaboração a partir de Veal (1997)

## 6.2 Definição do problema de pesquisa

Nenhum facto ou fenómeno da realidade pode ser abordado sem uma apropriada concetualização e o investigador, quando define um problema, não o elabora do vazio, como se não tivesse a menor ideia acerca do mesmo. Vilelas (2009) parte sempre de algumas ideias ou informações prévias, de referências teóricas e concetuais, mesmo que estas não tenham um carácter sistemático e preciso. Por outro lado, Reis (2018:67) refere que “a formulação do problema da investigação consiste em apresentar, de forma interrogativa, precisa, compreensível, objetiva e operacional, qual é a dificuldade que se pretende resolver, ou seja, a que pergunta que se pretende responder ao longo da investigação na perspetiva de encontrar uma solução ou resposta, limitando um certo campo de estudo”.

Considerando que os modelos de avaliação aplicados ao setor do turismo são fundamentais para que os responsáveis por este setor possam medir, monitorizar e avaliar o fenómeno em qualquer região ou país, para definirem melhor as estratégias e ações a implementar em termos de futuro. Na RAM, como território turístico, onde este setor contribui com cerca de 30% para o PIB e emprega 20 mil pessoas (DREM, 2020), será importante para o seu futuro que o setor seja avaliado periodicamente, através de um modelo criterioso e científico, permitindo a obtenção de informações que podem ser benéficas para os políticos e empresários do turismo, quanto à sua sustentabilidade a curto, médio e longo

prazo. Neste sentido, em relação ao presente estudo, e depois de uma reflexão sobre os vários conceitos teóricos identificados e analisados, foi definido o seguinte problema de pesquisa:

**A variável investimento privado em turismo tem impacto no desenvolvimento deste setor. No entanto, não tem sido devidamente integrado nos modelos de avaliação, verificando-se uma lacuna nos processos de monitorização e medição do setor turístico de um território.**

### 6.3 Revisão da literatura

A distribuição dos temas a abordar na investigação evidencia o fio condutor que será seguido ao longo do trabalho, tendo em consideração a importância e interligação das temáticas em momentos concretos e precisos, bem como a ordem a adotar para concretizar o estudo, resultará da ponderação e pertinência dos assuntos que cada área do conhecimento tem, numa análise global e coerente (cf. a tabela 6.3.12).

Tabela: 6.3.12 - Temáticas circunscritas pela revisão de literatura

<b>Revisão de Literatura</b>	Globalização
	Turismo
	Políticas públicas
	Desenvolvimento do turismo sustentável
	Investimento privado em turismo
	Planeamento regional urbano, estratégico e turístico
	Modelos de avaliação do turismo
	Planeamento e gestão do território da RAM
	História do turismo da Madeira e evolução dos seus indicadores
	O novo MAPT e a comparação com outros modelos de análise

Fonte: Elaboração própria

Após a seleção da temática a estudar, o investigador efetua a recolha de informação e uma revisão de literatura que lhe permita uma maior consistência do estudo e, encontrar fundamentações plausíveis para a escolha da mesma. Nesta análise, o investigador deve

procurar conceitos teóricos que lhe permitam justificar a relevância do tema e, eventualmente, obter dados resultantes de outros estudos anteriores e respectiva metodologia adotada. Todas estas informações são importantes para o investigador estabelecer critérios de comparação, e avaliar a importância do tema e o seu grau de originalidade no contexto da investigação (Veal, 1997).

A revisão de literatura permite escolher o tipo de abordagem a observar na investigação, proporcionando ainda a definição do problema de pesquisa, assim como os objetivos gerais e os específicos, as questões de investigação constantes na presente investigação e ainda a seleção dos dados que permitam elaborar o modelo teórico de investigação, ou seja, o MAPT. Nesse sentido, Reis (2018) sugere que a revisão da literatura permite realizar uma pesquisa bibliográfica referente a um tema pré-definido, que no caso deste estudo é o dos modelos de avaliação em turismo, tendo como objetivo levar ao conhecimento da comunidade científica das fontes de indagação já realizadas, comparadas com o estado atual do tema da investigação.

### **6.3.1 Recolha da informação**

Uma das etapas também importante da pesquisa é a revisão de literatura, que segundo Vilelas (2009), se refere à fundamentação teórica que terá de se adotar para tratar o tema e o problema da pesquisa. Através da análise da literatura publicada, é traçado um quadro teórico e realizada a estruturação conceitual que sustentará o desenvolvimento da pesquisa. Após a seleção da temática a estudar, o investigador deve efetuar a recolha de informação e uma posterior revisão de literatura que lhe permita uma maior consistência do estudo e encontrar justificações plausíveis para a sua escolha. O investigador procura os conceitos teóricos que justificam a relevância do tema e, eventualmente, obtém dados resultantes de outros estudos anteriores e respectiva metodologia adotada, em que todas estas informações são importantes para o investigador estabelecer critérios de comparação, e avaliar a importância do tema e o seu grau de originalidade no contexto da investigação (Veal, 1997).

Neste estudo, recorreu-se à literatura relacionada com o instrumento análise documental de artigos científicos e revistas, livros técnicos e teses de mestrado e de doutoramento, que permitiram a recolha da informação fidedigna e coerente com os assuntos abordados na investigação, assim como a aplicação de um questionário, onde constam questões fechadas e questões abertas, com o objetivo de permitir que os inquiridos possam

apresentar algumas sugestões que visem a melhoria do setor turístico na região ou fazer algumas observações sobre aspetos negativos que seja necessário corrigir para melhorar o destino em termos de futuro. Este questionário foi dirigido aos governantes da Madeira com responsabilidade no setor do turismo e aos empresários dos grupos hoteleiros da região e outros sujeitos com ligações ao fenómeno turístico, de forma direta ou indireta, num total de 45. O questionário foi elaborado em função das componentes utilizadas no MAPT a aplicar à RAM, visando a obtenção de mais informação que aprofunde o desenvolvimento do estudo de investigação. O teor do questionário foi objeto de uma análise estatística descritiva, inferencial e análise de conteúdo sistemática, destinada a testar as questões de investigação do trabalho e permitir a obtenção de conclusões e recomendações que ajudem a desenvolver o setor do turismo na RAM de forma sustentada no futuro, impedindo que o turismo na região entre numa fase de declínio.

### **6.3.2 Questões de investigação**

Uma questão de investigação é a declaração de uma indagação específica a que o investigador quer responder para abordar o problema da investigação, conforme indica Reis (2018). Nas pesquisas científicas, elas são elementos básicos que permitem uma adequada delimitação do problema, o que conduz ao direcionamento da procura de respostas.

Nesse sentido, foram elaboradas questões de investigação que respondessem ao problema colocado, tornando-o mais clarificador e perceptível no estudo em apreço. Em função do problema de pesquisa apresentado, as questões de investigação que se pretende testar, como objeto deste estudo são as seguintes:

**Q1 - Os modelos de avaliação são importantes nos estudos de investigação sobre o setor do turismo?**

**Q2 - O investimento privado em turismo é importante no modelo de avaliação proposto?**

**Q3 - Existe uma relação de convergência entre as quatro variáveis do novo modelo de avaliação do processo turístico, tornando-o mais consistente e coeso?**

**Q4 - A aplicação do novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) à Madeira é determinante para caracterizar o setor turístico e planejar o seu futuro?**

### **6.3.3 Método e seleção das técnicas de investigação**

O método e a seleção das técnicas de investigação constituem uma tarefa determinante na recolha rigorosa e tratamento dos dados. A maioria das propostas metodológicas, seguem etapas semelhantes às propostas por Bunge (1980): i) formulação do problema; ii) colocação precisa do problema; iii) procura de conhecimentos ou instrumentos relevantes acerca do mesmo; iv) tentativa de solução do problema com auxílio dos meios identificados; v) produção de novos dados empíricos; vi) obtenção de uma solução; vii) investigação das consequências da solução obtida; viii) comprovação da solução e ix) correção das questões de investigação, teorias, procedimentos ou dados empregues na obtenção da solução correta.

O método, segundo Vilelas (2009), refere-se à lógica interior do processo de descoberta científica, e a ele correspondem não somente orientar a seleção dos instrumentos e técnicas específicas de cada estudo, mas, também, fixar os critérios de verificação ou demonstração do que se afirma na investigação. Com o intuito de sustentar o modelo teórico, pretende-se recorrer aos diferentes métodos e técnicas de investigação, que nos permitam validar os conceitos teóricos a apresentar, assim como recolher novos dados para responder às questões de investigação.

Para além da recolha de informação documental, através da consulta de vários livros, revistas, trabalhos científicos e outros, foi aplicado um questionário com base em questões fechadas e questões abertas, previamente elaboradas, tendo presente os objetivos, o problema e as questões da investigação. As questões foram dirigidas a 45 indivíduos/entidades que estão direta ou indiretamente relacionados com o setor do turismo, mormente governantes, empresários do turismo, diretores de hotéis e guias intérpretes.

A fim de validar o questionário relacionado com o novo modelo MAPT a aplicar na RAM, foi efetuado um pré-teste a cinco indivíduos que nos permitiu testar as questões e a análise das mesmas, tendo sido aplicado no dia 8 de outubro de 2020. Após uma análise atenta das respostas, verificou-se que os inquiridos não tiveram dificuldade em responder às várias questões e por isso, o questionário não foi alterado.

Como técnicas a utilizar foram utilizadas as quantitativas e as qualitativas, a análise multivariada, visando a obtenção de resultados credíveis, relacionados com o tema da investigação em apreço, a fim de recolher informação determinante para o aprofundamento do trabalho de investigação. Foi intenção do investigador adotar uma análise qualitativa, principalmente, a nível das respostas dadas ao questionário, quanto às questões abertas e que

permitirão efetuar a análise de conteúdo sistemática. A análise qualitativa proporcionou, portanto, a recolha de opiniões e perceções relacionadas com o tema em apreço, evitando assim, apenas a utilização das técnicas metodológicas de natureza quantitativa, o que tornou a investigação mais consistente.

O tratamento dos dados é indispensável em qualquer tipo de investigação científica, porque este visa “averiguar se as informações obtidas, através dos resultados observados, validam as questões formuladas, ou seja, se os resultados obtidos correspondem aos resultados esperados e respondem à questão subjacente da investigação tal como aos seus objetivos” (Reis, 2018:115). Em termos de instrumentos utilizados para tratar a informação recolhida, foi aplicado o programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows e a folha de Excel que possibilitaram analisar a relação entre os objetivos, o problema e as questões da investigação.

Para Reis (2018:116) “o estudo de caso é uma forma de se fazer trabalho empírico, ao investigar um fenómeno atual dentro do seu contexto real, onde as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidas e na situação em que múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Esta situação permite a investigação de dados empíricos não experimentais, com base nos métodos quantitativos e qualitativos e, que tenha como objeto uma situação específica e única, contribuindo, para a compreensão geral de um dado fenómeno.

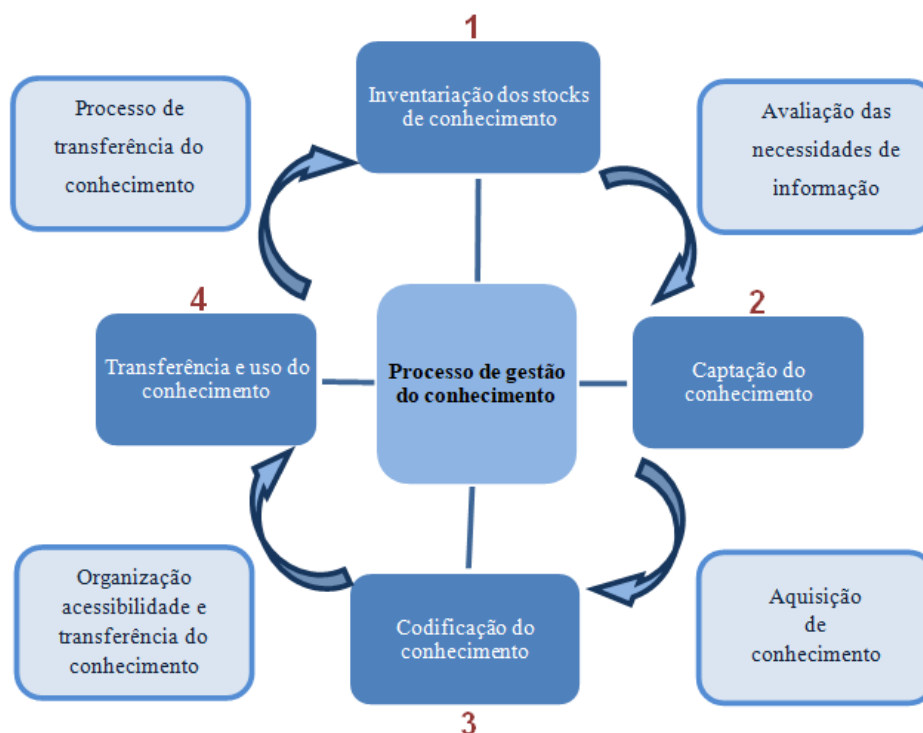
Nesta investigação, o estudo de caso, por ser uma estratégia de investigação intensiva, tem por objetivo estudar o fenómeno do turismo no Arquipélago da Madeira, entre os anos 1980 e 2009, visto que o setor do turismo é o principal setor de atividade deste território, com vários séculos de história, sendo uma área geográfica pequena para testar o novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) e analisar as diversas áreas do conhecimento que estão subjacentes ao estudo e que são relacionáveis.

## **6.4 Modelo teórico proposto**

A elaboração de um modelo teórico constitui um desafio e é uma fase da investigação muito importante. O desenvolvimento de um quadro concetual é, sem dúvida, a parte mais importante de qualquer projeto de investigação e também o mais difícil. Conforme defende Veal (1997), a elaboração de um quadro concetual envolve a definição de conceitos, que são representações gerais dos fenómenos em estudo - os blocos de construção de um estudo.

A figura 6.4.15 apresenta as fases que compõem o modelo teórico da investigação que permitiram uma melhor orientação no que concerne aos conceitos e definição dos mesmos.

Figura: 6.4.15 - Fases da conceção do modelo teórico



Fonte: Elaborado a partir de Veal (1997) e Almeida (2009)

O modelo teórico da problemática em estudo (cf. figura 6.4.16) apresenta quatro variáveis:

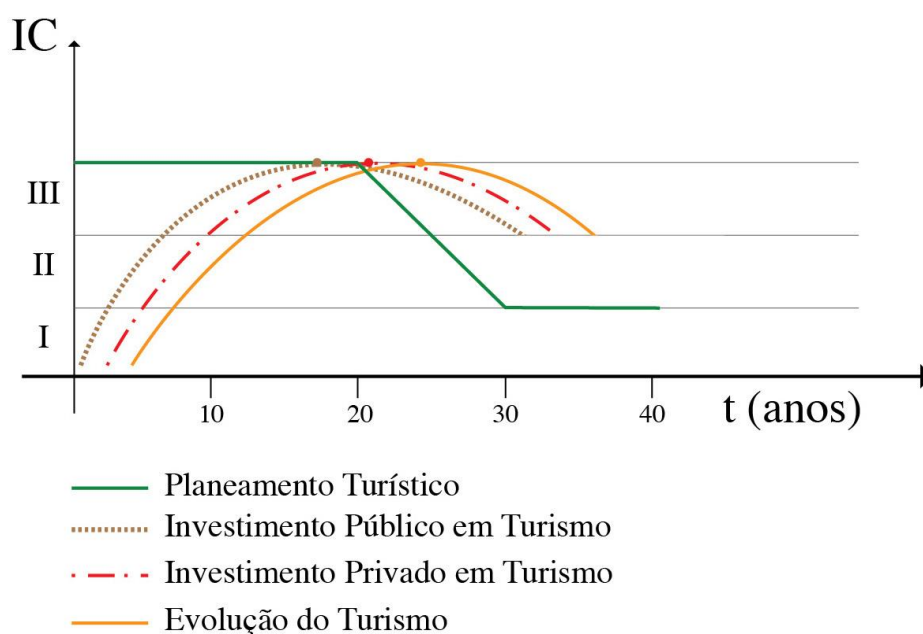
1.<sup>a</sup> O planeamento turístico que deve ser implementado no território em primeiro lugar, a fim de definir bem as áreas de atividade turística em relação aos restantes setores de atividade.

2.<sup>a</sup> O investimento público que surge em simultâneo com o planeamento, ou nos anos seguintes, e que é fundamental para a dinamização do turismo, através da construção das infraestruturas físicas básicas, como as estradas, o saneamento básico, serviços de saúde, entre outros;

3.<sup>a</sup> O investimento privado que surge após a conclusão das infraestruturas públicas e em simultâneo a promoção do destino, através das ações promovidas pelo Governo da Região ou pelas Associações/Agências de Promoção e pelos grupos hoteleiros.

4.<sup>a</sup> A evolução do turismo, onde estão subjacentes os indicadores relacionados com o turismo, como seja o número de turistas que visitam o território, o número de empreendimentos turísticos, o número de camas, o pessoal ao serviço, os proveitos totais e o RevPar, elementos que são fundamentais para compreender, avaliar e estudar o fenómeno turístico.

Figura: 6.4.16 - Modelo teórico da problemática em estudo



Fonte: Elaborado a partir do modelo de Álvares (2008)

No modelo teórico, verifica-se que o surgimento das quatro variáveis ocorre em momentos diferentes e sequenciais (planeamento, investimento público, investimento privado e evolução do turismo), em que o comportamento das mesmas ao longo dos anos também é desigual, porque dependem muito do tipo de políticas públicas e dos programas apresentados pelos governos em cada período de governação, bem como da evolução do setor turístico, associado aos mercados turísticos e aos respetivos indicadores.

## 6.5 Aplicação dos métodos e técnicas escolhidas

Segundo Vilelas (2009:43) “o método refere-se à lógica interior do processo de descoberta científica, e a ele correspondem não somente orientar a seleção dos instrumentos e técnicas específicas de cada estudo, mas, também fixar os critérios de verificação ou demonstração do que se afirma na investigação”.

As técnicas metodológicas são fundamentais em qualquer estudo de investigação, sendo a informação estatística obtida a partir de vários processos de recolha, também contribuem para sustentar o estudo e, por conseguinte, ajudar o investigador a dar respostas às questões colocadas, assim como a compreender melhor o problema da própria investigação.

Uma das técnicas usadas neste trabalho foi a aplicação de um questionário dirigido aos governantes com responsabilidades ao nível do turismo na Madeira, aos empresários hoteleiros, bem como a outros agentes privados ligados ao setor turístico, de forma direta ou indireta. No questionário foram utilizados cinco critérios associados à escala de *Likert* (escala graduada), considerando de entre os itens “concorda absolutamente”, “concorda”, “não concorda nem discorda”, “discorda” e “discorda inteiramente”, sendo que os primeiros cinco itens estão associados a níveis com a seguinte correspondência: “discorda inteiramente” - 1 “discorda” - 2; “não concorda nem discorda” - 3; “concorda” - 4; “concorda absolutamente” - 5; e “Não Sei / Não Respondo”.

Segundo Reis (2018:99) “este instrumento de recolha de dados é formado por uma série ordenada de perguntas a serem feitas, por escrito, aos respondentes, e tem como objetivo obter informações sobre opiniões, interesses, expectativas relativas às questões e objetivos da investigação”. Neste sentido foi aplicado um questionário a 45 indivíduos/entidades que estão direta ou indiretamente relacionados com o setor do turismo na RAM.

De acordo com Reis (2018:99) “ para a elaboração do questionário, é necessário ter a problemática da investigação bem explícita e a sua construção depende da forma como o mesmo será aplicado, do tema em estudo, da amostra e do tipo de análise”.

O questionário foi o instrumento de recolha de informação adotado, visto ser o método mais utilizado nas pesquisas relacionadas com lazer e turismo. Consiste na aplicação de um conjunto de questões sobre a temática do turismo a 45 inquiridos que representam uma população que está relacionada com o setor em estudo (vide tabela 6.5.12).

Segundo Quivy e Campenhoudt (2005), a fase que antecede a aplicação do questionário deverá ser uma fase procedimental no sentido de despistar todo e qualquer aspeto que possa comprometer a fiabilidade, validade, operacionalidade e compreensibilidade. Bell (2008) e Richardson (1999) recomendam a realização de um pré-teste junto de uma população que se encontre fora do universo onde se pretende aplicar o questionário, mas que apresente as mesmas características da população em estudo.

O questionário foi efetuado em novembro e dezembro de 2020, na ilha da Madeira, de acordo com o tema central do estudo de investigação, do qual resultaram questões orientadoras e objetivos a atingir com a realização das mesmas (cf. tabela 6.5.13 e anexo V da tese).

Tabela: 6.5.13 - As questões principais colocadas aos inquiridos e respetivos objetivos

<b>Questões</b>	<b>Objetivos</b>
1. O turismo na sua opinião tem sido o factor mais determinante no desenvolvimento da RAM?	- Percecionar o grau de importância que os inquiridos atribuem ao turismo no desenvolvimento da região.
2. O turismo na sua opinião tem crescido em quantidade de alojamentos/turistas/receitas na RAM?	- Avaliar o conhecimento que os inquiridos têm acerca do crescimento dos alojamentos, do número de turistas que visitam a região e as receitas do setor.
2a. O turismo na sua opinião tem crescido em qualidade dos alojamentos na RAM?	- Compreender o que pensam os inquiridos sobre as tipologias dos alojamentos existentes na RAM.
2b. O turismo na sua opinião tem crescido em qualidade dos turistas na RAM?	- Verificar se os inquiridos têm conhecimento dos tipos de turistas que visitam a região.
3. Quais os fatores intervenientes no crescimento do turismo na região?	- Descrever os fatores mais importantes no crescimento do turismo na região.
4. Será importante aplicar o MAPT na RAM?	- Analisar o que pensam os inquiridos sobre a aplicação do MAPT à RAM.
5. Quais as medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística?	- Conhecer as medidas que os inquiridos sugerem para aumentar o número de turistas na região.
6. Que perspectivas tem quanto ao futuro do turismo na RAM, aos níveis da procura e da oferta?	- Interpretar o conhecimento que os inquiridos têm sobre a procura e a oferta em relação à região.

Fonte: Elaboração própria

Portanto, foram selecionadas diferentes técnicas metodológicas para conseguir reunir as informações necessárias que serão apresentadas de forma descritiva, ao longo deste estudo de investigação. Na presente investigação, os métodos utilizados foram o descritivo,

o analítico e o comparativo, visando uma convergência de dados quantitativos e qualitativos que proporcionassem a obtenção de resultados fidedignos e realísticos sobre a temática abordada ao longo da investigação.

A tabela 6.5.14 apresenta os indivíduos ou entidades que estão ligadas ao turismo, de forma direta ou indireta e que responderam ao questionário composto por questões fechadas e questões abertas (cf. anexo I da tese).

Tabela: 6.5.14 - Inquiridos no questionário - entidades públicas e privadas

<b>Indivíduos/Entidades Públicas</b>	<b>Indivíduos/Entidades Privadas</b>
Presidente do Governo Regional da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Pestana
Secretário Regional do Turismo e Cultura	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Porto Bay
Diretor Regional de Estatística da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo <i>Four Views Hotels</i>
Diretora Regional dos Assuntos Europeus e das Comunidades Madeirenses	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Savoy
Investigadora em Turismo da Universidade da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração do grupo <i>Galo Resort Hotels</i>
Presidente da Associação de Promoção da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Cardoso Madeira Hotels
Presidente da Câmara Municipal do Funchal	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Enotel – <i>Hotels &amp; Resorts</i>
Diretor dos Aeroportos da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração do Grupo Vila Galé
Presidente do Conselho de Administração Portos da Madeira	Diretor do Hotel do Porto Santo
Presidente da Associação Comercial e Industrial do Funchal	Diretor do Hotel Vida Mar, <i>Resort &amp; Sea SPA</i>
Presidente da Mesa de Turismo da ACIF	Diretor do Hotel Meliã Madeira Mare
Presidente da Mesa das <i>Rent-a-Car</i> da ACIF	Diretor do Hotel <i>Reid's</i>
Diretora da Escola Profissional de Hotelaria e Turismo da Madeira	1 Elemento do Conselho de Administração da <i>Porto Santo Line</i>
	Coordenador da Licenciatura de Turismo do Instituto Superior de Administração e Línguas da Madeira
	O diretor da empresa de animação turística Rota dos Cetáceos
	Administradores das seguintes Agências de Viagens: Madeiraviagens; Euomar; Bravatour; Top Atlântico e Abreu
	Presidente do Sindicato das Guias Intérpretes na Madeira
	Guia intérprete 1; Guia intérprete 2; Guia intérprete 3; Guia intérprete 4 e Guia intérprete 5
	Administrador da empresa de <i>Rent-a-Car</i> – Europa Internacional
	Diretor da Empresa TAP
	Diretor da Empresa EasyJet Airlines
	Presidente do Conselho de Administração da empresa Sata Internacional
	Presidente da Empresa Air Berlim PLC&Co
	Diretor da Empresa ThomsonFly Limited

Fonte: Elaboração Própria

## 6.6 Análise dos dados

Após a recolha da informação, a análise dos dados é extremamente importante em qualquer estudo, na medida em que numa investigação, os resultados obtidos e respetiva análise são a base de sustentação do trabalho desenvolvido e permitem ao investigador verificar se o problema foi resolvido e se as questões de investigação foram bem elaboradas.

É a partir dos resultados obtidos que o investigador conclui se o seu trabalho acrescenta algo às investigações realizadas e se os mesmos são determinantes para os gestores públicos e privados do fenómeno turístico numa dada área geográfica, bem como uma mais-valia em termos de estratégias e ações a adotar no futuro por esses gestores, visando um desenvolvimento do turismo de forma equilibrada e sustentada.

Lehman (1999), propôs dois objetivos de análise de dados:

(i) Exploração dos dados para descobrir ou identificar os aspetos ou padrões de maior interesse;

(ii) Representação dos dados de maneira a destacar ou chamar a atenção para esses aspetos ou padrões.

Lehman sugere ainda que as técnicas que tratam do ponto (i) correspondem à análise exploratória de dados e as que tratam do ponto (ii) correspondem à estatística descritiva, acentuando que ambas recorrem ao emprego de métodos numéricos e gráficos.

Nesta investigação recorreu-se também às orientações apresentadas por Lehman (1999). Para a apresentação dos dados foram utilizados quatro procedimentos: séries estatísticas, representação escrita, tabelas, quadros e gráficos.

Quanto ao tratamento estatístico, este baseou-se na representação gráfica da distribuição e na utilização das estatísticas apropriadas ao resumo dos dados.

Considerando que neste estudo de investigação foi utilizado um questionário, optou-se pela análise descritiva da informação obtida e pela análise de conteúdo, como forma de simplificar as respostas dadas pelos vários interlocutores, ao nível das questões abertas. Foi utilizada também a escala de *Likert* na análise dos dados, mais concretamente às respostas dadas às questões abertas do questionário.

Na elaboração do modelo teórico, foram selecionados e analisados os seguintes modelos: o modelo do ciclo de vida dos destinos turísticos (Butler, 1980), o modelo de processos de expansão urbana proposto por Lourenço (2003) e o MAPT de Álvares (2008).

Butler (1980), defende que uma região recetora de turistas passa por várias fases do ciclo de vida, sendo que ao entrar numa fase associada ao rejuvenescimento, esta deve adotar estratégias e políticas inovadoras, baseadas no trabalho conjunto e em parceria, bem como num conhecimento mais detalhado das suas características enquanto destino.

O modelo de Lourenço (2003), possibilita uma compreensão dos processos de expansão urbana, o que contribui para uma monitorização mais ajustada dos planos-processo e respetiva problemática. Este modelo é visto como um instrumento de análise e acompanhamento que ajuda na gestão das áreas urbanas. O modelo constitui, ainda, um avanço face à maioria dos modelos utilizados em turismo, designadamente os baseados no modelo de Butler, pois estes utilizam somente uma curva para explicar o crescimento turístico, sendo considerado incompleto.

Quanto ao MAPT de Álvares (2008), tem como objetivo possibilitar a análise e a monitorização de processos de desenvolvimento turístico e não apenas a identificação do ciclo de vida de um produto, designadamente o turístico. O MAPT de Álvares utiliza três variáveis, a saber: planeamento turístico, investimento público em turismo e crescimento do turismo, que foram definidas com a intenção de mapear as componentes principais da atividade turística.

A aplicação do novo MAPT à RAM (vide figura 6.4.16) no período de 1980 a 2009 tem por objetivo analisar o fenómeno turístico e apresentar alguns processos de monitorização e avaliação do processo de desenvolvimento do turismo na região, sendo o modelo constituído por quatro variáveis na sua estrutura: planeamento em turismo, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo.

## **Conclusão**

No presente capítulo foi apresentada a metodologia utilizada no estudo inerente à aplicação do novo modelo de avaliação em turismo na RAM, no período de 1980 a 2009, com o intuito de compreender a sua importância para a comunidade científica e empresarial da hotelaria madeirense, em particular, e de outras regiões ou países, em geral.

A metodologia adotada nesta investigação permitiu em primeiro lugar, aliar a componente teórica à componente prática, com base nas fases que determinaram todo o percurso da investigação (vide tabela: 6.1.10), bem como nas temáticas circunscritas pela revisão de literatura (cf. tabela 6.3.11).

A revisão de literatura permitiu-nos escolher o tipo de abordagem a desenvolver no trabalho, proporcionando ainda a definição do problema de pesquisa da investigação, assim como os objetivos gerais e específicos constantes na introdução do estudo em apreço e ainda a seleção dos dados que permitiram elaborar o modelo teórico, ou seja, o MAPT.

Uma das metas a atingir com a metodologia seguida na investigação era dar resposta ao problema de pesquisa e às questões de investigação colocadas, objetivo que foi atingido no desenvolvimento do trabalho. Um outro objetivo atingido nesta investigação foi através do modelo teórico da problemática em estudo (vide figura 6.4.16), realizar a modelação do MAPT na RAM, recorrendo às seguintes variáveis: planeamento em turismo, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo, no período entre 1980 e 2009.

Os modelos são encarados como relevantes em termos de aplicabilidade, quando se tornam instrumentos de análise de uma realidade concreta de um território turístico e ao mesmo tempo permitem o aprofundamento de uma determinada temática em apreço, que, nesta circunstância, é o turismo.

Com a aplicação do MAPT foi possível tirar várias conclusões e suscitar reflexões que visam uma melhoria do turismo em termos de futuro, alertando os responsáveis políticos e empresários do setor para a necessidade de um desenvolvimento sustentável do turismo, a médio e longo prazo e a possibilidade de aplicar o novo modelo à RAM, periodicamente, visando a sua sustentabilidade quanto ao futuro do turismo.

No capítulo que se segue são abordadas as várias temáticas aplicadas ao Arquipélago da Madeira com a designação de “estudo de caso”, sendo analisadas as características específicas do território como objeto de investigação, indicadores do turismo da RAM entre os anos 1980 e 2009, assim como a aplicação do modelo teórico idealizado para avaliar o fenómeno turístico, designado por Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT).

São abordadas também as respostas dadas pelos responsáveis do turismo na RAM a nível do setor público e do setor privado, no questionário, cuja amostra é de 45 indivíduos e respetivo tratamento da informação recolhida, através do programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows, quer em termos quantitativos, quer em relação à análise de conteúdo.



**CAPÍTULO 7**  
**Estudo de Caso no Arquipélago da Madeira**



## **Introdução**

O estudo de caso permite ao investigador analisar um caso específico e determinar as condicionantes que interagem no mesmo, proporcionando uma investigação mais pormenorizada dos fenómenos em apreço nesta investigação. É uma forma de concretizar um conjunto de temáticas do conhecimento refletidas nos modelos idealizados sobre os fenómenos que estão subjacentes a uma determinada investigação científica produzida em função dos objetivos a atingir no estudo que é materializado num determinado território.

Partindo deste pressuposto, o trabalho de investigação ora produzido recaiu sobre o Arquipélago da Madeira que é composto por várias ilhas, embora só duas (Madeira e Porto Santo) sejam habitadas e, por conseguinte, foram consideradas na investigação.

Este capítulo evidencia em primeiro lugar um enquadramento geográfico, seguindo-se, de forma resumida, a história do turismo na RAM, o que permite ter um conhecimento geral deste fenómeno socioeconómico, geográfico e cultural, a evolução dos seus indicadores tradicionais entre 1980 e 2009, e a análise SWOT, proporcionando ao estudo de investigação maior consistência e rigor científico. É realizado o tratamento e a análise quantitativa e qualitativa dos dados relativos à região em estudo, seguindo-se uma descrição das temáticas que compõem a investigação, tendo por objeto os vários elementos que, no seu conjunto, permitem caracterizar esta unidade territorial, nomeadamente, a nível do turismo sustentável, planeamento e ordenamento do território, indicadores do turismo, do investimento público e do investimento privado e da evolução do turismo que ocorreu durante o período considerado neste estudo que é de 30 anos.

Para além da produção de tabelas e gráficos que refletem a evolução do fenómeno turístico no arquipélago, verifica-se também a aplicação do novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT), composto por quatro variáveis a saber, planeamento em turismo, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo, a partir dos indicadores da região, assim como a modelação e aplicação respetiva.

É de salientar ainda o tratamento estatístico do questionário que foi realizado a quarenta e cinco indivíduos/entidades dos setores público e privado, respetivamente, que estão ligados direta ou indiretamente ao turismo, recorrendo ao programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows, assim como são apresentadas as conclusões inerentes a cada questão colocada.

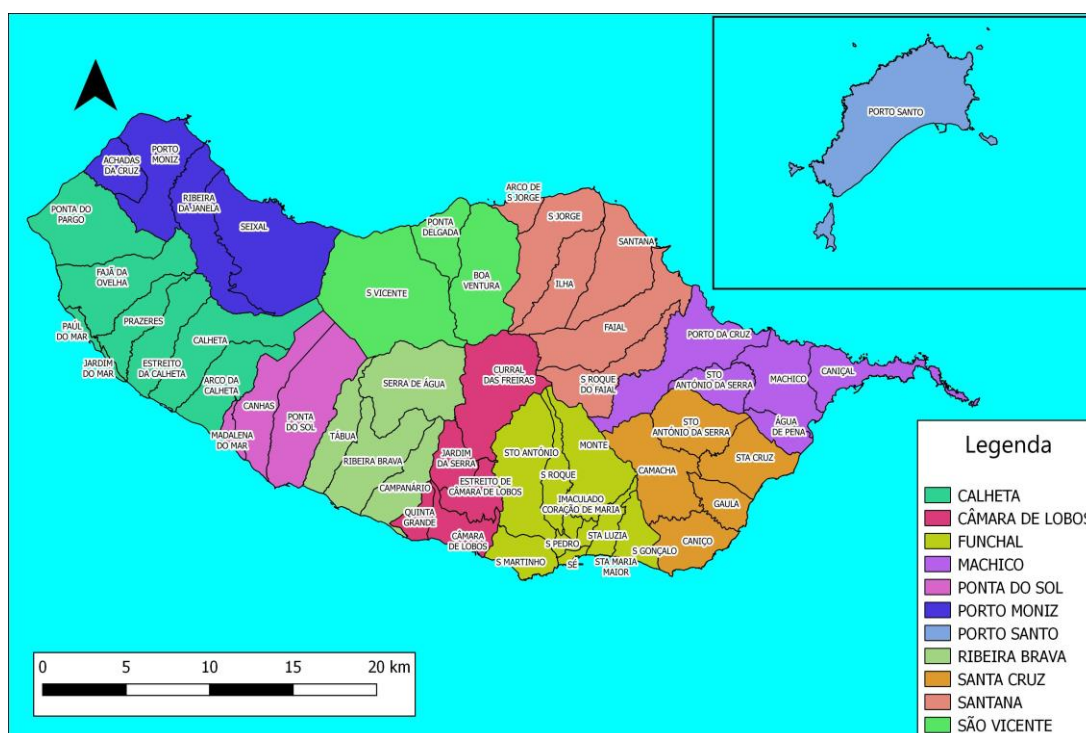
Pretende-se com o estudo de caso aplicar um novo modelo de avaliação da atividade turística num território insular, sendo, por isso, inovador a nível da investigação científica, pois é o único modelo desta natureza que congrega quatro variáveis diferentes (planeamento turístico, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo), aplicadas a uma unidade territorial cujo setor de atividade predominante é o turismo.

## 7.1 Enquadramento e caracterização

A Região Autónoma da Madeira (RAM) é uma região dotada de autonomia política e administrativa própria, através do Estatuto Político Administrativo, que está plasmado na Constituição da República Portuguesa (artigo 225.º, título VII - Regiões Autónomas). É considerada pela União Europeia uma Região Ultraperiférica (artigo 349.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia).

Em termos de localização, encontra-se entre os 30º e 33º de latitude norte, a uma longitude de 16º 39' e 17º e 16' oeste, a 978 km a sudoeste de Lisboa, a 877 km dos Açores, a cerca de 700 Km da costa africana e a 450 Km a norte das ilhas Canárias.

Figura: 7.1.17 - Mapa administrativo da Região Autónoma da Madeira



Fonte: Serviços Cadastrais da Madeira

A RAM é formada pela ilha da Madeira, ilha do Porto Santo, ilhas Desertas, ilhas Selvagens e 17 ilhéus, totalizando 801 km<sup>2</sup>, sendo as duas primeiras povoadas. Em termos administrativos, a RAM é constituída por 11 concelhos e 54 freguesias (cf. figura 7.1.17).

Tabela: 7.1.15 - Estatísticos gerais da RAM em 2009 e 2019

População		
Indicadores	2009	2019
Total de habitantes	247.399	254.254
Homens	47 %	46,8 %
Mulheres	52 %	53,2 %
Densidade populacional	308,7 Hab/km <sup>2</sup>	317,2 Hab/km <sup>2</sup>
Estrangeiro a viver na Madeira	3.674	8.586
Taxa de natalidade/mortalidade		
Taxa de natalidade	9,6‰	7,4 ‰
Taxa de mortalidade	10,7‰	10,5
Taxa de mortalidade infantil	3,4‰	2,6‰
Outros dados demográficos		
Taxa de crescimento natural	-1,1‰	-3,1‰
Taxa de crescimento efetivo	1,0‰	-1,2‰
Taxa de crescimento migratório	-5,6	-4,3
Saldo natural	-262	708
Índice sintético de fecundidade	1,21	1,15
Esperança média de vida	74,7	78,36
População ativa	143,6	138,7
Setores de atividade		
Primário	7,0%	1,9%
Secundário	21,0%	12,1%
Terciário	72,0%	86,0%

Fonte: Direção Regional de Estatística da Madeira

A tabela 7.1.15 evidencia os dados estatísticos principais da RAM em 2009 e em 2019, onde se verifica que a população passou de 247.399 pessoas para 254.254, ocorreu um aumento de 6.855 pessoas. Este aumento poderá estar associado ao regresso de milhares de emigrantes da Venezuela e à fixação de estrangeiros na Madeira que aumentou 4.912. A densidade populacional passou de 308,7 hab/km<sup>2</sup> para 317,2 hab/km<sup>2</sup> e a taxa de crescimento natural em 2009 era de -1,1‰, enquanto em 2019 passou para -3,1%. Verifica-se que o número de nascimentos está a diminuir e o número de óbitos a aumentar e, por conseguinte, a população está a envelhecer, o que poderá trazer problemas nas próximas décadas, nomeadamente a nível da população ativa, que em 2019 foi de 138,7 mil pessoas. É de notar também que predomina na RAM o setor terciário com 72,0 % em 2009 e 86% em 2019, seguindo-se o secundário com 21% em 2009 e 12,1% em 2019 e por fim, o setor primário passou de 7% para 1,9%, como consequência do abandono da agricultura e diminuição do número de pescadores.

Tabela: 7.1.16 - Dados do turismo na RAM em 2009 e 2019

<b>Indicadores</b>	<b>2009</b>	<b>2019</b>
Número de estabelecimentos	260	391
Número de hóspedes entrados	910.863	1.382.987
Número de dormidas	5.511.249	8.123.309
Capacidade de alojamento	28.934	35.794
Taxa líquida de ocupação/cama	52,2%	58%
Estada média (nº noites)	5,5	5,1
Pessoal ao serviço	6.595	7.223
Proveitos totais	255.851.807€	407.456.923 €
Custos totais com pessoal	100.806.041€	119.987.428 €
RevPar	30,62€	45,00 €
ADR (Average Daily Rate	48,72€	68,83 €
Passageiros em trânsito nos portos	436.821	588.925

Fonte: Direção Regional de Estatística da Madeira

A tabela 7.1.16 representa a informação do setor do turismo durante os anos de 2009 e 2019, onde se constata que os números de hóspede em 2009 foram de 910 863 mil e em 2019 de 1,4 milhões, enquanto o número de dormidas foi de 5,5 milhões e de 8 milhões, respetivamente, assim como os proveitos totais em 2009 foram de 256 milhões e em 2019 foram de 407,5 milhões, com uma taxa de ocupação/cama de 52,2% e de 58%, respetivamente.

É de salientar também o Centro Internacional de Negócios da Madeira (CINM), constituído por três áreas de atividade: a Zona Franca Industrial (ZFI); o Registo Internacional de Navios da Madeira - MAR e os Serviços Internacionais. Em 2019 o CINM tinha um total de 2.307 empresas licenciadas, sendo 48 na ZFI, 680 embarcações registadas no MAR e 1.579 no setor dos Serviços Internacionais (SDM, 2020). Ainda de acordo com a entidade de gestão, o contributo do CINM para o total da receita fiscal da Madeira foi de cerca de 15% e que o número de postos de trabalho diretos, excluindo os tripulantes dos navios registados, corresponde a 3 mil.

Em termos de apoios financeiros ao setor, destacamos o Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo (SIFIT), para corrigir as assimetrias regionais no domínio do turismo, pois muitos empresários madeirenses recorreram a este sistema para reconverterem algumas unidades turísticas e construir novas infraestruturas hoteleiras, expandindo, deste modo, o parque hoteleiro da Madeira, mais concretamente, a partir de meados da década de 90 do século XX. Nos últimos anos, alguns empresários do setor têm recorrido ao Fundo de Turismo para a construção de novos empreendimentos turísticos.

## **7.2 A Madeira na história do turismo mundial**

A atividade turística na Ilha da Madeira é considerada a alavanca principal para o desenvolvimento da região. De facto, o turismo, graças à sua importância económica e social, é um setor chave para a economia e desenvolvimento da região, alavancando consigo outras atividades, quer comerciais, considerados produtos conexos, quer de serviços muito relevantes.

A Ilha possui uma enorme variedade de recursos naturais que foram transformados em recursos turísticos. A orografia e a sua localização geográfica contribuem para um clima com características ímpares no contexto mundial e, por isso, a ilha é procurada como destino turístico durante todo o ano. Embora o turismo na Madeira tivesse o seu início no século XV

foi nos finais do século XVIII e princípios do século XIX que a atividade turística se assumiu com maior relevância e consistência, principalmente no concelho do Funchal.

A Madeira desde os Descobrimentos Portugueses, nomeadamente a partir do século XV até aos nossos dias, sempre foi um ponto de chegada e de partida para o mundo. Nos Descobrimentos servia para os navegadores descansarem e prepararem novas aventuras para o Atlântico e Índico, à descoberta de “Novas Terras”. “Os portugueses iniciaram paralelamente, em 1419, com a descoberta oficial da Madeira, as suas viagens marítimas “por mares nunca de antes navegados”, que os levariam a fundar potentados no contorno do litoral africano, chegando à Índia e ao Extremo Oriente, e passando pelo promissor Brasil” (Franco, 2020:37).

Nos séculos XVII e XVIII chegaram à Madeira intelectuais alemães e ingleses que exploraram as espécies vegetais da ilha e criaram os primeiros mapas com as rotas e caracterização da ilha, onde constavam aspetos da geologia, da orografia, da biologia, do clima e da fauna.

O século XIX é caracterizado pelo turismo terapêutico que a região oferecia, associado à natureza e ao seu clima ameno. No século XX verifica-se a chegada de turistas em maior número por via marítima e via aérea, graças às infraestruturas do Porto do Funchal e do aeroporto da Madeira, assim como o surgimento de muitos hotéis e quintas no Funchal. O século XXI é o culminar do estágio de maturação do turismo, com base no modelo de Butler (1980) sobre o ciclo de vida de um produto turístico.

O turismo afirmou-se na ilha há vários séculos, de forma espontânea, com motivações terapêuticas no século XIX e, posteriormente, através da relevância das suas características endógenas, associadas à natureza e à hospitalidade da sua população. Porque o fenómeno turístico da Madeira tem mantido determinadas características específicas, designadamente quanto à hospitalidade e qualidade das suas unidades turísticas, em 2010, a WTO, considerou a Madeira como um destino turístico de excelência.

O turismo de natureza é considerado o dominante, na dinâmica turística da Madeira, devido a esta dispor da maior mancha de Laurissilva do mundo, associação vegetal que foi classificada, em dezembro de 1999, como Património Natural Mundial da UNESCO, e em 2010, passou a figurar nas Sete Maravilhas de Portugal. Muitas das levadas e veredas da ilha encontram-se no seio da Laurissilva e são frequentadas por mais de 600 mil turistas durante o ano (DREM, 2020).

### **7.3 Resenha histórica do turismo da Madeira**

A atividade turística na Ilha da Madeira é considerada como o “motor” para o seu desenvolvimento (Baptista, 2005; Carita, 2008; Vieira, 2015; Jardim, 2019, 2020; DREM 2020). De facto, o turismo tem um impacto significativo na economia e na sociedade, alavancando outras atividades que no seu conjunto, contribuem para o desenvolvimento dos territórios. A região possui uma grande e rara variedade de recursos naturais que foram transformados em recursos turísticos e potencializados em termos de motivação dos turistas, caso dos percursos pedonais no meio da natureza. A orografia e a sua localização geográfica contribuem para um clima com características ímpares no contexto mundial e por isso, a ilha é procurada como destino turístico durante todo o ano. “O clima ameno da Madeira, manifestado pelas temperaturas mais ou menos constantes entre o dia e a noite e ainda a existência de fracas amplitudes térmicas diurnas e anuais, permitiram que a ilha fosse recomendada” (Baptista, 2005:36). O clima, um elemento imaterial, tornava-se assim o principal elemento promotor das potencialidades turísticas da Ilha (Gama, 2011). Além de estância invernal, a ilha era publicitada como sanatório natural, pela excelência terapêutica e espaço propício ao prazer, à contemplação e ao desfrute na natureza (Carita, 2008).

Foi a partir do século XVIII que o turismo passou a ser considerado como um dos fatores determinantes na economia da ilha. “O fenómeno afirmou-se de forma espontânea a partir do século XVIII e obrigou as autoridades e sociedade civil a criarem condições para a receção de todos os forasteiros e assim, as infraestruturas de apoio ao turismo surgem por força da constante presença dos estrangeiros, na condição de doentes, cientistas e aventureiro” (Vieira, 2008:95).

A história do turismo da ilha da Madeira está associada também à história do vinho e os dois setores têm uma tradição de cinco séculos. “Em termos históricos podemos dizer que o turismo caminhou lado a lado com o vinho e o aparecimento de novas atividades económicas” (Vieira, 2008:103). O vinho é uma presença constante na literatura de viagens e mesmo nos guias e rotas turísticos, devido à importância que este tinha para aqueles que visitavam a ilha da Madeira. Nas diversas memórias de viagem desde o século XV, o vinho nunca é esquecido, ficando evidente o entusiasmo da descoberta. “O comerciante inglês, que surgiu a partir do século XVII, soube tirar o máximo partido do produto fazendo-o chegar em quantidades volumosas às mãos dos compatriotas, que o aguardavam nos quatro cantos do mundo” (Vieira, 2003:10).

Na revisão de literatura, verificou-se que o turismo na ilha da Madeira nasce no século XV, a partir do momento em que o território inicia o seu processo de povoamento (1425), prosseguindo pelos séculos seguintes e de acordo com as várias circunstâncias que, no seu conjunto, foram transformando a sua vocação original. “O turismo nasce no século XV, introduzindo-se numa determinação estrutural pelos séculos posteriores, passando necessariamente por movimentos conjunturais que foram moldando a sua vocação primitiva” (Silva, 1985:6).

Devido à posição geográfica da Madeira, as Descobertas do século XV e as navegações oceânicas dos séculos XVI a XVIII, surgiu a abertura das rotas oceânicas através do Atlântico, permitindo a exploração da Ásia, da África e da América. A partir desta altura, a Madeira surge na cartografia da época, destacando-se pelos aspetos da sua geologia, orografia, clima, flora, fauna, antropologia e beleza paisagística, obtendo denominações como: “*A ilha dos Amores*”, “*O Recanto do Paraíso*”, o que constituiu um excelente veículo de propaganda nos vários cantos do mundo. A propaganda turística que foi difundida pelos guias turísticos elaborados pelos ingleses e alemães atraiu curiosos de diferentes áreas, nomeadamente da medicina e da botânica. Assim, em 1751, Thomas Hemberden observou, na “*Philosophal Transaction*” de Londres, as qualidades do clima madeirense e os seus efeitos terapêuticos. Deste modo, foi dado o primeiro passo para que a classe médica começasse a recomendar a estada no Funchal como a mais propícia para determinados tratamentos (Silva, 1985). Ainda de acordo com Silva, este período é testemunhado pelos livros escritos - “*On Consumption Medical Observation*” de Fothergill (1775); “*Guide to Madeira with an account of the climate*” de Adams (1801); “*Observations on the natural history, climate and diseases of Madeira during a period of sixteen years*” de William Gouklay (1811).

Nos séculos XVIII e XIX, a ilha é destacada pelas qualidades do clima e dos seus efeitos terapêuticos. As primeiras observações meteorológicas realizadas em Portugal acerca do clima da Madeira, com processos e resultados tecnicamente aceitáveis, ocorreram entre 1747 e 1753 e foi seu autor Tomas Heberden, publicadas na *Philosophal Transactions*, de Londres. A partir desta data, mais de duas dezenas de trabalhos foram publicados, destacando-se o médico Nicolau Pita, em 1812, *Account of the Island of Madeira*; a comunicação do Dr. Francisco Barral, em 1853, a Academia Real das Ciências de Lisboa, traduzida para francês e ampliada pelo Dr. Garnier; *o Climat de Madère*, do almirante Hugo

de Lacerda, publicado em francês e traduzido em inglês. A partir desta altura, a ilha passa a constar nos guias médicos internacionais do século XIX, como clínica de cura da tísica pulmonar e em particular para a tuberculose, sendo ao mesmo tempo um meio de divulgação da Madeira. Contribuíram para esta etapa, Herber (1751), Fothergill (1775) e Adams (1801), permitindo que a Madeira passasse a ser alternativa às estâncias de Itália e França. O maior número de doentes provinha da Inglaterra, devido à ocupação inglesa na ilha e às influências de vários médicos, caso de Kirwan e Gourlay (1811) e Pitta (1812). Com os guias turísticos a região assistiu, na primeira metade do século XIX, ao lançamento de uma imagem com potencial para a sua futura vocação turística (Câmara, 2002). Essa imagem identificava-se particularmente com o clima da Madeira, recomendado para fins terapêuticos. Segundo a autora, a partir de meados do século XIX, as próprias ações de divulgação destinadas aos doentes, como o divertimento e a saúde, deixavam antever que se entrara num processo de transição. “A partir dos anos 80 do século XX, a Madeira foi perdendo a conotação de estância de saúde e ganhou a de Ilha de férias” (Câmara, 2002:177). Por isso, em 1890 a Ilha era cada vez mais apreciada e `consumida´ por visitantes saudáveis e homens muito ativos a nível dos negócios. O interesse pela Madeira redobrou no século XIX, porque “o sul da Europa se encontrava inacessível”, por causa dos acontecimentos militares que caracterizaram essa época<sup>2</sup>. Em 1821, sublinhava-se que a “Madeira (...) adquiriu um interesse acrescido através da recomendação do seu clima, por experiência médica, aos doentes ingleses, no caso em que o ar do seu país deixa de ser-lhes benéfico...”<sup>3</sup>.

Durante a primeira metade do século XIX, a divulgação da Madeira passou a ser através de cartas e guias destinados a serem consultados pelos doentes. A maior parte destes textos foram escritos sem intenções comerciais, tendo como seus autores pessoas que haviam visitado a ilha e que procuravam transmitir a sua própria experiência, muito embora tivesse existido também, intenções claras de publicidade deliberada, como aconteceu com um texto editado na década de 40 onde os interesses de uma companhia inglesa de navegação se encontravam bem explícitos<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> William Gourlay. (1811). *Observations on the Natural History, Climate, and Diseases of Madeira: During a Period of Eighteen Years* vol, vol. 4:231. London.

<sup>3</sup> *The History of Madeira with a series of twenty-seven coloured engravings.* (1821). Illustrative of the costumes, Manners, and occupations of the inhabitants of the Islands, vol, 4. London,

<sup>4</sup> Em causa está o livro de John Osborne (*Guide to the Madeiras, Azores, British west Indies, and Northern South America*, compiled from documents specially furnished by agents of the Royal Mail Steam Packet Company and other authentic sources. With a description of the passage across of the Isthmus of Panama,

Merecem referência inúmeras personalidades europeias como a rainha Adelaide de Inglaterra, o imperador da Áustria que se fixou na ilha, em 1921, o príncipe russo de Oldemburgo, tenente-general dos exércitos do Czar, que em 1884 fez publicar, em Paris, a tradução francesa de *Eurico, o Presbítero*, e viveu dois anos na Madeira com grande fausto e gestos de filantropia, o Marechal Pilsudsky - libertador da Polónia, em 1931 e Wilhelm Priz Zu Wied - ex-rei da Albânia, em 1932.

Em 1888, numa fase em que as motivações do visitante que procurava a Madeira se encontravam em fase de transição, Herédia (1888), sem excluir os elementos climático-terapêuticos, deu ênfase aos aspetos do lazer e da beleza paisagística da ilha:

“É considerável o número de estrangeiros de diferentes países que vão residir na Madeira durante o Inverno (...). A importância económica deste facto é tamanha que não há que poupar despesas para dar comodidades, facilidades em tudo àqueles hóspedes, tornando-lhes de todos os modos agradável a sua residência ali, sempre de todos os modos atraente, o país. Bastaria o número considerável de hotéis de primeira ordem, e de casas particulares que há no Funchal, preparadas para alugar aos estrangeiros, para explicar até que ponto a riqueza pública se ressentiria do desaproveitamento das vantagens com que a natureza dotou a ilha, pelo respeito às suas condições climatéricas”.

(Herédia, 1888:35)

Passaram pela Madeira milhares de estudiosos de diversas áreas do conhecimento, mormente, médicos, botânicos, historiadores, engenheiros, geógrafos, enfermeiros, entre outros, que se fixaram na região durante vários meses para realizarem os seus estudos de investigação sobre a cultura madeirense, a geologia, o clima as espécies agrícolas e vegetais e orografia do território insular.

Em resultado do movimento de visitantes de origem britânica à ilha, surge a necessidade de preparação de guias para o visitante com os necessários conselhos para a viagem e visitas no interior da Ilha. O primeiro texto que conhecemos deste teor é da autoria de Thomas Edward Bowdich (1825). Contudo, o primeiro guia turístico da Madeira surge em 1850, por John Driver no seu segundo livro, onde é focado elementos de história, geologia, flora, fauna e costumes da ilha. Seguiram-se Robert White e James Johnson (1860), Ellen Taylor (1882), J. Rendell (1890), W. Reid (1891) e Marsh (1892), que elaboraram vários guias turísticos.

Em termos de infraestruturas hoteleiras foram os ingleses e os alemães os primeiros a lançar a rede hoteleira madeirense, destacando-se em 1840, dois hotéis: “The London Hotel”

---

London, 1843) que foi compilado a partir de documentos fornecidos pelos agentes da Royal Mail Steam Packet Company.

e o Yate's Hotel Family (Silva, 1985). Em 1881 passou para três hotéis ingleses: Santa Clara, Royal Edimburg, Carmo e um alemão - o Hotel Schaff. John Driver, em 1850, referiu na sua obra existir um bom hotel inglês à entrada da cidade - o Yates. Robert White, em 1860, refere existir na Madeira 14 pensões e 3 hotéis, nos arredores da cidade, em 1889, para dez: Edinburg Hotel, Santa Clara Hotel, Milles Hotel, German Hotel, Boa Vista Hotel, Cardwell Hotel, Victoria Hotel, Hotel Central, Hotel Funchal e Hotel Lisbonense. Ellen Taylor, em 1882, descreveu a existência de 6 grandes hotéis, 3 casas mobiladas de grande conforto e os hotéis rurais, em número de 6, mas sendo só 2 de categoria - o de Santana, do Sr. Acciaioli e o de Santa Cruz, do Sr. Gonsalves.

Em 1891 é inaugurado o hotel Reid's. Este hotel é considerado o mais antigo empreendimento hoteleiro em funcionamento no espaço atlântico. William Reid e W. Willkinson foram os impulsionadores desta obra, bem como os responsáveis pelo surgimento de novas unidades hoteleiras. Pernoitaram no Reid's ilustres personalidades como W. Churchill (1910), B. Shaw, G. Marconi, Luís Botha, entre outras. Dai a história do turismo na Madeira estar também, diretamente relacionada com o Reid's Hotel (Baptista, 2005).

Com o progressivo desenvolvimento da máquina a vapor, no início do século XX, o turismo madeirense ficou ameaçado, isto porque os novos tipos de transporte marítimo não necessitavam da ação dos ventos alísios, nem das correntes marítimas favoráveis, bastava que fossem abastecidos de carvão. A falta de infraestruturas materiais de apoio à navegação mundial (portos de abrigo, cais e depósitos de óleo bem apetrechados) contribuíram também para a diminuição progressiva da navegação comercial no Porto do Funchal, tornando-o apenas num ponto de apoio a passageiros em trânsito.

O turismo, ao ser considerado um setor muito relevante na economia da ilha, provocou também mudanças a nível institucional. O primeiro passo ocorreu em 1930, com a criação da Comissão de Turismo que deu origem à Delegação de Turismo da Madeira a 5 de setembro de 1936, sob o Decreto-Lei 26980, um esforço de modernização e de estruturação do setor turístico na Madeira.

A Comissão de Turismo expôs, em 1931, na grande Feira de Leipzig um *stand* retratando os “encantos da ilha”, a qual passou a ser visitada por jornalistas estrangeiros e nacionais que remetiam artigos publicitários para os seus jornais e revistas, tais como: o “Tatler” (1931); o “Time” (1933); o “Daily Mail” (1933); o “Daily Telegraph”

(1939) e o “The National Geographic Magazine” (1939). Saliente-se ainda que, em 1934, a publicidade estendeu-se também aos canais de televisão alemã e inglesa. “A conjugação destes dados permitiu concluir que a propaganda individual do hotel x ou y perdia terreno a favor da propaganda coletiva passando, desta forma, a Ilha a ser retratada como um todo, aliás, como instância turística de todo o ano, dado que a estação de Inverno nunca perdeu o seu potencial atrativo” (Silva, 1985:20). A autora, na obra “A Madeira e o turismo: pequeno esboço histórico”, refere duas épocas para o início do turismo madeirense: a “colonial” (séc. XV-XVIII) e a “terapêutica” (séc. XIX e início do séc. XX). Cada uma das épocas está ligada a conjunturas externas distintas. Todavia, as duas assentam na dependência da navegação atlântica, na atração exercida pela beleza paradisíaca da Ilha e no clima ameno (Silva, 1985).

Durante a Segunda Guerra Mundial, assistiu-se a uma rutura nos fluxos turísticos no Porto do Funchal, justificando-se o encerramento de quase todos os hotéis madeirenses e da linha férrea do Funchal, uma vez que, já não se tornava rentável a sua manutenção. Nesta altura, a Madeira era visitada principalmente por ingleses e alemães abastados, que encontravam na ilha a estabilidade desejável e o clima ameno que contrastava com os climas temperados marítimo e continental, de invernos rigorosos dos seus países (Baptista, 2005).

Após a Segunda Guerra Mundial, os grandes navios transatlânticos que escalavam regularmente o Porto do Funchal deixou de o fazer, procurando outros melhor apetrechados, como o de Tenerife e de Las Palmas. Em face desta situação, os pequenos hotéis mudaram de categoria e transformaram-se em pensões, enquanto as quintas desapareceram, surgindo em seu lugar hotéis.

Com a inauguração do aeroporto do Funchal em 1964, uma nova época desponta para o turismo madeirense, que se abre para o mundo moderno, através dos voos domésticos, internacionais e “*charters*”, absorvendo turistas de diversos escalões etários, oriundos da Europa. O turismo madeirense conhece um novo ciclo, caracterizado por um elevado afluxo de turistas à Madeira e, por conseguinte, o surgimento de novas infraestruturas hoteleiras, cujo número quase triplicou em quinze anos (Baptista, 2005). Este aumento está associado ao processo de desenvolvimento implementado na região com a Autonomia Política e Administrativa, resultante do 25 de Abril de 1974. Também está associado a este novo ciclo, a criação da Secretaria Regional do Turismo em 1978, com a regionalização do setor do turismo. As infraestruturas públicas, nomeadamente as rodoviárias e aeroportuárias (caso da

ampliação do aeroporto da Madeira, que se tornou intercontinental a 15 de setembro de 2000) e ainda infraestruturas portuárias, bem como a estabilidade política e social vivida na Madeira, foram os fatores fundamentais para o crescimento do setor turístico.

Se em 1975 a Madeira tinha apenas 9.528 camas, distribuídas por 116 estabelecimentos hoteleiros, sendo 58 pensões, no ano 2000 passou a dispor de 24.520 camas e 261 estabelecimentos e em 2019, a região apresentava 391 estabelecimentos e 35.794 camas (DREM, 2020).

A reputação do turismo madeirense foi realçada também por vários escritores portugueses que tiveram o prazer de visitar a ilha da Madeira. Agustina Bessa-Luís em 1987, em *A Corte do Norte*, referia na sua obra:

“Havia muita gente mais disponível para as diversões, se bem que Lopo dissesse que os tuberculosos eram mais alegres. No fundo, quem fez a fama da Madeira foram os enfermos até os mais perdidos de esperança e os incuráveis. Pessoas deliciosas, em geral cultas e que tinham particular inclinação para novidades e coisas pagãs: para a ciência, o amor e a boa mesa. Também gostavam de música (...). Alguns morriam na ilha, serenamente, (...)”.

(Bessa-Luís, 1987:35)

As quintas madeirenses são também parte integrante da história do turismo da Madeira. A elas estão associados momentos inesquecíveis da nossa história. Foram palco de importantes acontecimentos e decisões políticas, bem como acolheram ilustres visitantes, enriqueceram o Funchal de flores e plantas exóticas e recriaram os hábitos da conveniência aristocrática inglesa. Os ingleses ao adquirirem as quintas rechearam-nas com riquíssimo mobiliário e criaram parques, jardins e riachos nos seus espaços envolventes. Hoje, sobressaem a Quinta Vigia (residência oficial do Presidente do Governo Regional) e a Quinta do Palheiro. A primeira foi morada de alguma aristocracia europeia: Rainha Adelaide de Inglaterra (1847-1848), Duque de Leuchtenberg (1849-1850), Imperatriz do Brasil, D. Amélia (1852). A última serviu de palco para grandes receções, destacando-se em 1817, a Imperatriz Leopoldina do Brasil, em 1858, ao Infante D. Luís e, em 1901, ao rei D. Carlos e à Rainha D. Amélia.

A Ilha da Madeira foi eleita "Destino Insular Líder Mundial" em 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020 pelos World Travel Awards. Em 2013, 2014, 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020 ganharam o prémio "Europa's Leading Island Destination", tendo competido nesta categoria ao lado de importantes destinos turísticos como as Ilhas Canárias, Baleares, Sardenha, Malta, Chipre, entre outros. Os World Travel Awards, também conhecidos como

“Oscars do Turismo”, foram criados em 1993 e acontecem uma vez por ano. Eles visam “reconhecer, premiar e celebrar a excelência em todos os setores da indústria do turismo” globalmente, assim como, reconhecer as melhores práticas deste setor. Para além de eleger os melhores hotéis europeus, todos os anos, a organização do World Travel Awards (WTA) nomeia também os melhores hotéis de cada país, premiando os hotéis da Ilha da Madeira nas mais diversas categorias e reconhecendo assim, a qualidade das instalações hoteleiras e o serviço de excelência disponíveis na região.

#### **7.4 Contributos do Governo Regional para o turismo sustentável**

Em relação ao Governo Regional, este tem promovido uma política ambiental com base na elaboração de legislação que proporcionou a criação do Parque Natural da Madeira em 1982, que engloba 2/3 da Ilha da Madeira, permitiu salvaguardar os recursos naturais, geológicos, de flora e de fauna, assim como criou as Reservas Naturais para proteger espécies em vias de extinção, algumas que são indígenas da região. Destacamos a Reserva Natural Parcial do Garajau, a Reserva Natural da Rocha do Navio, a Reserva Natural das ilhas Desertas, a Reserva Natural das ilhas Selvagens e a Rede de Áreas Marinhas Protegidas do Porto Santo, que são autênticos ‘santuários’ da vida selvagem marinha e terrestre, de enorme importância para a preservação de espécies únicas no mundo.

As políticas de conservação e de desenvolvimento sustentável dos espaços naturais permitem o uso racional dos recursos naturais, garantindo a salvaguarda da biodiversidade, a qualidade ambiental, assim como o desenvolvimento social e económico das gerações presentes e futuras.

Quanto à relação natureza/turismo, o Governo Regional implementou uma política pública de desenvolvimento sustentável, transversal ao setor do turismo que muito tem contribuído para o crescimento do turismo de natureza, turismo ativo, *birdwatching*, pedestrianismo nas levadas e veredas da Madeira, observação de cetáceos, entre outros.

#### **7.5 O planeamento na RAM**

O ordenamento do território na RAM é estabelecido pelo Sistema Regional de Gestão Territorial (SRGT), reconhecido pelo Decreto Legislativo Regional n.º 43/2008/M de 23 de dezembro de 2008.

Ao nível municipal, existe em todos os concelhos da RAM um Plano Municipal de Ordenamento do Território (PMOT), compreendendo os Planos Diretores Municipais (PDM), os Planos de Urbanização (PU) e os Planos de Pormenor (PP). Segundo o RJIGT, os PMOT são instrumentos de natureza regulamentar, aprovados pelos municípios e que estabelecem o regime de uso do solo, definindo modelos de evolução previsível da ocupação humana e da organização de redes e sistemas urbanos e, na escala adequada, parâmetros de aproveitamento do solo e de garantia da qualidade ambiental.

Na RAM, os instrumentos de gestão territorial em vigor são os seguintes:

**a) Planos Regionais de Ordenamento do Território (PROT)**

Neste primeiro instrumento merece realce o *POTRAM*, que foi aprovado no Parlamento da Madeira, pelo Decreto Legislativo Regional n.º 12/95/M, de 24 de junho, com as alterações introduzidas pelo Decreto Legislativo Regional n.º 9/97/M, de 18 de julho.

**b) Planos Setoriais**

Ao nível dos planos setoriais é de referir os seguintes:

- Plano de Ordenamento Turístico - POT
- Plano Regional da Água da Madeira - PRAM
- Plano Estratégico de Resíduos da RAM - PERRAM
- Plano da Política Energética da RAM - PPERAM
- Plano Regional da Política do Ambiente - PRPA
- Plano de Desenvolvimento Rural - PDRu

**c) Planos Especiais de Ordenamento do Território**

A 3 de dezembro de 2020, foi aprovado no Conselho de Governo, através da resolução n.º 1102/2020, o Programa da Orla Costeira do Porto Santo (POCPS), que esteve em discussão pública até 31 de janeiro de 2021.

A 30 de outubro de 2017 passou a estar em vigor o Plano de Gestão dos Riscos de Inundações da RAM (RGRI-RAM): 2016-2021, que apresenta a cartografia de risco e as zonas de riscos potenciais significativos de inundações.

A 2 de fevereiro de 2017 a região passou a dispor do Plano de Gestão da Região Hidrográfica do Arquipélago da Madeira (PGRH): 2016-2021, determina que o mesmo deve ser revisto nos termos e de acordo com os objetivos definidos, pela Diretiva n.º 2000/60/CE,

do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de outubro de 2000, tendo ainda em consideração a avaliação a realizar pela Direção Regional do Ordenamento do Território.

#### **d) Planos Municipais de Ordenamento do Território (PMOT)**

Os PDM's ratificados podem ser consultados nas respetivas Câmaras Municipais da Região ou na Direção Regional de Ordenamento do Território – Governo Regional da Madeira, cuja legislação regional é o Decreto Legislativo Regional n.º 43/2008/M de 23 de dezembro de 2008, mais concretamente o seu artigo 68º.

Após a apresentação sumária dos vários instrumentos de ordenamento do território, existentes na RAM e devido à importância que a variável planeamento tem no desenvolvimento deste estudo de investigação, irei expor de forma simplificada os dois principais documentos de ordenamento do território de que a região dispõe ao nível da sua política territorial e que têm proporcionado a estruturação e uso do solo, onde está sujacente também a atividade turística.

#### **7.5.1 O Plano de Ordenamento do Território da RAM - POTRAM**

O POTRAM foi aprovado pelo Decreto Legislativo Regional (D.L.R.) n.º 12/95/M, de 24 de junho, com as alterações introduzidas pelo D.L.R. n.º 9/97/M, de 18 de julho. Este instrumento de gestão do território estabelece as orientações gerais de planeamento e desenvolvimento das intervenções respeitantes ao uso e ocupação do solo, defesa e proteção do ambiente e do património histórico, distribuição da população no território e estrutura da rede urbana, em toda a região.

#### **Constituem objetivos específicos do POTRAM:**

1) A estruturação do território, tendo em vista o reequilíbrio no funcionamento das grandes zonas homogéneas regionais e a preservação do ambiente e da qualidade de vida.

2) O estabelecimento de condições espaciais para a modernização da economia, visando a elevação do nível de rendimento e qualidade de vida da população e a redução das assimetrias intra-regionais.

No seu artigo 5º - Estratégia, o POTRAM define alguns eixos estratégicos de atuação, nomeadamente:

a) A prossecução de um crescimento populacional equilibrado, de forma a superar inconvenientes resultantes do êxodo rural;

b) A melhoria dos níveis de educação e de formação profissional e a sua adaptação ao mercado de trabalho;

c) A organização da rede urbana de forma a assegurar a diminuição das assimetrias territoriais;

d) A valorização dos recursos naturais, com respeito absoluto pela paisagem humanizada, característica do território;

e) A salvaguarda do património natural, histórico e cultural, bem como, tanto quanto possível, de atividades tradicionais;

f) O apoio à modernização de setores económicos de base artesanal, situados em zonas rurais, visando o fortalecimento e melhoria da eficiência da base produtiva regional;

g) A definição de zonas ordenadas de localização industrial, com adequado sistema de incentivos ao seu desenvolvimento, visando criar uma base industrial de exportação;

h) A criação de condições inovadoras em matéria de equipamentos e de animação que permitam diferenciar o produto turístico da região e aumentar-lhe a competitividade.

Estes oito eixos estratégicos foram materializados no território ao longo dos anos, desde 1995, aquando da aprovação do POTRAM na Assembleia Legislativa da Madeira. Têm sido a base de orientação no modelo de desenvolvimento preconizado pelo Governo Regional, no tocante a políticas públicas e programas de intervenção à escala regional e mesmo ao nível municipal, porque os PDM's foram concebidos com base nas linhas orientadoras que estão plasmadas neste instrumento de ordenamento do território.

Esta dependência dos PDM's relativamente ao POTRAM está bem vincada no artigo 9º, designadamente, quanto aos índices urbanísticos em cada concelho da região, como poderemos constatar na redação deste mesmo artigo. No ponto 1, é referido que “os planos diretores municipais e outros instrumentos de gestão do solo devem concretizar os índices urbanísticos aplicáveis às diversas unidades territoriais constitutivas da rede urbana, tendo em vista o crescimento populacional e o desenvolvimento sócio - económico, conforme critérios do POTRAM”. O ponto 2 do mesmo artigo alerta para a necessidade de cumprir os critérios que constam no POTRAM - “Enquanto não estiverem em vigor as normas dos PDM que concretizem os índices urbanísticos referidos no número anterior, tal competência é transitória exercida nos termos da legislação anterior, respeitando-se os critérios estabelecidos no POTRAM e os princípios fixados nos regimes jurídicos vigentes em razão da matéria”.

Na Secção II do POTRAM – Regime das Zonas, é definido os vários tipos de zonas: zonas urbanas consolidadas, zonas de expansão urbana, zonas urbanas a preservar, zonas turísticas, zonas industriais e zonas de grandes infraestruturas.

Em relação ao setor turístico - artigo 17º, o POTRAM explicita a importância fundamental que o turismo tem para o desenvolvimento da Região, através da imposição de algumas medidas e restrições quanto ao uso do solo, assim como alerta para a necessidade de manter a qualidade do turismo da Madeira, obrigando ao cumprimento dos vários deveres por parte dos municípios. Neste âmbito, destacamos as seguintes regras:

1. As zonas turísticas abrangem as áreas predominantemente ocupadas por empreendimentos turísticos existentes ou aprovados e por áreas aptas à implantação desses equipamentos;

2. Nas zonas turísticas não são autorizados empreendimentos que comprometam a qualidade do turismo da região, com fundamento nos seguintes aspetos:

- a) Degradação das condições naturais, paisagísticas e ambientais;
- b) Ausência de espaços de lazer adequados à dimensão dos empreendimentos previstos;
- c) Insuficiência de condições de segurança, comodidade e conforto;

3. Nas referidas zonas apenas são permitidos usos complementares à atividade turística que, de forma tanto quanto possível heterogénea, contribuam para a qualificação funcional e ambiental do meio;

4. Os planos diretores municipais devem concretizar os índices de ocupação do solo e outros parâmetros urbanísticos, dos quais dependa a qualidade urbana das zonas turísticas, nomeadamente as percentagens de impermeabilização, de estacionamento e de áreas verdes públicas a respeitar pelos planos de urbanização e pelos planos de pormenor.

### **7.5.2 Plano de Ordenamento Turístico (POT) da RAM**

Ao nível do planeamento turístico, a RAM passou a dispor de um instrumento vocacionado para o setor do turismo, a partir de maio de 2002, com a aprovação no Parlamento da Madeira, do POT, através do Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M, de 29 de agosto de 2002. A revisão do POT foi aprovada na Assembleia Legislativa da Madeira em maio de 2017, através do Decreto Legislativo Regional nº 15/2017/M.

O novo POT visa definir “uma estratégia de desenvolvimento do turismo na Região Autónoma da Madeira, num quadro temporal de 10 anos”. O POT apresenta cenários de crescimento da oferta de alojamento nos próximos anos, assim como o respetivo impacto na procura, sendo eixo fundamental do desenvolvimento do turismo, da requalificação da oferta existente na Madeira e da promoção de um crescimento turístico sustentável na ilha do Porto Santo.

Quanto à requalificação para a ilha da Madeira, o POT prevê que “seja conseguida por via de incentivos à modernização e sofisticação da oferta de alojamento turístico, pela diversificação e qualificação da nova oferta de alojamento e em especial, pela manutenção de um padrão de qualidade elevado”.

No tocante à ilha do Porto Santo, o POT considera “a probabilidade do crescimento da oferta de alojamento turístico em empreendimentos turísticos, adotando linhas de força assentes na sustentabilidade, eficiência energética e ambiental, autossuficiência, sinergias, redes, melhoria de transportes e de condições de vida da população autóctone, sustentado no projeto Porto Santo *Smart Fossil Free Island*”.

O POT define para o destino Madeira a seguinte visão: “um destino para todo o ano, de beleza natural ímpar, seguro, de fácil acesso, cosmopolita, reconhecido como um *‘must visit’* da Europa, com sol e clima ameno, forte tradição de bem receber e vasta oferta de experiências, capaz de superar as expectativas mais exigentes”.

Nas normas específicas, mais concretamente nos valores de referência de capacidade de alojamento turístico, o POT estabelece em termos de oferta de empreendimentos turísticos para a Região Autónoma da Madeira o valor de 40.000 camas. Para evitar a perda de investimentos em novos empreendimentos hoteleiros, aquando do processo de monitorização e/ou revisão do POT, este considera uma bolsa adicional de mais 1000 camas.

## **7.6 Análise aos indicadores do turismo**

Uma das formas de analisar os indicadores do turismo no período 1980 a 2009 e aplicação do novo modelo de avaliação do turismo, será abordar os indicadores turísticos tradicionais. Neste sentido, os indicadores analisados foram o número de hóspedes entrados na região, o número de dormidas, o número de estabelecimentos segundo a categoria, a capacidade de alojamento por estabelecimento, o pessoal ao serviço, as taxas de

ocupação/cama, a sazonalidade, as receitas dos estabelecimentos turísticos e o RevPar (Revenue Per Available Room ou rendimento por quarto disponível).

Atendendo a que antes de 1964 (inauguração do aeroporto), os turistas chegavam à Madeira através dos barcos (hoje navios de cruzeiro), neste estudo é apresentado também uma resenha histórica do turismo de cruzeiros na Madeira, assim como o número de escalas e de passageiros em trânsito no porto do Funchal entre 1954 e 2009.

Após uma análise descritiva do fenómeno turístico apresenta-se uma síntese, no fim deste capítulo, que evidencia os fatores determinantes no desenvolvimento do turismo na RAM que permitem conhecer melhor esta região turística em termos económicos, sociais, culturais e quais as suas potencialidades e fraquezas enquanto destino turístico.

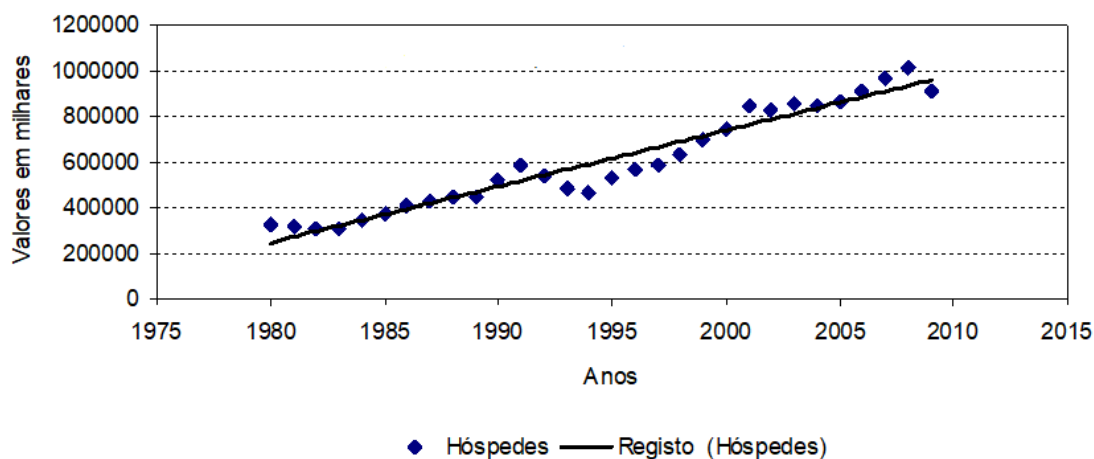
## 7.6.1 Evolução dos indicadores do turismo na RAM entre 1980 e 2009

### 7.6.1.1 Número de hóspedes na RAM

No estudo do turismo, o número de hóspedes entrados numa região ou país são indicadores relevantes para a realização de análises e/ou comparações do fenómeno. O gráfico 7.6.1.1.3 apresenta a evolução do número de hóspedes entrados na região entre o período 1980 e 2009.

Uma primeira ilação que se pode retirar da sua análise consiste num crescimento progressivo do número de hóspedes ao longo dos 30 anos estudados, a partir de 1983, com a exceção dos anos 1991 a 1994, em que ocorreu uma quebra. Nos restantes anos verificou-se a tendência constante dos valores (cf. gráfico 7.6.1.1.3).

Gráfico: 7.6.1.1.3 - Número de hóspedes na RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

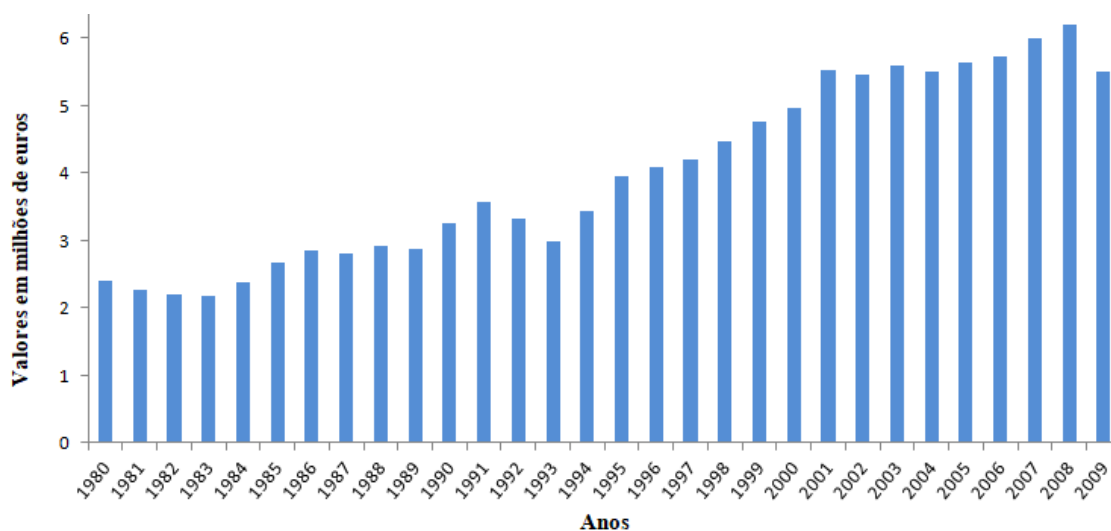
Ao analisar o gráfico 7.6.1.1.3, verifica-se que em 1980 entraram na região 328.256 turistas, valor que se manteve quase constante até 1990, ano em que atingiu os 520.515 hóspedes. Entre 1991 e 1994 verificou-se uma ligeira quebra, ocorrendo posteriormente, um aumento progressivo até 2001, tendo a Madeira recebido neste ano 842.705 turistas, seguindo-se um crescimento ligeiro até ao ano 2008, que atingiu o valor máximo registado na região, no período estudado, sendo de 1.013.281 hóspedes, enquanto em 2009 passou para 910.863 hóspedes.

Constatou-se ainda que os valores mais significativos de hóspedes ocorreram entre 2001 e 2009, ou seja, nos últimos dez anos do estudo. Isto deve-se à eficácia das campanhas promocionais da Madeira e ao facto de os mercados de origem dos turistas não atravessarem crises económicas e sociais que afetassem a população.

### 7.6.1.2 Dormidas nos empreendimentos turísticos da RAM

As dormidas são consideradas um indicador muito importante na avaliação do fenómeno turístico de uma região e correspondem à permanência num empreendimento que fornece o alojamento, considerada em relação a cada indivíduo, e por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte, de uma regra geral.

Gráfico: 7.6.1.2.4 - Dormidas nos empreendimentos turísticos da RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Ao analisar o gráfico 7.6.1.2.4, verificou-se que em 1980 o número de dormidas na Madeira foi de 2.410.689. Até o ano 1985 observou-se uma ligeira quebra, totalizando

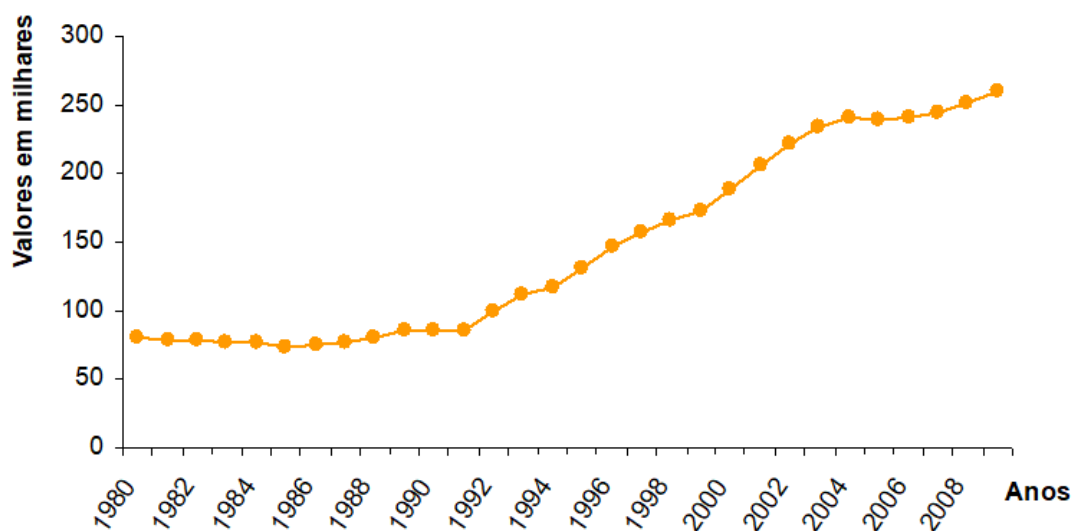
2.665. 017 dormidas, momento a partir do qual o número de dormidas começou a aumentar. Em 1992 verificou-se uma diminuição para 3.315.911 e no ano de 1993 atinge as 2.984.325 dormidas. A partir de 1994 o número de dormidas aumentou progressivamente até 2008, ano em que chegou a 6.208.144, valor mais elevado do período considerado.

Constatou-se também que a partir de 2008 as dormidas nos empreendimentos turísticos decresceram, tendo atingido as 5.511.249 durante o ano 2009. Este indicador demonstra que esta diminuição acompanhou o decréscimo do número de hóspedes (vide gráfico 7.6.1.1.3). As causas prováveis estão associadas à instabilidade económica dos seus principais mercados (Reino Unido, Alemanha e Portugal).

### 7.6.1.3 Número de empreendimentos turísticos da RAM por ano

Os empreendimentos turísticos são destinados a proporcionar, mediante remuneração, serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio. A análise do número de estabelecimentos só tem interesse se completada com a tipologia e a capacidade de alojamento dos mesmos.

Gráfico: 7.6.1.3.5 - Número de empreendimentos turísticos por ano na RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Ao analisar o gráfico 7.6.1.3.5, verificou-se que o número de empreendimentos turísticos na RAM teve um crescimento com dois períodos diferentes. O primeiro entre 1980

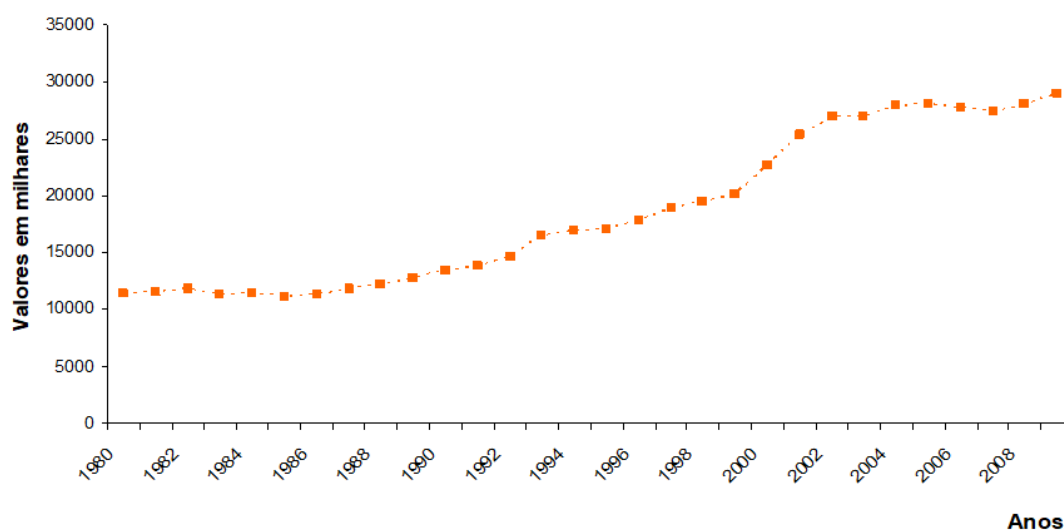
a 1991, em que o número dos mesmos foi praticamente constante e outro, entre 1992 e 2009, em que se assistiu a um crescimento progressivo. A partir de 1992 até 2004 deu-se um aumento muito significativo, devido aos apoios financeiros da União Europeia.

Ao nível dos empreendimentos, a Madeira passou de 99 no ano 1980, para 240 em 2004. Entre o ano 2004 e o ano 2009, verificou-se um ligeiro aumento, sendo que o número máximo coincide com o ano 2009 (260).

#### 7.6.1.4 Capacidade de alojamento por empreendimento turístico

Segundo o INE (2020), a capacidade de alojamento corresponde ao número máximo de indivíduos que os empreendimentos turísticos podem alojar num dado momento ou período, sendo este calculado através do número de camas existentes. A capacidade de alojamento é um indicador muito importante em qualquer estudo que esteja relacionado com o turismo, visto constituir a base da oferta turística.

Gráfico: 7.6.1.4.6 - Capacidade de alojamento na RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Conforme é demonstrado no gráfico 7.6.1.4.6, constatou-se que o número de camas na RAM aumentou de forma pouco significativa entre o ano 1980 (11.452) e o ano de 1992 (14.646 camas). A partir de 1992, verificou-se um crescimento mais acentuado até ao ano 2004, (27.949 camas), mantendo-se praticamente constante até ao ano 2007 (27.307 camas).

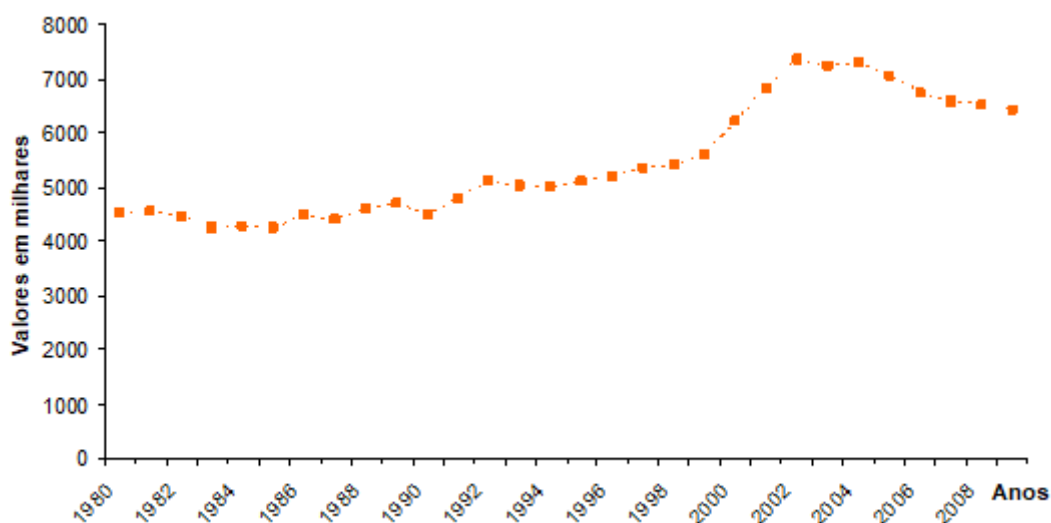
Entretanto, é possível observar um ligeiro aumento até 2009, ano em que atingiu o seu máximo com 28.934 camas.

### 7.6.1.5 Pessoal ao serviço nos vários empreendimentos turísticos

O pessoal ao serviço corresponde ao número de pessoas que num dado período participam na atividade turística, qualquer que seja a duração dessa participação e independentemente do vínculo que tenham.

No setor do alojamento no geral, o número de pessoal ao serviço acompanhou a evolução do setor turístico, estando dependente do número de empreendimentos existentes em cada momento da história turística regional e da afluência turística (cf. gráfico 7.6.1.5.7).

Gráfico: 7.6.1.5.7 - Pessoal ao serviço nos empreendimentos turísticos da RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Da análise ao gráfico 7.6.1.5.7, constatou-se que o pessoal ao serviço nos empreendimentos turísticos da região manteve-se praticamente constante entre o ano 1980 (4.520 indivíduos) e o ano de 1999 que apresentava 5.532 pessoas.

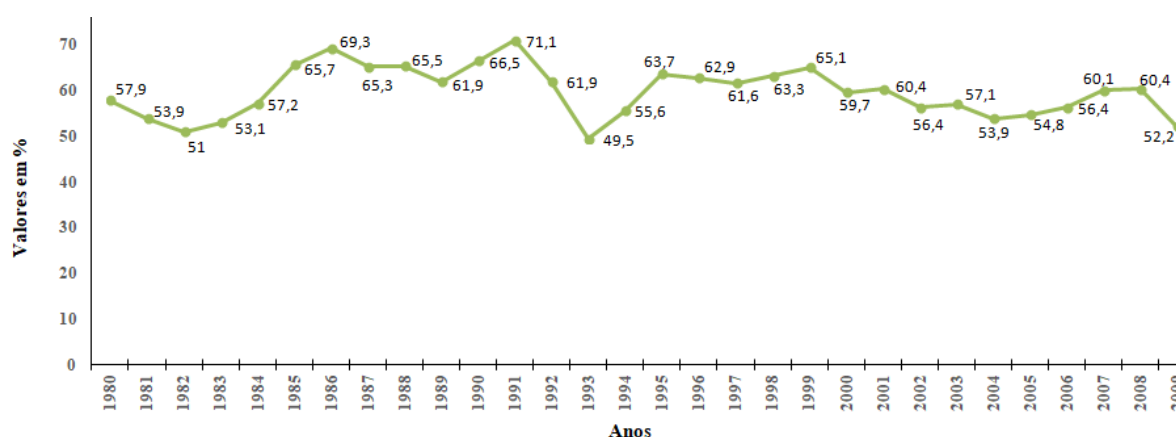
Entre o ano 1999 e o ano 2002 verificou-se um aumento substancial, pois a Madeira passou a dispor na hotelaria 7.405 trabalhadores, sendo o valor máximo apresentado no ano

2002. A partir de 2002 constatou-se uma ligeira diminuição de população ativa no setor do turismo. O número de indivíduos a trabalhar na hotelaria, passou para 6.595 em 2009.

### 7.6.1.6 Taxa média de ocupação/cama por empreendimentos turísticos

A taxa de ocupação/cama corresponde à relação entre o número de dormidas e o número de camas disponíveis num determinado período de referência, considerando como duas as camas de casal. A taxa de ocupação é um indicador que permite avaliar em que medida a oferta turística se adapta à procura e também determina o grau de utilização da capacidade produtiva. Esta análise permite avaliar em que medida haverá excesso ou necessidade de novos alojamentos.

Gráfico: 7.6.1.6.8 - Taxa média de ocupação/cama nos estabelecimentos hoteleiros



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

A partir da análise do gráfico 7.6.1.6.8, observa-se que, as taxas de ocupação/cama ao longo do período considerado se mantiveram sempre acima dos 50%, com a exceção do ano 1983 em que o valor foi de 49,5%. O melhor ano em termos de taxa média de ocupação/cama na Madeira foi em 1991 que atingiu o valor de 71,1%. Constatou-se também que ao longo dos 30 anos em apreço, a taxa média de ocupação/cama foi muito irregular, o que reflete uma ligeira inconstância do número de hóspedes entrados na RAM. O melhor período na região foi entre 1985 e 1992, com taxas médias de ocupação/cama nos empreendimentos turísticos acima dos 62%, sendo o valor médio de 66,0%.

O gráfico 7.6.1.6.8 também evidencia uma quebra muito acentuada entre os anos 2008 e 2009, isto porque a região passou de 60,4% para 52,2%. Esta situação está relacionada

com alguma instabilidade económica nos três principais mercados da Madeira: Alemanha, Reino Unido e Portugal.

#### **7.6.1.7 A sazonalidade**

A distribuição anual dos fluxos turísticos mostra que elas ocorrem com maior intensidade em certas épocas do ano, estando profundamente ligadas às condições climatéricas, às épocas de férias, aos hábitos, às profissões, às idades e aos esquemas de férias adotados pelos empregados, assim como à situação económica dos países de origem dos turistas. Segundo Cunha (2001), a medida da sazonalidade é dada pelo grau ou taxa de sazonalidade que se obtém relacionando o número de entradas, ou dormidas, ocorrido nos meses de maior afluxo, com o total das entradas, ou das dormidas, verificados durante o ano. Para isso é necessário construir séries de números, índices relativos à procura ao longo do ano, pela utilização dos registos mensais das chegadas ou dormidas.

Butler (2001:337) define a sazonalidade como “desequilíbrio temporal no fenómeno turístico, que pode ser expresso em termos das dimensões de elementos como o número de visitantes, despesas dos visitantes, transportes aéreos e outras formas de transporte, emprego e acesso às atrações”. Para se estudar o padrão da sazonalidade de um determinado destino turístico é necessário destacar três tipos de influência (Butler, 2001):

1. Fatores da procura: resposta às estações naturais, férias institucionalizadas, tradição de férias/inércia, mudança nos gostos.
2. Atributos da oferta: condições climáticas, atrações físicas, oportunidades para atividades, eventos e atrações sociais e culturais;
3. Ações corretoras: preços e impostos diferenciados, novas atrações e eventos, diversificação de mercados.

A sazonalidade pode tornar-se gravosa para a população residente, quando os rendimentos desta dependem praticamente dos gastos efetuados pelos turistas.

Na RAM, a sazonalidade também depende dos fatores referidos anteriormente, na medida em que o turismo é considerado o setor de atividade principal na economia da região e os efeitos da procura fazem sentir-se quando ocorrem catástrofes naturais ou instabilidade social e económica nos seus mercados de origem.

Baum e Lundtorp (2001) indicam algumas das desvantagens da sazonalidade:

- a) Estação curta para negócios e níveis reduzidos de operação;

- b) Necessidade de gerar receita num período curto do ano, com custos fixos muitas vezes anuais;
- c) Subutilização das aplicações de capital;
- d) Dificuldade em atrair investimentos;
- e) Problemas em garantir o contributo e investimento dos operadores de transporte, face à natureza sazonal das operações, o que aumenta o risco do negócio;
- f) Emprego parcial mais do que permanente em certas zonas com desemprego acentuado fora da estação alta e consequentes migrações;
- g) Problemas na qualidade de produtos e serviços na ausência de mão-de-obra permanente.

Todavia, a sazonalidade não tem só aspetos negativos, também é possível encontrarem-se aspetos positivos. Um deles resulta da possibilidade de recuperação e revitalização do ambiente natural e sociocultural, dos equipamentos, das infraestruturas e mesmo da disponibilidade da população residente, nos períodos de época baixa. Além disso, em certas áreas, as ocupações turísticas complementam outras atividades como a florestal, a piscatória e a agrícola, o que leva a concluir que o problema da sazonalidade poderá não ter a carga negativa, que à primeira vista se lhe atribui (Martins, 2002).

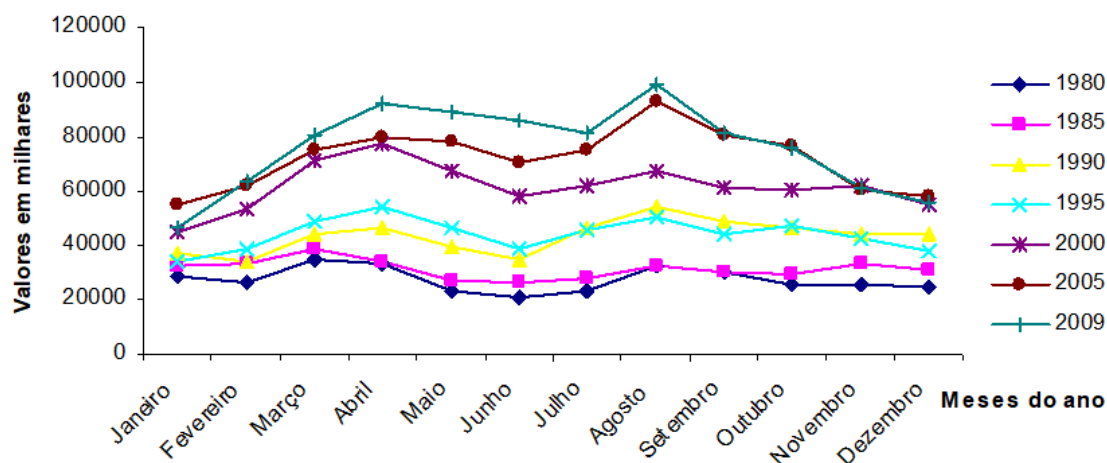
A sazonalidade da procura turística pode refletir-se ainda no aumento generalizado dos preços, uma vez que, se a procura cresce e a oferta não consegue satisfazer a procura, a tendência é para o aumento dos preços, fator que tem como consequência a inflação.

A sazonalidade tem demonstrado ser um fenómeno de difícil superação, dando origem ao aparecimento de diversos métodos e estratégias, visando melhorar os padrões sazonais do turismo. Tanto o setor público como o privado têm procurado tomar medidas face à sazonalidade através de políticas de preço, com incentivos numa base temporária, implementação de férias repartidas, visando estimular a procura na época intermédia e na baixa, fomentando o turismo doméstico, em períodos considerados adequados e apostando em conferências, festivais e outros eventos, a par de outros tipos de atrações e animação (Martins, 2002).

O gráfico 7.6.1.7.9 apresenta uma evolução inconstante em todos os anos do estudo, não houve grandes oscilações ao longo dos anos 1980 e 1985, a sazonalidade praticamente não se verificou. A partir de 1990 constatou-se um aumento progressivo da sazonalidade, sendo mais acentuada a partir do ano 2000, com dois picos, coincidindo com as férias da

Páscoa e de Verão. Esta realidade está relacionada com os mercados de origem dos turistas da Madeira e com os grupos etários, bem como com a promoção realizada pelo Governo Regional.

Gráfico: 7.6.1.7.9 - Sazonalidade segundo os hóspedes entrados nos empreendimentos turísticos da RAM por mês



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

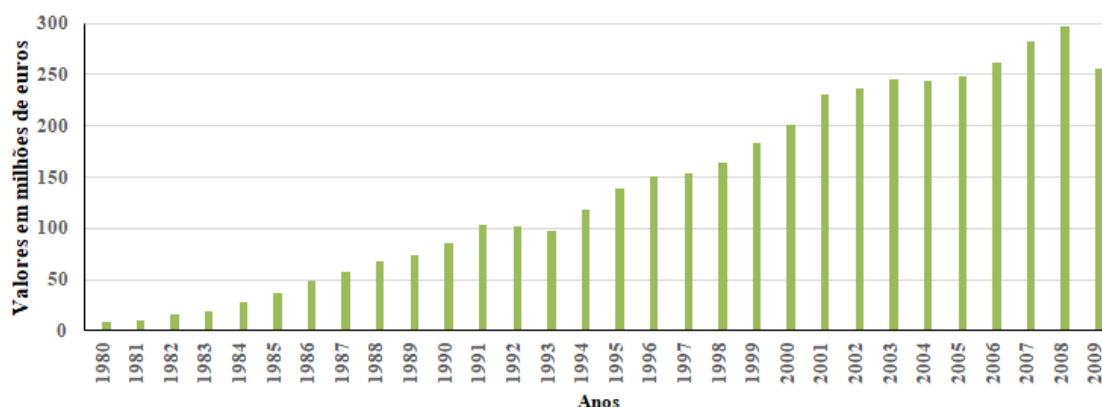
A promoção que é feita ao nível externo pela Associação de Promoção da Madeira, também poderá estar aqui refletida neste gráfico 7.6.1.7.10, devido à irregularidade do número de turistas que se verificou ao longo de cada ano, pertencente ao período estudado.

Regista-se ainda que o mês de junho, apesar de corresponder a um mês de verão na Madeira, foi sempre o pior em todos os anos, seguindo-se os meses de maio e de julho, tendo sido a quebra mais acentuada nos últimos 15 anos do estudo.

### 7.6.1.8 Proveitos totais da atividade turística

Os proveitos totais compreendem todos os proveitos resultantes da atividade do empreendimento turístico. Inclui os proveitos de aposento, os proveitos de restauração e outros proveitos decorrentes da própria atividade turística (ex: aluguer de salas, lavandarias, tabacaria, telefone, etc.), assim como os pagamentos ao pessoal ao serviço de cada empreendimento.

Gráfico: 7.6.1.8.10 - Evolução dos proveitos totais ocorridos nos empreendimentos turísticos da RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

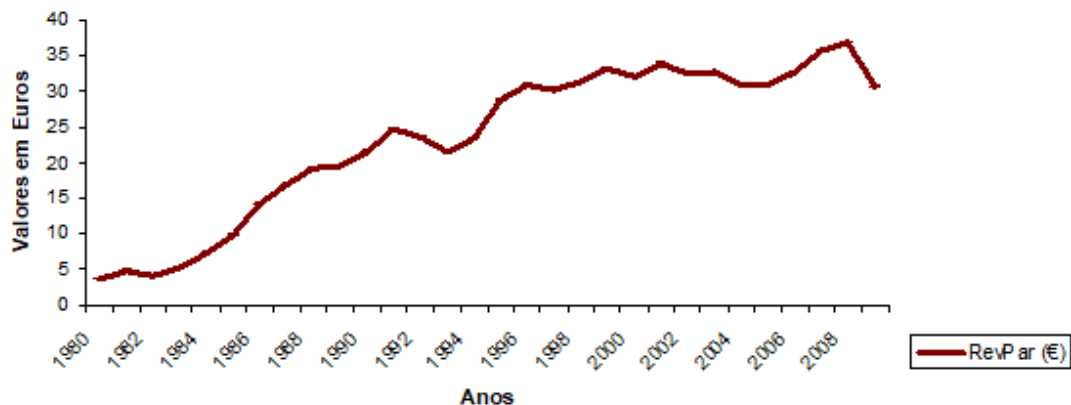
Da análise ao gráfico 7.6.1.8.10, conclui-se que os proveitos totais durante o período de 1980 a 2009 tiveram um aumento progressivo ao longo dos anos, como demonstra a linha gráfica a preto. No entanto, entre os anos 2000 a 2003, verificou-se um aumento ligeiro dos proveitos totais, seguindo-se uma diminuição pouco significativa até 2005. A partir deste ano aumentaram os proveitos até 2008, coincidindo com o valor máximo, que foi de 297.847 milhões de Euros (vide anexo IV da tese).

O ano de 2008 também foi o ano em que a Madeira recebeu mais turistas (1.013.281). Por outro lado, no ano 2009 os proveitos totais caíram para os 256.004 milhões de euros e o número de hóspedes entrados na região foi de 910.863, realidade que está associada à conjuntura económica desfavorável na Alemanha, no Reino Unido e principalmente em Portugal.

### 7.6.1.9 RevPar nos empreendimentos turísticos da RAM

O Revenue per Available Room (RevPar) corresponde ao rendimento por quarto disponível, medido pela relação entre os proveitos de aposento e o número de quartos disponíveis, num dado período de referência (INE, 2020).

Gráfico: 7.6.1.9.11 - RevPar nos empreendimentos turísticos da RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Da análise ao gráfico 7.6.1.9.11, constatou-se que o RevPar nos empreendimentos turísticos da RAM apresenta um crescimento progressivo até 1991, em que o rendimento médio por quarto foi de 24,59 euros, diminuindo depois até 1994, sendo o valor de 21,52 euros. A partir de 1995, verificou-se um aumento ligeiro até 2003, em que o valor por quarto, foi de 32,72 euros, diminuindo de seguida até 2005 (30,86 euros). Segue-se um aumento pouco significativo até 2008 (36,76 euros) e depois ocorre uma quebra para 30,62 euros em 2009.

Conclui-se que, apesar de o número de camas ter aumentado de forma significativa entre 1980 (12 mil) e 2009 (29 mil), mais de 50%, num período de 28 anos (cf. gráfico 7.6.1.4.6), o valor médio por quarto em euros também aumentou, mas com valores pouco expressivos. Esta realidade está relacionada com o facto de os preços por quarto serem baixos na maior parte das unidades de alojamento e as taxas médias de ocupação se situarem nos 50% (cf. gráfico 7.6.1.6.8), o que denota um excesso de oferta em relação à procura.

## 7.7 O turismo de cruzeiros

A história dos cruzeiros está associada à história dos transportes marítimos. Desde a primeira viagem de Zarco à Ilha, o barco foi utilizado sempre nos transportes de carga e de passageiros entre o Continente e a Madeira. O porto do Funchal tornou-se assim muito relevante, cuja importância foi aumentando dia a dia, dada a riqueza comercial da ilha e devido ao progresso do turismo. Por isso, houve a necessidade de construção de cais

acostáveis que viessem suprir as deficiências de outras épocas, em que os barcos se prendiam aos ilhéus. O molhe da Pontinha, como é conhecido o porto, foi construído em três fases. A primeira entre a ilha e o ilhéu de São José, em 1757; a segunda entre este ilhéu e o de Nossa Senhora da Conceição, de 1885 a 1889, originando o primeiro porto de abrigo; a terceira fase, de 1957 a 18 de julho de 1962, data da sua inauguração. No entanto, só a 3 de junho de 1964 se procedeu à entrega do molhe à Junta Geral pelo Ministério das Obras Públicas de Portugal.

Atendendo à localização geográfica da Madeira no seio do Oceano Atlântico, durante muitas décadas foi ponto de passagem dos grandes paquetes, tendo sido, até à II Guerra Mundial, um porto importante de escala das rotas entre a Europa e os continentes africano e americano, destacando-se os navios de passageiros e de mercadorias que escalavam o porto do Funchal com alguma regularidade, nomeadamente as linhas Portugal e ex-colónias africanas e entre a Inglaterra e a África do Sul.

Com o desenvolvimento dos transportes aéreos e a diminuição do peso do transporte marítimo de passageiros, o Funchal perdeu parte da sua importância, diminuindo o número de navios de cruzeiros. A linha Southampton - Cape Town assegurava a ligação regular quinzenalmente, com a colónia inglesa na África do Sul, os navios faziam escala no Funchal, transportando muitos turistas ingleses para a Madeira. A Greg Line foi uma das primeiras companhias de cruzeiros a operar com regularidade na Madeira, no início dos anos 60 do século XX, entre a Inglaterra e a Ilha, onde residia uma grande comunidade inglesa. Neste período começam a frequentar a Madeira os navios Camberra da PYO Orient Lines e os navios Soviéticos da Black Sea Ship Company, que operavam a partir de Sant Petersburg.

Só nas últimas décadas do século XX, o Funchal recuperou este segmento de mercado, com o crescimento significativo dos cruzeiros turísticos à escala mundial e também devido à ampliação do porto do Funchal, que passou a ter a capacidade para 6 navios ao mesmo tempo, com a construção do cais 8, a norte do porto, em 2014.

Tabela: 7.7.17 - Escalas de passageiros em trânsito no Porto do Funchal entre 1954 e 2009

<b>Anos</b>	<b>Nº Escalas</b>	<b>Nº de passageiros em trânsito</b>	<b>Anos</b>	<b>Nº Escalas</b>	<b>Nº de passageiros em trânsito</b>
<b>1954</b>	38	7.777	<b>1982</b>	153	60.098
<b>1955</b>	44	16.870	<b>1983</b>	162	62.850
<b>1956</b>	38	8.826	<b>1984</b>	131	49.776
<b>1957</b>	37	14.509	<b>1985</b>	136	56.872
<b>1958</b>	50	18.017	<b>1986</b>	119	54.830
<b>1959</b>	56	16.496	<b>1987</b>	133	67.043
<b>1960</b>	72	26.269	<b>1988</b>	125	60.717
<b>1961</b>	75	31.823	<b>1989</b>	138	72.080
<b>1962</b>	89	46.440	<b>1990</b>	141	71.104
<b>1963</b>	132	67.849	<b>1991</b>	131	67.711
<b>1964</b>	95	51.064	<b>1992</b>	133	74.756
<b>1965</b>	139	75.807	<b>1993</b>	139	76.897
<b>1966</b>	171	88.657	<b>1994</b>	169	93.066
<b>1967</b>	189	92.350	<b>1995</b>	154	102.947
<b>1968</b>	202	102.979	<b>1996</b>	137	109.234
<b>1969</b>	234	115.933	<b>1997</b>	124	94.538
<b>1970</b>	227	109.705	<b>1998</b>	204	145.766
<b>1971</b>	189	97.150	<b>1999</b>	205	144.387
<b>1972</b>	190	94.975	<b>2000</b>	214	167.179
<b>1973</b>	195	97.264	<b>2001</b>	215	182.701
<b>1974</b>	200	107.140	<b>2002</b>	238	198.492
<b>1975</b>	194	89.107	<b>2003</b>	251	231.383
<b>1976</b>	197	88.318	<b>2004</b>	255	280.252
<b>1977</b>	184	88.904	<b>2005</b>	269	300.262
<b>1978</b>	151	73.874	<b>2006</b>	247	283.022
<b>1979</b>	188	91.636	<b>2007</b>	262	325.415
<b>1980</b>	166	79.242	<b>2008</b>	270	405.306
<b>1981</b>	153	71.848	<b>2009</b>	277	436.821

Fonte: Elaborado a partir de dados da APRAM S. A.

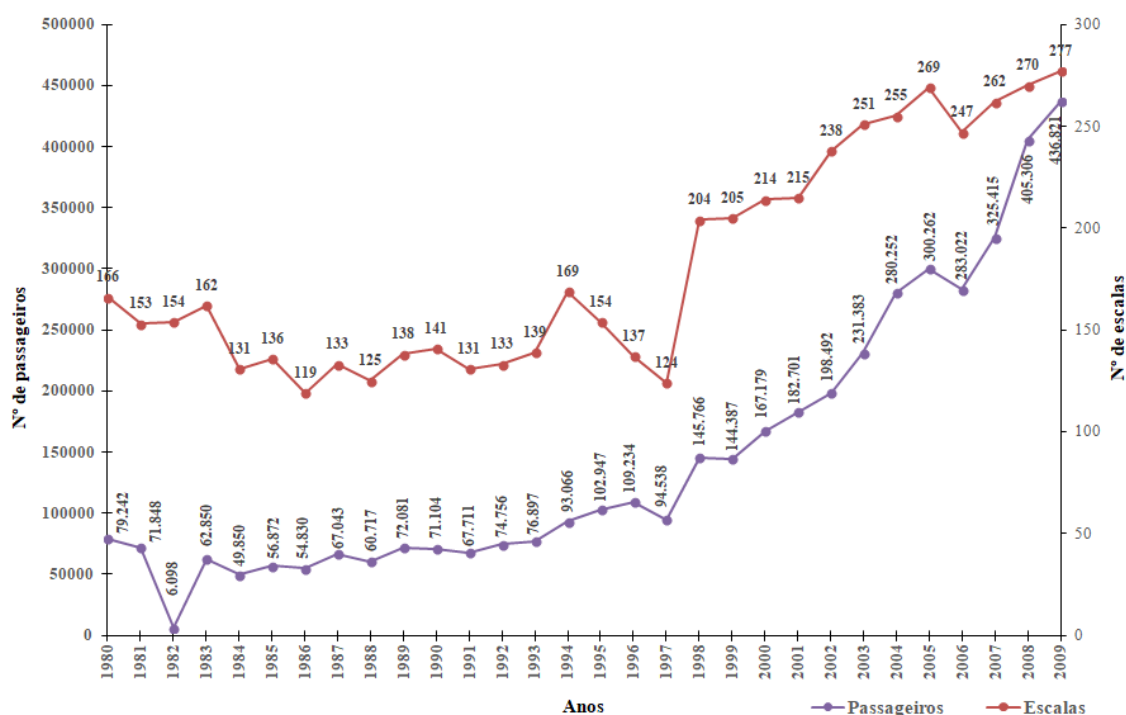
Ao analisar a tabela 7.7.17, verificou-se que desde 1954 até 2009, o número de escalas no porto do Funchal foi progressivo, embora com alguns picos, nomeadamente em 1970 e 1983. A partir de 1991, o crescimento foi mais acentuado, atingindo em 2009 o seu máximo, 277 escalas.

Quanto ao número de passageiros em trânsito, verificou-se que no mesmo período de tempo (1954-2009), foi ligeiramente inconstante, entre 1954 e 2000. Após este ano, o número de passageiros em trânsito no porto do Funchal aumentou progressivamente até 2009, passando de 167.179, em 2000, para 436.821, em 2009.

As décadas de 60 e 70 do século XX foram dominadas pelos navios soviéticos de cruzeiros, que transportavam turistas oriundos dos países nórdicos da Europa. Contudo, foi a partir dos finais da década de 80 do mesmo século, que a indústria dos cruzeiros registou uma fulgurante expansão, como exemplifica a tabela 7.7.18.

Inicialmente circunscrita aos Estados Unidos da América e depois abrangendo a Europa, principalmente a Ocidental e a Mediterrânea. Na última década, o porto do Funchal tem sido frequentado por centenas de cruzeiros, oriundos das várias partes do mundo, embora da costa Ocidental da Europa e do Mediterrâneo cheguem à Madeira um maior número de navios de cruzeiro (cerca de 80%).

Gráfico: 7.7.12 - Evolução do número de escalas e passageiros em trânsito



Fonte: Elaborado a partir de dados da APRAM, S.A.

Os cruzeiros que frequentam a Madeira prosperam entre os arquipélagos da Madeira e das Canárias e o Norte de África, bem como a partir do Mediterrâneo Ocidental ou da

fachada atlântica da Europa. O Funchal surge também como um porto importante de escalas de viagens transoceânicas, principalmente entre os EUA e a Europa e vice-versa.

É interessante verificar que, nos últimos 10 anos estudados, o número de escalas no porto do Funchal e o número de passageiros em trânsito foi muito significativo. Houve um aumento progressivo entre os anos 2000 e 2009, como evidencia o gráfico 7.7.12.

Em 10 anos, o porto do Funchal recebeu 2.497 paquetes, correspondendo a 2.853.735 passageiros. Se considerarmos a nova gare, tudo indica que, no futuro, a tendência será aumentar o número de escalas no porto do Funchal e, por conseguinte, o número de passageiros em trânsito. Como consequência, o turismo de cruzeiros irá contribuir para um aumento dos proveitos económicos deste setor e nos subsectores conexos à indústria do turismo.

O porto do Funchal sofreu grandes mutações consubstanciado no Plano Diretor do Porto do Funchal. Este plano estabeleceu uma adequação dos espaços existentes e toda a área portuária à zona urbana envolvente, transformando o porto numa infraestrutura exclusivamente de apoio à navegação turística e de recreio, proporcionando uma nova dinâmica económica na baixa da cidade do Funchal. O projeto está estruturado do seguinte modo: Na Pontinha (cais Sul), surgiu uma nova estrutura dedicada ao desembarque e embarque de passageiros de navios de cruzeiro; uma gare marítima internacional moderna e uma manga para facilitar aos passageiros a saída e acesso aos navios. Deste modo, o Funchal irá acompanhar o crescimento deste segmento turístico e a sua expansão internacional, oferecendo melhores condições de acomodação e de circulação dos passageiros no porto e entre este e a cidade do Funchal. Esta circunstância também está relacionada com a ida dos barcos de mercadorias para o porto da Zona Franca da Madeira, no Caniçal, concelho de Machico.

O porto do Funchal foi considerado, em 2010, o melhor porto de Portugal em termos de escalas e de passageiros em trânsito e o segundo destino de cruzeiros da Europa, tendo sido premiado pelo *Seatrade Med Crurise Convention*, que decorreu em Cannes, França. A votação foi realizada pelas companhias de cruzeiros e pelos turistas que visitaram a Madeira, em função das condições de segurança, hospitalidade e comodidade que lhes foram oferecidas.

O segmento de cruzeiros tem um peso muito significativo na economia da região, considerando que o gasto médio por passageiro é de 80 euros/dia. No global, os cruzeiros

representam anualmente para a Madeira um negócio que rende cerca de 50 milhões de euros (APRAM, 2019).

Não obstante a expansão deste segmento turístico, é necessário dinamizar o porto junto das companhias de cruzeiros, no sentido de promover rotas alternativas, para atenuar a sazonalidade dos navios de cruzeiro que é muito acentuada no verão.

## **7.8 Análise SWOT da Madeira em janeiro de 2021**

A Análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), o que alguns chamam de análise FOFA ou matriz FOFA, é um sistema de avaliação realizada através dos fatores endógenos e exógenos e que interferem num território, de forma positiva ou negativa, dependendo, portanto, da forma como esse território é gerido. Para compreendermos melhor a evolução de um destino turístico, é necessário realizar este tipo de análise para determinar as potencialidades, os pontos fortes e os fracos do território.

### **Pontos Fortes:**

No que diz respeito aos pontos fortes, a RAM apresenta um conjunto de recursos turísticos naturais muito diversificado, mormente ao nível do património vegetal, bem como um património histórico-cultural riquíssimo que retrata as várias fases da sua história. Dispõe de um elevado número de infraestruturas físicas no domínio dos transportes e comunicações, rodoviárias e portuárias, beneficiando ainda do seu clima que apresenta características únicas no mundo. Como pontos fortes destacam-se:

- Boa qualidade climática e ambiental, favorável à atração de pessoas e atividades;
- Existência de um património natural e paisagístico muito valioso, diversificado e protegido;
- Importância da Madeira como polo turístico internacional, inserido em redes de grandes operadores turísticos;
- Progressos significativos ao nível de eixos viários principais, nos últimos 20 anos;
- Clima subtropical seco ou mediterrâneo, tornando a paisagem atrativa e favorável às caminhadas nas levadas e veredas da região durante todo o ano;
- Existência de percursos pedestres que proporcionam um contacto direto com a Natureza;
- Grande biodiversidade e geodiversidade terrestre;

- Orografia acidentada, com vales abertos e encaixados (em forma de V) e áreas planálticas;
- Número elevado de levadas (cerca de 200) e muitas veredas “rasgadas” na paisagem;
- Existência de um património natural riquíssimo e diversificado, nomeadamente a associação vegetal Laurissilva, que ocupa 20% do território da ilha da Madeira, classificada como Património Natural Mundial da UNESCO, em dezembro de 1999. Foi considerada também Reserva Biogenética do Conselho da Europa, em 1992;
- Boas condições naturais que permitem a produção de energias renováveis;
- Recursos patrimoniais, históricos e museológicos com elevada relevância;
- A qualidade dos vários tipos de alojamento e sua diversificação;
- Valorização de produtos regionais específicos (vinho, flores, vimes, bordados e frutos subtropicais);
- Forte dinâmica do Centro Internacional de Negócios da Madeira (CINM), composto por três unidades: a Zona Franca Industrial, os Serviços Internacionais e o Registo Internacional de Navios (MAR);
- A Universidade como polo de receção e difusão de informação científica;
- Boas acessibilidades internas, com a existência de novos eixos rodoviários (vias-rápidas e novas estradas dispersas por toda a região);
- Infraestruturas aeroportuárias de grande qualidade (Aeroporto Intercontinental da Madeira e vários portos dispersos por toda a ilha) e aeroporto do Porto Santo;
- Características específicas das areias e água do mar do Porto Santo;
- Existência de meios de grande capacidade, ao nível de infraestruturas de telecomunicações nas ligações com o continente europeu e o resto do mundo (via cabo submarino e via satélite) e rede interna de telecomunicações e TV por cabo modernas;
- Número elevado de população jovem com potencial para o setor turístico;
- Oferta consolidada de formação profissional, escolar, média e superior;
- Bons níveis de prestação de serviços à população em áreas chave, como a saúde e educação e também em matéria de infraestruturas de equipamentos coletivos;
- Condições favoráveis ao usufruto do conforto e segurança ao nível da natureza e dos espaços públicos;

- Unidades de excelência a operarem na esfera de atividades do turismo e do lazer a nível terrestre e marítimo (empresas de animação turística);
- Notoriedade do destino Madeira, com cerca de 300 anos de história.

### **Pontos Fracos:**

Analisando os pontos fracos existentes na Madeira, são identificadas dificuldades em termos de comunicação e desenvolvimento económico e social, assim como alguns obstáculos naturais em termos de contactos com o exterior, tais como:

- Ser uma Região Ultraperiférica da Europa;
- Localização geográfica – ilha muito distante das grandes capitais europeias;
- Pequena dimensão da ilha da Madeira (736 km<sup>2</sup>), dificultando a obtenção de níveis de eficiência de alguns equipamentos e serviços;
- Envelhecimento do parque hoteleiro (média de 20 anos);
- Ilha do Porto Santo com 42 km<sup>2</sup>, está a uma distância da Madeira de 40 km;
- Falta de informação sobre o alojamento local que representa 11% da oferta turística;
- Valor do RevPar baixo (média de 38 Euros);
- Existência de grandes volumes de tráfego e de poluição atmosférica;
- Sazonalidade dos turistas, pois existe uma certa irregularidade ao longo do ano;
- Lugares com orografia muito acentuada, o que dificulta a manutenção dos percursos pedestres e conservação dos mesmos;
- Alguns percursos extensos degradados, o que dificulta a sua recuperação;
- Predomínio da rocha basáltica, sendo difícil atuar ao nível da manutenção dos percursos turísticos;
- Relevo muito acidentado e subsolo pobre em recursos naturais;
- Estrutura agrária de `microfúndio´ com enorme fragmentação das parcelas;
- Grande sensibilidade e vulnerabilidade em termos ambientais;
- Atividade da pesca centrada num número reduzido de espécies e vulnerabilidade às flutuações das capturas de espécies migratórias (caso dos tunídeos);
- Grande dependência do mercado exterior em relação aos fatores de produção e aos bens de consumo, designadamente equipamentos e produtos alimentares;

- Elevada densidade populacional da ilha da Madeira, com maior incidência na vertente sul da ilha e, mais acentuada no concelho do Funchal, que concentra 46% da população absoluta;
- Excessiva concentração da oferta turística no concelho do Funchal e em produtos e mercados limitados;
- Baixa oferta de alternativas energéticas.

### **Oportunidades:**

Em termos de oportunidades, a RAM na sua condição de Região Ultraperiférica, dispõe de condições físicas e estruturais importantes para continuar o progresso e o desenvolvimento integral que iniciou em 1980. Tal característica permite a promoção de novas dinâmicas territoriais, sociais e económicas, tendo por base o planeamento e a sustentabilidade do setor do turismo, entre outros vetores. Como oportunidades destacamos as seguintes:

- Inclusão da região em redes europeias de eventos culturais, profissionais e desportivos de nível nacional e internacional;
- Participação no conhecimento e exploração dos oceanos, resultante da sua privilegiada posição geográfica no Atlântico;
- Renovação das vantagens competitivas da oferta turística, diversificando o produto turístico oferecido (congressos e incentivos, turismo desportivo, golfe e desportos náuticos, turismo ativo, turismo cultural, ecoturismo, turismo de cruzeiros e de grupos com interesses científicos ligados à natureza);
- Porto Santo como estância de turismo de saúde e bem-estar;
- Intensificação das rotas de cruzeiros e de náutica de recreio, entre o Atlântico e o Mediterrâneo e América, favoráveis à posição geográfica da região;
- Consolidação e expansão da procura turística, com a inauguração da pista do aeroporto intercontinental a 15 de setembro do ano 2000;
- Um segundo aeroporto na ilha do Porto Santo, cuja pista tem 3 mil metros;
- Condições favoráveis no âmbito do Centro Internacional de Negócios da Madeira (CINM), para o melhoramento de atividades industriais e serviços, envolvendo a área financeira internacional e outros serviços internacionais;
- Grande potencial para desenvolver mais o ecoturismo e o turismo ativo;
- Recuperação de algumas levadas e criação de uma rede de levadas;

- Existência de áreas protegidas que favorece a expansão do ecoturismo e de novos itinerários turísticos;
- Conquista de novos mercados turísticos, visando uma maior ocupação da oferta turística;
- Crescente procura de produtos turísticos com maior valor acrescentado e criação de emprego qualificado, associado à natureza, ao mar, à cultura e ao património;
- Conquista de grupos jovens nos mercados turísticos com apetência para o turismo ativo e radical;
- Construção de novas infraestruturas ligadas ao turismo de natureza e a novos produtos turísticos, caso do bodyboard e surf;
- Vantagens comparativas, relativamente às regiões continentais, no domínio do aproveitamento de recursos energéticos renováveis (de origem hídrica, solar, eólica, e da biomassa);
- Reforço das estruturas científicas e tecnológicas existentes na RAM, da interface com as atividades económicas e da participação em redes de I&D;
- Condições privilegiadas (reconhecidas por organizações internacionais) visando o conhecimento, conservação e valorização da biodiversidade;
- A Madeira dispõe da maior mancha de Laurissilva do mundo;
- Condições de desenvolvimento e utilização de diversos serviços associados às telecomunicações e às tecnologias da informação;
- Abertura para a sociedade da informação com a modernização do sistema digital.
- Consolidação do Centro Regional de Inovação & Desenvolvimento Tecnológico, associado à Universidade.

### **Ameaças:**

Um dos fatores críticos da Ilha relaciona-se com a indisponibilidade de recursos naturais que lhe permita desenvolver atividades do setor secundário, bem como de ser um espaço geográfico exíguo, ao comparar-se com outras regiões turísticas. O aumento demográfico que se verificou nos últimos anos e o número elevado de infraestruturas públicas edificadas pelo Governo Regional, principalmente ao nível rodoviário, resultou na transformação do território. Este fator acaba por adulterar as paisagens da Madeira, impedindo a sustentabilidade do setor turístico. Neste sentido é de salientar as seguintes ameaças:

- Caráter de Ultraperiferia da RAM, agravada pelo alargamento da União Europeia;
- Fraca sensibilidade por parte de muitos residentes para a defesa e proteção dos recursos naturais e do meio ambiente;
- Perda de competitividade do produto turístico e do destino, se não prevalecer a imagem de qualidade do turismo madeirense associada a uma estratégia de desenvolvimento de curto, médio e longo prazo;
- Descaraterização da paisagem natural, com a construção de túneis e pontes;
- Perda de identidade paisagística e ambiental, provocada pelo excesso de construções em áreas com potencial turístico;
- Degradação ambiental, devido à pressão humana nalguns lugares da Madeira;
- Aumento de riscos associados a fatores de natureza geológica ou climática (caso do excesso de precipitação no inverno e/ou de fogos no verão);
- Destruição da flora pelos fogos no período do verão ou das intempéries naturais;
- Degradação paisagística provocada pela expansão urbana;
- Ausência dos POOCs (Planos de Ordenamento da Orla Costeira) poderá provocar a descaraterização do litoral;
- Perda da qualidade do turismo, devido à massificação urbanística, principalmente junto ao litoral e das unidades hoteleiras;
- Alterações climáticas, colocando em risco algumas espécies vegetais e animais;
- Dificuldades financeiras na manutenção dos percursos pedestres, nomeadamente, veredas e levadas, por parte do Governo Regional;
- Aumento da taxa de desemprego, principalmente nos jovens licenciados;
- Perda de competitividade do setor turístico, com diminuição da quota de mercado;
- Oferta excessiva de alojamento, principalmente no concelho do Funchal;
- Globalização do fenómeno turístico e emergência de novos mercados concorrentes;
- Vulnerabilidade da região à desertificação dos solos e às alterações climáticas;
- Aumento do êxodo rural, como resultado da falta de investimento privado, nomeadamente na Costa Norte da Ilha;
- Surgimento do mosquito *Aedes aegypti* que provoca a dengue;
- A incerteza quanto à extinção do COVID-19.

## 7.9 Modelação e aplicação do novo MAPT à RAM entre 1980 e 2009

A escolha da RAM para aplicação do MAPT deve-se à existência de algumas séries estatísticas do turismo que possibilitam uma análise de 30 anos (1980 a 2009) e, também, ao facto de ser uma ilha, que permitiu maior facilidade de controlo de dados, nomeadamente entradas e saídas de turistas e visitantes.

No que concerne ao planeamento turístico na região, a Madeira é uma das regiões portuguesas com um POT (cf. Decreto Legislativo Regional nº 15/2017/M), existindo poucos planos desta natureza no país. Destacamos ainda alguns esforços de planeamento que se iniciaram em 1930 com a criação da Delegação de Turismo da Madeira, seguindo-se a instalação da Comissão de Turismo, que se transformou em Secretaria Regional do Turismo e Cultura no ano de 1978.

Verificou-se que a Madeira teve um crescimento na intensidade do ciclo de planeamento turístico só a partir de 1995, com a aprovação do POTRAM. O ciclo de planeamento turístico atingiu o seu auge em 2002, com a aprovação e a implementação do POT e respetiva atualização em 2017. A partir deste ano, apenas surgiram PDMs, PU e PP.

Em relação aos investimentos públicos em turismo, as informações disponibilizadas permitem observar que foram atribuídas verbas muito significativas ao nível das infraestruturas, dos equipamentos, da realização de eventos (casos da Festa da Flor, do Festival do Atlântico, do Funchal Jazz Festival e das Festas do Fim do Ano) e da promoção turística no exterior, através da Associação de Promoção da Madeira. A renovação dos aeroportos do Porto Santo até ao ano de 1995 (20,6 milhões de euros) e da Madeira (536 milhões de euros), representaram um grande investimento de capital na região, com influência expressiva também na atividade turística. É ainda importante referir os investimentos realizados ao nível dos portos, nomeadamente na Gare Marítima da Madeira - Funchal, em 2008 (13,3 milhões de euros) e melhoramento nos restantes portos que proporcionam a acostagem de barcos de recreio e turísticos (percursos marítimos promovidos por várias empresas), bem como o investimento na nova *homepage* da Madeira, criada em 2004, a qual tem por objetivo disponibilizar informações tanto aos turistas, como aos investigadores.

Quanto aos investimentos privados em turismo, designadamente ao nível de novas unidades de alojamento e restauração, e de empresas de animação turística, constatou-se que

houve também investimentos muito relevantes, sobretudo o número de camas que triplicou em 30 anos, sendo em 2009, de 29 mil (vide gráfico 7.6.1.4.6).

Por fim, são apresentados os resultados obtidos a partir da aplicação do MAPT e da capacidade de realização de comparações nos vários momentos do produto turístico da RAM ao longo dos vários anos estudados, recorrendo às quatro variáveis a utilizar na modelação deste novo modelo.

Como forma de tornar a aplicação do modelo mais consistente, recorreu-se aos modelos de Butler (1980), de Lourenço (2003) e de Álvares (2008), os quais permitiram perceber o comportamento do fenómeno turístico da RAM durante os trinta anos em estudo.

### **7.9.1 Modelação do desenvolvimento turístico na RAM**

O MAPT estrutura-se numa escala temporal de 40 anos, porque se considera que os ciclos se completam em cerca de quarenta anos, tendo mais afinidade com os ciclos económicos, que são mais curtos do que com os ciclos do planeamento/urbanização (Lourenço, 2003).

É importante referir, também, que de uma regra geral, os ciclos a nível do turismo estão relacionados com os ciclos políticos, que são considerados menores que os ciclos económicos. Os ciclos políticos na Madeira e em Portugal são de quatro anos, com possibilidade de se estenderem por mais quatro anos, e assim sucessivamente, embora esta continuidade esteja dependente dos partidos políticos que lideram o Governo Regional ou da República, ou seja, por vezes assistimos a alternância política e, como os políticos afetos a cada partido têm visões diferentes da gestão da “coisa pública”, as políticas públicas nem sempre se mantêm para além dos quatro anos.

O MAPT aplicado à região tem como objetivo possibilitar a avaliação e a monitorização de processos de desenvolvimento turístico, visando uma estratégia pública que permita medir o setor do turismo.

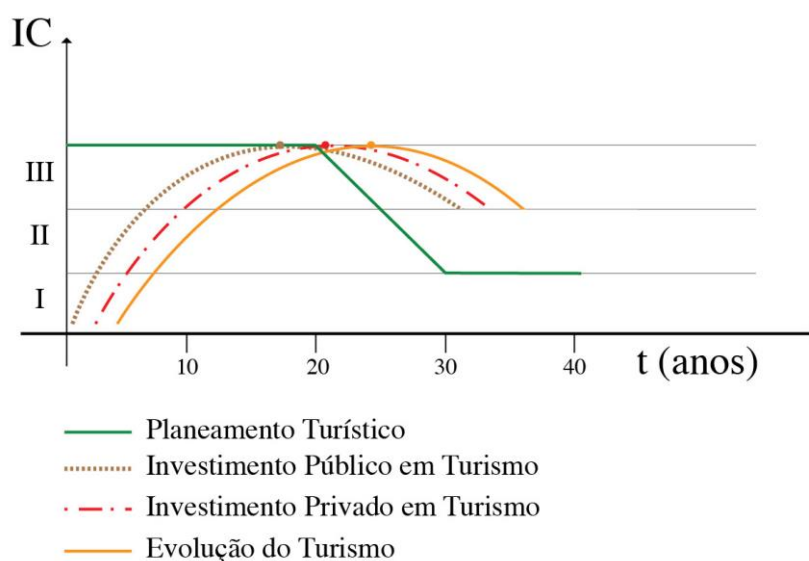
O conhecimento holístico dos processos em questão permitirá realizar controlos mais eficientes e, conseqüentemente, atingir metas de desenvolvimento do setor turístico, traçadas para um destino, ou detetar de forma mais célere as inflexões de desempenho que interessa conhecer.

O novo MAPT (cf. gráfico 7.9.1.13) utiliza quatro variáveis, a saber, planeamento turístico, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do

turismo, que foram definidas com a intenção de mapear as componentes principais da atividade turística na RAM.

O objetivo principal consiste em: (i) analisar o comportamento do fenómeno turístico na região ao longo de 30 anos, objeto do estudo de investigação e através da modelação e aplicação do modelo e (ii) perceber qual a evolução do fenómeno turístico no período em apreço.

Gráfico: 7.9.1.13 - Novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico



Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

As curvas que representam as variáveis mencionadas foram traçadas após a compilação dos dados para um período de 30 anos (de 1980 a 2009). No modelo são utilizadas as duas variáveis já usadas por Lourenço (2003) para uma visualização gráfica, em alternativa ao modelo de Butler (1980), no qual não é efetuada uma parametrização da intensidade do ciclo, isto é, no eixo das ordenadas consta a variável Intensidade do Ciclo (IC) e no eixo das abcissas a variável tempo (t), cujo período é de 40 anos.

No MAPT, em contrapartida ao modelo de Butler (1980) que analisa apenas uma variável através de um indicador, foram consideradas as três variáveis do modelo de Álvares (2008) e os seus respetivos indicadores simples ou compostos. É de referir que a curva do crescimento do turismo no novo modelo foi substituída por “evolução em turismo” e incluída a variável “investimento privado em turismo”.

A evolução do turismo também pode ser avaliada através dos indicadores tradicionais do turismo, mais concretamente a oferta e a procura do destino. Os dados disponíveis entre 1980 e 2009 sobre a oferta de acomodação, permitem uma modelação numérica para o período de 30 anos na RAM, agregando a taxa de ocupação que possibilita a mensuração da variação do número de turistas, ou seja, a procura turística na região (cf. tabela 7.9.1.18), representada pelo número de camas existente, pela respetiva taxa média de ocupação e pelo número de camas ocupadas no período em estudo.

Tabela: 7.9.1.18 - Acomodação turística na Madeira entre 1980 e 2009

Anos	Nº de camas	Taxa média de Ocupação	Nº de camas Ocupadas
1980	11 454	57,9	6 631
1981	11 517	53,9	6 207
1982	11 794	51,0	6 015
1983	11 242	53,1	5 969
1984	11 406	57,0	6 501
1985	11 120	65,7	7 305
1986	11 271	69,3	7 810
1987	11 780	65,3	7 692
1988	12 147	65,5	7 956
1989	12 749	61,9	7 892
1990	13 419	66,5	8 923
1991	13 779	71,1	9 796
1992	14 646	61,9	9 065
1993	16 504	49,5	8 169
1994	16 915	55,6	9 404
1995	16 992	63,7	10 823
1996	17 879	62,9	11 257
1997	18 876	61,6	11 627
1998	19 404	63,3	12 282
1999	20 098	65,0	13 063
2000	22 722	59,7	13 565
2001	25 399	60,4	15 340
2002	26 894	56,4	15 168
2003	27 019	57,0	15 400
2004	27 949	53,9	15 064
2005	28 069	54,8	15 381
2006	27 799	56,4	15 678
2007	27 307	60,1	16 411
2008	28 067	60,4	16 952
2009	28 934	52,2	15 103

Fonte: Elaboração a partir dos dados recolhidos na DREM

Ao analisar de forma pormenorizada a tabela 7.9.1.18, constata-se que, entre 1980 e 1990 verificou-se: um crescimento lento do número de camas; a taxa média de ocupação

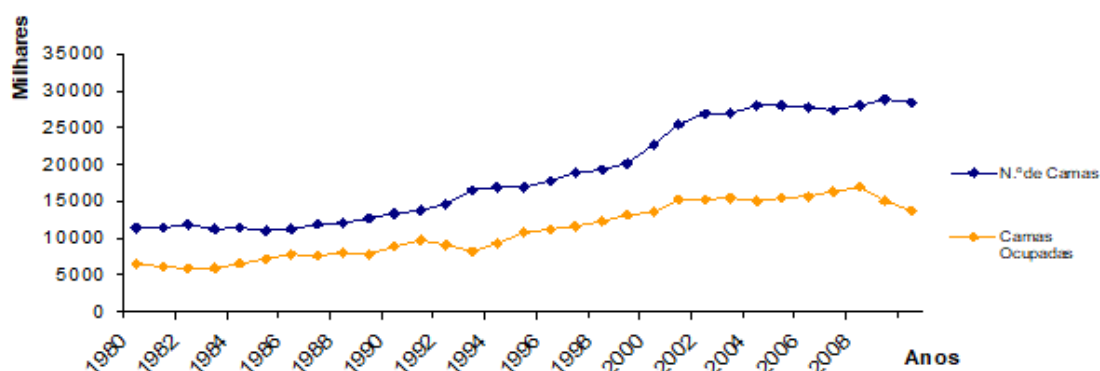
manteve-se nos primeiros 5 anos abaixo dos 60%, aumentando depois de forma progressiva até 1991, ano em que o valor foi máximo (71%); e o número de camas ocupadas foi também quase constante no mesmo período, ou seja, foram ocupadas apenas 55% das camas.

Entre 1991 e 2000, o número de camas aumentou de forma significativa (aumento de 9 mil camas), bem como a taxa média de ocupação atingiu os 65% no ano de 1999. Esta situação está relacionada com o forte investimento privado na construção de novas unidades hoteleiras na região, caso dos dois hotéis de 5 e 4 estrelas no Funchal.

Quanto ao número de camas ocupadas, este diminuiu de forma progressiva, o que significa, possivelmente, que houve um grande desequilíbrio entre a oferta e a procura. No período de 2000 a 2009, verificou-se um crescimento acentuado do número de camas, como consequência do maior investimento privado, embora as taxas médias de ocupação fossem inconstantes e, por conseguinte, o número de camas ocupadas também tivesse diminuído, atingindo valores médios de 53%. Este conjunto de dados evidencia a ausência de um plano estratégico para o desenvolvimento do turismo na RAM, coadjuvado pela ausência de estudos que permitam uma monitorização do setor, acarretando perdas financeiras significativas ao nível económico, neste destino turístico.

Como análise conclusiva à acomodação turística na RAM no período de 1980 a 2009, verificou-se que, regra geral, o número de camas teve um aumento progressivo ao longo dos anos; a taxa média de ocupação foi irregular, nos 30 anos de estudo; e no número de camas ocupadas, embora progressivo, as médias estiveram sempre abaixo dos 55%, (cf. gráfico 7.9.1.14).

Gráfico: 7.9.1.14 - Evolução da acomodação entre 1980 e 2009



Fonte: elaborado a partir de dados da DRT

Da análise ao gráfico 7.9.1.14, verifica-se que, ao longo dos anos, o número de camas ocupadas foi sempre muito inferior ao número de camas existente na Madeira. O período de maior quebra ocorreu entre 2000 e 2009, pois o aumento progressivo de camas foi significativo e, pelo contrário, o número de camas ocupadas manteve-se praticamente constante, chegando mesmo a diminuir a partir do ano de 2008. Das 28.934 camas existentes no ano de 2009, apenas 13.694 foram ocupadas, o que corresponde a 52% de camas que não foram ocupadas.

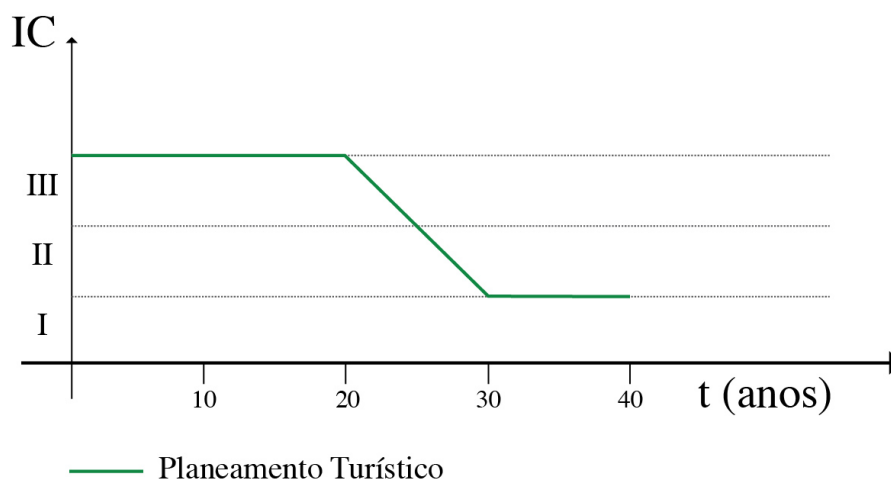
Conclui-se, portanto, que a oferta foi muito superior à procura, a partir de 2008, resultante do excesso de camas que a região apresenta ao nível do seu território, comparado ao número de camas ocupadas, provocando alguma inquietude nos empresários hoteleiros.

### 7.9.1.1 Variável planeamento turístico e indicadores

O ciclo do planeamento turístico do MAPT (cf. gráfico 7.9.2.1.15) é representado através dos seguintes indicadores: número de planos a várias escalas, programas, estratégias/diretrizes e estudos solicitados pelo poder público (vide tabela: 7.9.2.1.19).

Nesta proposta de modelação, estes elementos são considerados importantes no início de um ciclo de turismo, porque o planeamento é considerado a base para a estruturação e organização da atividade turística em qualquer território, seja à escala nacional, regional ou local.

Gráfico: 7.9.1.1.15 - Modelo ideal da variável do planeamento turístico



Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

A situação ideal seria a Intensidade do Ciclo (IC) começar com o nível máximo (III) e manter-se durante pelo menos 20 anos. Nos 10 anos seguintes, o planeamento estaria

estruturado, não havendo necessidade de grandes investimentos financeiros, passando, portanto, para o nível médio (II) e, posteriormente para o nível mínimo (I), considerando que os instrumentos de gestão do território estariam a ser cumpridos na íntegra, e preservando áreas turísticas de excelência ao nível do território (cf. gráfico: 7.9.1.1.15).

Tabela: 7.9.2.1.19 - Análise multicritério - planejamento informal do turismo na RAM

Planeamento Informal	Peso %	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Planos	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Programas	30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Estratégias/Ações	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Estudos	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,30</b>	<b>0,80</b>	<b>0,80</b>	<b>0,80</b>	<b>0,80</b>	<b>0,80</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>
Planeamento Informal	Peso %	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Planos	50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Programas	30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Estratégias/Ações	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Estudos	10	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>0,90</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria

A tabela 7.9.2.1.19 evidencia a evolução do planejamento informal entre 1980 e 2009 na RAM, cujos indicadores de caracterização têm um peso diferenciado, em função do grau de importância, em que o número **1** significa que existe e o **0** não existe.

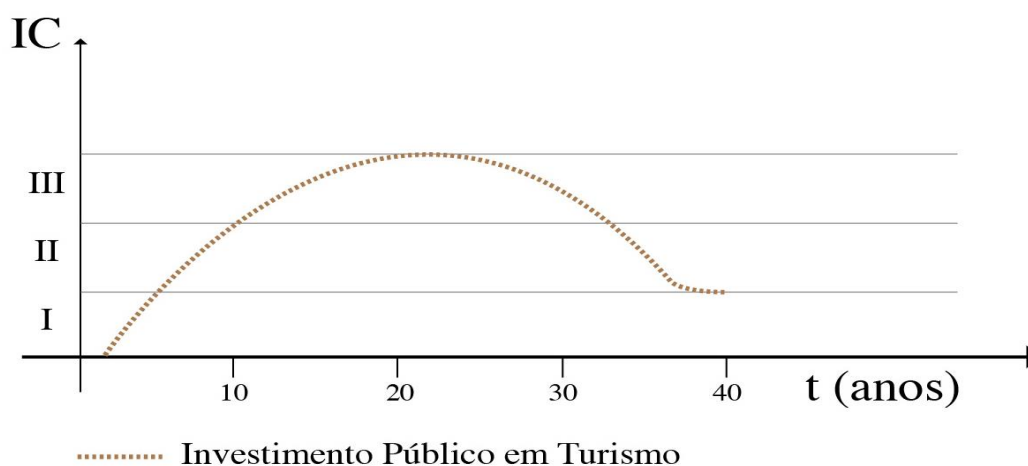
### 7.9.1.2 Variável investimento público em turismo e indicadores

O MAPT apresenta os investimentos públicos em turismo como sendo determinantes para o desenvolvimento do setor. Neste sentido, os valores podem ser medidos através do indicador de capital público, aplicado em infraestruturas de acesso, em eventos turísticos/culturais realizados, em atrações e promoção dos produtos (vide anexo IV da tese).

Considerando um comportamento ideal de um ciclo, estabelece-se que os investimentos públicos têm um crescimento acelerado e passam do nível de intensidade mínimo (I) para médio (II), num curto período de tempo (3 anos), atingindo o nível máximo

(III) em apenas 7 anos e o pico máximo ao fim de 20 anos. Os investimentos públicos mantêm-se no topo do nível máximo (III) durante 5 anos, diminuindo depois ligeiramente, porque as infraestruturas principais já estavam concluídas pelo Governo Regional, embora os investimentos continuem a ser necessários, daí permanecerem no nível II, estabilizando ao fim de 40 anos (cf. gráfico: 7.9.1.2.16).

Gráfico: 7.9.1.2.16 - Variável investimento público em turismo e indicadores



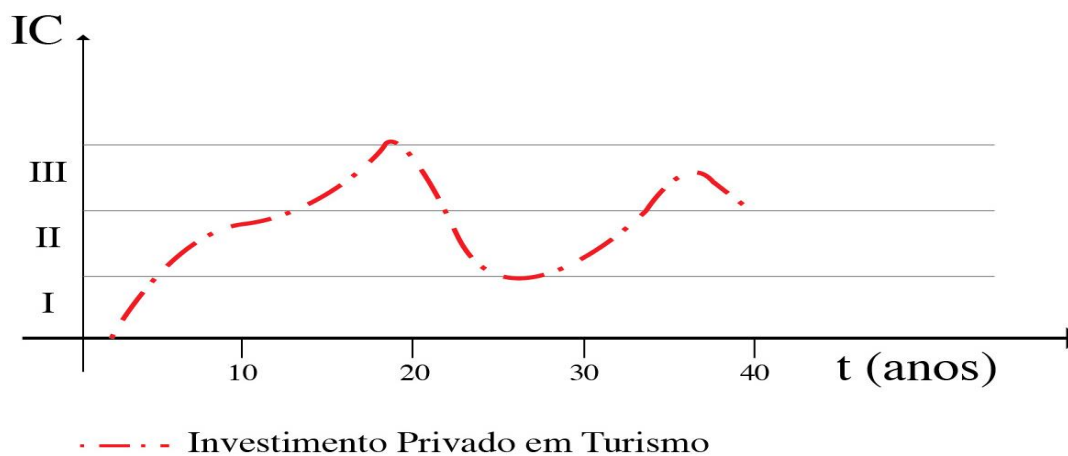
Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

Na modelação da curva dos investimentos públicos em turismo foram quantificados apenas os investimentos do Governo Regional da Madeira, através dos valores financeiros aprovados nos orçamentos anuais, no Parlamento da Madeira, porque ao longo dos anos sempre foi o único organismo a concretizar as infraestruturas de apoio ao turismo em todo o território da RAM.

### 7.9.1.3. Variável investimento privado em turismo e indicadores

Considerando que o investimento privado em turismo é fundamental e por vezes determinante no desenvolvimento e afirmação deste setor, a inclusão no MAPT desta variável permite uma melhor perceção na evolução do fenómeno turístico em qualquer região ou país onde este setor apresenta valor acrescentado à economia e à própria população ativa.

Gráfico: 7.9.1.3.17 - Evolução da variável investimento privado em turismo



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

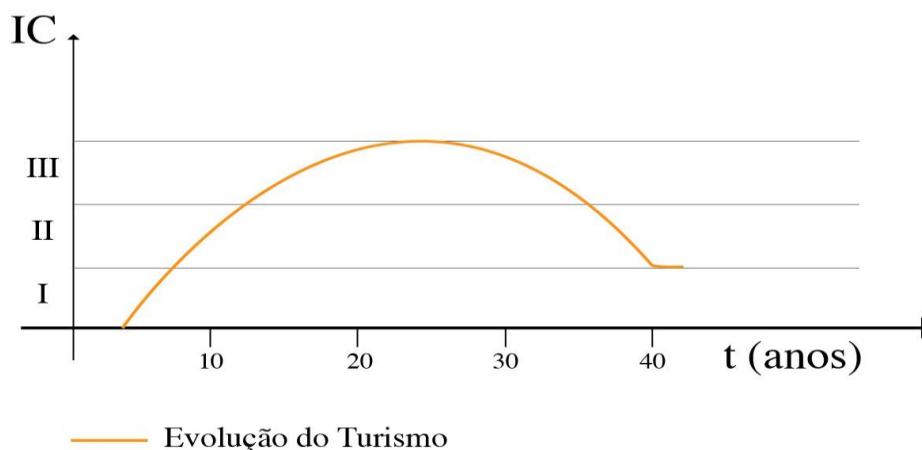
Em termos de Intensidade do Ciclo (IC), o investimento privado tem o seu início na intensidade mínima (I), num curto período de tempo (3 anos), passando para o nível médio (II), evidenciando um aumento muito significativo em relação aos investimentos privados durante sensivelmente 10 anos, atingindo o nível máximo (III) ao fim de 18 anos, diminuindo depois, atingindo o nível médio (II), mantendo-se neste nível durante 5 anos, aumentando os investimentos privados e depois voltando a diminuir. Daí ser considerado inconstante ao longo dos anos, (cf. gráfico 7.9.1.3.17).

#### 7.9.1.4 Variável evolução do turismo e indicadores

Quanto à curva da evolução do turismo esta é avaliada pelo indicador composto, ou seja, número de camas ocupadas, medido através do número de camas, multiplicando pela taxa de ocupação.

Como o número de hóspedes foi variável ao longo do período estudado (cf. gráfico 7.6.1.1.3), as dormidas também acompanharam esta irregularidade (cf. gráfico 7.6.1.2.4), assim como a taxa média de ocupação (cf. gráfico 7.6.1.6.8), a evolução do fenómeno turístico nos 30 anos estudados foi inconstante (cf. gráfico:7.9.1.4.18).

Gráfico: 7.9.1.4.18 - Variável evolução do turismo e indicadores



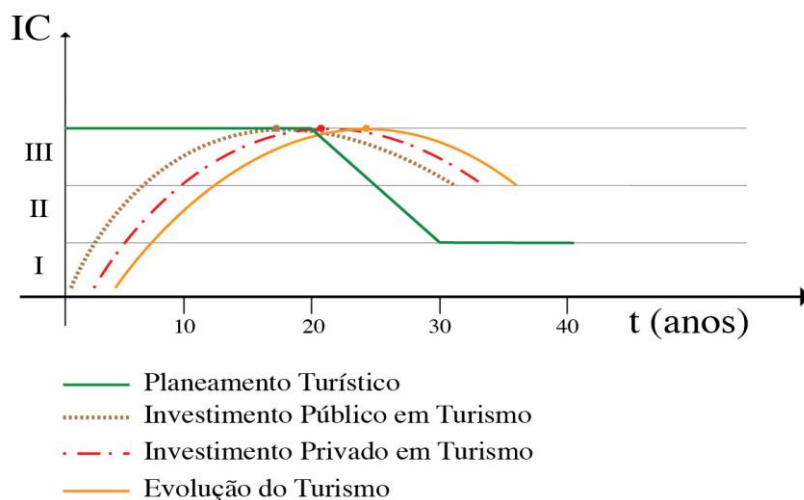
Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

Em relação à intensidade do ciclo idealizado, verificou-se que os indicadores do turismo, nomeadamente as unidades de alojamento e o respetivo número de camas, surgem 5 anos após a concretização dos investimentos públicos, estando 2 a 5 anos no nível mínimo (I), 5 anos no nível médio (II), passando para o nível máximo (III), após 12 anos, atingindo o pico mais elevado, ao fim de 22 anos, mantendo-se alguns anos no topo (3 anos), diminuindo depois, em virtude do excesso de oferta, mantendo-se no nível máximo durante 10 anos, com o objetivo de proporcionar uma sustentabilidade do setor turístico. No entanto, se a procura turística não se mantiver, os indicadores podem diminuir e entrar no nível médio (II), ou seja, na fase de declínio defendido por Butler (1980).

#### 7.9.1.5 Análise do comportamento das quatro variáveis do MAPT

No gráfico 7.9.1.5.19 são apresentadas as relações existentes entre as componentes do MAPT e a intensidade em cada ciclo. No início, quando a atividade turística começa, ou está prevista, é importante um esforço ao nível do planeamento turístico, onde a intensidade do ciclo é máxima (III), durante 20 anos, assim como há enormes investimentos de capital público e privado para estruturar os destinos. A intensidade do ciclo de investimento público e privado em turismo passa de imediato do nível mínimo (I) para o nível médio (II), atingindo o nível máximo (III) ao fim de 10 anos.

Gráfico: 7.9.1.5.19 - Comportamento das quatro variáveis do MAPT



Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

Na segunda fase, o “turismo desenvolve-se”, o investimento global é elevado, atingindo a máxima intensidade do ciclo (III), onde se mantém durante quase 10 anos, ao mesmo tempo que o planeamento é ainda muito importante, continuando com a máxima intensidade do ciclo (III). No final desta fase, com uma duração ideal de cerca de vinte anos, a partir do período inicial de análise, o planeamento da atividade turística é consolidado, i.e., todo o esforço de planeamento atingiu uma situação ideal face aos objetivos propostos. Normalmente, um período temporal de vinte anos permite que o destino turístico atinja o seu apogeu<sup>5</sup>.

O investimento privado atinge a intensidade máxima do ciclo (III) ao fim de 10 anos, mantendo-se neste durante 10 anos e depois diminui até à intensidade média do ciclo (II).

Num terceiro momento, ocorre a “estagnação” da atividade no destino. Esta situação pode significar que o destino se transformou num destino maduro ou, simplesmente, não conseguiu crescer mais, ou poderá diminuir, atingindo mesmo o nível médio (II), se se verificar o declínio do fenómeno turístico (Butler, 1980).

É importante efetuar esta análise, pois apresentam-se posições diferentes. Colocam-se, desde logo, duas hipóteses. No primeiro caso, o destino encontra-se no seu auge e permanece num nível satisfatório/estável, entre os indicadores da oferta e da procura. No segundo caso, se bem que tenha potencial para crescer, mantém apenas uma procura estável,

<sup>5</sup> Ministère du Tourisme et de L'Environnement, 1992 *apud* Ruschmann (2001).

por motivos de diversa natureza, além do escopo deste estudo. Nesse terceiro momento do MAPT, o planeamento da atividade turística situa-se a um nível de intensidade média (II) e o investimento turístico passa da intensidade máxima (III) para média (II), visto que os grandes investimentos públicos e privados foram executados nas fases anteriores. Na fase de estagnação, os investimentos poderão manter-se ainda em alta, nalguns destinos, porém sem ter reflexo direto no aumento da procura.

Numa quarta fase, relativa a áreas que não têm estabilidade constante, ocorre o “declínio ou rejuvenescimento”. Nesta fase, o planeamento passa para o nível mínimo (I), os investimentos públicos para o nível de intensidade médio (II) ou mesmo para o nível (I), os investimentos privados passam também para a intensidade média (II) e a curva da evolução do turismo altera-se, atingindo o nível médio (II), conforme é representado graficamente no MAPT e eventualmente, poderá atingir o nível mínimo (I).

Quando um destino chega ao nível mínimo (I) de evolução do turismo, deve-se, muitas vezes, entre outros fatores: (i) a um planeamento incipiente e uma gestão inadequada da atividade turística e (ii) a investimentos insuficientes e/ou mal direcionados. Após essa quarta fase, é possível uma intervenção pública para revitalizar a atividade turística, ou seja, a fase de “rejuvenescimento” de Butler (1980), sendo essencial planear o território e os privados investirem novamente, iniciando-se aqui um novo ciclo do MAPT.

Neste sentido, um novo esforço de planeamento e novos investimentos (públicos e privados) devem ser materializados, à volta do quadragésimo ano, para que a curva da evolução do turismo possa crescer novamente e o destino rejuvenescer, atingindo um ponto de equilíbrio entre as quatro variáveis e, por conseguinte, manter a sustentabilidade do setor.

### **7.9.2. Aplicação do novo MAPT à RAM**

Após a apresentação e a modelação do MAPT, em termos teóricos pretende-se, neste ponto, proceder à aplicação/validação do modelo, tendo como objeto de estudo a RAM. O objetivo principal é passar de uma análise empírica do modelo idealizado, à sua aplicação efetiva num território, que tem vários séculos de história ao nível do fenómeno turístico.

A aplicação e a monitorização de modelos são instrumentos fundamentais nas análises que os mesmos permitem efetuar sobre um território turístico. Neste sentido, a evolução e o

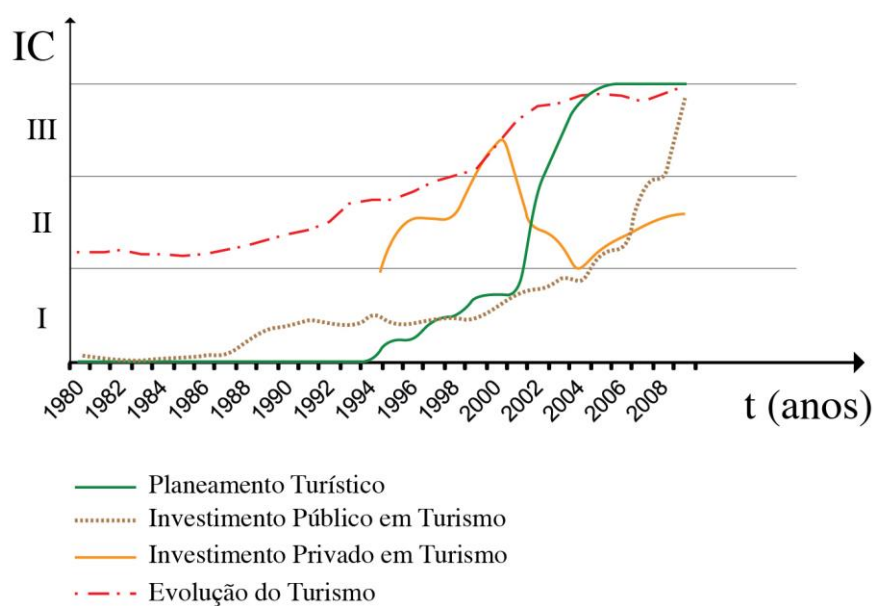
desenvolvimento turístico idealizados pelo MAPT serão comparados com as dinâmicas turísticas que ocorreram no destino em apreço, entre 1980 e 2009.

Os investimentos privados no desenvolvimento da atividade turística são contemplados no modelo proposto pela curva do gráfico 7.9.1.5.19, o que reflete os respetivos investimentos materializados pelos empresários nos meios de alojamento turístico, através do número de camas quantificadas e do próprio Governo Regional, com os investimentos públicos (cf. tabela 7.9.2.2.20).

São, geralmente, contempladas as infraestruturas físicas levadas a cabo pelo Governo Regional da Madeira, nomeadamente a ampliação do Aeroporto da Madeira, 536 milhões de euros, no terminal, na torre de controlo e na aerogare do Aeroporto do Porto Santo, 20,6 milhões de euros, na gare marítima da Madeira, porto do Funchal, 13,3 milhões de euros (cf. tabela 7.9.2.2.21) em demais serviços de apoio à atividade turística, assim como nos estabelecimentos hoteleiros que foram edificados na Madeira pelos empresários do setor, ao longo dos vários anos de história do turismo madeirense.

O gráfico 7.9.2.20 evidencia a aplicação das quatro variáveis do novo MAPT, ou seja, o planeamento turístico, o investimento público em turismo, o investimento privado em turismo e a evolução do turismo, durante os 30 anos de estudo na RAM.

Gráfico: 7.9.2.20 - Modelo teórico aplicado à RAM entre 1980 e 2009



Fonte: Elaboração própria

### 7.9.2.1 Modelação da variável do planeamento turístico

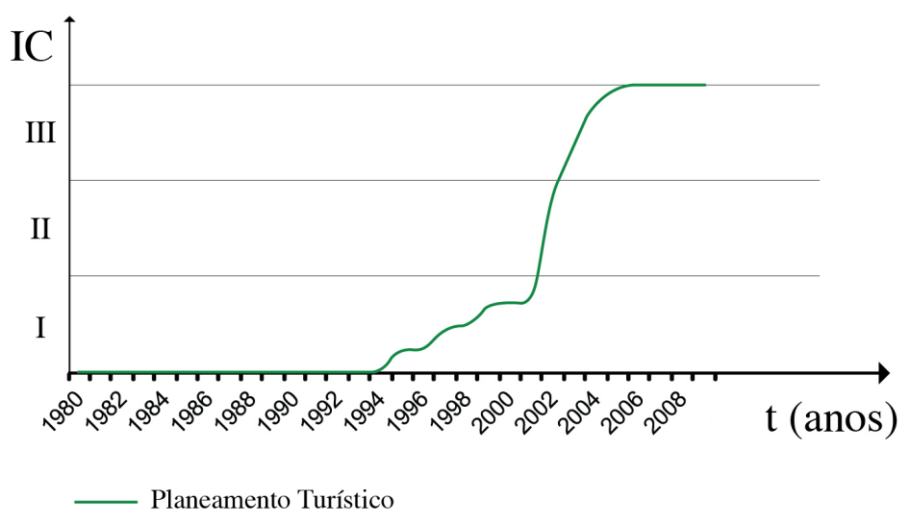
O planeamento turístico na RAM surge com a aprovação do POTRAM, em 1995, na Assembleia Legislativa da Madeira, onde constam artigos específicos sobre a problemática do turismo em todo o espaço territorial da região.

Em termos de planeamento do turismo, foi com o aparecimento do POT, em 2002, que a Madeira passou a dispor de um instrumento fundamental para o setor turístico. O POT define a estratégia de desenvolvimento do turismo para a região e o modelo territorial a adotar, com vista a orientar os investimentos, tanto públicos como privados, garantindo o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e dos equipamentos turísticos, assim como um melhor aproveitamento e valorização dos recursos humanos, culturais e naturais.

Constitui, também, objetivo do POT que a distribuição territorial e as características dos empreendimentos turísticos se adequem às realidades paisagísticas e históricas das diversas zonas da região e que se insiram no meio social e cultural, contribuindo para o desenvolvimento integral das várias localidades.

Tendo em conta a necessidade de orientar o crescimento no horizonte temporal e físico que abrange, o POT estabelece limites e ritmos de crescimento do alojamento, bem como valores para a sua distribuição territorial.

Gráfico: 7.9.2.1.21 – Modelação da variável do planeamento turístico e indicadores

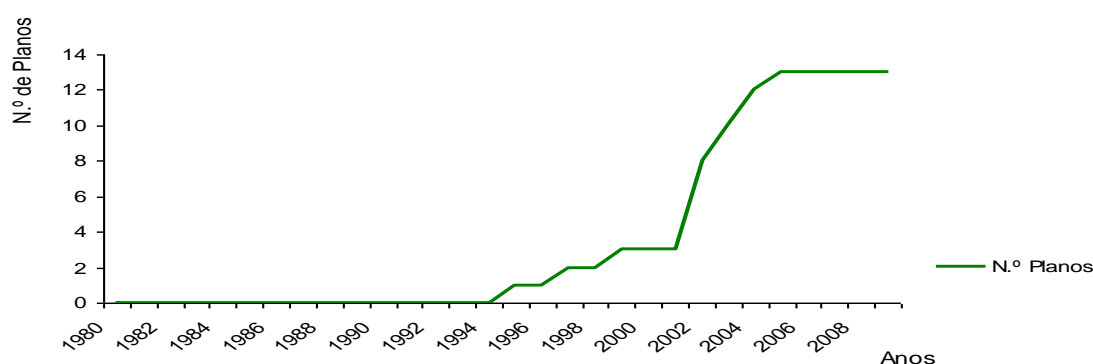


Fonte: Elaboração própria

Embora a Intensidade do Ciclo (IC) deva começar com o nível máximo (III) e manter-se neste durante pelo menos 20 anos (cf. gráfico 7.9.2.1.21), na Madeira só foi atingido este nível, a partir de 2002, com o surgimento do POT, em que a região atingiu a intensidade do ciclo máxima (III).

De acordo com o gráfico 7.9.2.1.22, na RAM a evolução do planeamento formal ocorreu no nível mínimo (I) durante 22 anos (de 1980 a 2002). Em 2002, a região passou ao nível médio (II), com o aparecimento do POT, atingindo também o nível máximo (III), em 2003, o qual se manteve até ao ano de 2009.

Gráfico: 7.9.2.1.22 - Evolução do planeamento formal entre 1980 e 2009 na RAM



Fonte: Elaboração própria

Da análise ao gráfico 7.9.2.1.22, verifica-se que o planeamento formal começou na Madeira em 1995, com a aprovação do POTRAM, seguindo-se outros planos determinantes para o ordenamento do território, onde o turismo também está presente com o surgimento do POT no ano 2002.

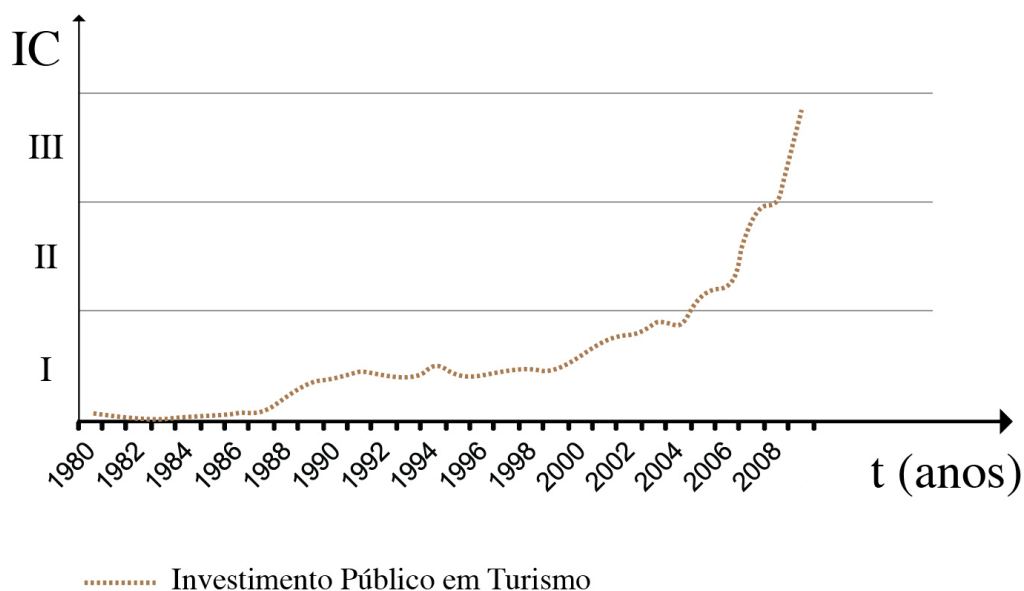
Constata-se também que, a partir de 2002, a região teve um crescimento muito significativo ao nível dos vários tipos de planos, principalmente o POT, aprovado em maio de 2002. Entre 2005 e 2009, a Madeira entrou num período de estabilização em termos de planeamento, encontrando-se atualmente ainda sem POOC, que são muito importantes para o planeamento da atividade turística. Tendo em conta que se trata de um território turístico rodeado por mar e que dispõe de uma enorme variedade de elementos geológicos, biológicos e patrimoniais, necessariamente, a preservar e a potenciar, transformando-os em produtos e

recursos turísticos, todos os planos de ordenamento do território deveriam existir e estar sempre atualizados.

### 7.9.2.2 Modelação da variável do investimento público em turismo

A modelação da variável de investimento público em turismo (vide gráfico: 7.9.2.2.23) começou no nível mínimo (I) de intensidade e manteve-se neste durante 25 anos, passando para o nível médio (II) no ano 2005, estando neste nível durante 3 anos, depois passou para a intensidade do nível máximo (III), no ano de 2008, aí permanecendo até 2009. Este aumento significativo do investimento público prende-se com a promoção, especialmente com a criação da Associação de Promoção da Madeira. Verificaram-se, também, investimentos públicos em novas infraestruturas, designadamente aeroportuárias e portuárias e recuperação/manutenção dos espaços museológicos e religiosos (muito frequentados pelos turistas), bem como mais apoios financeiros para os eventos como a Festa da Flor, o festival do Atlântico, a festa das vindimas e do fim do ano.

Gráfico: 7.9.2.2.23 - Modelação da variável do investimento público em turismo

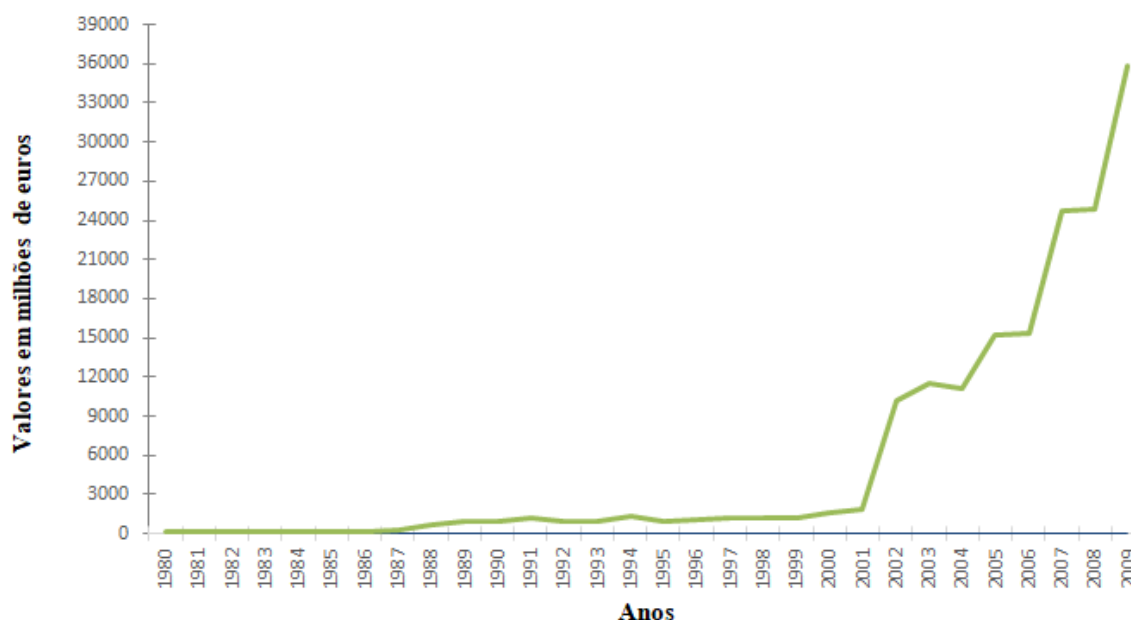


Fonte: Elaboração própria

A partir de 2011, o investimento em infraestruturas estagnou e as verbas atribuídas aos eventos também diminuíram, devido à conjuntura económica que a Madeira e Portugal Continental viveram, o que se refletiu no principal setor de atividade da RAM que é o turismo.

Esta situação poderá manter a região na fase de estagnação do fenómeno turístico, se não forem tomadas medidas pelos setores público e privado, de forma a evitar o efeito negativo da diminuição de verbas adstritas à atividade turística e uma aposta muito significativa na promoção, visando a conquista de novos mercados e consolidação dos mercados tradicionais (Alemanha, Reino Unido e Portugal Continental).

Gráfico: 7.9.2.2.24 - Evolução do investimento público em turismo entre 1980 e 2009 na RAM



Fonte: Elaborado a partir dos dados da tabela 7.9.2.2.21

Da análise ao gráfico 7.9.2.2.24, constata-se que os investimentos públicos em turismo, ao longo dos 30 anos analisados, foram irregulares. Nos primeiros 8 anos, verificou-se um investimento fraco e constante, cujos valores são inferiores a 5 milhões de euros, seguindo-se um período de crescimento lento, até ao ano 2000, cujos valores foram inferiores a 10 milhões de euros. A partir do ano 2000 assiste-se a um aumento progressivo, ao nível do investimento público em turismo, sendo mais significativo após o ano 2005, atingindo o seu pico em 2009, com um valor de 36 milhões de euros.

Tabela: 7.9.2.2.20 - Investimento público nos aeroportos e no porto do Funchal em milhões de euros

<b>Infraestruturas</b>	<b>Valores em milhões de Euros</b>
Aeroporto Internacional da Madeira	536
Aeroporto do Porto Santo	21
Gare Marítima da Madeira - Funchal	13

Fonte: Elaborado a partir de informação do Governo Regional da Madeira

A tabela 7.9.2.2.20 evidencia o montante gasto pelo Governo Regional da Madeira nas três principais infraestruturas físicas fundamentais para o desenvolvimento do setor turístico na RAM, num total de 570 milhões de euros, sendo 427,50 (75%) oriundos da União Europeia, ao abrigo do Programa Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).

Conclui-se, portanto, que os investimentos públicos em turismo não tiveram sempre a mesma atenção por parte do Governo Regional da Madeira, visto que o número de alojamentos aumentou de forma muito significativa ao longo dos últimos 20 anos do estudo (cf. gráfico 7.6.1.4.6). Constatou-se também que os grandes investimentos públicos em turismo ocorreram a partir do ano 1995, sendo o valor mais significativo de 536 milhões de Euros, (vide tabela 7.9.2.2.20), atribuído ao Aeroporto Internacional da Madeira, inaugurado a 15 de setembro do ano 2000.

Verifica-se, ainda, que os investimentos públicos em turismo entre 1980 e 2009 foram muito inconstantes. Esta situação poderá estar relacionada com as mudanças de titulares na pasta do turismo dos órgãos do Governo Regional e com as novas exigências dos mercados emissores nos últimos 10 anos do estudo, bem como a ausência de uma política pública específica para o turismo e não existência de um plano estratégico para o turismo.

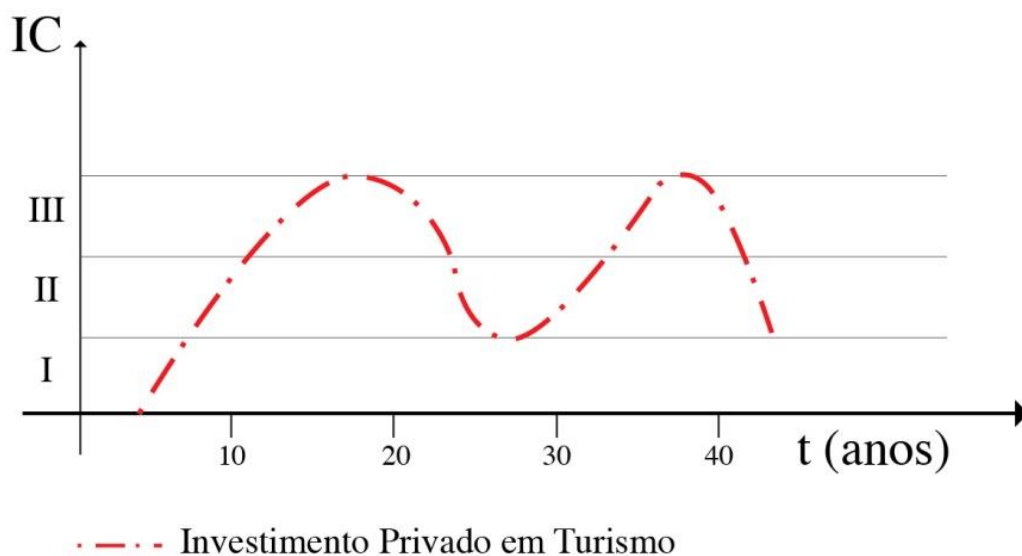
### **7.9.2.3 Modelação da variável do investimento privado em turismo**

O investimento privado no turismo é fundamental e determinante para o desenvolvimento dos territórios turísticos, na medida em que compete aos governantes a elaboração das políticas públicas a implementar e a edificação das infraestruturas físicas no espaço, bem como promover o planeamento e o bem-estar das populações que ocupam as diversas localidades.

Os empresários têm um papel importante na afirmação do turismo em qualquer região ou país e ao atuarem em parceria com os agentes governativos, irão contribuir para que o setor cresça de forma sustentada. Os empresários ligados a este setor são responsáveis pelo fornecimento da maior parte dos serviços e atividades de turismo, promovendo grandes investimentos, e, por conseguinte, criando um maior número de empregos e a entrada de maior volume de capital nos cofres do Governo Regional, resultantes dos impostos.

O ideal no modelo teórico (vide gráfico 7.9.1.13) será o investimento privado surgir depois de o território estar devidamente planeado para promover as atividades turísticas e após a infraestruturização por parte do Governo Regional, de acordo com os seus programas e políticas públicas, atraindo depois, o investimento privado por parte dos empresários ligados ao setor turístico.

Gráfico: 7.9.2.3.25 - Evolução da variável investimento privado em turismo



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Da análise ao gráfico 7.9.2.3.25, constata-se que, em termos da Intensidade do Ciclo (IC), o investimento privado tem o seu início na intensidade mínima (I), num curto período de tempo (3 anos), passando para o nível médio (II), evidenciando um aumento muito significativo nos investimentos privados durante 10 anos, atingindo o nível máximo (III) ao fim de 18 anos, diminuindo depois, atingindo o nível médio (II), mantendo-se neste nível durante 10 anos, e torna a aumentar os investimentos privados.

Estes investimentos privados por natureza oscilam ao longo dos anos, como evidencia o gráfico 7.9.2.3.25. Ao fim de 18 anos atinge o pico mais elevado, diminuindo de forma rápida, num período de 8 anos, atingindo o nível mínimo (I), voltando a crescer de modo acentuado durante 10 anos, atingindo um segundo pico do investimento, diminuindo outra vez de forma muito significativa, passando depois a crescer.

Tabela: 7.9.2.3.21 - Formação bruta de capital fixo ao nível do alojamento na RAM (1980-2009)

Anos	Valores em milhões €	Varição dos Valores em M €	Varição em %
1995	33	33	0
1996	62	29	87,9
1997	62	0	0
1998	61	- 1	- 1,6
1999	91	30	49,2
2000	106	15	16,4
2001	59	- 47	- 44,3
2002	51	- 8	- 13,5
2003	34	- 17	- 33,3
2004	46	12	35,2
2005	54	8	17,3
2006	60	6	11,1
2007	63	3	5,0
2008	65	2	3,1
2009	60	- 5	- 7,7

Fonte: Elaborado a partir da DREM

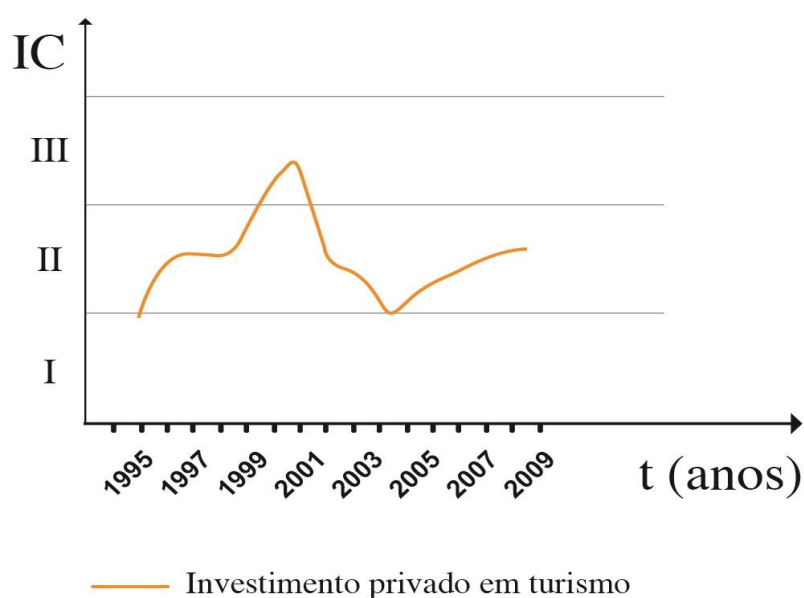
A tabela 7.9.2.3.21, demonstra que, ao longo dos anos, o investimento privado foi muito inconstante. Enquanto o valor mais baixo ocorreu em 1995, o valor mais elevado aconteceu no ano 2000 (106 milhões de euros), seguindo-se o ano 1999, com 91 milhões de euros. A partir de 2006 o investimento privado foi mais ou menos constante.

Em face dos dados disponíveis, representados no gráfico 7.9.2.3.26 sobre os investimentos privados, podemos dividir o período considerado em 3 fases distintas: uma entre os anos 1995 e 2000 em que houve um crescimento progressivo, com um aumento de 221,2% do investimento; uma segunda fase entre o ano 2000 e o ano 2003 em que se verificou uma diminuição no investimento, sendo de - 68% e uma terceira fase, no período de 2003 a 2008, em que o investimento foi significativo, atingindo os 91,1% de aumento.

De acordo com a curva do investimento privado evidenciado pelo MAPT (vide gráfico 7.9.2.3.26), conclui-se que este se manteve no nível máximo (III), durante poucos anos (3

anos), diminuindo de forma brusca a partir de 2001 até 2003, ano a partir do qual voltou a aumentar de forma progressiva, o que evidencia uma evolução irregular do investimento privado em turismo na RAM, no período considerado para esta variável (15 anos).

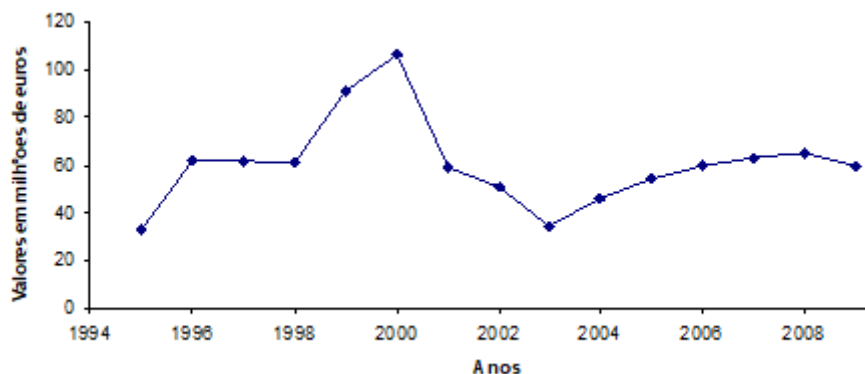
Gráfico: 7.9.2.3.26 - Modelação da variável investimento privado em turismo



Fonte: Elaboração própria

Da análise ao 7.9.2.3.26, depreende-se, ainda, que, apesar de a modelação começar só a partir de 1995, o investimento privado começou na intensidade mínima (I), com um crescimento progressivo, passando para a intensidade do nível médio (II), poucos anos depois, continuando a aumentar. O período de tempo no nível médio foi de apenas quatro anos (de 1995 a 1999), atingindo também, num curto período de tempo, o nível de intensidade máximo (III), onde se registou o pico mais elevado (106 milhões de euros). Manteve-se na intensidade máxima (III) durante dois anos (1999 a 2001), passando para o nível médio (II) no ano 2001, decrescendo até ao ano 2003. A partir deste ano, constatou-se um aumento progressivo do investimento privado até ao ano 2008, diminuindo ligeiramente até ao ano 2009, mantendo-se, no entanto, no ciclo de intensidade médio (II).

Gráfico: 7.9.2.3.27 - Evolução do investimento privado em turismo entre 1995 e 2009



Fonte: Elaboração própria

Da análise realizada ao gráfico 7.9.2.3.27, verificou-se que o investimento privado ao nível do turismo, ao longo deste período de 15 anos, foi inconstante. Constatou-se que entre o ano 1995 e 2000, ou seja, em 5 anos, houve um aumento do investimento privado no valor de 73 milhões de euros e, a partir de 2000 até 2003 (3 anos), verificou-se uma quebra de 72 milhões de euros, correspondendo a 32 %. Por fim, ocorre um aumento progressivo do investimento privado entre 2003 e 2008, atingindo os 65 milhões de euros, porém com uma quebra para 60 milhões de euros em 2009.

Conclui-se que no período de 2003 a 2008 foram inaugurados mais hotéis e restaurantes, na RAM, sendo as principais infraestruturas responsáveis pelo maior investimento privado, ao passo que o período em que ocorreu uma diminuição do investimento está possivelmente relacionado com a menor afluência de turistas à Madeira, resultando numa retração do investimento privado.

Considerando o investimento privado uma variável de análise do processo turístico, numa perspetiva de interdisciplinaridade (planeamento, turismo e economia) foi propósito do estudo o aprofundamento do MAPT, com a inclusão da variável do investimento privado em turismo.

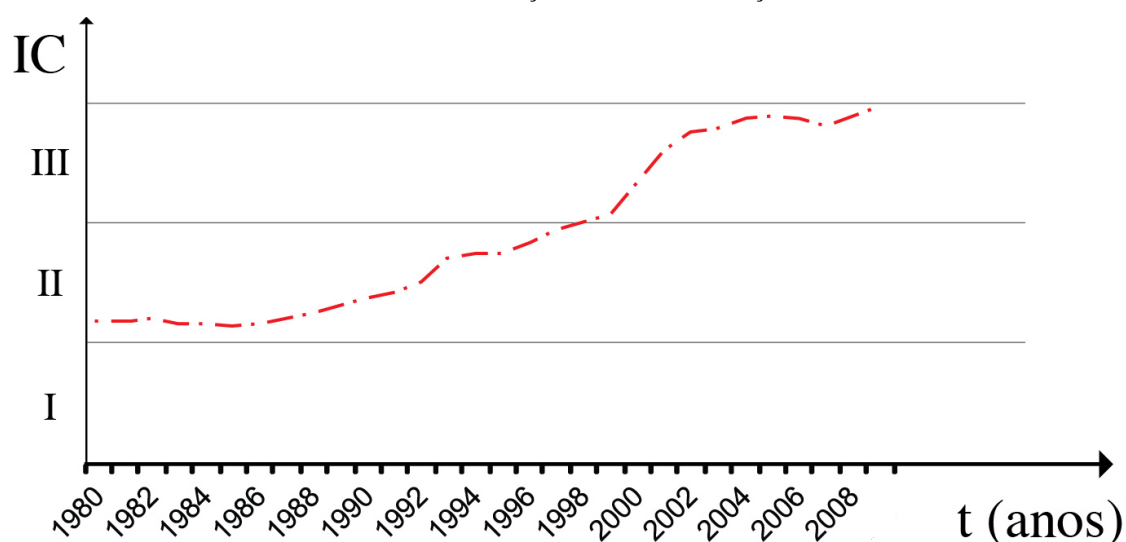
#### **7.9.2.4 Modelação da variável evolução do turismo**

Atendendo a que a modelação compreende o intervalo de tempo entre 1980 e 2009, a sua aplicação será considerada nesse mesmo período.

Em relação à variável da evolução do turismo que resultou dos indicadores tradicionais do turismo, verificou-se que o fenómeno turístico na Madeira começou muitos anos antes do início considerado neste estudo de investigação (1980), tendo-se mantido no nível mínimo de intensidade (I). O nível médio (II) apresenta um período de 20 anos em que o crescimento turístico foi lento nos primeiros 10 anos e mais acentuado nos últimos 10 anos.

Atingiu a intensidade do nível máximo (III), no ano 2000, mantendo-se neste, embora o crescimento tivesse sido mais significativo até 2006 e estabilizado até 2009, como evidencia o gráfico 7.9.2.4.28, refletindo-se no número de camas ocupadas, considerando que o número total de camas manteve praticamente nos últimos 10 anos (cf. gráfico 7.6.1.4.6).

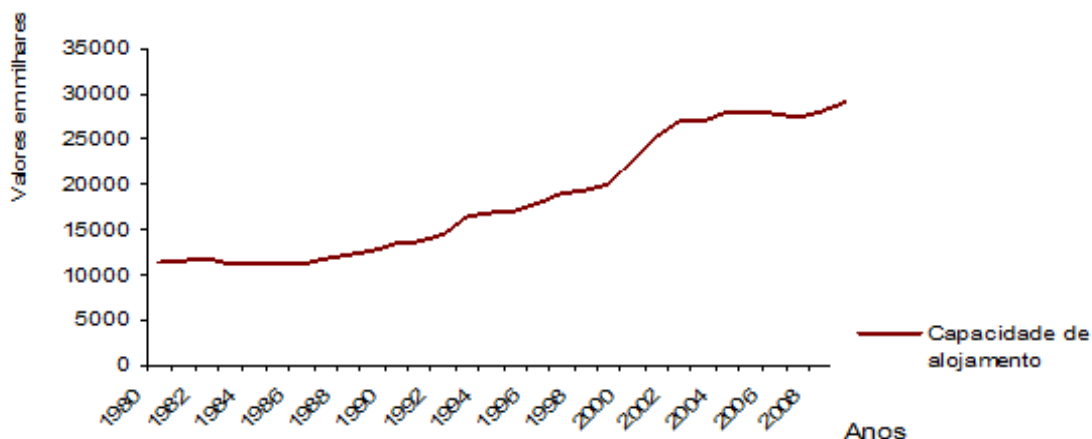
Gráfico: 7.9.2.4.28 - Modelação da variável evolução do turismo



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

É de referir também que o indicador composto utilizado para avaliar a evolução do turismo foi escolhido não para permitir a análise do aumento do número de camas na região, mas sim em relação à taxa/média de ocupação das mesmas. A seleção destes indicadores é relevante, na medida em que não é considerado o aumento do número de turistas, como acontecia nos estudos de Butler (1980), mas sim ao nível da relação existente entre a oferta e a procura turística do destino.

Gráfico: 7.9.2.4.29 - Evolução da capacidade de alojamento na RAM



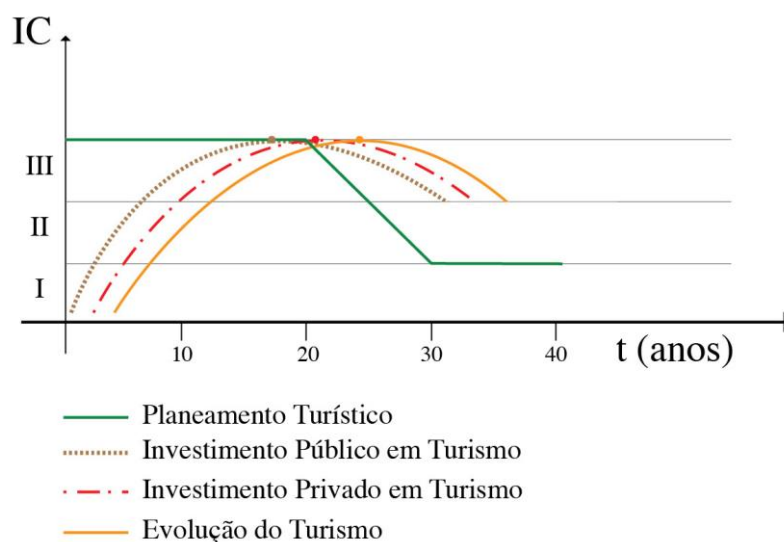
Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Ao analisar o gráfico 7.9.2.4.29, constata-se que o alojamento na RAM no período em estudo, foi sempre progressivo, duplicando o número de camas nos últimos 20 anos do estudo (cf. gráfico 7.6.1.4.6), pois no ano de 1991 o número de camas era de 13.779 e no ano de 2009, passou para 28.934 camas.

Não se pode colocar de parte os factos de que o Hotel Savoy (5 estrelas) ter sido demolido e do Hotel Madeira Palácio (5 estrelas) estar encerrado há 10 anos sensivelmente, no seu conjunto, representavam 2 mil camas, daí a ligeira quebra entre 2005 e 2007. Verificou-se, depois, um ligeiro aumento, que está relacionado com a inauguração de 3 novos hotéis, no concelho do Funchal, de 4 e 5 estrelas, respetivamente, entre 2008 e 2009).

O novo MAPT passa a agregar mais uma variável designada por “investimento privado em turismo”, sendo que a variável crescimento do turismo, do modelo de Álvares (2008), passou a dispor da nomenclatura “evolução do turismo”, por ser considerada uma expressão mais abrangente ao nível das análises dos processos turísticos, conforme é evidenciado no gráfico 7.9.2.4.30.

Gráfico: 7.9.2.4.30 - Modelo teórico com quatro variáveis aplicado à RAM entre 1980 e 2009



Fonte: Elaborado a partir de Álvares (2008)

O modelo que aqui é reproduzido resultou da revisão da literatura, onde consta o planeamento turístico e dos modelos de avaliação desenvolvidos por Butler (1980), Lourenço (2003) e Álvares (2008) e o investimento privado. Estes modelos permitiram constituir uma base fundamental para a elaboração do 'novo' modelo teórico proposto nesta investigação, composto por quatro variáveis, (vide gráfico 7.9.2.4.30).

Em relação à variável investimento privado em turismo, embora este tivesse ocorrido na região, no início das atividades turísticas, há trezentos anos, em termos de dados quantitativos publicados nas estatísticas da Direção Regional de Estatística da Madeira, só a partir de 1995 passaram a estar disponíveis ao público. Por isso, a análise apresentada desta variável corresponde ao período entre 1995 e 2009, ou seja, 15 anos.

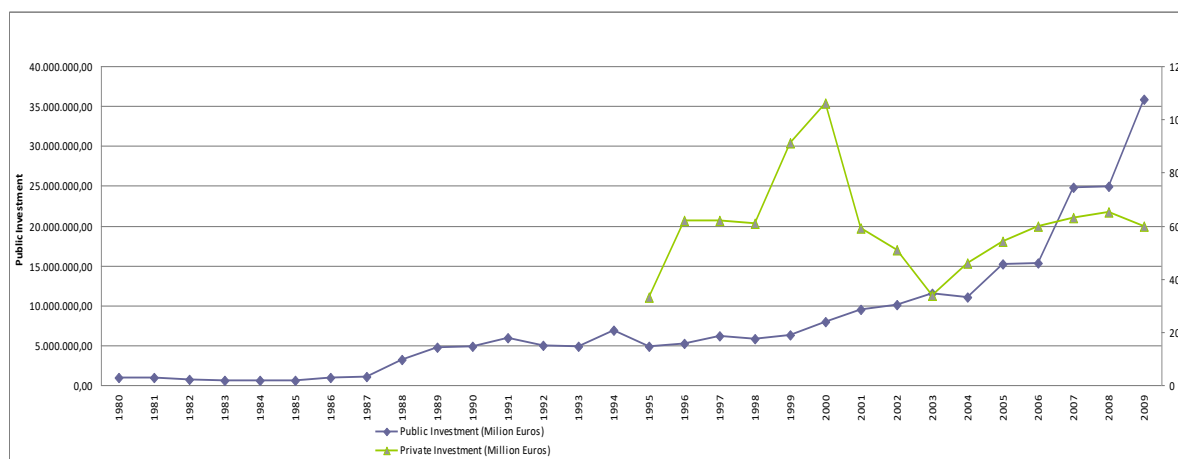
### 7.9.3 Cruzamento das variáveis do investimento público e privado em turismo

Para que um território tenha atividade turística são necessários dois tipos de investimento: o investimento público, que se reflete nas infraestruturas físicas edificadas pelo Governo, e o investimento privado, que é realizado pelos empresários ao nível da

hotelaria e da restauração, que no seu conjunto, vão proporcionar melhores condições aos visitantes.

Os dois setores (público e privado) desempenham um papel indispensável, e ao mesmo tempo complementar, no crescimento e no desenvolvimento do setor turístico em qualquer território turístico.

Gráfico: 7.9.3.31 - Evolução do investimento público e privado em turismo na RAM



Fonte: Elaborado a partir de dados da DREM

Analisando o gráfico 7.9.3.31, depreende-se que os investimentos públicos sempre tiveram períodos de investimento mais longos (entre 5 e 13 anos), ao contrário do investimento privado que apresentou períodos mais curtos (5, 3 e 5 anos), em termos de análise quanto à sua evolução temporal.

Constatou-se que a evolução do investimento público foi lenta e progressiva até ao ano 2000. A partir deste ano aumentou de forma mais acentuada até ao ano de 2004. Entre o ano 2004 e 2009 verificou-se o maior investimento público dos 30 anos estudados, passando de 10 milhões de euros para 35 milhões no ano 2009, ou seja, num intervalo de 5 anos, o investimento triplicou.

Quanto ao investimento privado, entre 1995 e 2000, este foi muito significativo, atingindo os 100 milhões de euros no ano 2000, decrescendo até ao ano 2003 (34 milhões). O aumento está relacionado com o surgimento de novos hotéis de 5 e 4 estrelas (3 novos hotéis) no concelho do Funchal.

Conclui-se, portanto, que entre 1995 e 2009, os investimentos em turismo por parte do Governo Regional e dos privados foi inconstante, devido, provavelmente, à falta de

planeamento estratégico e de parcerias consistentes entre os dois setores, que permitissem um crescimento sustentável do turismo e dos próprios investimentos.

#### **7.9.4 Limitações da modelação**

Por um lado, a fraca informação disponível é, obviamente, uma das principais limitações esperadas para a aplicação do modelo proposto para áreas de desenvolvimento turístico. Por outro lado, as estatísticas do turismo são seriamente afetadas pela dispersão da informação (encontrando-se muitas vezes, os mesmos indicadores em vários organismos) e disponibilização de dados.

Outra inquietação é a de distinguir realmente os dados que estão diretamente relacionados com o turismo, visto que os serviços, as infraestruturas e os equipamentos são, muitas vezes, utilizados pelos habitantes da área turística. Por essa razão, é mais difícil determinar, com maior precisão, os gastos em turismo.

É importante também salientar a dificuldade em medir o impacto real do turismo na criação de postos de trabalho (Vaquero, 2002), devido ao efeito multiplicador da atividade, onde são gerados trabalhos diretos e indiretos com o incremento de outros setores da economia, que inicialmente não envolvem relação com o setor do turismo.

Na presente modelação, os elementos de análise propostos: planeamento turístico, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo, foram selecionados, numa tentativa de eleger os fatores essenciais para a monitorização da atividade turística. Sabe-se que outros aspetos, por exemplo o ambiente e a sustentabilidade, são relevantes, embora não tenham sido considerados como variáveis específicas de análise pelo modelo proposto.

Esta modelação em concreto foi difícil aplicar na RAM, devido à ausência de informação precisa quanto aos modelos elaborados por outros investigadores, principalmente, ao nível dos modelos teóricos, gerando dificuldades ao investigador na obtenção de dados, principalmente ao nível do investimento privado.

#### **7.10 Análise exploratória do questionário efetuado aos responsáveis públicos e privados do setor turístico na RAM em 2020**

De uma forma geral a investigação em turismo tem-se apoiado muito na realização de questionários que medem tendências e perceções do crescimento e desenvolvimento do

setor. Ao nível desta investigação pretende-se privilegiar uma análise quantitativa quanto aos dados obtidos a partir dos indicadores tradicionais do turismo, caso das dormidas e do número de camas, assim como dos dados recolhidos na aplicação do questionário.

O questionário por seu turno, tem por objetivo obter reflexões acerca do turismo na região ao longo do período considerado na investigação e também verificar o grau de conhecimento que os vários agentes do turismo (governantes e empresários ligados ao turismo) têm quanto ao presente e perspectivas a curto, médio e longo prazo. Por outro lado, a aplicação do questionário irá também permitir a validação e aplicação do MAPT na RAM.

Como forma de obter a opinião dos principais responsáveis pelo setor turístico na RAM aos níveis público e privado, bem como de outros agentes ligados ao setor turístico, foram inquiridos 45 indivíduos com os seguintes objetivos:

(i) Verificar a opinião dos responsáveis pelo setor acerca da evolução do fenómeno turístico na região entre 1980 e 2009 e sobre a possibilidade de aplicação de um modelo de avaliação do processo turístico;

(ii) Solicitar a indicação de medidas a adotar, para permitir maior afluência de turistas à RAM.

Deste modo, será possível envolver os responsáveis diretos e indiretos, no principal setor de atividade da Madeira, contribuindo de *per si* para uma reflexão mais aprofundada do turismo quanto ao seu presente e futuro.

O questionário é constituído por oito questões fechadas, algumas com alíneas para especificar melhor as pretensões do investigador quanto à temática em análise e que, no seu conjunto, vão ao encontro dos objetivos referidos anteriormente, bem como quatro questões abertas, visando a obtenção de informações e perceções quanto ao presente e futuro do turismo na Madeira.

Os métodos e técnicos utilizados foram métodos quantitativos e qualitativos, através do tratamento estatístico, recorrendo ao programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 e à análise de conteúdo, às questões abertas do questionário aplicado a 45 indivíduos/entidades.

Na análise empírica dos dados foram utilizadas medidas de estatística descritiva, tendo sido usadas tabelas de frequência, medidas de localização como a média, a mediana, a moda e o desvio-padrão e medidas de relação, nomeadamente as correlações.

Em termos de tratamento das respostas dadas às questões do questionário, foi construída uma matriz de resultados e realizado o tratamento estatístico com o apoio do

programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0 para Windows e a análise de conteúdo, cujos resultados são apresentados no capítulo 8, de forma descritiva e analítica, de acordo com a natureza dos métodos utilizados, bem como a síntese inferida, a partir de cada tipo de entidade.

### **7.10.1 Análise dos resultados do questionário**

#### **7.10.1.1 Tratamento dos dados quantitativos através do programa SPSS**

Nesta pesquisa exploratória foi utilizado o programa IBM SPSS Statistics, versão 20.0, por proporcionar o processamento de dados quantitativos mais adequados ao tipo de dados que resultaram da aplicação do questionário. É um programa estatístico informático muito usado nas Ciências Sociais e Humanas para analisar as bases de dados, principalmente em termos quantitativos, resultantes da recolha realizada através de vários instrumentos, de acordo com a natureza do estudo em apreço. O primeiro tratamento de dados a que se recorreu foi a análise de frequências de todas as variáveis constantes no questionário e segundo a percentagem válida (*valid percent*). Foi utilizada também a escala de *Likert* na análise dos dados, mais concretamente às respostas dadas às questões do questionário.

#### **7.10.1.2 Análise de frequências das variáveis, segundo o *valid percent***

Uma análise de frequências produz uma tabela sumária que indica o número e a percentagem de observações relativas a cada categoria de uma variável. Para representar esta informação graficamente utilizámos gráficos de barras e *pies (pizza)*. A tabela de frequência é um dos elementos estatísticos adequados para descrever variáveis discretas, ordinais ou nominais. A tabela representa as frequências absolutas, relativa (para os casos válidos) e acumulada. Neste sentido, serão apresentadas em seguida, o tratamento efetuado, inerente às respostas dadas pelos inquiridos.

**Em relação à questão 1** – O turismo, na sua opinião, tem sido o fator determinante no desenvolvimento da RAM, de acordo com a tabela 7.10.1.2.22, verifica-se que foi o ponto 1.3, relativo aos últimos 10 anos (i.e., 1999-2009), o que obteve maior percentagem de respostas concordantes. No item “concorda absolutamente”, o valor foi de 60,5% e, no item “concorda”, de 25,6%, sendo o somatório dos dois itens de 86,1%. A tabela 7.10.1.2.22 e o

gráfico 7.10.1.2.32 também evidenciam as respostas dadas pelos inquiridos ao item “concorda absolutamente”, seguida de “concorda”.

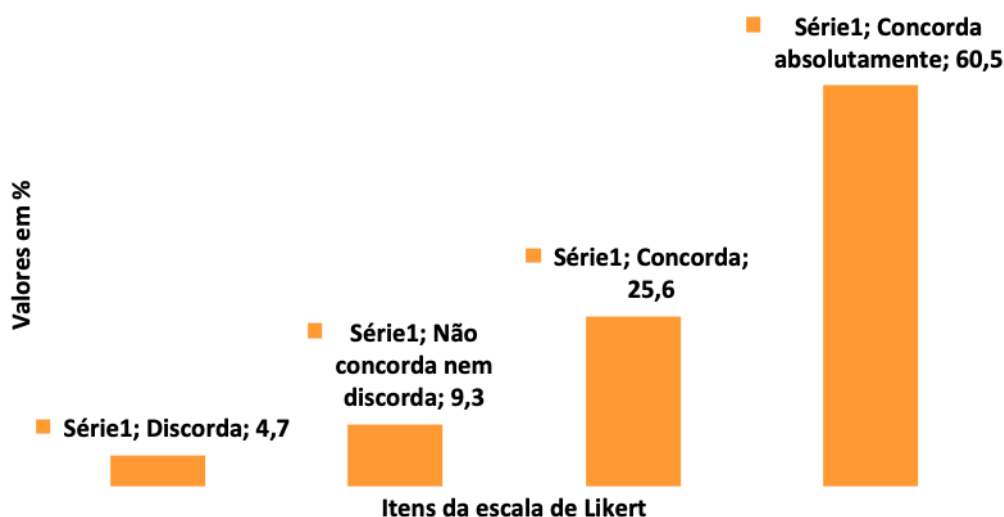
Tabela: 7.10.1.2.22 - Questão 1 - O turismo, na sua opinião tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM

Itens da escala graduada de <i>Likert</i>	1.1 Até há 30 anos atrás	1.2 Até há 20 Anos	1.3 Até há 10 anos	1.4 Até há 5 anos
“Discorda inteiramente”	-	-	-	2,4
“Discorda”	15,0	5,0	4,7	9,5
“Não concorda nem discorda”	40,0	25,0	9,3	23,8
“Concorda”	17,5	40,0	25,6	21,4
“Concorda absolutamente”	27,5	30,0	60,5	42,9

Fonte: Elaboração própria

O gráfico 7.10.1.2.32 que se segue, foi selecionado porque aponta o maior número de respostas dadas pelos inquiridos nos fatores da escala de *Likert* “concorda absolutamente” (60,5%) e “concorda” (25,6%), relativamente à questão 1.3, totalizando os dois 86,1% das respostas.

Gráfico: 7.10.1.2.32 – Representação das respostas dadas à questão 1.3



Fonte: Elaboração própria

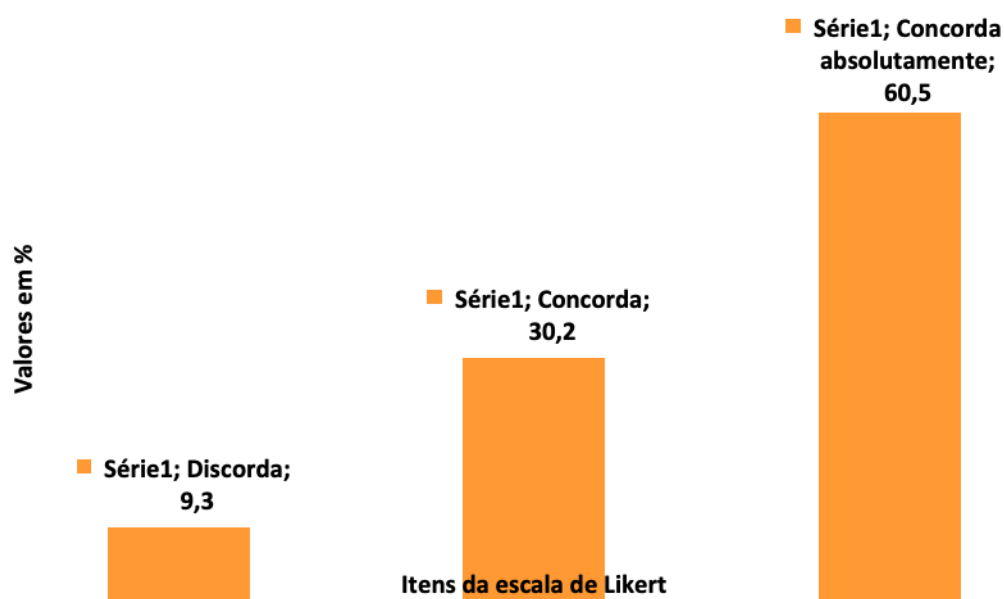
**Quanto à questão 2** – O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamento/turistas/receitas na RAM, o ponto 2.3 – nos últimos 10 anos, apresenta maior número de respostas concordantes. No item “concorda absolutamente”, o valor foi de 60,5 % e no item “concorda” de 30,2 %, o que perfaz 90,7 % no total dos dois itens, tabela 7.10.1.2.23 e gráfico 7.10.1.2.33, onde é demonstrado o peso do item “concorda absolutamente”.

Tabela: 7.10.1.2.23 - Questão 2 - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamentos / turistas / receitas na RAM

<b>Itens da escala graduada de Likert</b>	<b>2.1 Até há 30 anos atrás (%)</b>	<b>2.2 Até há 20 anos (%)</b>	<b>2.3 Até há 10 anos (%)</b>	<b>2.4 Até há 5 Anos (%)</b>
“Discorda inteiramente”	5,1	-	-	10,0
“Discorda”	23,1	10,0	9,3	20,0
“Não concorda nem discorda”	43,6	40,0	-	17,5
“Concorda”	17,9	35,0	30,2	22,5
“Concorda absolutamente”	10,3	15,0	60,5	30,0

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.33 - Representação das respostas dadas à questão 2.3



Fonte: Elaboração própria

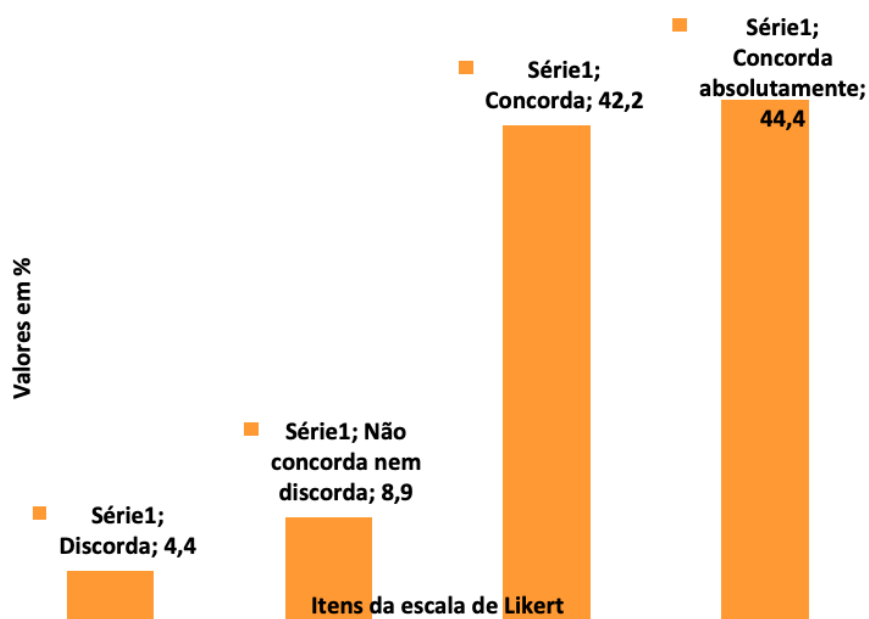
**No tocante à questão 2a.** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos alojamentos na RAM, o ponto 2.a.3 – nos últimos 10 anos, contribuiu com 86,6% dos itens “concorda absolutamente” (44,4%) e “concorda” (42,2%), tabela 7.10.1.2.24 e gráfico 7.10.1.2.34, onde é possível verificar a maior representação das respostas dadas à questão 2a.3, sendo o item “concorda absolutamente” aquele que teve maior peso, seguido do “concorda”.

Tabela: 7.10.1.2.24 - Questão 2a - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos alojamentos na RAM

<b>Itens da escala graduada de Likert</b>	<b>2.a.1 Até há 30 anos atrás</b>	<b>2.a.2 Até há 20 anos</b>	<b>2.a.3 Até há 10 anos</b>	<b>2.a.4 Até há 5 anos</b>
“Discorda inteiramente”	5,6	-	-	2,6
“Discorda”	19,4	2,7	4,4	7,9
“Não concorda nem discorda”	36,1	43,2	8,9	21,1
“Concorda”	22,2	40,5	42,2	23,7
“Concorda absolutamente”	16,7	13,5	44,4	44,7

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.34 - Representação das respostas dadas à questão 2a.3



Fonte: Elaboração própria

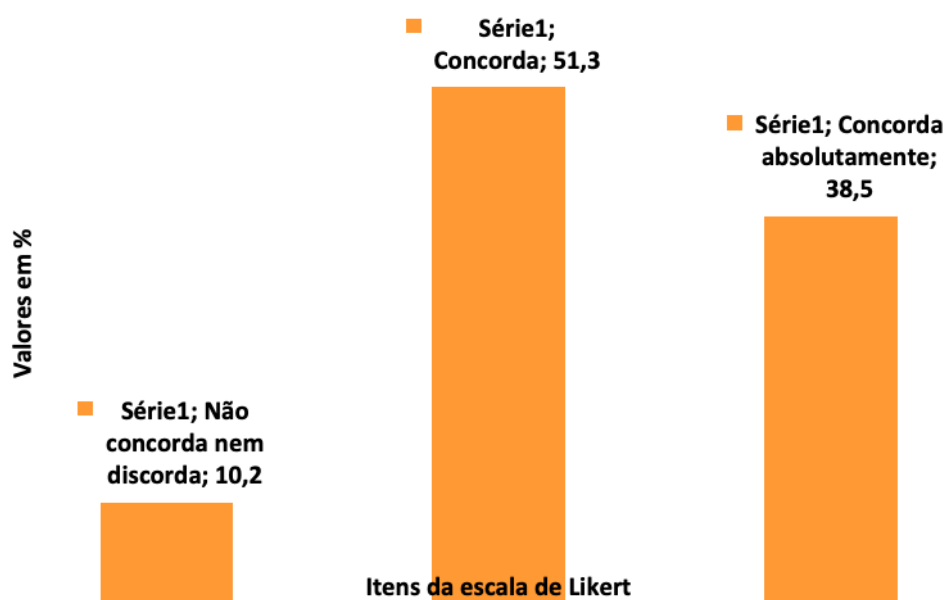
**Na questão 2.b.** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade o número dos turistas na RAM, o ponto 2.b.2 – até há 20 anos, foi aquele que registou o maior número de respostas. No item “concorda absolutamente”, o valor foi de 38,5% e no “concorda” 51,3%, totalizando 89,8% das respostas dadas, tabela 7.10.1.2.25 e gráfico 7.10.1.2.35.

Tabela: 7.10.1.2.25 - Questão 2.b - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos turistas na RAM

<b>Itens da escala graduada de <i>Liker</i></b>	<b>2.b.1 Até há 30 anos atrás</b>	<b>2.b.2 Até há 20 Anos</b>	<b>2.b.3 Até há 10 anos</b>	<b>2.b.4 Até há 5 anos</b>
“Discorda inteiramente”	-	-	2,2	4,9
“Discorda”	10,8	-	14,0	29,3
“Não concorda nem discorda”	32,4	10,2	25,6	51,2
“Concorda”	24,3	51,3	34,9	14,6
“Concorda absolutamente”	32,4	38,5	23,3	-

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.35 - Representação das respostas dadas à questão 2b.2



Fonte: Elaboração própria

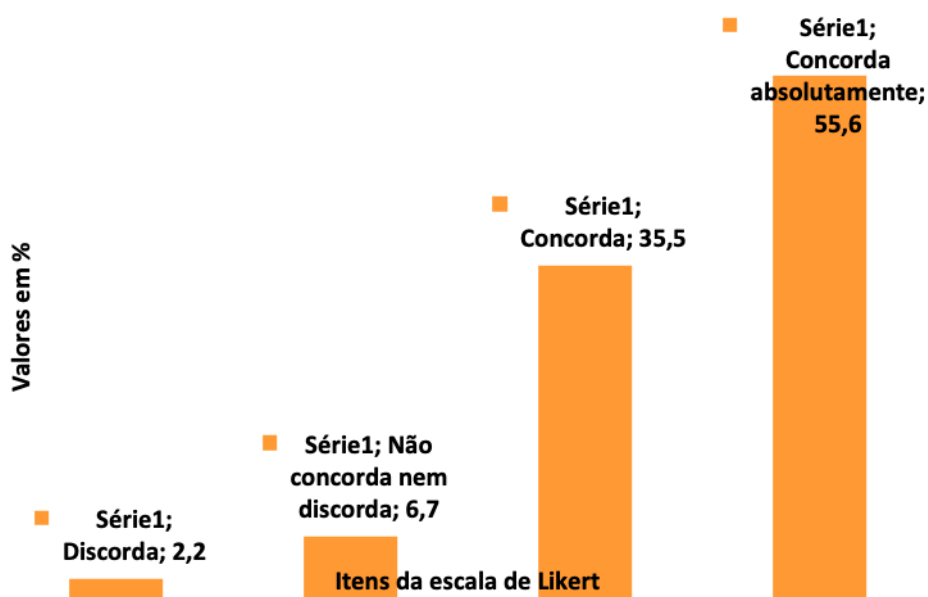
**Quanto à questão 3** - Fatores intervenientes no crescimento do turismo na região, o ponto 3.5 – Investimento privado em novos hotéis, absorveu 55,6% no item “concorda absolutamente” e 35,6% no “concorda”, o que perfaz 91,2% das respostas dadas nos dois itens. Em segundo lugar, destaca-se o ponto 3.4 – Construção de infraestruturas físicas, com 64,4% no item “concorda absolutamente” e 22,2% no “concorda”, totalizando 86,6%, nos dois itens, tabela 7.10.1.2.26 e gráfico 7.10.1.2.36, onde é bem visível o peso do item “concorda absolutamente” (55,6 %), seguindo-se o “concorda” (35,6%).

Tabela: 7.10.1.2.26 - Questão 3 - Quais os fatores intervenientes no crescimento do turismo na região

Itens da escala graduada de <i>Likert</i>	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6
“Discorda inteiramente”	4,4	-	-	-	-	-
“Discorda”	8,9	2,2	-	4,4	2,2	-
“Não concorda nem discorda”	26,7	26,7	27,3	8,9	6,7	31,1
“Concorda”	28,9	37,8	38,6	22,2	35,5	40,0
“Concorda absolutamente”	31,1	33,3	34,1	64,5	55,6	28,9

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.36 - Representação das respostas dadas à questão 3 - 3.5



Fonte: Elaboração própria

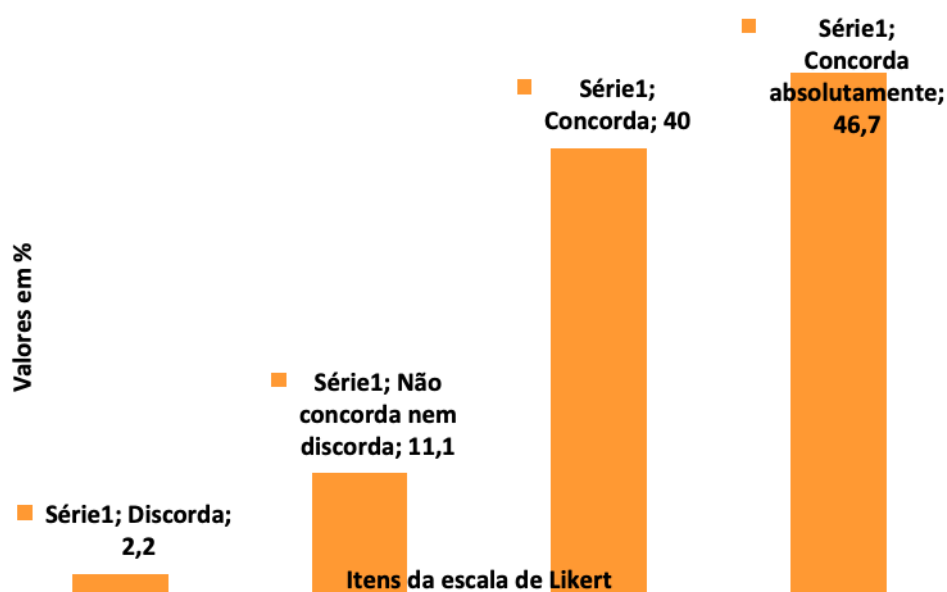
**Na questão 3.7** - Maior apoio ao setor do turismo em termos de: - o ponto 3.7.4 – animação turística, colheu 86,7% nos itens “concorda absolutamente” (46,7%) e “concorda” (40,0%), seguindo-se o ponto 3.7.3 – Estratégia de marketing, com 81,8%, sendo 50,0% no item “concorda absolutamente” e 31,8% no “concorda” e no ponto 3.7.2 – Aconselhamento técnico nas novas tipologias como turismo de natureza, alojamento em espaço rural, com 80,0 % nos dois itens “concorda” (53,3 %) e “concorda absolutamente” (26,7 %), tabela 7.10.1.2.27 e gráfico 7.10.1.2.37 que apresenta também a subquestão 3.7.4 como a mais representativa das respostas dadas, sendo o item “concorda absolutamente” o que dispõe de maior peso, seguido do “concorda”.

Tabela: 7.10.1.2.27 - Questão 3.7 - Maior apoio ao setor do turismo em termos de: marketing, aconselhamento técnico ou animação turística

<b>Itens da escala graduada de Likert</b>	<b>3.7.1</b>	<b>3.7.2</b>	<b>3.7.3</b>	<b>3.7.4</b>
“Discorda inteiramente”	-	-	-	-
“Discorda”	4,4	2,2	2,3	2,2
“Não concorda nem discorda”	26,7	17,8	15,9	11,1
“Concorda”	37,8	53,3	31,8	40,0
“Concorda absolutamente”	31,1	26,7	50,0	46,7

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.37 - Representação das respostas dadas à questão 3.7 - 3.7.4



Fonte: Elaboração própria

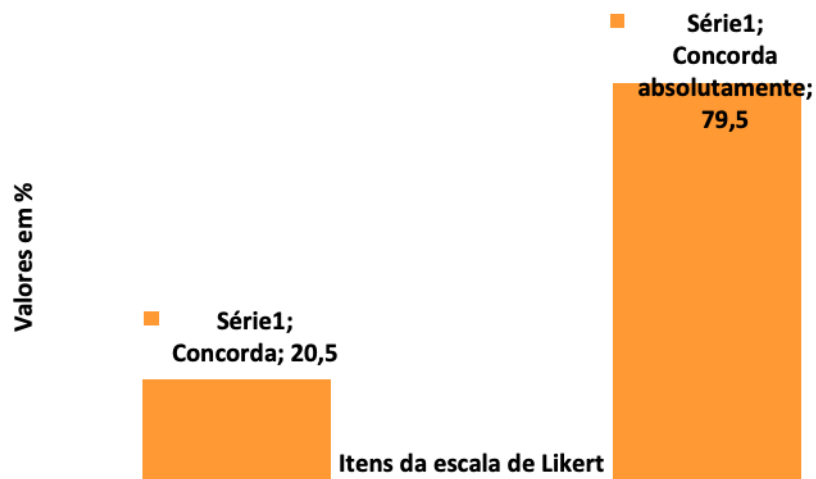
**Em relação à questão 4 - MAPT a aplicar na RAM, o ponto 4.1 – A existência de um modelo seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo obteve maior percentagem, sendo 79,5% no item “concorda absolutamente” e 20,5% no “concorda”, constituindo os dois itens 100%. No tocante à aplicação do modelo na região, o ponto 4.2 - Aplicação do modelo de 5 em 5 anos concentrou a maior percentagem com 79,5%, sendo 63,6% no item “concorda absolutamente” e 15,9% no “concorda”, tabela 7.10.1.2.28 e gráfico 7.10.1.2.38.**

Tabela: 7.10.1.2.28 - Respostas dos inquiridos à questão 4 - MAPT a aplicar na RAM

<b>Itens da escala graduada de Likert</b>	<b>4.1</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>	<b>4.4</b>
“Discorda inteiramente”	-	2,3	6,8	52,3
“Discorda”	-	2,3	40,9	29,5
“Não concorda nem discorda”	-	15,9	36,4	13,6
“Concorda”	20,5	15,9	9,1	2,3
“Concorda absolutamente”	79,5	63,6	6,8	2,3

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.38 - Representação das respostas dadas à questão 4 - 4.1



Fonte: Elaboração própria

Da análise aos dados resultantes da questão 4, conclui-se que quase todos os inquiridos reconhecem que a Madeira deveria dispor de um MAPT e que o mesmo deve ser aplicado de 5 em 5 anos para melhorar a avaliação do setor turístico na região.

**Quanto à questão 5** - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística, o ponto 5.3 - Realização de estudos de mercado foi aquele que apresentou maior percentagem de respostas dadas (97,8%), sendo que o item “concorda absolutamente” obteve 57,8% e o “concorda” 40,0%.

**O ponto 5.4** - Promover mais a Natureza (ex: levadas, veredas e Laurissilva) ficou na segunda posição, com 93,3% das respostas, resultante do somatório dos itens “concorda absolutamente” (68,9%) e “concorda” (24,4%).

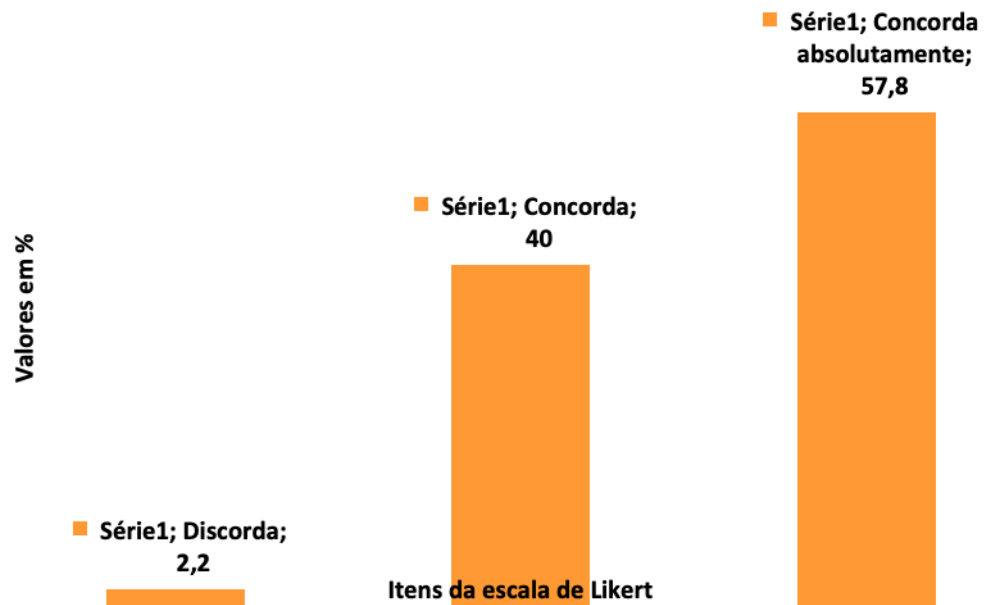
Em terceiro lugar ficou o ponto 5.1 - Diversificar a oferta em termos de produtos turísticos, com 80,0%, como somatório dos itens “concorda absolutamente” (46,7%) e “concorda” (33,3%), tabela 7.10.1.2.29 e gráfico 7.10.1.2.39.

Tabela: 7.10.1.2.29 - Questão 5 - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística

Itens da escala graduada de <i>Liker</i>	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5
“Discorda inteiramente”	-	6,7	-	-	12,2
“Discorda”	4,4	11,1	-	-	14,6
“Não concorda nem discorda”	15,6	35,6	2,2	6,7	22,0
“Concorda”	33,3	33,3	40,0	24,4	17,1
“Concorda absolutamente”	46,7	13,3	57,8	68,9	34,1

Fonte: Elaboração própria

Gráfico: 7.10.1.2.39 - Representação das respostas dadas à questão 5 - 5.3



Fonte: Elaboração própria

Em relação às respostas dadas à questão 5, conclui-se, portanto, que as medidas mais importantes para aumentar a afluência turística à região são: a realização de estudos de mercado, consolidando os mercados tradicionais e conquistando novos mercados; promover mais a Natureza, nomeadamente os percursos pedestres nas levadas e veredas da Madeira e a própria Laurissilva, classificada em dezembro de 1999 como Património Natural Mundial da UNESCO e diversificar a oferta da região em termos de produtos turísticos, pois é na diversidade da oferta que poderá estar o sucesso do setor do turismo da Madeira. Uma estratégia política específica para o turismo, também, poderá ser determinante para que este setor seja mais sustentável no futuro.

### 7.10.1.3 Estatísticas descritivas: medidas de localização

As medidas de localização utilizadas foram a média, a mediana, a moda e o desvio-padrão, que, no seu conjunto, permitiram uma análise mais concreta e eficaz dos dados apresentados (cf. tabela 7.10.1.3.30).

Tabela: 7.10.1.3.30 - Valores inerentes às medidas de localização

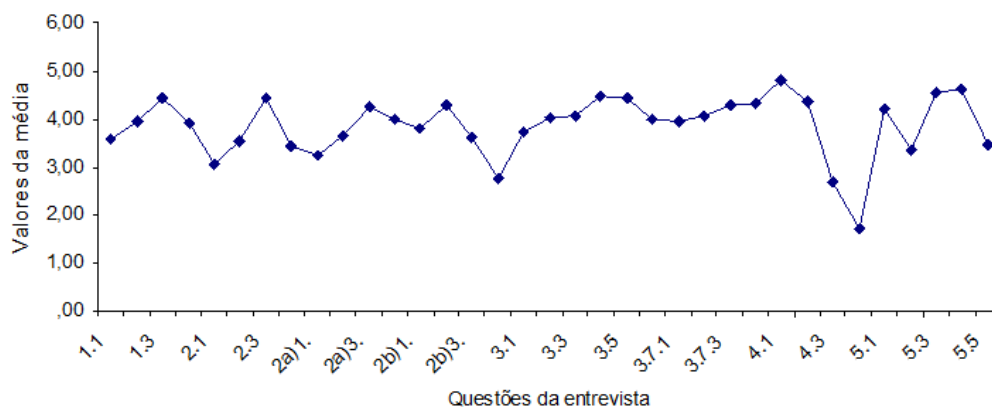
<b>Medidas de localização</b>					
<b>Questões</b>	<b>N</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Moda</b>	<b>Desvio-padrão</b>
1.1	44	1,73	3	3	1,059
1.2	44	2,68	4	4	0,876
1.3	41	2,76	5	5	0,852
1.4	39	3,05	4	5	1,135
2.1	36	3,25	3	3	1,025
2.2	45	3,36	3,5	3	0,876
2.3	40	3,43	5	5	0,906
2.4	41	3,46	4	5	1,375
2a.1	40	3,55	3	3	1,131
2a.2	40	3,58	4	3	0,753
2a.3	43	3,63	4	5	0,809
2a.4	37	3,65	4	5	1,115
2b.1	45	3,73	4	3	1,031
2b.2	37	3,78	4	4	0,647
2b.3	42	3,93	4	4	1,070
2b.4	40	3,95	3	3	0,767
3.1	45	3,96	4	5	1,136
3.2	45	3,98	4	4	0,839
3.3	38	4,00	4	4	0,789
3.4	45	4,02	5	5	0,842
3.5	45	4,04	5	5	0,725
3.6	44	4,07	4	4	0,783
3.7.1	45	4,22	4	4	0,878
3.7.2	45	4,27	4	4	0,737
3.7.3	39	4,28	4,5	5	0,823
3.7.4	44	4,30	4	5	0,763
4.1	45	4,31	5	5	0,408
4.2	44	4,36	5	5	0,990
4.3	43	4,42	3	2	0,983
4.4	43	4,42	1	1	0,949
5.1	45	4,44	4	5	0,86
5.2	45	4,47	3	3	1,069
5.3	45	4,56	5	5	0,546
5.4	45	4,62	5	5	0,614
5.5	44	4,80	4	5	1,416

Fonte: Elaboração própria

## Média

A média é a medida central mais usada nos procedimentos estatísticos. Muitas vezes é usada como valor representativo de uma coleção ou do centro de uma distribuição.

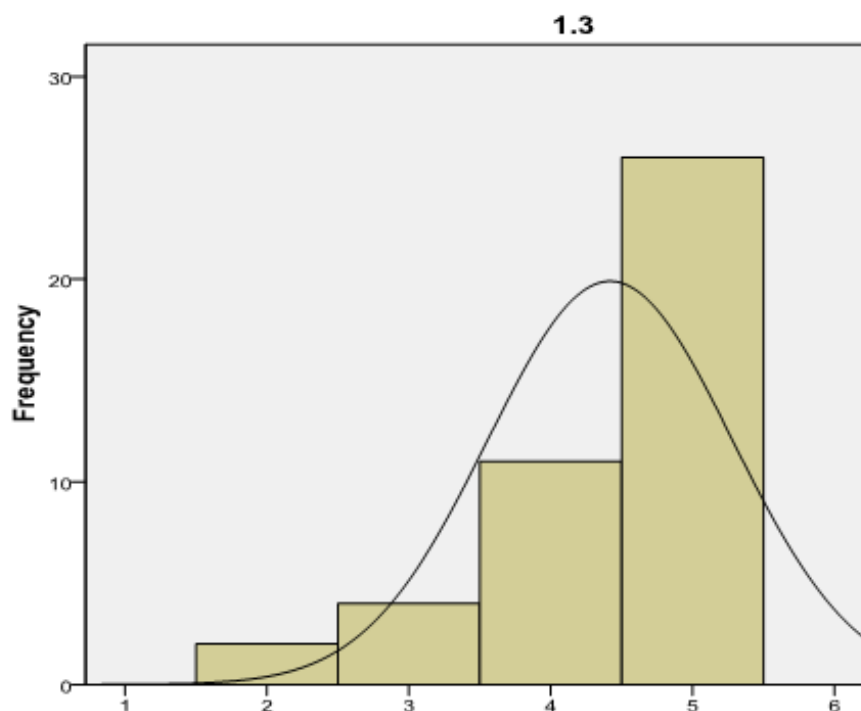
Gráfico: 7.10.1.3.40 - Médias obtidas nas várias respostas do questionário



Fonte: Elaboração própria

Ao analisar o gráfico 7.10.1.3.40, verificou-se que a média mais alta (4,8) atribuída à questão 4.2 - Aplicação do modelo de 5 em 5 anos seguindo-se a questão 5.4 - Promover mais a Natureza (ex: levadas, veredas e Laurissilva); a questão 1.3 - O turismo, na sua opinião, tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM, nos últimos 10 anos e a questão 2.3 - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamento/turistas/receitas na RAM, nos últimos 10 anos. A média mais baixa (1,8) corresponde à questão 4.4 - Aplicação do modelo num período superior a 10 anos e logo a seguir vem a questão 4.3 - Aplicação do modelo de 10 em 10 anos. Constatou-se também que as médias das respostas dadas pelos inquiridos situam-se em maior percentagem entre o valor 4 e 4,5, em que o número 4 significa “concorda” e o 5 “concorda absolutamente”, na escala de *Likert*. Onze dos inquiridos localizaram as suas respostas entre o 3 e o 4 e apenas três das respostas tiveram média inferior a 3, sendo que 3 corresponde à expressão “não concorda nem discorda” e 2 ao item “discorda”.

Gráfico: 7.10.1.3.41 - Representação de algumas medidas de localização



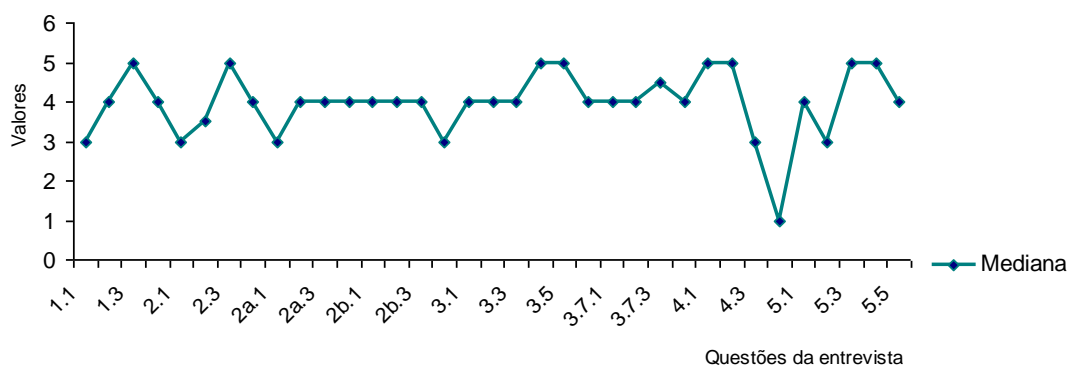
Fonte: Elaboração própria

Ao analisar o gráfico 7.10.1.3.41, verificou-se que a média das respostas dadas pelos inquiridos à questão 1.3 - O turismo tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM, nos últimos 10 anos, foi de 4,42. Dos 43 inquiridos que responderam a esta questão, 26 enquadram-se no valor 5 da escala de *Likert*, que corresponde a “concorda absolutamente” e 10 no número 4 “concorda”. Daí a curva de Gauss ser assimétrica no lado direito.

### Mediana

A mediana é uma medida de localização em distribuições com tendência central, sobretudo simétricas. É definida pela sua posição na sucessão ordenada de observações. Corresponde, portanto, ao valor que divide a série em duas partes iguais.

Gráfico: 7.10.1.3.42 - Mediana das respostas dadas às questões do questionário



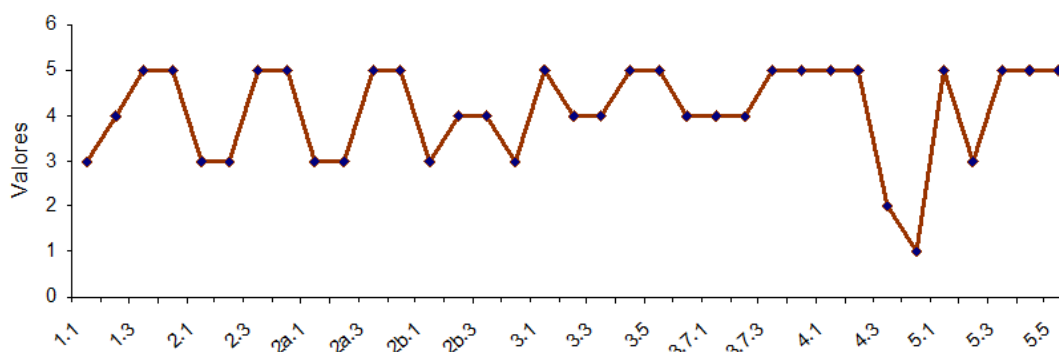
Fonte: Elaboração própria

Da análise ao gráfico 7.10.1.3.42, constatou-se que no primeiro grupo de questões a mediana mais elevada (5) corresponde à questão 1.3 - O turismo tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM, nos últimos 10 anos; no segundo grupo, foi a questão 2.3 - O turismo tem crescido em quantidade de alojamento/turistas/receitas na RAM, nos últimos 10 anos, com 5 de mediana, sendo que o 5 corresponde a “concorda absolutamente” na escala de *Likert*; no terceiro grupo e no quarto grupo de questões, o valor mais elevado da mediana foi 4, correspondendo este à palavra “concorda”, na mesma escala; no quinto grupo a média mais elevada foi 5 e ocorreu nas questões 3.4 - Os fatores intervenientes no crescimento do turismo na região foi a construção de infraestruturas físicas e investimento privado em novos hotéis (questão 3.5); no sexto grupo a mediana mais elevada (4,5) correspondeu à questão 3.7.3 - Maior apoio ao setor do turismo em termos de estratégia de marketing; no sétimo grupo a mediana mais elevada (5) ocorreu nas questões 4.1 - A existência de um modelo seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo na Madeira e 4.2 - O MAPT deve ser aplicado na região de 5 em 5 anos e por fim, no oitavo grupo de questões a mediana mais elevada (5) também ocorreu em duas questões - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística foram a realização de estudos de mercado (5.3) e promover mais a Natureza (5.4). Quanto à questão que apresentou o valor mais baixo da mediana (1), foi a questão 4.4 - Aplicação do modelo num período superior a 10 anos.

## Moda

A moda é a medida de localização menos usada. De facto, para dados não classificados, a moda define-se como o valor mais constante. Em amostras grandes de uma variável discreta, a moda pode fazer muito sentido. Portanto, a moda corresponde ao valor da variável observada com maior frequência, isto é, o valor da série mais vezes repetido.

Gráfico: 7.10.1.3.43 - Moda das respostas dadas às questões do questionário



Fonte: Elaboração própria

Da análise ao gráfico 7.10.1.3.43, constatou-se que 17 das questões apresentam o valor modal de 5 “concorda absolutamente” ou seja quase 50% das respostas dadas pelos inquiridos e com o valor modal 1 “discorda inteiramente” apenas uma pessoa.

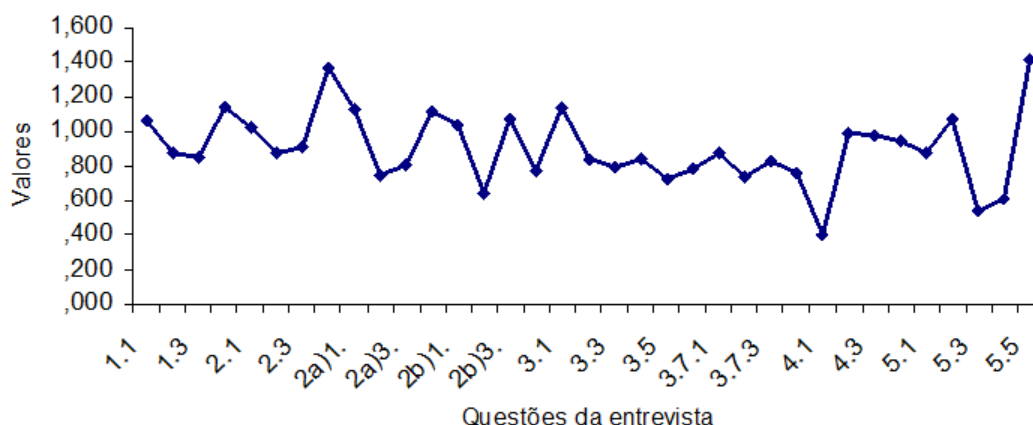
## Desvio-padrão

O desvio-padrão é a medida de inconstância de mais larga aplicação nos trabalhos estatísticos e também de investigação. Designa-se por desvio-padrão a raiz quadrada positiva da variância:

$$\sigma_x = \sigma = + \sqrt{\text{VAR}(x)}$$

O seu interesse deriva de vir expresso nas mesmas unidades de medida que a variável **X**.

Gráfico: 7.10.1.3.44 - Desvio-padrão das respostas dadas às questões do questionário



Fonte: Elaboração própria

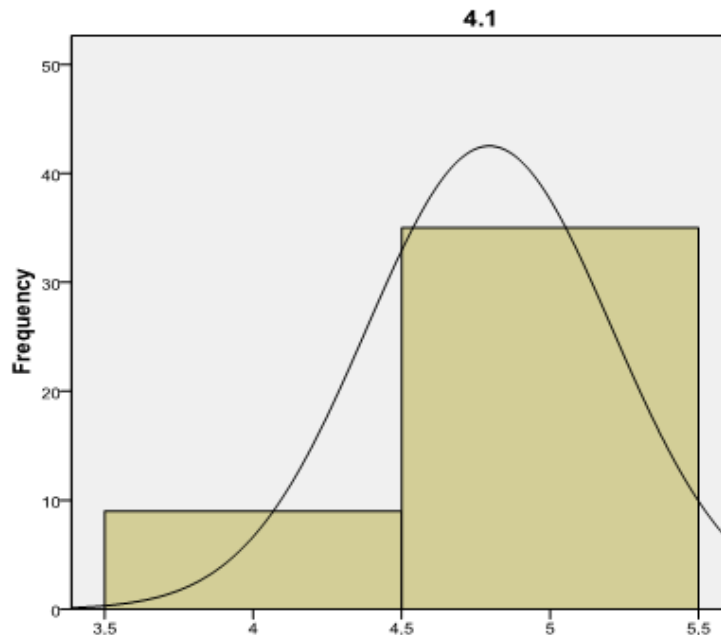
Analisando o gráfico 7.10.1.3.44, verificou-se que a questão com valor de desvio-padrão mais baixo foi a 4.1 - A existência de um modelo MAPT seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo (0,408), o que significa que a maior parte dos inquiridos respondeu afirmativamente, atribuindo o máximo de importância, no contexto geral. Segue-se a questão 5.3 - Realização de estudos de mercado (0,546).

**A questão 5.5** - Constituição de uma transportadora aérea madeirense que contribua para facilitar as ligações aéreas com os vários países, apresentou o valor do desvio-padrão mais elevado (1,416), seguindo-se a questão 2.4 - O turismo tem crescido em quantidade de alojamento/turistas/receitas na RAM, nos últimos 5 anos (1,375).

Constatou-se ainda que no geral, as respostas dadas pelos inquiridos localizaram-se entre o desvio-padrão de valor 0,800 e o valor 1,100, o que demonstra que as respostas se encontram entre o valor 3,5 e 4,5 na escala de *Likert*, sendo que o 3 corresponde à expressão “não concorda nem discorda”, o 4 à palavra “concorda” e o 5 à expressão “concorda absolutamente”.

Verificou-se ainda que a maior parte dos inquiridos reconhecem que a existência de um MAPT seria importante para avaliar a evolução do fenómeno turístico na Madeira e que também os estudos de mercado são fundamentais para o crescimento do setor turístico da região. Por outro lado, a maior parte dos inquiridos concorda da necessidade da Madeira dispor de uma companhia aérea para ligar a ilha aos vários países oriundos dos turistas que visitam a região.

Gráfico: 7.10.1.3.45 - Representação da média e do desvio-padrão



Fonte: Elaboração própria

Ao analisar o gráfico 7.10.1.3.45, inerente à questão 4.1 – A existência de um MAPT a aplicar na RAM seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo, do questionário realizado a indivíduos ligados direta ou indiretamente ao turismo na Madeira, verificou-se que esta questão apresenta 4,8 como média e 0,408 de desvio-padrão.

Depreende-se ainda da análise ao gráfico 7.10.1.3.45 que as respostas dos inquiridos se localizam entre os extremos 3,5 e 5,5, respetivamente, da curva de Gauss e que 35 das respostas dadas pelos inquiridos enquadram-se no valor 5 “concorda absolutamente” da escala de *Likert* e 9 no valor 4 “concorda”. Logo, 100% dos inquiridos reconhecem que a Madeira deve dispor de um MAPT para avaliar o setor do turismo ao longo dos anos.

## 7.11 Análise de conteúdo do questionário

No âmbito da aplicação do questionário a 45 inquiridos, foi elaborada uma tabela onde constam todas as respostas dadas pelos inquiridos e, a partir desta, realizou-se a análise de conteúdo. O texto inerente a cada questão resultou, praticamente, das respostas comuns, apresentadas pelos indivíduos inquiridos, representantes das respetivas entidades públicas e privadas, nomeadamente, em relação às perguntas abertas do questionário.

Em função do tratamento efetuado às questões abertas, apresentam-se as seguintes conclusões:

### **Questão 3.8 - Indique outros fatores que considerar relevantes**

Em face das respostas dadas por vinte dos quarenta e cinco inquiridos, à questão aberta sobre os fatores considerados relevantes, constatou-se que as respostas incidiram em três temáticas: estratégia, eventos e estudos.

Ao nível da estratégia, seis inquiridos defendem que o crescimento do turismo da Madeira depende de uma maior aposta na promoção e marketing; um outro propõe a diversificação e divulgação da gastronomia madeirense; outro sugere o incremento de voos *Charter* da Europa e dois propõem a criação de parques naturais e roteiros temáticos nos vários concelhos da região (vide tabela 7.11.31).

No tocante aos eventos, apenas quatro indivíduos sugerem a realização de eventos internacionais, festivais musicais, feiras temáticas ao longo do ano e congressos internacionais de turismo, como medidas para cativar mais turistas a visitar a Madeira.

Quanto aos estudos, seis dos inquiridos sugeriram estudos do perfil do turista e de novos mercados, a investigação em turismo ao nível do Ensino Superior, a criação de uma Bolsa de Turismo na Madeira todos os anos para promover os seus recursos e produtos turísticos e, por fim, a criação de um Barómetro do Turismo para avaliar e monitorizar o setor. É de referir ainda que vinte e cinco inquiridos não responderam a esta questão, ou seja 55%.

Tabela: 7.11.31 - Resultados dos inquiridos à questão 3.8

<p><b>Estratégia</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Apostar mais na promoção/marketing (6)</li><li>- Diversificar e divulgar a gastronomia madeirense (1)</li><li>- Aumentar o número de <i>charters</i> a partir da Europa (1)</li><li>- Criar parques naturais em todos os concelhos para explorar o turismo de natureza (1)</li><li>- Criar roteiros temáticos nos vários concelhos da Madeira (1)</li></ul>
--

**Eventos**

- Apostar em eventos internacionais (1)
- Promover festivais musicais (1)
- Feiras temáticas ao longo do ano (1)
- Realizar congressos internacionais de turismo (1)

**Estudos**

- Estudo do perfil do turista (1)
- Estudos de novos mercados (2)
- Implementar a investigação em turismo nas instituições de Ensino Superior (1)
- Criar uma Bolsa de Turismo da Madeira para promover mais a Região (1)
- Criar um Barómetro do Turismo para avaliar e monitorizar o setor (1)

Fonte: Elaboração própria

**Questão 5.6 - Indique outra (s) medida (s) para aumentar a afluência turística**

Ao analisarmos os resultados apresentados pelos trinta e cinco indivíduos que responderam à questão em apreço (5.6), tabela 7.11.32, verificou-se que, quanto às estratégias, a maior percentagem (37%) defende que a promoção e o marketing (8) e a conquista de novos mercados (5) são fundamentais para que a Madeira possa aumentar a afluência turística.

Destacamos ainda que três indivíduos propõem um plano estratégico para o turismo de curto e médio prazo. Dois sugerem a marca “Pérola do Atlântico” que existiu em meados do século XX, como determinante para aumentar o número de turistas e os restantes seis propõem cativar mais operadores turísticos, mais liberalização nas linhas aéreas, incentivar o turismo doméstico, manter a oferta, até que a região recupere as taxas de ocupação que teve no passado, oferecer o alojamento de montanha e melhorar a qualidade ambiental.

Ao nível dos eventos, três inquiridos apresentam o seguinte: promover mais eventos com projeção internacional relacionados com a natureza e outro sugere mais animação turística na hotelaria. Quanto à formação, dois indivíduos propõem formação especializada na hotelaria e na restauração para melhorar as habilitações dos trabalhadores e, por conseguinte, a qualidade dos serviços prestados, um sugere a melhoria do trabalho em rede e outro propõe que a Universidade da Madeira promova cursos na área do turismo e da gestão hoteleira. Por fim, em relação às obras, quatro inquiridos sugerem a ampliação dos portos do

Funchal e do Porto Santo e ampliar o aeroporto da Madeira, bem como a abertura de vias de penetração na área da floresta Laurissilva, assim como proteger mais o ambiente.

Tabela: 7.11.32 - Resultados dos inquiridos à questão 5.6

<p><b>Estratégias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conquistar novos mercados turísticos (5)</li> <li>- Mais promoção/marketing (8)</li> <li>- Cativar mais operadores turísticos (1)</li> <li>- Mais liberalização nas linhas aéreas (1)</li> <li>- Voltar à marca “<b>Madeira Pérola do Atlântico</b>” (2)</li> <li>- Plano estratégico para o turismo a curto e médio prazo (3)</li> <li>- Incentivar mais o turismo doméstico (1)</li> <li>- Manter a oferta até recuperar as taxas de ocupação que tínhamos no passado (1)</li> <li>- Oferecer o alojamento de montanha (1)</li> <li>- Melhorar a qualidade ambiental (1)</li> </ul>
<p><b>Eventos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover mais eventos, principalmente no Inverno (1)</li> <li>- Criar novos eventos com projeção internacional relacionados com a natureza (1)</li> <li>- Apostar mais na animação turística ao nível da hotelaria (1)</li> </ul>
<p><b>Formação</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apostar na formação especializada na hotelaria e restauração (1)</li> <li>- Melhorar o trabalho em rede (1)</li> <li>- A Universidade da Madeira deveria promover cursos na área do turismo e da gestão hoteleira (1)</li> </ul>
<p><b>Obras</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliar o porto do Funchal e o porto do Porto Santo (1)</li> <li>- Criar novas vias viárias nas áreas da Laurissilva (1)</li> <li>- Proteger mais a natureza, criando aceiros e pontos de vigilância (1)</li> <li>- Ampliar o aeroporto da Madeira (1)</li> </ul>

NR – Não Respondeu: 10 indivíduos

Fonte: Elaboração própria

### **Questão 6.1 - Nos próximos 5 anos**

Em função dos resultados obtidos na questão (6.1), concluiu-se que dos trinta e dois indivíduos que responderam, 28% considera que a procura irá estagnar, enquanto 40% prevê um crescimento lento e 19% pressupõe que haverá um decréscimo da oferta turística. Os restantes 13% preveem que o aumento dependerá de novos mercados e que a procura

dependerá muito do investimento a realizar na promoção da Madeira, assim como da conjuntura internacional que provocará muita incerteza quanto ao futuro. Quanto à oferta, constatou-se que dos trinta indivíduos que responderam, 56% preveem uma estagnação da oferta nos próximos cinco anos e 44% acreditam num aumento da oferta turística, tabela 7.11.33.

Tabela: 7.11.33 - Resultados dos inquiridos à questão 6.1

Procura	Oferta
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescimento lento (5 indivíduos)</li> <li>- Estabilidade da oferta ou estagnação (9)</li> <li>- Decréscimo da oferta (6)</li> <li>- Aumento progressivo (8)</li> <li>- O aumento dependerá de novos mercados (2)</li> <li>- A procura irá diminuir se não for realizado mais investimento na promoção (1)</li> <li>- Muita incerteza devido à conjuntura internacional (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estagnação (17 indivíduos)</li> <li>- Aumento ligeiro (7)</li> <li>- Crescimento (5)</li> <li>- Aumento da oferta (3)</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

### Questão 6.2 - Nos próximos 10 anos

Em relação aos próximos dez anos - questão (6.2), dos vinte e três inquiridos que responderam, verificou-se que 6 preveem um crescimento lento da procura, 5 referem a estagnação, 2 são de opinião que a oferta irá diminuir e 3 menciona que esta aumentará. Os restantes 7 indivíduos responderam que a situação futura dependerá da promoção, da estratégia a adotar pelo Governo Regional e que é difícil responder para um período a 10 anos (vide tabela 7.11.34).

Quanto à oferta, 5 dos inquiridos preveem uma estagnação da oferta, 9 (38%) é de opinião que haverá um crescimento da oferta e 2 indicam uma diminuição. Os restantes 7 reconhecem que é difícil responder e os outros 4 referem que depende da estratégia a adotar pelo Governo Regional e da promoção a realizar para os próximos 10 anos, tabela 7.11.34.

Tabela: 7.11.34 - Resultados dos inquiridos à questão 6.2

Procura	Oferta
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescimento lento (6 indivíduos)</li> <li>- Estagnação (5)</li> <li>- Diminuição (2)</li> <li>- Aumento da oferta (3)</li> <li>- É difícil responder (3)</li> <li>- A situação dependerá da promoção (1)</li> <li>- Depende da estratégia a adotar pelo governo (1)</li> <li>- Trabalhar ano a ano num plano de 5 anos (1)</li> <li>- Poderá melhorar a situação no futuro (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estagnação (5 indivíduos)</li> <li>- Crescimento lento (6)</li> <li>- Aumento da oferta (3)</li> <li>- É difícil responder (3)</li> <li>- Diminuição (2)</li> <li>- Depende da estratégia a adotar pelo governo (1)</li> <li>- A situação da promoção (1)</li> <li>- Há excesso de oferta (1)</li> <li>- Poderá melhorar a situação no futuro (1)</li> </ul>

NR – Não Respondeu: 22 indivíduos

Fonte: Elaboração própria

## Conclusão

Em relação às políticas públicas, verifica-se que o Governo Regional da Madeira tem evidenciado uma atuação muito eficaz quanto às atividades turísticas, através da construção de infraestruturas básicas e equipamentos de suporte em relação ao turismo, visando o desenvolvimento e crescimento deste setor. Neste âmbito, concentrou a promoção do destino numa única entidade - Associação de Promoção da Madeira, ampliação do aeroporto, tornando-o intercontinental, ampliação do Porto do Funchal, construção de novas vias de comunicação em toda a região para facilitar as deslocações das pessoas e bens, com melhor segurança e mais eficácia.

Não obstante, o esforço do Governo Regional, constata-se que este ainda não dispõe de um Plano Estratégico para o Turismo (PET) de curto, médio e longo prazo e algumas autarquias não têm acompanhado os investimentos nos respetivos territórios autárquicos, pois a elaboração de planos relacionados com o turismo não existe.

A sustentabilidade ambiental, social e económica é determinante no desenvolvimento do setor turístico e esta só tem sentido se os gestores do território (governo e autarquias)

apresentarem medidas e ações políticas que possam evidenciar essa forma sustentada de atuar sobre as unidades geográficas que são objeto de implementação das atividades ligadas ao turismo. Não se pode promover o desenvolvimento do turismo sem respeitar a sua dimensão ambiental, social ou económica, isto é, sem sustentabilidade. Por esta razão, defende-se que a qualidade do turismo só pode ser garantida com a sustentabilidade do seu desenvolvimento, associada ao planeamento do território.

Os modelos abordados, Butler (1980), Strapp (1988), Inskip (1991), Lourenço (2003), Leiper (2004) e Álvares (2008), foram determinantes na aplicação do MAPT à RAM no período temporal considerado (1980 a 2009), na medida em que permitiram analisar a realidade territorial desta região turística com maior segurança e profundidade, assim como avaliar a situação do fenómeno turístico numa região com 300 anos de atividade turística.

A nível do planeamento e ordenamento do território, os primeiros instrumentos implementados na RAM só ocorreram em 1995 (POTRAM) e, ao nível do planeamento turístico, o primeiro plano (POT) surgiu apenas em 2002. Isto significa que durante muitos anos foram construídas infraestruturas, equipamentos públicos e algumas edificações hoteleiras sem a devida planificação, em termos de harmonia paisagística e adequada inserção territorial. O facto do “novo POTRAM” não se encontrar ainda em vigor permite que a planificação e materialização de determinadas obras não estejam em sintonia com os outros instrumentos de planeamento dos vários municípios.

Considerando o POT como o instrumento principal da atividade turística da Madeira, o facto de este ter surgido só em 2002 fez com que o planeamento turístico da região não acontecesse antes das infraestruturas hoteleiras e respetiva localização e afetasse, principalmente, a oferta que é superior à procura, provocando desequilíbrios em termos de custo/benefício, no tocante aos investimentos hoteleiros que foram realizados, refletidos na evolução da acomodação turística, entre 1980 e 2009 (cf. gráfico 7.9.1.14).

Após uma análise atenta deste estudo relacionado com os indicadores do turismo, conclui-se que o turismo da RAM tem vários séculos de história e que ao longo dos anos, ocorreram factos internacionais de diversa natureza, que se refletiram na entrada de turistas na região, bem como nas mudanças de tipologia turística.

A inauguração do aeroporto da Madeira em 1964 foi um marco determinante na hotelaria madeirense, na medida em que acelerou o desenvolvimento do turismo na região, uma vez que os turistas deixaram de chegar somente por via marítima. Quando esta

infraestrutura foi ampliada em 2000, novas alterações ocorreram ao nível do aumento do parque hoteleiro e na afluência muito significativa de turistas que passaram a chegar à Madeira sem efetuarem paragem em Lisboa ou no Porto. O aeroporto intercontinental tem sido extremamente importante para a expansão do fenómeno turístico na RAM.

No tocante ao número de hóspedes entrados na Madeira, constatou-se que este foi praticamente progressivo, embora com algumas oscilações entre períodos curtos de tempo, como ficou demonstrado na análise ao gráfico 7.6.1.1.3. Em termos de dormidas, conclui-se que foi inconstante ao longo dos 30 anos. Não obstante, como seria de esperar, no ano 1980, estas foram de 2.410.689 e, ao fim de 20 anos, passou para 5 milhões, sendo o valor máximo registado no ano de 2008, atingindo 6.208.144 dormidas (cf. gráfico 7.6.1.2.4), coincidindo com o melhor ano a nível do turismo madeirense no período estudado, pois entraram na região 1.013.281 turistas.

Em relação ao número de empreendimentos turísticos na RAM, estes diminuíram entre 1980 e 1987, aumentando depois progressivamente até 2009 (vide gráfico 7.6.1.3.5). Em termos de categoria dos estabelecimentos, houve um aumento acentuado dos hotéis ao longo dos 30 anos, uma média de 5 hotéis por cada 5 anos. Ao nível da capacidade de alojamento verificou-se um acréscimo, tendo quase triplicado entre o ano 1980 e 2009. Pois em 1980 existiam 11.454 camas, e no ano 2009, o valor passou para 28.934 (cf. gráfico 7.6.1.4.6). O número de pessoal ao serviço na hotelaria madeirense acompanhou a evolução do setor turístico, estando por isso, dependente do número de estabelecimentos existentes em cada momento da história do turismo na região. No período em estudo, verificou-se um crescimento gradual do pessoal ao serviço, atingindo os 7.405 trabalhadores em 2002 (cf. gráfico 7.6.1.5.7). Nos últimos anos estudados aumentou ligeiramente.

As taxas de ocupação ao longo dos anos mantiveram-se quase sempre acima dos 50%. Quanto à evolução das taxas de ocupação por categoria dos estabelecimentos, conclui-se que os hotéis sempre apresentaram valores acima dos 60%, seguindo-se os hotéis-apartamentos (vide anexo IV da tese).

A sazonalidade é um facto constante em todos os momentos estudados, existindo dois picos nos meses de abril (Festa da Flor) e agosto (festas tradicionais e período principal das férias, mormente dos portugueses), respetivamente. O mês de junho, apesar de coincidir com o verão, foi sempre o pior em termos de afluência turística, seguindo-se os meses de maio e julho (cf. gráfico 7.6.1.7.9). Quanto à sazonalidade dos fluxos da procura para a Madeira,

principalmente entre abril e julho, dadas as características físicas de proximidade e acessibilidade (reforçada com a ampliação do aeroporto da Madeira) de Portugal Continental, pensa-se que se poderá atenuar esta situação através do aumento do turismo interno.

Ao nível das receitas, conclui-se que o maior volume de receitas foi obtido em 2008 (cerca de 298 milhões de euros), porque a Madeira registou neste ano, uma maior afluência de turistas (1.013.000). Quanto ao valor mais baixo, este registou-se em 1982 (15 milhões de euros), conforme demonstra o gráfico 7.6.1.8.10. Em relação ao RevPar, verificou-se que este foi inconstante ao longo dos 30 anos estudados, como demonstra o gráfico 7.6.1.9.11. Entre os anos 1980 e 1991, o rendimento médio foi de 24,59 euros, diminuindo depois até ao ano 1994, para 21,52 euros. A partir de 1995 e até ao ano 2009, o valor médio foi de 34 euros, situando-se entre os 33 e os 31.

Conclui-se também que, apesar do número de camas ter aumentado de forma significativa entre o ano 1980 (12 mil) e o ano 2009 (29 mil), mais de 50%, num período de 28 anos (cf. gráfico 7.6.1.4.6), o valor médio por quarto em euros também aumentou, mas com valores pouco expressivos.

Quanto ao turismo de cruzeiros, este tem evoluído de forma muito positiva ao longo dos anos, contribuindo também para melhorar a economia da região, e, por conseguinte, para uma melhor qualidade de vida das pessoas que têm empresas ligadas a este segmento turístico. O número de excursionistas que utilizam este meio de transporte tem aumentado de forma acentuada, tendo já ultrapassado um milhão de passageiros em trânsito no porto do Funchal. Verifica-se que este segmento turístico está em expansão em todo o mundo, sendo que o porto do Funchal também tem acompanhado essa evolução, principalmente após a construção da nova gare, inaugurada no ano de 2008.

No tocante à análise SWOT, esta é demonstrativa das potencialidades que a região dispõe ao nível do património construído e do património natural, embora os produtos principais estejam associados à natureza, como é o caso dos percursos pedestres nas levadas e nas veredas da Madeira. Foram evidenciadas, ainda, as fraquezas que o destino Madeira contém atualmente, com destaque para o fator distância das grandes capitais europeias e o isolamento da ilha no meio do Atlântico, assim como as ameaças, principalmente as relacionadas com o ambiente e com as próprias catástrofes naturais, associadas às alterações climáticas e aos incêndios, que ocorrem na Madeira em determinados momentos do ano. Em

relação às ameaças, as chuvas intensas que se fazem sentir de vez em quando são vistas como um fator repulsivo dos turistas, porque as paisagens da ilha ficam totalmente adulteradas e descaracterizadas, o que exige grandes investimentos financeiros para manter os percursos em bom estado e os próprios muros de suporte das parcelas agrícolas. O mosquito *Aedes aegypti* que provoca o aparecimento do dengue é uma praga que também pode afastar muitos turistas da região no futuro, assim como a pandemia atual do COVID-19 que está a ter um efeito nefasto no turismo.

Em relação aos dados estatísticos do turismo disponíveis na região, aplicando o MAPT (cf. gráfico 7.9.2.20), para o efeito, recorrendo-se às seguintes variáveis: planeamento do turismo, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo, cuja modelação resultou nos gráficos apresentados (cf. gráficos 7.9.2.1.21; 7.9.2.2.23; 7.9.2.3.26 e 7.9.2.4.28, respetivamente) que refletem o comportamento do fenómeno turístico na RAM, no período 1980 a 2009.

A modelação da variável de investimento privado, realizada no período de 1995 a 2009, foi irregular e cíclico, o que é normal no setor do turismo, visto este ser dependente das várias conjeturas políticas e sociais que ocorrem não só no território madeirense, como também nos mercados emissores. A sua sensibilidade e vulnerabilidade conduzem a uma inconstância ao nível dos investimentos privados.

Portanto, foram observados os resultados da modelação na RAM quanto às variáveis planeamento turístico, investimento público em turismo, investimento privado em turismo e evolução do turismo, assim como a demonstração quanto à capacidade de aplicação do MAPT a uma realidade insular, uma vez que a região vive praticamente do turismo e para o turismo.

Considerando que se trata de um modelo teórico que visa ser aplicado a casos reais, onde o turismo seja um fator determinante no desenvolvimento e na afirmação dos territórios turísticos, não foram aplicados outros elementos que influenciam a atividade turística, tais como o ambiente, a história e a cultura, que também são fundamentais, em qualquer estudo turístico. Não obstante, seria inviável atender a estes aspetos num modelo onde são analisados e avaliados apenas dados quantitativos da atividade turística, ou seja, as séries de dados publicados sobre o turismo e que se encontram nas várias instituições regionais (Direção Regional de Estatística e Direção Regional de Turismo), nacionais (Instituto Nacional de Estatística) ou internacionais (Organização Mundial de Turismo).

A variável investimento público nos primeiros 20 anos do estudo em apreço apresenta uma constância dos valores, muito baixos, se se comparar com as necessidades prementes ao nível de toda a região. Foi nos últimos 10 anos do estudo, que o Governo Regional investiu mais em infraestruturas físicas (cf. tabela 7.9.2.3.21).

Quanto à variável investimento privado, esta foi aplicada apenas nos últimos 15 anos do período estudado (de 1995 a 2009), devido à existência de séries estatísticas sobre este tipo de investimento surgir apenas em 1995. Considerando este período, constatou-se que a variável investimento privado em turismo se manteve na intensidade do nível médio (II) entre 1995 e 2001, passando no ano 2002 para o nível máximo de intensidade (III) (cf. gráfico 7.9.2.3.26).

Atendendo a que o fenómeno turístico na Madeira tem três séculos e a aplicação do MAPT foi entre 1980 e 2009, pressupõe-se que a variável evolução do turismo antes de 1980 se manteve no nível mínimo (I), passando ao nível médio (II), onde permaneceu durante um período de 20 anos, em que o crescimento turístico foi lento, nos primeiros 10 anos e mais acentuado nos outros 10 anos. Atingiu a intensidade do nível máximo (III), no ano 2000, mantendo-se neste, embora o crescimento tivesse sido mais significativo até 2006 e estabilizado até ao ano 2009 (cf. gráfico 7.9.2.4.28).

Da análise efetuada através do programa IBM SPSS Statistics (versão 20.0), foram construídas tabelas de frequências de todas as variáveis e que permitiu apresentar as seguintes conclusões:

**Na questão 1** - O turismo, na sua opinião, tem sido o fator determinante no desenvolvimento da RAM, verificou-se que foi o ponto 1.3 - nos últimos 10 anos, aquele que obteve maior percentagem de respostas concordantes, sendo 61% no item “concorda absolutamente” e 25% no “concorda”, totalizando 86% das respostas dadas.

**Quanto à questão 2** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade do alojamento/turistas/receitas na RAM, com especial ênfase nos últimos 10 anos (i.e., item 2.3), observou-se o maior número de respostas concordantes, sendo 60,5% no item “concorda absolutamente” e 30,2% no “concorda”, totalizando 90,7% das respostas.

**Em relação à questão 2.a** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos alojamentos na RAM, o ponto 2.a.3 - nos últimos 10 anos, contribuiu com 86,6 % dos itens “concorda absolutamente” (44,4%) e “concorda” (42,2%).

**Na questão 2.b** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos turistas na RAM, o ponto 2.b.2 - até há 20 anos registou o maior número de respostas, sendo 51,3% no item “concorda” e 38,5% no item “concorda absolutamente”, o que perfaz 89,8% das respostas dadas.

**Na questão 3** - Fatores intervenientes no crescimento do turismo na região, o ponto 3.5 - Investimento privado em novos hotéis obteve 55,6% no item “concorda absolutamente” e 35,6% no “concorda”, o que perfaz 91,2% das respostas.

**Na subquestão 3.7** - Maior apoio ao setor do turismo em termos de financiamento, o ponto 3.7.4 - animação turística, colheu 86,7% nos itens “concorda absolutamente” (46,7%) e “concorda” (40,0%).

**Em relação à questão 4** - MAPT a aplicar na RAM, o ponto 4.1 – A existência de um modelo seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo obteve maior percentagem, sendo 79,5% no item “concorda absolutamente” e 20,5% no “concorda”, totalizando 100% nos dois itens.

**Quanto à questão 5** - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística, o ponto 5.3 – Realização de estudos de mercado, apresentou maior percentagem de respostas dadas (97,8 %), sendo que o item “concorda absolutamente” obteve 57,8% e o “concorda” 40,0%.

No tocante à análise de conteúdo ao questionário em relação às questões abertas, constatou-se o seguinte:

**Na questão 3.8** - Indique outros fatores que considerar relevantes, verificou-se que as respostas incidiram em três temáticas: estratégia; eventos e estudos.

**Em relação à questão 5.6** - Indique outra(s) medida(s) para aumentar a afluência turística constatou-se que, quanto às estratégias, a maior percentagem (37%) defende que a promoção e o marketing (8) e a conquista de novos mercados (5) são fundamentais para que a Madeira possa aumentar a afluência turística; três propõem um plano estratégico para o turismo de curto e médio prazo e dois sugerem a marca “Pérola do Atlântico” que existiu no século XX, como determinante para aumentar a afluência de turistas à RAM.

**Quanto à questão 6** - Que perspectivas tem quanto ao futuro do turismo na RAM, aos níveis da procura e da oferta - na subquestão 6.1 - Nos próximos 5 anos, verificou-se que dos trinta

e dois indivíduos que responderam, 28% considera que a procura irá estagnar, enquanto 40% prevê um crescimento lento e 19% pressupõe que haverá um decréscimo da oferta turística. Os restantes 13% preveem que o aumento dependerá de novos mercados e que a procura dependerá muito do investimento a realizar na promoção da Madeira, assim como da conjuntura internacional que provocará muita incerteza quanto ao futuro.

**Em relação à subquestão 6.2** - Nos próximos 10 anos, constatou-se que dos vinte e três inquiridos que responderam, 6 preveem um crescimento lento da oferta, 5 referem a estagnação, 2 são de opinião que a oferta irá diminuir e 3 mencionam que esta aumentará. Os restantes 7 indivíduos responderam que a situação futura dependerá da promoção, da estratégia a adotar pelo Governo Regional e que é difícil responder para um período a 10 anos.

A apresentação e o tratamento dos dados são tarefas muito importantes na investigação, porque ajudam a ter uma maior perceção do trabalho empírico realizado e a sua relação com o problema, objetivos e questões da investigação, igualmente com todas as temáticas abordadas.

A discussão dos resultados também é fundamental na investigação, para percebermos as respostas dadas às questões colocadas no estudo e a sua ligação com o problema e objetivos apresentados no início do trabalho em apreço, assim como a conexão com o enquadramento das referências utilizadas, a fim de verificar a relação entre os fenómenos considerados. Portanto, a interpretação dos resultados evidencia o tipo de análise realizada e os instrumentos utilizados no tratamento dos dados recolhidos e os resultados servem para avaliar a sua importância e contributo para uma determinada área científica, bem como, verificar até que ponto, podem ser extrapolados para outras populações.

Partindo dos pressupostos focados anteriormente, o capítulo 8 pretende evidenciar a discussão dos resultados que foram obtidos a partir de toda a informação recolhida, dos dados analisados e constatar se todo o trabalho evidenciado nesta investigação está conducente com a temática dos modelos de avaliação em turismo, aplicados aos territórios turísticos.



**CAPÍTULO 8**  
**Discussão dos resultados**



## **Introdução**

A discussão dos resultados obtidos, tendo em conta a investigação decorrente da problemática em apreço e os objetivos estabelecidos, é fundamental para um melhor entendimento do impacto que os mesmos poderão ter ao nível de futuros desenvolvimentos e possíveis limitações.

Nesta investigação, apesar da temática principal ser a aplicação de um novo modelo de avaliação do processo turístico, com um enfoque numa área específica (RAM), foram abordadas áreas do conhecimento afins, numa perspetiva multidisciplinar, uma vez que o turismo cruza, na sua essência, vários domínios tanto das ciências humanas e sociais como das ciências exatas.

Assim sendo, justificam-se as abordagens multidisciplinares apresentadas ao longo do estudo, desde a globalização do fenómeno turístico, as políticas públicas, a sustentabilidade, o planeamento regional, estratégico e turístico, a análise de modelos turísticos, a modelação do MAPT ao nível da RAM, às quais esteve subjacente um estudo exploratório.

Os resultados produzidos neste capítulo são bem demonstrativos da importância de aplicar modelos turísticos de avaliação e questionários associados ao fenómeno, num território em que este setor é determinante para o desenvolvimento da região em causa e do bem-estar das suas populações.

O estudo de caso evidencia também que ao ser aplicado o conhecimento científico explanado na investigação e os respetivos modelos associados ao turismo, são fundamentais para obtermos resultados credíveis e fiáveis, que podem ser transportados para outros territórios em que o turismo é um setor imprescindível ao desenvolvimento, promovendo e potenciando os seus recursos e produtos.

Os resultados incidem sobre a aplicação e modelação do novo modelo de avaliação em turismo (MAPT) no Arquipélago da Madeira, assim como do questionário, realizado a 45 indivíduos/entidades ligadas direta ou indiretamente ao setor do turismo.

### **8.1 Resultados principais**

Os resultados ora apresentados em detalhe, além de darem resposta às perguntas de partida e validarem as questões de investigação, pretendem dar uma sinopse dos dados mais

relevantes, e de cariz científico, subjacentes às tomadas de decisão ou à estruturação de previsões, a partir dos vários cenários que este trabalho poderá suscitar em termos futuros.

Constatou-se que os primeiros instrumentos de planeamento do território, implementados também na RAM, só ocorreram a partir dos anos noventa, do século XX. Quanto à aplicação do novo modelo de avaliação MAPT, constatou-se que a variável planeamento em turismo na Madeira teve o seu início em 1995, com o surgimento do POTRAM. A Intensidade do Ciclo (IC) atinge o valor máximo (III) apenas no ano 2002, quando foi aprovado o POT para a RAM (cf. gráfico 7.9.2.2.21).

O ciclo do planeamento turístico do MAPT (cf. gráfico 7.9.2.2.22), é representado através dos seguintes indicadores: número de planos a várias escalas, programas, estratégias/diretrizes e estudos solicitados pelo poder público. Nesta proposta de modelação, estes elementos são considerados importantes no início de um ciclo de turismo, isto porque o planeamento é o suporte para a estruturação e para a organização da atividade turística da RAM ou de outro território que apresente o turismo como setor importante da sua economia.

De acordo com o gráfico 7.9.2.2.21), na RAM verificou-se o nível (I) durante 22 anos (de 1980 a 2002). Em 2002, obteve-se o nível médio (II) na RAM, com o aparecimento do POT; o nível máximo (III), em 2003, o qual se manteve até 2009.

A variável investimento público evidenciou uma evolução pouco significativa durante quase toda a década de 80 do século XX, seguindo-se um ligeiro crescimento entre 1988 e 1999 (quase uma década). A partir de 1999, verificou-se um aumento dos investimentos públicos em turismo, por parte do Governo Regional. Em relação à modelação verificou-se que o investimento público se manteve no nível mínimo (I) até 2004. Constatou-se, depois, um investimento público muito expressivo, com uma intensidade média (II), ocorrida durante 4 anos. A intensidade do ciclo máximo (III) verificou-se em 2008, apresentando um crescimento intenso do investimento público aprovado até 2009 (cf. gráfico 7.9.2.2.23).

O investimento privado, outra das variáveis em estudo (cf. gráfico 7.9.2.3.25), surgiu depois do território estar devidamente planeado para promover as atividades turísticas e com a criação das infraestruturas físicas promovidas por parte do Governo Regional, constantes dos programas e políticas públicas implementadas no território, as quais atraíram o investimento privado por parte dos empresários, ao nível do turismo.

Quanto à modelação do investimento privado, constatou-se que a Intensidade do Ciclo (IC), teve o seu início na intensidade mínima (I), num curto período de tempo (3 anos),

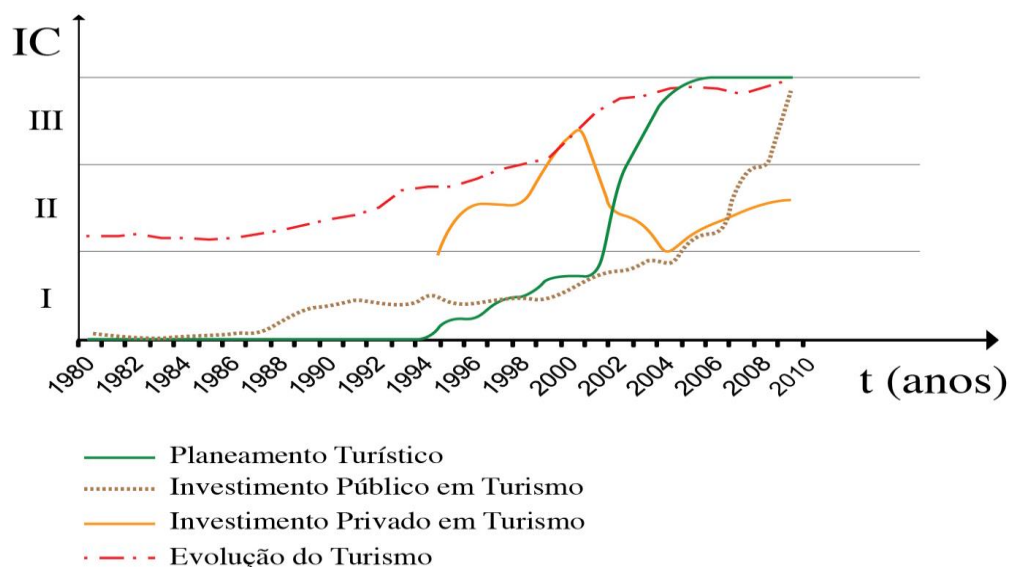
passando para o nível médio (II). Verificou-se um aumento acelerado nos investimentos privados, durante 10 anos, atingindo o nível máximo (III) ao fim de 18 anos. Diminuiu depois, atingindo o nível médio (II). Manteve-se no nível médio (II) durante 10 anos, voltando, contudo, a aumentar os investimentos, o que evidencia a inconstância do investimento privado ao longo dos anos. Os investimentos privados, por natureza, oscilam ao longo dos anos, como evidencia o gráfico 7.9.2.3.25. Atinge o pico mais elevado, ao fim de 18 anos, diminuindo de forma rápida, num período de 8 anos, ao baixar para o nível mínimo (I). Observa-se, depois, um crescimento acentuado durante 10 anos, atingindo um segundo pico do investimento, para voltar a diminuir de forma muito acentuada. De novo volta a crescer, eventualmente, nos anos seguintes.

Em relação à variável evolução do turismo e indicadores, projetada na intensidade do ciclo, verificou-se que o crescimento do turismo na RAM começou muitos anos antes do período considerado neste estudo de investigação, mantendo-se ao nível mínimo (I). Atendendo a que a modelação compreende o intervalo de 1980 a 2009, logo a sua aplicação será considerada nesse mesmo período temporal. Verificou-se que o nível médio (II) decorreu num período de 20 anos. Constatou-se ainda que a evolução do turismo foi lenta, nos primeiros 10 anos, e mais acentuada, nos últimos 10 anos. Atingiu o nível máximo (III), no ano 2000, mantendo-se neste, embora o crescimento tivesse sido mais significativo até 2006 e estabilizado até 2009 (cf. gráfico 7.9.2.4.28), o que se refletiu no número de camas ocupadas, que se manteve nos últimos 10 anos estudados (cf. gráfico 7.6.1.4.6).

A aplicação do MAPT através da monitorização da atividade turística na Madeira, durante 30 anos, e a apresentação dos resultados atingidos servem de reflexão para o futuro do turismo numa região com vários tipos de constrangimentos naturais (i.e., relevo muito acidentado) e geográficos, como seja o facto de ser uma Região Ultraperiférica da Europa, e a Madeira ter apenas 736 Km<sup>2</sup> e estar rodeada por mar.

Portanto, foram observados os resultados da modelação na RAM, quanto às variáveis planeamento, investimento público, investimento privado e evolução do turismo e a demonstração quanto à capacidade de aplicação do MAPT a uma realidade insular, uma vez que a região vive praticamente do turismo e para o turismo. O gráfico 8.1.46, que é apresentado a seguir, evidencia a modelação do MAPT, aplicado à Madeira, com as quatro variáveis concebidas no modelo teórico da investigação.

Gráfico: 8.1.46 - Modelo teórico aplicado à RAM



Fonte: Elaboração própria

A aplicação do MAPT com a agregação da variável “investimento privado em turismo”, resultou dos contributos apresentados por outros investigadores, designadamente Lourenço (2003), cujo modelo possibilita uma compreensão dos processos de expansão urbana e Álvares (2008), cujo modelo tem como objetivo permitir a análise e a monitorização de processos de desenvolvimento turístico. No novo modelo, a variável “crescimento do turismo” do modelo de Álvares (2008) passou à nomenclatura “evolução do turismo”, bem como foi incluído uma quarta variável denominada de “investimento privado em turismo”.

As curvas que representam as variáveis mencionadas no MAPT foram traçadas após a compilação dos dados para um período de 30 anos (de 1980 a 2009). No modelo são utilizadas as duas variáveis já utilizadas por Lourenço (2003), para uma visualização gráfica, em alternativa ao modelo de Butler, em que não é efetuada uma parametrização da intensidade do ciclo, isto é, no eixo das ordenadas consta a variável Intensidade *do* Ciclo (IC) e, no eixo das abcissas, a variável *tempo* (t) e que nesta investigação é de 30 anos.

A modelação efetuada à RAM também permitiu demonstrar que a variável do planeamento só foi considerada importante pelo Governo Regional a partir de 1995, com o surgimento do POTRAM; que o investimento público em turismo teve um crescimento lento nos primeiros vinte anos (de 1980 a 2000), tendo aumentado significativamente a partir de

2004 até 2008; que o investimento privado foi essencial para o crescimento do turismo da RAM, embora fosse inconstante ao longo dos anos e que a evolução do turismo refletiu as variáveis anteriores, embora o crescimento mais significativo tivesse ocorrido nos últimos dez anos do estudo (cf. gráfico 7.9.2.4.28).

Ao nível da variável do planeamento, embora a intensidade do ciclo (IC) devesse começar com o nível máximo (III) e manter-se neste, durante pelo menos 20 anos, este nível só foi atingido na Madeira, a partir de 2002, com o surgimento do POT que foi aplicado em todo o território da região. De acordo com o gráfico 7.9.2.1.21, na RAM constatou-se o nível (I) durante 22 anos (de 1980 a 2002). Em 2002, a região passou para a intensidade do nível médio (II), com o aparecimento do POT, atingindo também o nível máximo (III) em 2003 e mantendo esse nível até 2009.

A variável investimento público começou no nível mínimo (I) de intensidade e aí se manteve durante 25 anos. Passou para o nível médio (II), no ano 2005, permanecendo neste nível durante 3 anos. Depois passou para o nível de intensidade máximo (III), no ano de 2008, mantendo-se neste até ao ano 2009 (cf. gráfico 7.9.2.2.23).

Quanto ao investimento privado em turismo, em termos de Intensidade do Ciclo (IC), este teve o seu início na intensidade mínima (I), no menor período de tempo possível (5 anos), passando para o nível médio (II). Evidenciou-se um aumento acelerado dos investimentos privados, também num curto período de tempo (quase 5 anos), atingindo rapidamente a intensidade do nível máximo (III) ao fim de dez anos (cf. gráfico 7.9.2.3.25).

Em relação à variável evolução do turismo e indicadores, verificou-se que o crescimento do setor turístico começou muitos anos antes de 1980. Este manteve-se no nível mínimo de intensidade (I). Em 1980 o fenómeno turístico da RAM encontrava-se no nível médio (II) e prolongou-se até ao ano de 2000, ano a partir do qual entrou no nível máximo (III), até 2009 (cf. gráfico 7.9.2.4.28).

Comparando a evolução do investimento público, em turismo, com o investimento privado (cf. gráfico 7.9.3.31), constatou-se que em determinados períodos, à medida que aumentava o investimento público na região, o investimento privado em turismo também aumentava. Noutros intervalos temporais, a situação foi inversa, sendo, nesses períodos, o investimento privado muito superior ao do público (por exemplo, entre 1998 a 2000). No entanto, a taxa de retorno total do investimento, em vários momentos foi reduzida, isto porque as taxas de ocupação/média foram baixas e o próprio RevPar (cf. gráfico 7.6.1.9.11).

## **8.2 Resultados das respostas dadas ao questionário com a aplicação da escala de Likert**

**Em relação à questão 1** - O turismo, na sua opinião, tem sido o fator determinante no desenvolvimento da RAM, verificou-se que foi o ponto 1.3 - nos últimos 10 anos, aquele que obteve maior percentagem de respostas concordantes, sendo 61% no item “concorda absolutamente” e 25% no “concorda”, totalizando 86% das respostas dadas (vide gráfico 7.10.1.2.32).

**Na questão 2** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade do alojamento/turistas/receitas na RAM, com especial ênfase nos últimos 10 anos (i.e., item 2.3), observou-se o maior número de respostas concordantes, sendo 60,5% no item “concorda absolutamente” e 30,2% no “concorda”, totalizando 90,7% das respostas (vide gráfico 7.10.1.2.33).

**Quanto à questão 2.a** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos alojamentos na RAM, o ponto 2.a.3 - nos últimos 10 anos, contribuiu com 86,6 % dos itens “concorda absolutamente” 44,4% e “concorda” 42,2% (vide gráfico 7.10.1.2.34).

**Na questão 2.b** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos turistas na RAM, o ponto 2.b.2 - até há 20 anos registou o maior número de respostas, sendo 51,3% no item “concorda” e 38,5% no item “concorda absolutamente”, o que perfaz 89,8% das respostas dadas (vide gráfico 7.10.1.2.35).

**Em relação à questão 3** - Fatores intervenientes no crescimento do turismo na região, o ponto 3.5 - Investimento privado em novos hotéis obteve 55,6% no item “concorda absolutamente” e 35,6% no “concorda”, o que perfaz 91,2% das respostas (vide gráfico 7.10.1.2.36).

**Na subquestão 3.7** - Maior apoio ao setor do turismo em termos de financiamento, o ponto 3.7.4 - animação turística, colheu 86,7%, sendo 46,7% no item “concorda absolutamente” e 40,0% no “concorda” (vide gráfico 7.10.1.2.37).

**Em relação à questão 4** - MAPT a aplicar na RAM, o ponto 4.1 - A existência de um modelo seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo obteve maior

percentagem, sendo 79,5% no item “concorda absolutamente” e 20,5% no “concorda”, totalizando 100% nos dois itens (vide gráfico 7.10.1.2.38).

**Quanto à questão 5** - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística, o ponto 5.3 - Realização de estudos de mercado, apresentou maior percentagem de respostas dadas (97,8 %), sendo que o item “concorda absolutamente” obteve 57,8% e o “concorda” 40,0% (vide gráfico 7.10.1.2.39).

No tocante à análise de conteúdo do questionário, em relação às questões abertas, constatou-se o seguinte:

**Na questão 3.8** - Indique outros fatores que considerar relevantes, verificou-se que as respostas incidiram em três temáticas: estratégia; eventos e estudos.

**Em relação à questão 5.6** - Indique outra(s) medida(s) para aumentar a afluência turística constatou-se que, quanto às estratégias, a maior percentagem (37%) defende que a promoção e o marketing (8) e a conquista de novos mercados (5) são fundamentais para que a Madeira possa aumentar a afluência turística; três propõem um plano estratégico para o turismo de curto e médio prazo e dois sugerem a marca “Pérola do Atlântico” que existiu no século XX, como determinante para aumentar a afluência de turistas à RAM.

**Quanto à questão 6** - Que perspectivas tem quanto ao futuro do turismo na RAM, aos níveis da procura e da oferta - na subquestão 6.1 - Nos próximos 5 anos, verificou-se que dos trinta e dois indivíduos que responderam, 28% considera que a procura irá estagnar, enquanto 40% prevê um crescimento lento e 19% pressupõe que haverá um decréscimo da oferta turística. Os restantes 13% preveem que o aumento dependerá de novos mercados e que a procura dependerá muito do investimento a realizar na promoção da Madeira, assim como da conjuntura internacional que provocará muita incerteza quanto ao futuro.

**Em relação à subquestão 6.2** - Nos próximos 10 anos, constatou-se que dos vinte e três inquiridos que responderam, 6 preveem um crescimento lento da oferta, 5 referem a estagnação, 2 são de opinião que a oferta irá diminuir e 3 mencionam que esta aumentará. Os restantes 7 indivíduos responderam que a situação futura dependerá da promoção, da

estratégia a adotar pelo Governo Regional e que é difícil responder para um período a 10 anos.

### **8.3 Resultados relativos às medidas de localização**

Em relação à média, o valor mais elevado foi de 4,8, sendo que 4 corresponde na escala de Likert a “concorda” e 5 “concorda absolutamente”, atribuído à questão 4.2 - Aplicação do novo modelo MAPT de 5 em 5 anos e a média mais baixa foi de 1,8, relativo à questão 4.4 - Aplicação do novo modelo num período superior a 10 anos. Constatou-se que as médias das respostas dadas pelos inquiridos situaram-se entre 4% e 4,5 % (cf. gráfico 7.10.1.3.40).

No tocante à mediana, verificou-se que no primeiro grupo de questões a mediana mais elevada foi 5, correspondendo à questão 1.3 - O turismo tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM, nos últimos 10 anos estudados. A questão 4.2 - O MAPT deve ser aplicado na região de 5 em 5 anos, obteve o valor mais elevado 5 “concorda absolutamente” na escala de *Likert* (cf. gráfico 7.10.1.3.42).

Quanto à moda, constatou-se que 17 dos inquiridos apresentaram o valor modal de 5 “concorda absolutamente” (cf. gráfico 7.10.1.3.43), o que corresponde a 37 % da amostra.

Em relação ao desvio-padrão, das respostas dadas às questões da entrevista, verificou-se que foi a questão 4.1 - A existência de um modelo de avaliação MAPT seria importante para avaliar e estágio de desenvolvimento do turismo, apresentou o valor mais baixo (0,408).

### **8.4 Correlações das questões realizadas aos três grupos do questionário**

No tratamento estatístico realizado às respostas dadas pelos 45 inquiridos, dividimos em três grupos de maior consistência: entidades públicas (11 elementos); gestores das unidades de alojamento (13) e outras entidades/pessoas ligadas ao turismo (21).

Após o cruzamento das variáveis de cada grupo, concluiu-se que não há relação, isto é, o grupo a que pertence o inquirido não altera a resposta. Logo independentemente do grupo a que pertencem, as opiniões são semelhantes (anexo V da tese).

Não obstante esta situação verificada, foram analisadas todas as respostas dadas pelos elementos dos vários grupos a cada pergunta, para ficarmos com uma perceção sobre as

respostas dadas e o respetivo peso, em relação aos itens de cada pergunta que a seguir se expõe sob a forma de texto, recorrendo à escala de *Likert*.

**Quanto à questão 1** - O turismo, na sua opinião, tem sido o fator determinante no desenvolvimento da RAM, a maior parte das respostas dadas nos quatro pontos, pelas entidades públicas situaram-se entre os 50,0% e os 80,0%, respetivamente, nos itens “concorda” e “concorda absolutamente”. Ao nível dos gestores das unidades turísticas de alojamento, as respostas foram muito díspares, sendo que no ponto 1.1 - Até há 30 anos atrás, a maior percentagem foi nos itens “discorda” (18,2%) e no “não concorda nem discorda” (36,4%) e os restantes valores situam-se entre o “concorda absolutamente” (36,4%) e o “concorda” (9,1%), totalizando 54,6% e 45,5%, respetivamente. Nos pontos 1.2 - Até há 20 anos, 1.3 - Até há 10 anos e 1.4 - Nos últimos 5 anos, as respostas situaram-se entre o “concorda” e o “concorda absolutamente”, 23,0% e 61,5%, respetivamente. Quanto às restantes entidades ou pessoas ligadas ao turismo, constatou-se que as maiores percentagens ocorreram entre o “concorda” e “concorda absolutamente”, sendo a média de 33,0% e de 35,0%, respetivamente.

**Em relação à questão 2** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamento/turistas/receitas na RAM - as respostas das entidades públicas situaram-se entre o “discorda” e o “não concorda nem discorda”, com uma média percentual de 23,2% e 31,4%, respetivamente. As restantes percentagens localizam-se entre os itens, “concorda” e “concorda absolutamente” e que no seu conjunto totalizam 25,0 % no ponto 2.1 - Até há 30 anos atrás; 44,4% no ponto 2.2 - Até há 20 anos; 90,0% no ponto 2.3 - Até há 10 anos e 55,5% no ponto 2.4 - Nos últimos 5 anos. Isto significa que 90,0% dos inquiridos consideraram que o turismo tem crescido em quantidade de alojamento, de turistas e de receitas na RAM até há 20 anos atrás. Ao nível dos gestores das unidades turísticas de alojamento, a maior percentagem ocorreu no ponto 2.3 - Nos últimos 10 anos, com 69,0% das respostas a se enquadrarem no item “concorda absolutamente”, seguindo-se o ponto 2.2 - Até há 20 anos, com 50,0%. Quanto ao grupo das outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o ponto 2.3 - Nos últimos 10 anos predominou o item “concorda absolutamente” com 65,0% das respostas, seguindo-se o ponto 2.2 - Até há 20 anos, no item “não concorda nem discorda”, com 42,1% das respostas.

**Na questão 2.a.** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos alojamentos na RAM, nas entidades públicas, o ponto 2.a.2 - Até há 20 anos, o item “não concorda nem discorda” obteve 62,5% das respostas, seguindo-se o ponto 2.a.4 - Nos últimos 5 anos, no item “concorda absolutamente”, obtivemos 55,6% das respostas. Em relação aos gestores das unidades turísticas de alojamento, nesta questão 2.a, o ponto 2.a.3 - Nos últimos 10 anos, o item “concorda”, com 46,2% das respostas, foi o mais representativo, seguindo-se o ponto 2.a.1 - Até há 30 anos, no item “não concorda nem discorda”, com 45,5% das respostas, sendo que o ponto 2.a.2 - Até há 20 anos, no item “concorda”, apresentam 41,7% das respostas. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo constatou-se que o ponto 2.a.3 - Nos últimos 10 anos, o item “concorda absolutamente”, apresenta 47,6% das respostas e o item “concorda”, também apresenta 47,6% das respostas, bem como o ponto 2.a.2 - Até há 20 anos, o item “concorda”, apresenta 47,0% das respostas. Ao somarmos os itens “concorda” e “concorda absolutamente” do ponto 2.a.3, totaliza 95,2% das respostas dadas, o que significa que quase todos os inquiridos consideram que o turismo cresceu em qualidade dos alojamentos na RAM nos últimos 10 anos.

**Quanto à questão 2.b** - O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade dos turistas na RAM, no grupo das entidades públicas, foi no ponto 2.b.2 - Até há 20 anos, com 55,6% das respostas, que a maior parte dos inquiridos respondeu, seguindo-se o ponto 2.b.3 - Nos últimos 10 anos, no item “concorda”, com 45,5% das respostas. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o ponto 2.b.2 - Até há 20 anos, o item “concorda”, com 50,0% das respostas, foi o mais representativo, seguido do ponto 2.b.3 - Nos últimos 10 anos, no item “concorda absolutamente”, com 46,2% das respostas. Neste ponto, se somarmos os itens “concorda” (30,8%) e “concorda absolutamente” (46,2 %), obtém-se 77,0% das respostas dadas, enquanto no ponto 2.b.2, o somatório dos dois itens corresponde a 83,3% das respostas. Em relação ao grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o ponto 2.b.3 - Nos últimos 10 anos, nos itens “concorda” e “concorda absolutamente”, apresentam 100% das respostas, sendo 50,0% em cada um. Significa que este grupo considera que o turismo tem crescido em qualidade dos turistas na RAM nos últimos 10 anos estudados.

**No tocante à questão 3** - Fatores intervenientes no crescimento do turismo na região, verificou-se que no ponto 3.1 - Conquista da autonomia política e administrativa, ao nível das entidades públicas, o item “concorda absolutamente”, obteve 63,6% das respostas dadas

pelos inquiridos. Nos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda”, foi o mais representativo, com 46,2% das respostas, enquanto no grupo das outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “não concorda nem discorda”, obteve 42,9% das respostas, seguido do item “concorda” com 28,6%.

**Em relação ao ponto 3.2** - Apoios financeiros da União Europeia, o grupo das entidades públicas obteve 54,5%, no item “concorda absolutamente”, seguido do item “concorda”, com 36,4% das respostas, totalizando os dois itens o valor de 90,9% das respostas. O grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento apresentou o item “concorda”, com 38,5%, seguido do item “não concorda nem discorda”, com 38,0% das respostas. Se somarmos os dois itens, “concorda” (38,5%), e “concorda absolutamente” (15,4%), obtemos 53,9% das respostas. No grupo das outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, constata-se que o item “concorda”, obteve 38,1% das respostas, seguido do “concorda absolutamente”, com 33,3%, totalizando os dois 69,4%.

**Quanto ao ponto 3.3** - Estabilidade política e social, as entidades públicas apresentam o item “concorda absolutamente”, com 70,0% das respostas e 20,0% corresponde ao item “concorda”. Portanto, quase todos os inquiridos reconhecem importante a estabilidade política e social vivida na Madeira como fundamental para o crescimento do fenómeno turístico. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda”, com 53,8% das respostas, foi o mais significativo, seguido do item “não concorda nem discorda”, com 30,8% das respostas. Ao nível do grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item com maior valor percentual foi o “concorda”, com 38,1% das respostas, seguido do “não concorda nem discorda”, com 33,3%. No entanto, se somarmos os valores dos itens “concorda” (38,1%) e “concorda absolutamente” (28,6%), obtém-se 66,7% das respostas dadas.

**No ponto 3.4** - Construção de infraestruturas físicas, as entidades públicas apresentam o item “concorda absolutamente” como o mais significativo, com 63,6% das respostas, seguido do “concorda”, com 18,2%, o que perfaz um total de 81,8%. O grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento também “concorda absolutamente”, com 61,5% das respostas, seguido do item “concorda”, com 23,1%, o que totaliza 84,6%, os dois itens. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda” apresenta 38,1%

das respostas, seguido do “concorda absolutamente”, com 28,6%. Concluiu-se que os três grupos reconhecem ser fundamentais as infraestruturas físicas para o crescimento do turismo na RAM.

**Em relação ao ponto 3.5** - Investimento privado em novos hotéis, as entidades públicas apresentam os itens “concorda absolutamente”, com 54,5% e o “concorda”, com 45,5%, como os mais significativos, totalizando os dois itens 90,0% das respostas. No grupo gestores das unidades turísticas de alojamento, 61,5% das respostas correspondem ao item “concorda absolutamente” e 30,8% ao item “concorda”, totalizando 92,3% os dois itens. Este valor demonstra que este grupo considera o investimento privado em novos hotéis muito importante para o crescimento do setor. As outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, consideram também os itens “concorda absolutamente”, com 52,4% das respostas e “concorda”, com 33,3% como os mais significativos na questão em apreço, o que perfaz 85,7%.

**No ponto 3.6** - Investimento privado em novas tipologias de alojamento, as entidades públicas apresentam o item “concorda”, com 54,5% das respostas e o item “concorda absolutamente”, com 45,5%, como muito significativos, os dois itens totalizam 100% das respostas. No grupo dos gestores de unidades turísticas de alojamento, tem-se como item predominante o “não concorda nem discorda”, com 46,2% das respostas, seguido do item “concorda absolutamente”, com 30,8%. No entanto, se somarmos os itens “concorda” (23,1%) e “concorda absolutamente” (38,8%), obtém-se 61,9% do total das respostas. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda”, obteve 42,9% das respostas e o item “concorda absolutamente” 19,1%, o que totaliza também 61,9% das respostas dadas pelas outras entidades/pessoas ligadas ao turismo. Concluiu-se, portanto, que os três grupos concordam com o investimento privado no setor do turismo na RAM.

**Quanto à questão 3.7** - Maior apoio ao setor do turismo em termos de (3.7.1) - marketing internacional da Madeira, as entidades públicas “concorda” (45,5%) e 36,4% “concorda absolutamente”. Nos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 46,2% das respostas, seguido do item “concorda”, com 23,1%, totalizando os dois 69,3% das respostas dadas. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda” obteve 42,9% das respostas, seguido do item “não concorda

nem discorda”, com 33,3%. No entanto, se somarmos os valores dos itens “concorda” (42,9%) e “concorda absolutamente” (19,0%), obtém-se 61,9% das respostas. Concluiu-se que os três grupos reconhecem o apoio financeiro ao marketing internacional fundamental para a expansão do setor turístico na RAM, na medida em que a região poderá conquistar novos mercados.

**No ponto 3.7.2** - Aconselhamento técnico nas novas tipologias como alojamento de montanha e alojamento em espaço rural, nas entidades públicas o item “concorda”, obteve 54,5% das respostas, seguido do item “não concorda nem discorda”, com 36,4%. No grupo gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda”, com 53,8% das respostas, foi o mais significativo, seguido do item “concorda absolutamente”, com 23,1%. Ao juntarmos os dois valores, obtém-se 76,9% do total das respostas dadas. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda”, com 52,4% das respostas, foi o mais representativo, seguido do item “concorda absolutamente”, com 38,1%. Os dois itens totalizam 90,5% das respostas dadas. Portanto, os três grupos também reconhecem determinante o apoio técnico às novas unidades de alojamento e ao turismo de natureza.

**Quanto ao ponto 3.7.3** - Estratégia de marketing, nas entidades públicas, o item com maior percentagem foi o “concorda”, com 45,5% das respostas, seguido do item “não concorda nem discorda”, com 36,4%. Não obstante, se adicionarmos os valores dos itens “concorda” e “concorda absolutamente”, obtém-se o valor 63,6% das respostas. No grupo gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 66,7% das respostas, seguido do item “concorda”, com 33,3%. Estes dois itens totalizam 100% das respostas dadas. O grupo das outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” obteve 57,1% e o item “concorda” 23,8%, totalizando 80,9%. Concluiu-se que é extremamente importante um maior apoio a uma estratégia de marketing para o desenvolvimento do setor turístico da RAM.

**No ponto 3.7.4** - Animação turística, nas entidades públicas, o item “concorda” obteve 54,5% das respostas e o item “concorda absolutamente” 45,5%. O somatório destes dois itens corresponde a 100% das respostas dadas. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 46,2% das respostas e o item “concorda” 38,5%, o que perfaz 84,7% das respostas dadas. O grupo das outras entidades ou

peças ligadas ao turismo verificou-se que o item “concorda absolutamente” obteve 47,6 % das respostas, seguido do item “concorda”, com 33,3%, o que perfaz 80,9%. Portanto, concluiu-se que a animação turística deve ser mais apoiada em termos financeiros.

**Em relação ao ponto 4.1** - A existência de um MAPT seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo, nas entidades públicas, o item “concorda absolutamente” obteve 60,0% das respostas e o item “concorda” 40,0%, o que totaliza 100% nestes dois itens. No grupo gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 84,6% das respostas e nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” atingiu os 85,7% das respostas dadas. Depreende-se dos resultados manifestados pelos três grupos que é imprescindível para a Madeira, um MAPT, para avaliar o estágio de desenvolvimento turístico da região, visando o crescimento sustentável do setor.

**No ponto 4.2** - A aplicação do modelo de 5 em 5 anos, as entidades públicas “concorda absolutamente” 70,0 % com este período temporal de aplicação do modelo e os gestores das unidades turísticas de alojamento também “concorda absolutamente” 61,5% e “concorda” 23,1%, totalizando os dois itens 84,6% das respostas dadas. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” obteve 61,9% e o “concorda” 14,3%, o que perfaz 76,2% das respostas nos dois itens. Concluiu-se que os três grupos concordam maioritariamente, que seja aplicado na Madeira um MAPT de 5 em 5 anos.

**Quanto ao ponto 4.3** - Aplicação do modelo de 10 em 10 anos, nas entidades públicas, o item “discorda” obteve 40,0% das respostas, o item “não concorda nem discorda” 30,0% e o item “concorda” apenas 10,0% das respostas dadas. Os gestores das unidades turísticas de alojamento também apresentam resultados análogos, ou seja, no item “discorda” foi de 53,8% das respostas e no “não concorda nem discorda” 30,8%. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, os resultados foram quase idênticos, pois no item “discorda” foi 33,3% e no item “não concorda nem discorda” 42,9% das respostas. Concluiu-se, portanto, que os três grupos de inquiridos não concordam com a aplicação do modelo de 10 em 10 anos na RAM.

**No ponto 4.4** - Aplicação do modelo num período superior a 10 anos, nas entidades públicas, o item “discorda inteiramente” obteve 70,0% das respostas e o item “discorda”

20,0%, o que perfaz 90,0% das respostas dadas nestes dois itens. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “discorda inteiramente” atingiu os 54,0% das respostas e o item “discorda” 23,1%. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “discorda inteiramente” obteve 49,0% das respostas, seguido do “discorda” com 38,1%. Concluiu-se que os três grupos de entidades discordam maioritariamente, da aplicação do modelo num período superior a 10 anos.

**Em relação à questão 5** - Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística, no ponto 5.1 - Diversificar a oferta em termos de produtos turísticos, o grupo das entidades públicas “concorda absolutamente” 45,5% e “concorda” 27,3% com esta medida a aplicar na região, o que perfaz 72,8%. Nos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda” obteve 53,8% das respostas e o item “concorda absolutamente” 30,8 %, o que perfaz 84,6 % nos dois itens. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” atingiu os 57,1% das respostas e o item “concorda” 23,8%, totalizando 70,9% das respostas dadas. Constatou-se, portanto, que os três grupos de entidades reconhecem muito importante diversificar a oferta em termos de produtos turísticos na Madeira.

**No ponto 5.2** - Promover a Madeira nos mercados americanos e asiáticos, nas entidades públicas, o item “concorda” obteve 45,5% das respostas e o item “concorda absolutamente” 18,2%. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “não concorda nem discorda” atingiu os 46,2% das respostas, seguido do item “concorda”, com 30,8%. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “não concorda nem discorda” obteve 38,1% das respostas, enquanto o item “concorda”, foi de 28,6% das respostas dadas. Verificou-se que, neste ponto, a maior percentagem das respostas dadas pelas entidades entrevistadas não concorda com a promoção em mercados americanos ou asiáticos.

**Em relação ao ponto 5.3** - Realização de estudos de mercado, no grupo das entidades públicas, os itens “concorda absolutamente” e “concorda” obtiveram a mesma percentagem, 45,5% das respostas, o que totaliza 91,0% nos dois itens. No grupo gestores de unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 61,5% das respostas, seguido do item “concorda”, com 38,5%, o que perfaz 100% nos dois itens. Em relação ao grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente”

obteve 61,9% das respostas e o item “concorda” 38,1%, o que totaliza 100% das respostas dadas nestes dois itens. Constatou-se que os três grupos reconhecem que a realização de estudos de mercado é fundamental para aumentar a afluência de turistas à RAM.

**No ponto 5.4** - Promover mais a Natureza (exemplo: levadas, veredas e Laurissilva), as entidades públicas responderam do seguinte modo: item “concorda absolutamente” 72,7% e no item “concorda” 18,2%, o que totaliza 90,9%. No grupo gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 53,8% das respostas, seguido do item “concorda”, com 38,5% e apenas 7,7 % no item “não concorda nem discorda”. Nas outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” atingiu os 76,2% das respostas, enquanto o item “concorda” obteve 19,0%, o que perfaz 95,2% das respostas dadas nos dois itens. Verificou-se, portanto, que os três grupos concordam quase em absoluto, com a necessidade de promover mais a Natureza, principalmente os percursos pedestres nas veredas e levadas da Madeira.

**Quanto ao ponto 5.5** - Constituição de uma transportadora aérea madeirense que contribua para facilitar as ligações aéreas com os vários países, nas entidades públicas, os oito indivíduos que responderam a esta questão, 62,5% “concorda absolutamente” e 25,1% “não concorda nem discorda”. O grupo de gestores das unidades turísticas de alojamento, responderam de forma diversa: 38,8% “concorda absolutamente”; 15,4% “concorda”; 30,8% “não concorda nem discorda” e 15,4% “discorda”. No grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” obteve 25,0% das respostas, “concorda” 25,0% e 15,0% “não concorda nem discorda”. Concluiu-se que 63,0% das respostas dadas pelas entidades públicas enquadraram-se no item “concorda”, o que significa que a maior parte dos entrevistados do setor público concorda com a constituição de uma transportadora aérea madeirense. Ao nível das outras entidades ligadas ao turismo também concordam, pois, o valor é de 51,0% das respostas, enquanto em relação aos gestores de unidades turísticas de alojamento que responderam, apenas 46,2% “concorda”.

No próximo capítulo são apresentadas as conclusões finais, onde são explicados os objetivos iniciais da investigação, às questões colocadas e que ajudam a compreender o problema do estudo em apreço, bem como realçam os factos significativos e reforçam os elementos principais para qualquer leitor.

As recomendações refletem a experiência vivenciada com a realização da investigação, as análises apresentadas e as conclusões de forma sintética, apontando algumas sugestões para futuros trabalhos relacionados com o turismo, mais concretamente, a aplicação de modelos de avaliação que permitam um desenvolvimento do setor de forma sustentada.



**CAPÍTULO 9**  
**Conclusões**



## **Introdução**

Neste capítulo são apresentadas as principais conclusões, que resultaram das várias temáticas analisadas na investigação e que são convergentes com os objetivos e as questões colocadas nesta investigação e que ajudam a compreender melhor o problema do estudo, assim como as conclusões obtidas com a aplicação do novo modelo de avaliação em turismo e sua modelação à RAM e as que estão associadas à aplicação do questionário que foi realizado a 45 indivíduos/entidades ligadas direta ou indiretamente ao fenómeno turístico na região, onde constaram questões fechadas e questões abertas com o intuito de obter informação mais fiável e consistente em relação ao setor do turismo.

As limitações encontradas no desenvolvimento do trabalho de investigação também evidenciam as dificuldades que os investigadores se deparam aquando da realização de estudos científicos com esta profundidade e diversidade de temas adstritos a várias ciências.

São referidos também os contributos do estudo de investigação que contempla o turismo, área que apresenta poucos estudos, nomeadamente na Madeira. Com a realização deste trabalho foi possível deixar alguns contributos à comunidade científica, mormente, sobre modelos de avaliação em turismo.

As recomendações refletem a experiência vivenciada com a realização da investigação, as análises apresentadas e as conclusões de forma sintética, apontando algumas sugestões em relação à realização de futuros trabalhos sobre o turismo. Por outro lado, para fidelizar o novo modelo apresentado, seria importante aplicá-lo a outros territórios que têm o turismo como um setor determinante para o desenvolvimento económico, social e ambiental, numa perspetiva da sua sustentabilidade quanto ao futuro.

### **9.1 Principais conclusões**

A presente investigação incidiu sobre a análise de processos turísticos e concretizou-se na aplicação de um novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT), a partir do modelo de Álvares (2008), com a substituição da variável “crescimento em turismo”, por “evolução do turismo” e agregação da variável “investimento privado” e respetiva modelação na RAM, entre os anos 1980 e 2009. Do modelo constam elementos integrantes do sistema turístico, tais como o planeamento, o investimento público, o investimento privado e a evolução do turismo.

O turismo é um fenómeno da globalização, embora os principais fluxos turísticos ocorram entre os países do Norte - países ricos, nomeadamente entre a Europa e os Estados Unidos da América (EUA) e vice-versa e entre os EUA e o Japão/Sudeste asiático. Os fluxos de menor dimensão ocorrem entre os EUA e o Mérxico; a Europa e o Norte de África; entre a América do Norte e a América do Sul; Europa e Rússia e vice-versa; Ásia Oriental e Ásia Meridional e entre a Europa e Arábia Saudita. O turismo tem contribuído para aproximar os povos do mundo, assim como para uma multiculturalidade entre os países de origem e os países de chegada.

De acordo com os conteúdos plasmados no capítulo 2, as políticas públicas são fundamentais em qualquer território vocacionado para a atividade turística, mormente, quanto às estratégias políticas a adotar para o desenvolvimento do turismo, assim como a defesa dos seus produtos e recursos turísticos que sustentam o setor do turismo.

O investimento privado é determinante para o desenvolvimento do turismo em qualquer região ou país, desde que bem planeado e com políticas públicas que possam permitir a sustentabilidade do setor. Os empresários da indústria do turismo são parceiros fundamentais em qualquer processo de desenvolvimento turístico, pois criam postos de trabalho e pagam impostos aos governos, o que contribui para o crescimento económico dos países ou regiões, bem como para uma melhor qualidade de vida da população autóctone e ajudam a promover os destinos.

Em relação à problemática do planeamento, abordada no capítulo 4, constatou-se que, o planeamento urbano, estratégico e turístico é indispensável em qualquer território que tenha nas atividades do turismo as principais premissas para atingir o seu desenvolvimento integral. Ficou também evidenciado que muitos autores defendem etapas do planeamento territorial diferentes, embora as metas a atingir sejam as mesmas. Em relação ao planeamento turístico, é determinante ter uma visão integradora no uso dos espaços com potencialidades para desenvolver este terceiro setor, bem como antecipar eventuais cenários futuros, evitando o declínio dos territórios turísticos.

Quanto aos conteúdos desenvolvidos sobre os modelos em turismo, no capítulo 5 verificou-se que a análise teórica dos vários tipos de modelos turísticos e a sua aplicação aos territórios que têm, no setor do turismo, uma das principais atividades económicas e sociais, permite uma melhor avaliação, monitorização e proposta de linhas de orientação política dos agentes ligados ao setor, visando o seu desenvolvimento sustentado. Conclui-se também que

é fundamental aplicar modelos de avaliação do turismo periodicamente visando uma melhor percepção da sua evolução, nomeadamente quanto à oferta e procura nos territórios turísticos.

A aceitação de um modelo teórico e dinâmico permitiu implementar, na presente investigação, técnicas metodológicas adequadas ao estudo pretendido, o que proporcionou obter conclusões pertinentes, as quais possibilitaram encontrar respostas para as questões da investigação, referidas no presente trabalho.

Não se pode promover o desenvolvimento do turismo sem respeitar a sua dimensão ambiental, social ou económica, isto é, sem sustentabilidade. Por esta razão, hoje, defende-se que a qualidade do turismo só pode ser garantida com a sustentabilidade do seu desenvolvimento, associada ao planeamento do território e, por conseguinte, a planificação de todas as infraestruturas e edificações a implementar na área geográfica em apreço, bem como a definição das melhores estratégias a introduzir, visando o curto e longo prazo.

Quanto ao capítulo 6, é de salientar que a metodologia adotada na investigação parece a mais apropriada para o desenvolvimento deste trabalho, indo ao encontro do problema colocado no seu início e dando respostas conducentes às quatro questões da investigação que foram apresentadas, assim como proporcionar descrições e análises que levassem à consecução dos objetivos específicos desta investigação.

No capítulo 7 relativo ao estudo de caso, verificou-se que a evolução do turismo no Arquipélago da Madeira, entre os anos 1980 e 2009 foi sempre inconstante, porque as intervenções públicas e privadas também variaram ao longo do período analisado. Constatou-se que a inauguração do Aeroporto da Madeira, em 1964, foi um marco histórico fundamental para a hotelaria madeirense, pois acelerou o processo de desenvolvimento do turismo na região, uma vez que os turistas deixaram de chegar, somente por via marítima. Quando esta infraestrutura foi ampliada em 2000, o parque hoteleiro da Madeira aumentou, assim como a afluência turística foi muito significativa, visto que os turistas passaram a chegar diretamente, sem qualquer paragem no continente português. O Aeroporto Intercontinental da Madeira tem sido extremamente indispensável para a expansão do fenómeno turístico na região.

A aplicação de um modelo teórico e dinâmico temporalmente permitiu encontrar respostas para as questões colocadas no início do presente estudo, nomeadamente as quatro questões de investigação.

Relativamente à importância dos modelos de avaliação nos estudos de investigação sobre o setor do turismo, importa referir que os resultados obtidos no questionário realizado aos 45 indivíduos/entidades ligadas direta ou indiretamente ao turismo, comprovaram que 100% dos inquiridos concordam com a existência de um modelo de avaliação e monitorização do turismo da RAM. Além disso, é de referir que 80% dos inquiridos sugeriram que o modelo MAPT seja aplicado na RAM de 5 em 5 anos.

Quanto à importância do investimento privado em turismo ao nível do modelo de avaliação proposto, ficou provado também nesta investigação que não poderá haver turismo sem o investimento privado e que esta nova variável tornou o modelo MAPT mais consistente. Por exemplo, na questão 3.5 - O investimento privado é importante no surgimento de novos hotéis e outros investimentos, colocada aos inquiridos, no grupo das entidades públicas, 54,5% “concorda absolutamente” e 45,5% “concorda”, sendo o total de 90,0%, utilizando a escala de *Likert*. No grupo das unidades turísticas corresponderam a 61,5% no item “concorda absolutamente” e 30,8% no item “concorda”, totalizando 92,3%. Em relação ao grupo outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, consideraram os itens “concorda absolutamente” com 52,4% e “concorda” 33%, respetivamente, totalizando 85,7%.

Sobre a existência de uma relação de convergência entre as quatro variáveis do novo modelo de avaliação do processo turístico, confirmou-se a sua consistência e coesão. Assim, os resultados obtidos através da aplicação do novo modelo MAPT à Madeira evidenciaram que as quatro variáveis são complementares e muito importantes na avaliação e monitorização do fenómeno turístico na região. As respostas do questionário também reforçaram a importância do modelo de avaliação MAPT quanto às suas premissas na sua aplicação à RAM.

Concluiu-se, ainda, que o planeamento, os investimentos público e privado e a sustentabilidade são elementos fundamentais para a consistência do modelo, dado que sem estes não seria possível uma avaliação do processo turístico dos territórios que têm na sua economia o turismo como setor estratégico.

Quanto à última questão, constatou-se que a aplicação do novo Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) à Madeira é determinante para caracterizar o setor turístico e planear o seu futuro. As respostas dadas pelos 45 inquiridos à questão - A existência de um MAPT seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo, nas entidades

públicas, o item “concorda absolutamente” obteve 60% das respostas e o item “concorda” 40%, o que perfaz 100%. No grupo dos gestores das unidades turísticas de alojamento, o item “concorda absolutamente” obteve 84,6% das respostas e no grupo das outras entidades ou pessoas ligadas ao turismo, o item “concorda absolutamente” atingiu os 85,7% das respostas dadas, na escala de *Likert*.

Conclui-se, também, que o MAPT permite avaliar, monitorizar e identificar as tendências evolutivas do fenómeno turístico, o que possibilita uma maior consciencialização no processo de tomada de decisões. Consequentemente, na tomada de decisão sobre as políticas públicas mais adequadas ao desenvolvimento do turismo, sugere-se que a modelação dos ciclos de planeamento turístico e dos investimentos públicos e privados associados ao setor tenham em consideração o conjunto total das variáveis que integram o modelo proposto neste estudo, que constitui o seu contributo original.

O principal objetivo desta dissertação consistiu em apresentar um instrumento de avaliação do turismo em qualquer momento temporal, incluindo o planeamento como conceito de visão integrada do futuro, permitindo lidar com consequências antecipadas e projetando o setor em termos de futuro que possibilitasse a monitorização de processos turísticos. A aplicação do MAPT através da monitorização da atividade turística na RAM, durante 30 anos, e a apresentação dos resultados obtidos, serve de reflexão para o futuro do turismo numa região com vários tipos de constrangimentos, nomeadamente o facto de se encontrar na periferia da Europa e ser um território de reduzidas dimensões, rodeado por mar. Da realidade atual, acerca da crise financeira global, decorre a redução da frequência dos voos e das ligações marítimas à região.

A Madeira apresenta uma vantagem em termos de tratamento estatístico, considerado um território fechado, em que as entradas de turistas, por via aérea e marítima, permitem uma maior fiabilidade dos números em estudo, uma melhor identificação das políticas adotadas e a sua implementação, dado tratar-se de um território delimitado de forma natural.

Os modelos estudados foram determinantes na elaboração do novo modelo de avaliação do turismo e respetiva aplicação à RAM, na medida em que permitiram analisar a realidade territorial desta região turística, com maior segurança e profundidade. Foi possível conhecer melhor o fenómeno turístico, considerando vários fatores que ajudaram a caracterizar o MAPT, entre os anos 1980 e 2009, nomeadamente, o planeamento, os investimentos público e privado e a evolução do turismo.

Para a aplicação do MAPT, em termos teóricos e conceituais, houve a necessidade de efetuar a revisão bibliográfica sobre os estados da arte das várias temáticas que contribuíram para a sustentação do próprio modelo concebido. Foram abordados vários domínios do conhecimento, com influência direta no fenómeno turístico, designadamente o planeamento turístico e estratégico, as políticas públicas na área do turismo, modelos sistémicos e investimentos realizados com repercussão no turismo.

Em relação à aplicação do MAPT na RAM, as quatro variáveis selecionadas são relevantes pelo fato de espelharem a procura e a oferta da região, tendo estas sido analisadas e comparadas em separado, de modo a avaliar o seu desempenho ao longo das três décadas selecionadas para o estudo em causa. Foram analisados os indicadores utilizados no estudo do turismo, nomeadamente o número de hóspedes, o número de dormidas, a taxa média de ocupação/cama, os proveitos obtidos e o RevPar.

Como forma de fortalecer o MAPT, foi apresentada uma fundamentação teórica que permitiu aprofundar o método de análise da investigação. Saliente-se o texto produzido no capítulo 4, inerente ao planeamento regional, urbano, estratégico e turístico que também proporcionou conclusões úteis à análise do modelo idealizado para avaliar e monitorizar o fenómeno turístico, particularmente a existência na região em estudo, de um POTRAM e um POT.

Os gestores públicos, ao utilizarem o modelo como instrumento indispensável de avaliação do turismo, estarão convenientemente preparados para atuar, de forma consciente, em prol de sistemas sustentáveis, procurando resultados mais satisfatórios para o desenvolvimento do turismo em termos de futuro.

O modelo, ao ser aplicado nos territórios turísticos, permitirá uma maior clarificação do conceito de política de turismo, na medida em que é necessário construir uma estrutura teórica e analítica de suporte às decisões a tomar pelos responsáveis do turismo, nas áreas do planeamento, dos investimentos e na monitorização do próprio fenómeno.

O turismo sustentável, por sua vez, é um segmento emergente do turismo que se tem destacado, tanto no âmbito da oferta, como no da procura, por parte dos turistas, refletindo, assim, o interesse da sociedade aos mais diferentes níveis, por questões ambientais. O interesse pelo turismo sustentável coincide com a preocupação mundial em favor da preservação do ambiente, sem, no entanto, prescindir do atendimento à equação de

equilíbrio entre rentabilidade, satisfação das necessidades do turista, enquanto consumidor, e conservação do meio ambiente.

Da comparação realizada entre os investimentos públicos e privados constatou-se que os investimentos no setor do turismo devem resultar numa opção clara assente em estudos aturados e direcionados para metas e objetivos precisos, num horizonte temporal superior a 10 anos, mediante uma estratégia política bem delineada pelo setor público, em colaboração com a visão dos intervenientes no setor, mormente, os empresários. Na análise comparativa, realizada entre o investimento público em turismo e o investimento privado, no mesmo setor, na RAM (cf. gráfico 7.9.2.31), constatou-se igualmente que os investimentos no setor do turismo têm de resultar numa opção clara e assente em estudos de investigação e direcionada para metas e objetivos muito concretos e precisos, num horizonte temporal superior a 10 anos, em função de uma estratégia política bem delineada pelos governantes e em estreita colaboração com a visão dos empresários do setor.

O planeamento é um processo fundamental em qualquer modelo de desenvolvimento que se pretenda implementar numa região ou país, desde que os instrumentos a utilizar sejam adequados às realidades de cada lugar e que, na sua aplicação, haja flexibilidade por parte dos gestores do território, incorporando, nos processos de planeamento, as componentes de incerteza e complexidade que as ações futuras implicam. Por isso, ao adiar a aplicação dos instrumentos de ordenamento do território e do urbanismo, o espaço tornar-se-á cada vez mais desordenado, podendo caminhar-se para a descaraterização das paisagens e, por conseguinte, do destino. Nestas circunstâncias, a afirmação do turismo como setor vital para a economia da região poderá estar em risco.

Os primeiros instrumentos de planeamento do território implementados na RAM só ocorreram em 1995 (POTRAM), e ao nível do planeamento turístico, o primeiro plano de ordenamento turístico (POT), surge apenas em maio de 2002. Isto significa que durante muitos anos foram construídas infraestruturas, equipamentos públicos e algumas edificações hoteleiras sem a devida planificação em termos de harmonia paisagística e adequada inserção territorial. O facto de o “novo POTRAM” não se encontrar ainda em vigor, permite que a planificação e materialização de muitas obras não estejam em sintonia com os instrumentos de planeamento dos vários municípios, o que acarreta maiores dificuldades na organização do território e das atividades económicas. Esta situação refletiu-se na modelação efetuada na RAM, no estudo de caso, recorrendo ao MAPT (cf. capítulo 7).

Quanto à modelação do MAPT na Madeira, conclui-se que o modelo teórico (vide gráfico 7.9.2.20, capítulo 7) apresenta a Intensidade do Ciclo (IC) máxima (III) só no ano 2002, quando é aprovado o POT para a RAM, mantendo-se esta intensidade até 2009 (cf. gráfico 7.9.2.1.21). O POT, ao manter-se suspenso durante 5 anos, refletiu-se negativamente no fenómeno turístico da RAM, na medida em que provocou uma indefinição quanto ao futuro do setor tanto do ponto de vista da oferta, como da própria procura.

A variável investimento público evidencia uma evolução pouco significativa, em quase toda a década de 80 do século XX, seguindo-se um ligeiro crescimento a partir de 1988, mantendo-se na intensidade do ciclo mínima (I) até 2004. Verificou-se, depois, um investimento público muito significativo, com uma intensidade média (II), durante 4 anos, e atingiu a intensidade do ciclo máxima (III) em 2008, apresentando um crescimento intenso do investimento público até 2009, nomeadamente ao nível da promoção dos vários eventos (cf. gráfico 9.2.2.24).

Em relação à variável investimento privado em turismo, embora este tivesse ocorrido na região em estudo, no início das construções das primeiras unidades turísticas, há mais de duzentos anos, o maior investimento privado aconteceu após o surgimento da Autonomia (1976), em que as principais infraestruturas físicas foram construídas em toda a região.

Ainda ao nível da variável do investimento privado em turismo, verificou-se que este setor teve um crescimento muito acentuado entre 1995 e 2001, coincidindo com a intensidade média (II) e atingindo a intensidade máxima (III) em 2001 (cf. gráfico 7.9.3.27). Este aumento está relacionado possivelmente, por um lado, com maiores apoios financeiros atribuídos pela União Europeia e por outro, com a necessidade de responder à maior procura turística neste período de tempo. A partir de 2002 evidenciou-se um decréscimo acentuado nos investimentos privados até 2005, devido ao excesso de oferta e à diminuição da procura turística. Por fim, constatou-se um aumento dos investimentos privados entre os anos de 2005 e de 2009, devido à reestruturação/reclassificação de algumas unidades hoteleiras e ao surgimento de novas unidades de 4 e 5 estrelas, mantendo-se a região na intensidade média (II).

Comparando a evolução do investimento público com o investimento privado, concluiu-se que, em determinados períodos, à medida que aumentava o investimento público em turismo na Madeira, o investimento privado também aumentava. Noutros intervalos temporais, a situação foi inversa, sendo, nesses momentos, o investimento privado muito

superior ao público (cf. gráfico 7.9.3.31, capítulo 7). No entanto, a taxa de retorno total do investimento em vários momentos, foi reduzida, isto porque as taxas de ocupação/média foram baixas bem como o próprio rácio entre a receita dos quartos ocupados e os quartos disponíveis num determinado período (RevPar, gráfico 7.6.1.9.11).

Em relação à modelação da variável evolução do turismo, constatou-se que o fenómeno turístico, na RAM, começou muitos anos antes do período considerado no presente estudo, tendo-se mantido no nível mínimo (I). O nível médio (II) apresenta um período de 20 anos, em que o crescimento turístico foi lento, nos primeiros 10 anos, e mais acentuado nos últimos 10 anos do período em estudo. Atingiu o nível máximo (III), no ano 2000, mantendo-se neste, embora o crescimento tivesse sido mais significativo até 2006 e estabilizado depois até 2009 (cf. gráfico 7.9.2.4.21), considerando que o número total de camas se manteve nos últimos 10 anos em estudo (cf. gráfico 7.6.1.4.6).

A região atingiu um número de camas que pode ser considerado excessivo, se analisarmos a evolução das taxas médias de ocupação, que decresceram até 50% nos últimos 5 anos estudados (cf. gráfico 7.6.1.6.8, capítulo 7).

Este estudo evidencia que a RAM tem excesso de camas para a procura que evidencia. Esta conclusão está patente na análise efetuada à acomodação turística (cf. gráfico 7.9.1.14), sobre a evolução da acomodação, entre 1980 e 2009. Verificou-se que, ao nível do número de hóspedes e de dormidas, foram irregulares ao longo do período estudado. O valor máximo de turistas que a RAM recebeu no período estudado, foi de 1.013.281, em 2008 (vide gráfico 7.6.1.1.3), a capacidade de alojamento aumentou nos últimos 10 anos estudados, atingindo as 28 mil camas (cf. gráfico 7.6.4.6) e a taxa média de ocupação foi quase sempre acima dos 50% (vide gráfico 7.6.1.6.8). A sazonalidade é um facto constante em todos os momentos estudados, existindo dois picos nos meses de abril (coincidente com a Festa da Flor) e de agosto (maior número de pessoas com férias, principalmente de Portugal Continental), respetivamente (cf. gráfico 7.6.1.7.9), assim como o valor mais elevado de proveitos totais ocorreu no ano 2008, cerca de 298 milhões de euros (cf. gráfico 7.6.1.8.10). Por fim, o RevPar foi sempre variável no período estudado, como evidencia o gráfico 7.6.1.9.11; o valor médio entre 1995 e 2009 foi de 34 euros.

Tendo por base a análise do MAPT e a respetiva modelação, constatou-se que, na análise dos dados e dos resultados do questionário, implementado nas instituições ou aos agentes ligados direta ou indiretamente ao turismo, verificou-se que mais de 90% dos

inquiridos têm a percepção da situação do fenómeno turístico na RAM e da necessidade de provocar mudanças a vários níveis, desde o planeamento turístico a uma estratégia de desenvolvimento para o futuro do turismo. Por exemplo, em relação à questão sobre o MAPT a aplicar na RAM, 100% dos inquiridos concordam com a aplicação do modelo, considerando mesmo muito importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do fenómeno turístico.

Por outro lado, 80% dos inquiridos pertencentes às entidades públicas defendeu a aplicação do modelo de 5 em 5 anos à RAM, 84,6% dos gestores concordam com o mesmo período, assim como 76,2% das outras entidades ligadas ao turismo também concordam que o modelo seja aplicado de 5 em 5 anos.

Quanto às medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência de turistas, 72,8% das entidades públicas concordam com a diversificação da oferta, em termos de produtos turísticos, 84,6% dos gestores das unidades de alojamento também concordam, assim como 70,9% das outras entidades ligadas ao turismo. Logo 76,4% dos inquiridos reconhecem que a diversificação da oferta é importante para aumentar a procura.

Em relação às questões abertas do questionário chegamos a várias conclusões, nomeadamente as apresentadas de seguida. Na questão dos fatores mais relevantes, verificou-se que as respostas incidiram em três temáticas: estratégia, eventos e estudos. Quanto às medidas para aumentar a afluência turística à RAM, constatou-se que, quanto às estratégias, a maior percentagem (37%) defende que a promoção e o *marketing* e a conquista de novos mercados são fundamentais para que a Madeira possa aumentar a afluência turística; outros propõem um plano estratégico para o turismo de curto e médio prazo e alguns sugerem a marca “Madeira Pérola do Atlântico”, que existiu em meados do século XX, como determinante para aumentar a afluência de turistas.

No tocante às perspetivas dos informantes que têm quanto ao futuro do turismo na RAM, aos níveis da procura e da oferta, verificou-se que 90% dos inquiridos consideram que a procura irá estagnar. Alguns inquiridos preveem que o aumento da oferta dependerá da conquista de novos mercados e que a procura dependerá muito do investimento a realizar na promoção da Madeira, assim como da conjuntura internacional que provocará muita incerteza quanto ao futuro, se considerarmos o impacto do COVID-19.

Uma das conclusões que se retira desta investigação prende-se com a aplicação do novo modelo. Comparando as taxas médias de ocupação/cama com os proveitos obtidos,

verificam-se algumas oscilações, ao longo dos anos, o que demonstra que a RAM apresenta uma oferta muito superior à procura, refletindo-se nos proveitos totais.

Os eventos promovidos nos destinos turísticos são fundamentais para atrair turistas e fazem parte dos produtos que ajudam a promover esses mesmos destinos. Apesar da elevada relevância dos eventos, muito poucos estudos (Kim, Kim e Goh, 2011; Mason e Paggiaro, 2012; Mehmetoglu e Engen, 2011; Park, Oh e Park, 2010; Yang, 2010; Yang, Gu e Cen, 2012; Zakrisson e Zillinger, 2012) foram realizados para analisar a experiência vivida em atrações temporárias como os eventos. A Madeira é um exemplo demonstrativo da importância dos eventos no crescimento da procura turística, designadamente, a Festa da Flor, o Festival do Atlântico, a Festa das Vindimas, o Fim do Ano, entre outros. Por isso, será importante a existência de um plano anual de eventos, elaborado por todos os agentes do turismo, liderado pelos responsáveis políticos do setor e que estes sejam distribuídos ao longo do ano, para que a sazonalidade seja esbatida.

As regiões turísticas, como é o caso da RAM, terão de clarificar as suas escolhas, repensando um modelo que permita a maximização dos interesses da oferta com as tendências da procura. Perante esta filosofia pública e empresarial, o setor turístico será mais competitivo e consistente quanto ao futuro, em termos económicos e sociais.

Com este estudo concluiu-se também que o fenómeno turístico da RAM apresenta um enorme desequilíbrio entre a oferta e a procura. Verificou-se que, ao longo dos 30 anos analisados, a taxa de acomodação foi muito inconstante (vide gráfico 7.9.1.14), pois a ocupação média por cama situou-se entre os 50% e os 60%. Considerando todos os estabelecimentos turísticos da região, houve anos em que cerca de 40% das camas existentes na RAM, durante o ano, não foram ocupadas.

## **9.2 Limitações deste estudo**

As limitações deste estudo prendem-se, principalmente com a escassez de pesquisas anteriores sobre o tema abordado na área do turismo ao nível da Madeira.

Face à pesquisa bibliográfica efetuada sobre as análises dos modelos de avaliação em turismo, as investigações que relacionam e analisam processos turísticos com modelos de avaliação do produto turístico, são muito recentes e escassos. A produção bibliográfica reduzida sobre os planos-processo em turismo é aplicada, principalmente, em destinos turísticos, onde o planeamento existe, mas de forma muito informal. Nos territórios

turísticos onde existe um planeamento formal, verifica-se, no entanto, que ao nível dos planos-processo há uma descontinuidade de ações políticas, devido aos atores políticos não serem sempre os mesmos.

O facto de a RAM apresentar uma história do fenómeno turístico com 300 anos e não existirem séries estatísticas sobre o turismo desta região, principalmente os relacionados com o investimento privado em turismo, dificultou a investigação em termos de evolução histórica e dos respetivos indicadores do setor, incluindo os mais tradicionalmente utilizados.

Constatou-se uma enorme dispersão de informação turística, nomeadamente, quanto aos investimentos públicos em turismo na RAM e ao nível dos investimentos privados. Estes factos não permitiram efetuar determinadas comparações e uma maior aproximação da realidade em termos de investimentos no setor do turismo, no período em análise.

Considerando que estamos em presença de um modelo teórico que visa ser aplicado a casos reais, onde o turismo é um fator determinante no desenvolvimento e afirmação dos territórios, não foram aplicados outros elementos que influenciam a atividade turística, como o ambiente, a história e a cultura que também são fundamentais em qualquer estudo turístico. Não obstante, seria inviável atender a estes aspetos num modelo onde são analisados e avaliados apenas dados quantitativos da atividade turística, ou seja, as séries de dados publicados sobre o turismo e que se encontram nas várias instituições regionais (Direção Regional de Estatística e Direção Regional de Turismo), nacionais (INE) ou internacionais (OMT).

### **9.3 Contribuição do estudo**

Sabendo que o turismo é um fator determinante no desenvolvimento de muitos territórios, esta investigação evidencia que os modelos de avaliação em turismo são instrumentos indispensáveis para aplicar em qualquer estudo sobre este setor, a fim de avaliar, monitorizar e planificar o futuro do turismo de qualquer região ou país.

Até ao momento da materialização deste trabalho de investigação, os modelos de avaliação do processo turístico apenas contemplavam três variáveis, mais concretamente: o planeamento em turismo, o investimento público em turismo e o crescimento do turismo. A partir da presente investigação, além das duas primeiras variáveis, o crescimento em turismo passou à nomenclatura “evolução do turismo” e passamos a dispor, ainda, do “investimento

privado em turismo”, como quarta variável, sendo esta determinante na análise de qualquer território turístico, dada a relevância dos investimentos privados no setor.

Com a realização do presente estudo pretendeu-se alertar os decisores, mormente os políticos com responsabilidade sobre a gestão do território e os empresários turísticos para a importância da planificação, da avaliação, da monitorização do setor turístico e da prospeção quanto à sua sustentabilidade, bem como os efeitos diretos na economia dos territórios, designadamente o da RAM.

Considera-se o modelo apresentado inovador, porque, ao contrário de outros modelos, este considera os investimentos privados como fundamentais nos territórios turísticos e consegue incorporar esta variável. O novo MAPT apresenta, como fatores determinantes no processo turístico: o planeamento, o investimento público, o investimento privado e a evolução do turismo, associada aos indicadores quantitativos deste setor.

#### **9.4 Recomendações para investigação futura**

Partindo da experiência obtida com a realização das análises constantes desta dissertação, e tendo em consideração sobretudo as suas conclusões, aponta-se de seguida algumas recomendações para futuras investigações ao nível do setor do turismo.

A primeira sugestão é que este modelo de avaliação passe a ser utilizado quando a investigação recair sobre a análise e monitorização do fenómeno turístico, bem como no planeamento das atividades e nos investimentos públicos e privados. Assim, as dinâmicas próprias do turismo deverão ser analisadas em conjunto, mas considerando todas as variáveis deste modelo. Por isso, defende-se a flexibilização do Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT), iniciado por Álvares (2008), mas desenvolvido e aperfeiçoado nesta investigação. Neste âmbito, é de referir que o modelo proposto é um meio para avaliar e monitorizar processos de desenvolvimento turístico, e não um fim de *per si*.

Também se sugere que o novo modelo desta investigação, seja aplicado noutras regiões do país ou no estrangeiro, como forma de o testar e verificar a sua consistência e coerência científica, assim como comparar os resultados obtidos em áreas geográficas com características diferentes e modelos de desenvolvimento territorial e turísticos distintos.

Recomenda-se, igualmente, a necessidade de obter conhecimento através de inquéritos a desenvolver junto dos turistas, dos empresários e dos governantes, porque é necessário medir o turismo, avaliar o retorno e analisar todas as estruturas existentes, visando uma

perceção mais real do fenómeno turístico, em qualquer território, que seja suscetível de ser estudado.

Considerando que um dos objetivos deste trabalho de investigação foi desenvolver um modelo que contribuísse para o aprofundamento de processos de desenvolvimento turístico, a investigação baseou-se, com maior incidência, numa análise quantitativa. Neste contexto, recomenda-se que outras abordagens integrem também os elementos qualitativos, visto que estes são importantes nos modelos de avaliação e podem promover uma melhor monitorização do fenómeno turístico.

No âmbito da análise dos investimentos públicos e dos privados em turismo, sugere-se que em novas investigações sejam avaliados, com maior profundidade, os investimentos realizados, recorrendo aos relatórios de aplicação dos recursos públicos em turismo e também dos recursos financeiros privados, com impacto direto no setor. Os relatórios da atividade pública e da atividade privada, ao nível do turismo, são mais fidedignos nas análises a desenvolver nas áreas turísticas.

Considerando que o modelo proposto aborda o investimento público e o investimento privado em turismo, seria importante medir e avaliar o peso de cada uma destas variáveis, aquando da implementação de políticas públicas de desenvolvimento do fenómeno turístico num dado território onde ocorram atividades turísticas.

Para ultrapassar os momentos de instabilidade que o turismo da Madeira está sujeito, este destino turístico deve enquadrar a marca “Madeira Pérola do Atlântico”, como era designado no século XX, pois evidencia todo o potencial turístico que a ilha tem para oferecer a quem a visita.

Finalmente, sugere-se a realização regular de estudos visando a avaliação e monitorização do setor, através de instrumentos universais, tais como aqueles utilizados atualmente no contexto nacional, como é o caso da Conta Satélite do Turismo. Assim, as estratégias públicas para o turismo fundamentar-se-iam em evidências sobre as condições reais que permitem um maior equilíbrio entre a oferta e a procura.

## Referências Bibliográficas

- Abranja, N.; Almeida, M. & Almeida, A. E. (2019). *Gestão do Alojamento, Receção e Housekeeping*. Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Ackermann, R. (1821). *A History of Madeira with a Series of Twenty-seven Coloured Engravings. Illustrative of the Costumes, Manners, and Occupations of the Inhabitants of the Islands*.
- Agarwal, S. (1997). The Resort cycle and seaside tourism: An assessment of its applicability and validity. *Tourism Management*, 18(2), 65-73.
- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25-55.
- Agência Europeia do Ambiente (2001). *Destaques da AEA na área do ambiente a nível europeu*. União Europeia.
- Agenda Temática de Investigação e Inovação. 20 Anos FCT (2019). *Agenda de I&I Turismo, Lazer e Hospitalidade*. Fundação para a Ciência e Tecnologia.
- Akama, J. S. (1999). The evolution of tourism in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(1), 6-25.
- Akani, C. (2012). The effect of globalization on Nigerian education. *Global Advanced Research Journal of Social Science*, 1(5), 92-100.
- Albrecht, J. N. (2013). Networking for Sustainable Tourism - Towards a Research Agenda. *Journal of Sustainable Tourism* 21(5), 639-570.
- Aldbur, O. (2016). *The Role of Sustainable Tourism Development in the Face of the Unemployment Phenomenon*. Third scientific conference entitled: Law and Tourism.
- Almeida, A. & Correia, A. (2010). *Tourism development in Madeira: an analysis based on the life cycle approach*. *Tourism Economics*, 16(2), 427-441.
- Almeida, C. M. B. C. (2009). *Aeroportos e Turismo Residencial. Do Conhecimento às Estratégias*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, para a obtenção de grau de Doutor em Turismo.
- Almeida, E. M. C. (2006). *Planeamento Turístico - Proposta Metodológica para Municípios Brasileiros de Pequena e Média Dimensão*. Dissertação de Mestrado em Turismo. Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

- Almeida, M. J. C. de C. (2004). *Integração da Atividade Turística nos Instrumentos de Gestão Territorial: Estudo de Caso: o Alentejo Litoral*. Dissertação de Mestrado em Planeamento Regional e Urbano. Universidade Técnica de Lisboa.
- Al-Mutairi, A. & Saud, O. (2013). *Globalization and its impact on political culture among Kuwait University students*. Unpublished MA, Middle East University, Jordan.
- Álvares, D. F. & Lourenço, J. M. (2009). Planeamento do turismo e análise do ciclo de vida: uma aplicação às ilhas da Madeira e de Fernando de Noronha. *Revista de Divulgação Científica AICA*, (1), 3-14.
- Álvares, D. F. (2008). *Avaliação de Planos-Processos em Áreas de Desenvolvimento Turístico: Modelação de Ciclos de Vida do Turismo em Ouro Preto e Salvador*. Dissertação apresentada à Universidade do Minho para a obtenção de grau de Doutor em Engenharia Civil/Planeamento Urbano.
- Álvarez, J. y D. Rodríguez (2013). “La seguridad en la planificación turística de Galicia”. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 6(14).
- Antunes, Padre M., sj. (2005). *Obra Completa. Tomo II, Paideia: Educação e Sociedade*. Edição Crítica, Coordenação Científica: José Eduardo Franco, Fundação Calouste Gulbenkian.
- APRAM - Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira (2019). *Estatísticas dos movimentos de passageiros nos portos da Madeira em 2019*. Vice-Presidência do Governo Regional da Madeira. Funchal.
- Ascher, F. (2010). *Novos Princípios do Urbanismo seguido de Novos Compromissos Urbanos, um léxico* (2ª ed.). Editora Livros Horizonte.
- Asmelasha A. G. & Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability Indicators. *Tourism Mangement*, (71), 67-83.
- Bagaric, L. (2010). Tourist destination management and public private partnership. *Tourism & Hospitality Management Conference Proceedings*, 237-253.
- Baggio, R.; Scott, N. & Cooper, C. (2010). *Network Science a Review Focused on Tourism*, *Annals of Tourism Research*, 37(3), 802-827.
- Balaguer, J & Cantavella-Jorda, M. (2002). *Tourism as a long-run of economic growth factor: the Spanish case*. *Applied Economics*, 34(7), 877-884.

- Banerjee, O. & Cicowiez, M. (2015). A Quantitative Framework for Assessing Public Investment in Tourism - An Application to Haiti. *Centro de Estudios Distributivos, Laborales Y Sociales (CEDLAS)*, Universidade Nacional de La Plata.
- Baptista, J. M. L. (2005). *A evolução do turismo na Madeira no período 1975 a 2000: Análise dos indicadores estatísticos disponíveis e graus de interesse e de fiabilidade na medição e projeção da evolução do setor do turismo*. Edição do autor.
- Baptista, M. (2003). *Turismo - Gestão Estratégica*, Editorial Verbo.
- Barbosa, L. G. M. (2008). Mediando la competitividad en los destinos: el modelo brasileño. *Proceedings da Conferência Internacional de Turismo El Conocimiento como valor diferencial de los destinos turísticos*. Málaga, Espanha.
- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bardolet, E. & Sheldon, P. J. (2008). Tourism in archipelagos: Hawai'i and the Balearics. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 900-923.
- Baud-Bovy, M. (1985). *Bilan et Avenir de la Planification Touristique*. Centre des Hautes Études Touristiques, Université de Droit, d'Economie et des Sciences, Aix-en-Provence. Lyon, França.
- Baum, T. & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in Tourism*. Longman.
- Bell, J. (2008). *Como realizar um Projeto de Investigação*. Gradiva.
- Beni, M. C. (1998). *Análise Estrutural do Turismo*. Editora Senac.
- Beni, M. C. (2003). Como certificar o turismo sustentável. *Turismo em Análise*, 14(2), 5-11.
- Beni, M. C. (2006). *Política e Planeamento de Turismo no Brasil*. Aleph.
- Beritelli, P. (2010). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629.
- Bernini, C., & Cracolici, M. F. (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. *Tourism Management*, (47), 191-205.
- Berry, T. (2006). The Predictive Potential of the TALC Model in Butler, R.W. (ed.) *The Tourism Area Life Cycle, Volume 2 Conceptual and Theoretical Issues*. Channelview Publications.
- Bessa-Luís, A. (1987). *A Corte do Norte*. Guimarães Editores.
- Bolaky, B. (2009). Tourism life cycle, tourism competitiveness and upgrading strategies in the Caribbean. *Tourism Competitiveness and Upgrading Strategies in the Caribbean*. *Economic Commission for Latin America and the Caribbean*. Editorial ECLAC.

- Botlík, J. & Botlíková, M. (2016). The development of tourism consumption in catering *International Scientific Conference on Globalization and its Socio-Economic Consequences Proceedings*. Pts I-V, University Zilina.
- Brida, J., Pereyra, J.; Such, M. & Zapata, S. (2008). “La contribución del turismo al crecimiento económico”. *Cuadernos de Turismo*, (4), 35-46.
- Briguglio, L. & Briguglio, M. (1996). Sustainable tourism in the Maltese Islands. In: Briguglio, L. *et al.* (eds.). *Sustainable tourism in islands & small states: Case studies*. Pinter.
- Brooker, E. & Burgess, J. (2008). Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3), 278-292.
- Brundtland (1987) – *Relatório elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento*. ONU.
- Buhalis, D. & Costa, C. (2006a). *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Buhalis, D. & Peters, M. (2006). SMEs in tourism, in Buhalis, D, Costa, C (eds), 2006. *Tourism management dynamics: trends, management and tools*. Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Buhalis, D. & Ujma, D. (2006). Intermediaries: travel agencies and tour operators, in Buhalis, D, Costa, C, (ed), 2006. *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry*. Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Bunge, M. (1980). *Ciências e desenvolvimento*. Editora Villa Rica.
- Bunghez, C. L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination's Economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*. Vol. 2016, Article ID 143495.
- Burnay, M. J. (2006). O Turismo Sustentável e o Turismo de Natureza. Constrangimentos e Oportunidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (6),167-179.
- Burns, P. (2004). Tourism planning - a third way? *Annals of Tourism Research*, 31 (1), 24-43.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution. *Canadian Geographer*, (24), 5-12.
- Butler, R. (2001). Tourism and the Environment: A Geographical Perspective. *Tourism Geographies*, (2), 337-358.

- Butler, R. (2008). The Relevance of the Tourism Area Life Cycle (TALC) to Sustainable Destinations. *Proceedings do II Congresso Internacional de Turismo de Leiria e Oeste*. Peniche.
- Butler, R. (2011). Tourism Area Life Cycle, In: Cooper, C., (ed.) 2011. *Contemporary Tourism Reviews*. Woodeaton, Goodfellow Publishers Limited.
- Câmara, B. (2002). *A Economia da Madeira (1850-1914)*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Caniëls, M. C. J. (2000). *Knowledge Spillovers and Economic Growth*. Edward Elgar.
- Capela, C. (2013). *As Representações do Rural de Acordo com os Materiais Promocionais de Entidades Oficiais de Turismo*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.
- Carita, R. (2008). *Funchal 500 Anos de História*. Funchal: Funchal 500 Anos. ISBN 978-989-95704-3-6. Funchal.
- Carvalho J. (2002). Informação, Planeamento e Instituições de Pesquisa, *Revista Bahia Análise e Dados*. Governo do Estado da Bahia, Secretaria do Planeamento, Ciência e Tecnologia. Brasil.
- Carvalho, P. (2009). Planeamento, Redes Territoriais e Novos Produtos Turísticos Eco-culturais. *Proceedings do 1.º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde*.
- Catlin, J. & Jones, R. (2010). Whale shark tourism at Ningaloo Marine Park: a longitudinal study of wildlife tourism. *Tourism Management*, 31(3), 386-394.
- Cavaco, C. (2013). Territórios de Turismo. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, (20), 51-67.
- Cawley, C. (2012). Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, *Revista de Turismo e Hotelaria - Planeamento e Desenvolvimento*, (9), 1-13.
- Chatterton, J., Graves, A., Audsley, E., Morris, J., & Williams, A. (2015). Using systems-based life cycle assessment to investigate the environmental and economic impacts and benefits of the livestock sector in the UK. *Journal of Cleaner Production* (86), 1-8.
- Chiu, Y. B., & Yeh, L.T. (2017). The threshold effects of the tourism-led growth hypothesis: evidence from a cross-sectional model. *Journal of Travel Research*, 56 (5), 625-637.

- Choy, D. J. L. (1992). Life cycle models for pacific islands. *Journal of Travel Research*, 30(3), 26-31.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in Europe: The Peripheral Regions - Underdeveloped Countries - Recreation Areas. *Regional Science Association Papers*, (12), 95-105.
- Coelho, A. D. (2010). *Análise do Planeamento e da Gestão Turística: Caso de Estudo do Concelho de Odemira*. Dissertação de Mestrado em Gestão do Território, Universidade Nova de Lisboa. Lisboa.
- Coelho, J. & Butler, R. (2012). The Tourism Area Life Cycle: a quantitative approach of the tourism area life cycle. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(1), 9-31.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1), 164-189.
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 215-237.
- Cohen, E. (2012). Globalization, global crises and tourism. *Tourism recreation research*, 37(2), 103-111.
- Coll-Hurtado, A. (2016). *Espacio y ocio: el turismo en México*. Instituto de Geografía – UNAM, México.
- Cooper, C. & Jackson, S. (1989). Destination life cycle: the Isle of Man case. *Annals of Tourism Research*, 16, 377-398.
- Cooper, C. (1994). Overall Review of the TALC Body of Knowledge to date, in Butler, R. W. (2005). *Aspects of Tourism - The Tourism Area Life Cycle, volume 1*, Channel View.
- Cooper, C. (1997). *Strategic Perspectives on the Planning and Evolution on Destination Lessons for the Mediterranean*. Proceedings of Seminar Tourism in the Mediterranean. University of Westminster.
- Cooper, C. & Buhalis, D. (1998). The Future of Tourism, in Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D.; Shepherd, R. & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice*. (3<sup>a</sup> Ed.), 447-463. Longman Publishing.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Wanhill, S.; Gilbert, D. & Shepherd, R. (2001). *Turismo: Princípios e Prática* (Tradução de Roberto Cataldo Costa). Bookman.

- Cooper, C.; Scott, N. & Kester, J. (2007). New and emerging markets, in Buhalis, D, Costa, C, (ed) 2006. *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, 19-29, Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Costa, R. A. (2012). *Dinâmicas Territoriais Geradas pelo Investimento Privado no Turismo*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, para a obtenção de grau de Doutor em Turismo.
- Crouch, G. I. (2011). *Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes*, *Journal of Travel Research*, 50(1), 27-45.
- Cuccia, T. & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32(3), 589-595.
- Cui, X. & Ryan, C. (2011). Perceptions of place, modernity and the impacts of tourism differences among rural and urban residents of Ankang, China: A likelihood ratio analysis. *Tourism Management*, 32(3), 604-615.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Verbo.
- Cunha, L. (2013b). *Economia e Política do Turismo* (3ª ed.). Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Cunha, L. (2017). *Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas* (1ª ed.). Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Danson, M. W. (1996). *Small Firm Formation and Regional Economic Development*. Routledge.
- Davidson, R. (1992). *Tourism in Europe*. Pitman Publishing.
- Debbage, K. (1990). Oligopoly and the resort cycle in the Bahamas. *Annals of Tourism Research*, (17), 513-527.
- Dencker, A. (2004). Planejamento e gestão de hospitalidade e turismo: formulação de uma proposta. In: Dencker, A. M. (Coord.) 2004. *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. Thomson Pioneira.
- Devezas, T., & Rodrigues, J. N. (2009). *Portugal o pioneiro da globalização - A Herança das Descobertas*. Edições Centro Atlântico.
- Devile, E. (2009). Turismo Acessível ou Turismo para Todos?. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (11), 39-46.
- Diaz, A. (2020). *Evolución de la inversión en el sector turístico en el mundo 2013-2019*. WTO, Madrid.

- DGOTDU - Direção Geral de Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano (1988). *Carta Europeia de Ordenamento do Território*, Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território. Edição DGOTDU.
- Dias, R. (2008). *Turismo Sustentável e Meio Ambiente*. Atlas.
- Dicken, P. (2011). *Global shift: Mapping the changing contours of the world economy*. The Guilford Press.
- DREM - Direção Regional de Estatística da Madeira (2020). *Anuário Estatístico da Madeira de 2019*. Governo Regional da Madeira.
- Dorobantu, D. M.; Mărcuță A. & Mărcuță L. (2019). Globalization and Tourism. Case Study - Romania. *Scientific Papers Series - Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 19(3), 197-202.
- Dredge, D. (1999). Destination Place Planning and Design. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 772-791.
- Dujmović, M. & Vitasović, A., (2015). Postmodern Society and Tourism. *Conference Proceedings of 3rd International Scientific Conference To SEE – Tourism in Southern and Eastern Europe 2015*, (3), 49-62. Opatija: University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management.
- Dwer, L. & Forsyth, P. (1994). Foreign Tourism Investment - Motivation and Impact. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 512-537.
- Dwyer, L. (2015). Globalization of Tourism: Drivers and Outcomes. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 326-39.
- Edgell, D. & Swanson, J. (2013). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and Tomorrow*. Routledge.
- Edgell, D. (2016). *Managing sustainable tourism: a legacy for the future*. Routledge.
- Estatísticas Gerais (1990). *Anuário Estatístico da RAM - 1991*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Estatísticas Gerais (2001). *Anuário Estatístico da RAM - 2000*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Etgar, M. (2008). A descriptive model of the consumer coproduction process. *Journal of the Academy of Marketing Science*, (36), 97-108.

- Evans, N. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organizations: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*, (18), 14-25.
- Fennel, D. A. (1999). *Ecotourism: an introduction*. London: Routledge.
- Fennel, D. A. (2001). *Ecotourism - an Introduction*, (pp. 131-135). Routledge.
- Fernandes, I. P. & Coelho, M. F. (2002). *Economia do Turismo*, (p. 53). Elsevier.
- Figueira, A. P. & Dias, R. (2011). *Marketing Territorial - Uma Nova Dimensão do Marketing*. Mel Editores, Estarreja.
- Figueiredo, E.; Kastenholz, E. & LIMA, J. (2013). Recreating Rurality Through Tourism - Visions of Hosts and Guests in two Portuguese villages. In E. Figueiredo & A. Raschi (Eds.) 2013. *Fertile Links? Connections Between Tourism Activities, Socioeconomic Contexts and Local Development in European Rural Areas*, (pp. 43-70). Florence University Press.
- Firmino, M. B. (2007). *Turismo - Organização e Gestão*. Escolar Editora, Lisboa.
- Formica, S. & Uysal, M. (1996). The revitalization of Italy as a tourist destination. *Tourism management*, 17(5), 323-331.
- Fortin, M. (2000). *O Processo de Investigação: da conceção à realização* (1ª ed.). Lusociência.
- Franco, J. E. (2020). *A Europa ao Espelho de Portugal: Ideia(s) de Europa na cultura portuguesa*. Temas e Debates, Círculo de Leitores.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An Introduction*. Sage Publications.
- Galle, T. & Botterill, D. (2005). A realist agenda for tourist studies, or why destination areas really rise and fall in popularity. *Tourist studies*, 5(2), 151-174.
- Gama, J. (2011). *Arquitetura e Turismo na Cidade do Funchal no Século XX*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura, Universidade de Coimbra.
- Garay, L. & Canoves, G. (2011). Life Cycles, Stages and Tourism History the Catalonia (Spain) Experience - *Annals of Tourism Research*, 38(2), 651-671.
- Garcia, A. C. (2004). *Claves del Turismo Cosnciente y Responsable, Curso de Hotelaria Y Médio Ambiente*. Direccion General de Desarrollo Sostenible.
- Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and Practice, *Tourism Management*, 7(1), 21-32.

- Getz, D. (1992). Tourism Planning and The Destinations Life Cycle, *Annals of Tourism Research*, 19(4), 752-770.
- Giddens A. (2001). *Sociologia. Fundação Calouste Gulbenkian* (6ª ed.). Serviço de Educação e Bolsas.
- Giddens, A. (2006). *O mundo na era da globalização*. Editorial Presença.
- Glaesser, D. J.; Kester, H.; Paulose, A.; Alizadeh & B. Valentin. 2017. Global Travel Patterns: An Overview. *Journal of Travel Medicine*, 24(4), 1-5.
- Gomes, A. (2013). *Mitigação de Riscos e Ordenamento do Território*. Dissertação de Mestrado em Gestão do Território, especialização em Planeamento e Ordenamento do Território, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Gonçalves, A. R. M. (2017). *Turismo e Crescimento Económico: Condeixa-a-Nova e o Contexto Português 2020*. Dissertação de Mestrado em Economia, Universidade de Coimbra.
- Gonçalves, V. & Águas, P. (1997). The Concept of Life Cycle: Application to the Tourist Product. *Journal of Travel Research*, 36(2), 12-22.
- Gourlay, W. (1811). *Observations on the Natural History. Climate*, (4), 231.
- Governo Regional da Madeira (1980). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1980*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1981). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1980*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1982). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1982*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1983). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1983*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1984). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM 1984*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1985). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1985*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1986). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1986*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1988). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1988*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1989). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1989*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1990). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1990*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1991). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1991*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1992). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1992*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1993). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1993*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1994). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1994*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1995). *Plano de Investimentos e Despesas de de Desenvolvimento da RAM para 1995*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1995). *POPRAM - Programa Operacional Plurifundos da RAM 1996-1999*. Secretaria Regional do Plano e da Coordenação. Direção Regional de Planeamento.

Governo Regional da Madeira (1996). *Plano de Investimentos e Despesas de de Desenvolvimento da RAM para 1996*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1997). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1997*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1998). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1998*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1999). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1999*. Direção Regional de Finanças.

Governo Regional da Madeira (1999). *POPRAM - Programa Operacional Plurifundos da RAM 2000-2006*. Secretaria Regional do Plano e da Coordenação. Direção Regional de Planeamento.

Governo Regional da Madeira (2000). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2000*. Direção Regional de Finanças.

- Governo Regional da Madeira (2001). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2001*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2002). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2002*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2003). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2003*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2004). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2004*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2005). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2005*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2006). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2006*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2006). *POPRAM - Programa Operacional Plurifundos da RAM 2007-2011*. Secretaria Regional do Plano e da Coordenação. Direção Regional de Planeamento.
- Governo Regional da Madeira (2007). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2007*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2008). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2008*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (2009). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 2009*. Direção Regional de Finanças.
- Governo Regional da Madeira (1987). *Plano de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM para 1987*. Direção Regional de Finanças.
- Guéll, J. M. F. (1997). *Planificación Estratégica de Ciudades* (1ª ed.). Gustavo Gili.
- Guizzardi, A. & Mazzocchi, M. (2010). Tourism demand for Italy and the business cycle. *Tourism Management*, 31(3), 367-377.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: Basics Concepts Cases*. Taylor e Francis. Washington, (3ª ed.), 5-43.
- Haddad, E.; Ramos, P. & Castro, E. A. (2011). *Modelos operacionais de economia regional*. Principia.
- Hall, P. (1970). *Theory and Practice of Regional Planning*. Pemberton.

- Hall, M. C. (2000). *Tourism Planning - Policies, Processes and Relationships*, (pp. 134-160). Prentice Hall, Pearson Education Limited.
- Hall, C. M. & Jenkins, J. (2002). *Tourism and Public Policy*. Routledge.
- Hall, P. (2005). *Cidades do Amanhã*. Perspectiva.
- Hall, C. (2008). *Tourism planning: policies, processes and relationships*. Pearson.
- Hall, M. (2011). A Typology of Governance and its Implications for Tourism Policy Analysis, in *Journal of Sustainable Tourism*, 19(5), 37-457.
- Halowiecka, B.; Grzelak-Kostulska E. & Kwatkowski G. (2011). Impacts of Globalization on Tourist Preferences and Activity. In *The scale of Globalization, Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century*, 55-62. Ostrava: University of Ostrava.
- Hamidato, N. (2015). *Tourism activity in Algeria and its impact on economic growth*. Unpublished Master Thesis, Al-Shaheed Hama Lakhdar University in Al-Wadi. Algeria.
- Hampton, M. P., Jeyacheya, J. (2013). Bio-rock and roll? Dive Tourism and Island Communities: the case of Gili Trawangan, Indonesia. In: *Second IGU Conference on Coastal, Island and Tropical Tourism incorporating the Second International Dive Tourism Expert Meeting*, (pp.22-24), April 2013, Kota Kinabalu, Malaysia.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, (38), 239-245.
- Haugland, S.; Ness, H.; Grønseth, B. & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. *Annals of tourism research*, 38(1), 268-290.
- Held, D. & McGrew, A. (2001). *Prós e contras da globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura - Planeamento e Gestão Sustentável*. Edições Sílabo.
- Herédia A. C. (1888). *Observações sobre a Situação Económica da Madeira* (pp.35-36). Tipografia Mattos Moreira.
- Higham, J. & Miller, G. (2018). Transforming Societies and Transforming Tourism: Sustainable Tourism in Times of Change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 1-8.

- Hillery M.; Nancarrow B.; Griffin G.; & Syme G. (2001). *Tourist Perception of Environmental Impact*. Vol. 28, 853-867.
- Hirst, P, & Thompson, G. 2002. The future of globalization. *Cooperation and Conflict: Journal of the Nordic International Studies Association*, 37(3), 247-265.
- Hjaläger, A. (2007). Stages in the Economic Globalization of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 437-457.
- Hovinen, G. (1982). Visitor Cycles: Outlook for Tourism in Lancaster County. *Annals of Tourism Research*, (9), 570-573.
- Hovinen, G. R. (2002). Revisiting the destination Life Cycle Model. *Annals of Tourism Research*, (29), 209-230.
- Hunter, C. (1995). Key concept for tourism and the environment. In Hunter, C. & Green, H. (eds) 1995. *Tourism and the environment: a sustainable relationship*, (pp. 52-92). Routledge.
- Hunter, C. J. (1995). On the Need to Re-Conceptualise Sustainable Tourism Development. *Journal of Sustainable tourism*, Avon, 13(3), 155-165.
- Hyo-Jae, J. & Hany, K. (2020). *Productivity Evaluation of Tourism and Culture for Sustainable Economic Development: Analyzing South Korea's Metropolitan Regions*. *Sustainability*, 12(7), 1-19.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (1981). *Estatísticas do Turismo 1980*.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (1991). *Estatísticas do Turismo 1990*.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (1995). *Turismo - Base de Dados para 1987/1991*, Divisão de Estatísticas da Distribuição e Serviços.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2002). *Estatísticas do Turismo 2000*.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2010). *Programa de Ação para os Censos 2011*.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2020). *Estatísticas do Turismo 2019*. Lisboa.
- Education.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning - An Integrated and Sustainable Development Approach* (pp.16-31). Van Nostrand-Reinhold.
- Inskeep, E. (1994). *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Routledge.
- Ioannides, D. (1992). Tourism development agents: The Cypriot resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 711-731.

- Ioannides, D. (2006). Re-engineering established products and destinations. In Buhalis, D. e Costa, C. (eds) 2006. *Tourism business frontiers - Consumers, products and industry*. Elsevier Butterworth Heinmann.
- Ivars, M.; Baidal, J. A.; Rodríguez S., I. & Vera R. J. F. (2013). The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain). *Tourism Management*, (34), 184-195.
- Jardim, J. (2007). *Programa de Desenvolvimento de Competências Pessoais e Sociais: estudo para a promoção do sucesso académico*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para a obtenção de grau de Doutor em Ciências da Educação.
- Jardim, J. (2017). A promoção da cultura empreendedora como estratégia para o desenvolvimento do turismo rural. In F. Castro e Sousa, J. Pereira e M. Lopes (Coord.) 2017. *Animação Sociocultural: Turismo Rural e Desenvolvimento Comunitário* (pp. 219-224). Intervenção.
- Jardim, J. & Franco, J. E. (2019). *Empreendipédia, Dicionário de Educação para o Empreendedorismo*, (pp. 384-385). Gradiva.
- Jardim, J. (2019). António J. M. Trindade: O empreendedor do turismo, o estratega do PortoBay e o madeirense das águas profundas. In C. Trindade (ed.) 2019. *Madeira Empreendedora - 40 Figuras Empreendedoras da Cultura Madeirense*, (pp. 249-265). Edições Esgotadas.
- Jardim, J. (2019). Biografias de Empreendedores Madeirenses. in C. Trindade (Coord.) 2019. *Figuras empreendedoras da cultura madeirense* (pp. 9-12). Gradiva.
- Jardim, J. (2020). Regiões Empreendedoras: Descrição e avaliação dos contextos, determinantes e políticas favoráveis à sua evolução. *Revista de Divulgação Científica AICA*, 12(1), 197-212.
- Kapczyński, A. e Adam, R. S. (2008). Hypotheses concerning the development of Polish spas in the years 1949-2006. *Tourism Management*, 29(2),1035-1037.
- Karplus, Y. & Krakover S. (2005). Stochastic multivariable approach to modeling tourism area life cycles. *Tourism and Hospitality Research*, 5(3), 235-253.
- Keilbach, M. (2000). *Spatial Knowledge Spillovers and the Dynamics of Agglomeration and Regional Growth*. Physica-Verlag.

- Ko, T. G. (2005). Development of a Tourism Sustainability Assessment Procedure: a Conceptual Approach. *Tourism Management*, (26), 431-445.
- Kozak, M. & Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management*, 33(1), 188-194.
- Krippendorff, J. (2012). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Aleph.
- Lagiewski, R. (2006) The application of the tourism area life cycle: a literature survey (pp. 27-50). In: Butler, R. *The tourism area life cycle: Applications and modifications*. Vol. 1, 28. England: Channel View Publications.
- Lanfranchi, M; Giannetto, C & Pascale, A. (2014): The Role of Nature-Based Tourism in *Generating Multiplying Effects for Socio Economic Development of Rural Areas* *Access la Success*, 15(140), 96-100.
- Las Casas, A. L. (1997). *Marketing: Conceitos, Exercícios, Casos*, (4ª ed.), Atlas.
- Lehman, M. (1999). On Criteria for Assigning Models to Assembly Lines. *International Journal of Production Research*, 7(4), 269-285.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Leiper, N. (1990). Tourist Attraction Systems. In *Annals of Tourism Research*, vol. 17(2), 367-384;
- Leiper, N. (2004). *Tourism Management* (3ª ed.). Pearson Education.
- Liu, J. V.; Hull, J.; Luo, W.; Yang, W.; Liu, A.; Viña, C.; Vogt, Z.; Xu, H.; Yang, J.; Zhang, et al. (2015). Multiple Telecouplings and Their Complex Interrelationships. *Ecology and Society*, 20(3), 44.
- Liu, Z.; Siguaw, J.A. & Enz, C. A. (2008). Using Tourist Travel Habits and Preferences to Assess Strategic Destination Positioning the Case of Costa Rica. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(3), 258-281.
- Lourenço, J. M. & Alvares, D. (2009). Planeamento do Turismo e Análise do Ciclo de Vida: uma aplicação às ilhas da Madeira e de Fernando de Noronha, *Revista de Divulgação Científica AICA*, 1(1), 5.
- Lourenço, J. M. (2003). Expansão Urbana. Gestão de Planos-Processo, in *Textos Universitários de Ciências Sociais e Humanas*. Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e Tecnologia (MCES).

- Lundtorp, S. & Wanhill, S. (2001). The Resort Life Cycle Theory: Generating Processes and Estimation. *Annals of Tourism Research*, (28), 947-964.
- Ma, M. & Hassink, R. (2013). An evolutionary perspective on tourism area development. *Annals of Tourism Research*, (41), 89-109.
- Martins, C. (2011). *Manual de Análise de Dados Quantitativos com Recurso ao IBM - SPSS*. Psiquilíbrios Edições.
- Martins, J. (2002). Turismo e Sazonalidade, *Cadernos de Economia*, (61), 69-71.
- Martins, S. (2013). *Desafios para a gestão urbanística municipal - O caso do Município de Sintra*. Dissertação de Mestrado em Urbanismo Sustentável e Ordenamento do Território, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa.
- Marujo, M. N. (2008). *Turismo e Comunicação*. Castelo Branco: RVJ Editores.
- Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Elsevier.
- Mason, P. (2015). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Routledge.
- Massam, B. (2002). Quality of Life: Public Planning and Private Living. *Progress in Planning*, (58), 141-227.
- McElroy, J. L. & Albuquerque, K. (1998). Tourism Penetration index in small Caribbean Islands. *Annals of Tourism Research*, (25), 145-168.
- Mcloughlin, J. B. (1970). *Urban and Regional Planning. A Systems Approach*. Farber.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. Routledge.
- Mehregan, N., Kordbacheh, H. & Akbari, A. (2012). Foreign tourism and human development in Iran. *International Proceedings of Economics Development & Research*, 50(4), 15-18.
- Meyer-Arendt, K. (1985). The Grand Isle, Louisiana Resort Cycle. *Annals of Tourism Research*, (12), 449-465.
- Middleton, V.; & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism*. Butterworth-Heineman.
- Mill, R. (2010). *Global Text. Tourism the International Business*. Jacobs Foundation.
- Mill, R. C. & Morrison, A. M. (1985). *The Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Ministério do Comércio e Turismo (1991). *Livro Branco do Turismo*, (pp.7-13). Secretaria de Estado do Turismo.
- Miranda, L. & Libonati, J. J. (2002). Planejamento operacional, in: Schmidt, P. (2002). *Controladoria: agregando valor para a empresa*, (pp. 53-78). Bookman.

- Misra, S. (2012). Implications of globalization on education. *Romanian Journal for Multidimensional Education*, 4(2),1-18.
- Mojic, J. & Susic, V. (2014). *Planning Models of Sustainable Tourism Development Destination*. University of Nis, Faculty of Economics.
- Molina, E. S. & Rodríguez, S. (1985). *Planificación integral del turismo*. Trillas.
- Molina, E. S. & Rodríguez, S. (2001). *Planejamento integral do Turismo: um enfoque para a América Latina*. Editora Educ.
- Montero, J. (2019). Empresarios y produccion espacial en torno al Club de Futbol Leon en Mexico. *Pucara*, 29(1), 9-30.
- Moore, K.; Cushman, G. & Simmons, D. (1995). Behavioural Conceptualization of Tourism and Leisure. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 67-85.
- Morin, E. (2015). *Penser Global*. Éditions Robert Laffont, S. A.
- Mota, F. C. N.; Vianna, S. L. G. & Anjos, F. A. (2013). *Competitividade das destinações turísticas: estudo de caso brasileiro*. Atlas.
- Moutinho, L.; Ballantyne, R., & Rate, S. (2011). Tourism Environment, Economic Development, Forecasting and Trends. In L. Moutinho (ed.), pp.1-19. *Strategic Management in Tourism*. Cabi.
- Murphy, P. (1985). *Tourism: A Community Approach*, p.156. Routledge.
- Nações Unidas (2020). ONU News - *Perpetiva Global, Reportagens Humanas*.
- Nawaz M. A. & S. Hassan (2016). Investment and Tourism: Insights from the Literature. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(4), 581-590.
- Nedeljković, O.; Jovanović, R., & Đokić, M. (2013). Trendovi razvoja i uticaj globalizacije na turizam. *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 5(1), 73-86.
- Nipa, N.; Rahman M. H. & Sultana, J. (2015). Prospect of Private-Public Partnership in Tourism of Bangladesh. *The Journal of Investment Management*, 4(3),73-83.
- Novak, J. J.; Petit, S., & Sahli (2010). Tourism and Globalization: The International Division of Tourism Production. *Journal of Travel Research*, 49(2), 228-245.
- Oglethorpe, M. (1984). *Tourism in Malta*. A crisis of dependence. *Leisure Studies*. Vol. 3, 147-162.
- Omar, S. I.; Othman, A. G. & Mohamed, B. (2014). The tourism life cycle: an overview of Langkawi Island, Malaysia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 272-289.

- Oreja, J. R.; Parra-López, E. & Yanes-Estévez, V. (2008). The sustainability of Island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspective. The case of Tenerife. *Tourism Management*, (29), 53-65.
- Ortiz, J. C. L. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: el caso del Ecuador*. Tesis de maestría en economía y gestión empresarial, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Universidad de Ecuador.
- Osborne J. (1843). *Guide to the Madeiras, Azores, British West Indies, and Northern South-America, compiled from documents specially furnished by agents of the Royal Mail Steam Packet Company and other authentic sources*. With a description of the passage across of the Isthmus of Panama.
- Padežanin, M., (2011). Kulturna politika vs globalizacija - Raznolikost protiv uniformnosti (Cultural Policy vs. Globalization - Diversity against Uniformity). *Kultura*, (130), 367-386.
- Page, S. J. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*, (2.<sup>a</sup> ed.), Butterworth-Heinemann.
- Pantelescu, A., & State, O. (2008). The e consequences of globalization upon “safe” tourism. *Academica Tusistica*, 1(2), 8-14.
- Papatheodorou, A. (2004). Exploring the Evolution of Tourism Resorts. *Annals of Tourism Research*, (31), 219-237.
- Park, D. B. & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.
- Partidário, M. R. (2003). *Turismo em Espaços Rurais e Naturais - Uma oportunidade Sustentável*. In Atas do I Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais, Escola Superior Agrária de Coimbra e Sociedade de Estudos Rurais, Coimbra.
- Patterson, T. M.; Niccolucci, V. & Marchettini, N. (2008). Adaptive environmental management of tourism in the Province of Siena, Italy using the ecological footprint. *Journal of Environmental Management*, 86(2), 407-418.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist Development*. London: Longman, second Edition.
- Pearce, D. G. & Butler, W., R. (2002). *Desenvolvimento em Turismo: Temas Contemporâneos* (1<sup>a</sup> ed.). Editora Contexto.

- Pearce, D. G. (2003). *Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens*, (p.47). Aleph.
- Peleias, I. R. (2002). *Controladoria: Gestão eficaz utilizando padrões*, (p.22). São Paulo: Saraiva.
- Perdigão, C. S. A. (2017). *O Turismo na Madeira - Dinâmicas e Ordenamento do Turismo em Territórios Insulares*. Dissertação apresentada à Universidade de Lisboa, Faculdade de Arquitetura, para a obtenção de grau de Doutor em Urbanismo.
- Pérez, V.; Guerrero, F.; González, M.; Pérez, F. & Caballero, R. (2013). Composite indicator for the assessment of sustainability: The case of Cuban nature-based tourism destinations. *Ecological Indicators*, (29), 316-324.
- Petrescu, R. M. (2011). The involvement of the public and private sector – Elements with influence on travel & tourism demand during the crisis period. *Tourism and Hospitality Management*, 17(2), 217-230.
- Plog, S. (1973). Why destination areas rise fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Quarterly*, (14), 55-58.
- Pratt, S. (2011). Economic Linkages and Impacts across the TALC. *Annals of Tourism Research*, (38), 630-650.
- Priestley, G. & Mundet, L. (1998). The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of tourism research*, 25(1), 85-111.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva, (4ª ed.). Lisboa.
- Região Autónoma da Madeira (1980). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (1985). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (1990). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e da Coordenação. Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (1995). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e da Coordenação, Direção Regional de Estatística.

- Região Autónoma da Madeira (2000). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (2005). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (2009). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Região Autónoma da Madeira (2011). *Indicadores de Atividade Económica - Estatísticas do Turismo*. Secretaria Regional do Plano e Finanças, Direção Regional de Estatística.
- Reis, E. (2009). *Estatística Descritiva*, (7.<sup>a</sup> ed.), Edições Sílabo.
- Reis, F. L. (2018). *Investigação Científica e Trabalhos Académicos, Guia Prático*, Edições Sílabo.
- Relatório Brundtland (1987). *Relatório elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento*. ONU.
- Richardson, R. (1999). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*, (3<sup>a</sup> ed.). Atlas.
- Richers, R. (1996). *Surfando as ondas do mercado*, (2<sup>a</sup> ed.). Editora RR & CA.
- Ritchie, B. & Crouch, G. (2000). The competitive destination: a sustainable tourism perspective. *Tourism Management*, (21), 1-7.
- Ritchie, J. R. B.; Tung, V. W. S. & Ritchie, R. J. B. (2011). Tourism experience management research: emergence, evolution and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438.
- Rodrik, D. (1997). *Has Globalization Gone Too Far?* Washington: Institute for International Economics.
- Rose, A. T. (2002). *Turismo: Planejamento e marketing*, (pp.51-53). Editora Manole.
- Ruschmann, D.; Widmer, G. (2000). Planejamento Turístico. In: Ansarah, M. (Org.) 2000. *Turismo: como aprender, como ensinar*. SENAC.
- Ruschmann, D. (2001). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. (8<sup>a</sup> ed.), Campinas, São Paulo: Papirus.
- Ruschmann, D. (2008). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Vol. 9, 83-91. São Paulo: Papirus.
- Saarinen, J. & Kask, T. (2008). Transforming tourism spaces in changing socio-political contexts: The case of Pärnu, Estonia, as a tourist destination. *Tourism Geographies*, 10(4), 452-473.

- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o Século XXI*. In: Bursztyn, M. Para Pensar o Desenvolvimento Sustentável. São Paulo: Brasiliense.
- Sagar, A. D. e Najam, A. (1998). *The human development index: a critical review*, *Ecological Economics*, (25), 249-264.
- Sancho, A. (2001). *Introdução ao Turismo: Organização Mundial do Turismo*. São Paulo: Roca.
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Recuperado de [http://snap3.uas.mx/Recurso1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/Recurso1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf).
- Santos, N. (2014). Turismo, gestão e território. *Caderno Virtual de Turismo*, 14.
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for tourist resorts of the coast of Republic of Cyprus. *Tourism Management*, (21),147-156.
- Secretaria Regional do Turismo e Cultura (2002). *POT - Plano de Ordenamento Turístico*. Direção Regional de Turismo, Governo Regional da Madeira.
- Secretaria Regional do Turismo e Cultura (2017). *POT - Plano de Ordenamento Turístico*. Direção Regional de Turismo, Governo Regional da Madeira.
- Secretaria Regional do Turismo e Cultura (2020). *Contribuição do Setor do Turismo no PIB Regional*. Direção Regional de Turismo, Governo Regional da Madeira.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and Development: Concepts and Issues*, (63). Channel View Publications.
- Silva, A. M. (1985). Visitantes estrangeiros na Madeira. *Atlântico Revista de temas culturais*, (1), 20-27.
- Silva, F. & Umbelino, J. (2017). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*, (pp. 29-42). Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Silva, J. (2004). *Turismo, Crescimento e Desenvolvimento: Uma Análise Urbano-Regional Baseada em Cluster*. Universidade de São Paulo.
- Silva, Padre, F. A. & Menezes, C. A. (1984). *Elucidário Madeirense*. Secretaria Regional de Turismo e Cultura, Direção Regional dos Assuntos Culturais.
- Silva, S. C. (2010). Aspectos do ensino de história antiga no Brasil - Algumas observações. *Alétheia, Revista de estudos sobre Antigüidade e Medieval*, (1), 145-155.

- Silveira, M. A. T. (2002). *Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o turismo sustentável*. In: Rodrigues, A. B. Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: HUCITEC.
- Simões, P. (2016). *O Turismo e o Lazer na Cultura de Consumo: impactos nas variáveis do tempo e do espaço*. Departamento de Geografia e Turismo. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and Economic Development: a Survey. *The Journal of Development Studies*, (34), 1-51.
- Sinclair, M.T & Stabler, M. (2002). *The Economics of Tourism*. London: Taylor & Francis.
- Smith, R. (1992). Beach Resort Evolution: Implications for Planning. *Annals of Tourism Research*. (19), 304-322.
- Sociedade de Desenvolvimento da Madeira (SDM), (2020). *Relatório do Centro Internacional de Negócios da Madeira de 2019*. Funchal.
- Solha, K. T. (2006). Política de Turismo: Desenvolvimento e Implementação, pp. 89-102, in: Ruschmann, D. M. & Solha, K. T. (org.). *Planejamento Turístico*. Editora Manole.
- Song, H.; Li, G. & Cao, Z. (2017). Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda. *Journal of Travel Research*, 57(8), 999-1011.
- Sousa, M. J. & Baptista, C. S. (2011). *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios, segundo Bolonha*, (2ª ed.). Lidel.
- Spanoudis, C. (1982). Trends in Tourism Planning and development. *Tourism Management*, 3(4), 314-318.
- Spirou C. (2011). *Urban tourism and urban change*. Cities in a Global Economy. Routledge.
- Stansfield, C. (1978). Atlantic City and the resort cycle background to the legalization of gambling. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 238-251;
- Steger, M. (2006). *A globalização*. Santa Maria da Feira: Quasi Edições.
- Steinhoff, D. & Burgess, J. F. (1993). *Small Business Management Fundamentals*, (6<sup>th</sup> ed.). McGraw-Hill, Inc.
- Strapp, J. (1988). The Resort Cycle and Second Homes. *Annals of Tourism Research*, (15), 504-516.

- Studzieniecki, T.; Palmowski, T. & Korneevets, V. (2016). The system of cross-border tourism in the Polish-Russian borderland. *Procedia*, (39), 545-552
- Sustentare (2009). *Turismo sustentável e sua importância para o setor em Portugal*. Edição Consultora Sustentare, setembro de 2009.
- Swarbrooke, J. (2000). *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. São Paulo: Aleph.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2002). *O Comportamento do Consumidor no Turismo*. São Paulo: Editora Aleph.
- Thomas, R. (2000). Small Firms in the Tourism Industry: Some Conceptual Issues. *International Journal of Tourism Research*, (2), 345-353.
- Tooman, L. A. (1997). Applications of the life-cycle model in tourism. *Annals of tourism research*, 24(1), 214-234.
- Tremblay, P. & Wegner, A. (2009). The Costs and Implications of Inter-Firm Collaboration in Remote Area Tourism. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Tribe, J. (2015). *The economics of recreation, leisure and tourism*. Routledge.
- Tripković, M., (2000). Globalizacija i Srbija (Globalization and Serbia). *Sociološki pregled*, (34), 61-74.
- Umbelino, J. M. (2010). *Estrutura Organizacional do Processo de Planejamento Turístico - uma perspectiva teórica*. Revista de Cultura e Turismo, 4(2), 38-50.
- UNCRD - United Nations Centre for Regional Development (2002). *Regional Planning and Development*, (p.52). Madurai Institute of Social Sciences.
- UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer May 2020: Special focus on the Impact of COVID-19*. UNWTO.
- Van der Duim, R. (2007). Tourismscapes: An Actor-Network Perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 961-976.
- Van der Zee, E., & D. Vanneste. (2015). Tourism Networks Unravelling; A Review of the Literature on Networks in Tourism Management Studies. *Tourism Management Perspectives*, (15), 46-56.
- Vaquero, M. (2002). *La Ciudad Histórica Como Destino Turístico*. Editorial Ariel, S.A.
- Veal, A. J. (1997). *Research Methods for Leisure and Tourism - A Practical Guide*, Financial. Times/Pitman Publishing/Pearson Professional Limited.

- Vera, J. F; Palomeque, F. L; Marchena, M. J. & Anfon, S. (1997). *Análisis Territorial del Turismo*. Barcelona: Ariel.
- Vice-Presidência do Governo Regional da Madeira (2020). *Estatísticas do Turismo 2019*. Direção Regional de Estatística da Madeira.
- Vieira, A. C. M. (2016). *O impacto económico do turismo - uma abordagem espacial*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia do Porto, Universidade do Porto.
- Vieira, A. (2003). *A Vinha e o Vinho na História da Madeira Séculos XV – XX*. Centro de Estudos de História do Atlântico, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Governo Regional da Madeira. Editora: ECO do Funchal.
- Vieira, A. (2008). A História do turismo na Madeira - Alguns Dados para uma Breve Reflexão. *Turismo - Revista de la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte*, pp. 95-118, ISSN 1889-0326.
- Vieira, A. (2015). *História do Vinho Madeira: o vinho Madeira, a independência dos Estados Unidos da América e os presidentes*. Cadernos de divulgação do Centro de Estudos de História do Atlântico, Governo Regional da Madeira, Funchal.
- Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo - Uma Perspetiva Estratégica*, Editorial Verbo.
- Vignati, F. (2008). *Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para polos, cidades e países*. SENAC.
- Vilelas J. (2009). *Investigação: o processo de construção do conhecimento*, edições Sílabo Lda.
- Vilelas, J. (2017). *Investigação: o processo de construção do conhecimento*, (2ª ed.). Edições Sílabo, Lda.
- Von Bergner, N. M. & Lohmann, M. (2014). Future Challenges for Global Tourism: A Delphi Survey. *Journal of Travel Research*, 53(4), 420-32.
- Vukadinović P.; Knežević G. & Mizdraković V. (2013). Globalizacija i strane direktne investicije i Srbiji, In: *Globalizacija i savremeno poslovanje*, (pp. 57-64). Bijeljina BiH: Univerzitet Sinergija.
- Weaver, D. B. (1990). Grand Cayman Islands and the resort cycle concept. *Journal of Travel Research*, 29(2), 9-15.
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism venues, in D. B. Weaver (Ed.), *The Encyclopedia of Ecotourism*. Cabi.

- Wilde, S. J. e COX, C. (2008). *Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination*. Southern Cross University.
- Wilkinson, P. F. (1987). Tourism in small islands nations: A fragile dependence. *Leisure Studies*, (6), 127-146.
- William G. (1811). *Observations on the Natural History, Climate, and Diseases of Madeira: During a Period of Eighteen Years* vol, vol. 4, 231.London.
- Williams, A. M. & Shaw, G. (2011). Internationalization and innovation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 27-51.
- Williams, M. T. (1993). An expansion of the tourist site cycle model: The case of Minorca (Spain). *The Journal of Tourism Studies*, 4(2), 24-32.
- Williams, S. (2009). *Tourism geography: a new synthesis*. Routledge.
- Winckler, Y. M. (2008). The role of the tourism industry in transforming a reinter to a long-term viable economy: The case of Bahrain. *Current Issues in Tourism*, 11(3), 237-267.
- Wolf, M. (2001). Will the nation-state survive globalization? *Foreign Affairs*, 80(1), 78-190.
- Wong, L. (2004). Mahathir, Malaysia and Globalization: Challenging Orthodoxy. *Globalization*, 4(2).
- World Tourism Organization (1993). *Sustainable tourism development : lessons for local planers*, (p.43). UNWTO.
- World Tourism Organization (2003). *Turismo Internacional: uma perspetiva global* (p.215) (2ª ed.).
- World Tourism Organization (2004). *Concepts of tourism and carrying capacity*. UNWTO.
- World Tourism Organization (2010). *El turismo es riqueza*. Madrid.
- World Tourism Organization (2015). *Tourism at World Heritage Sites - Challenges and Opportunities*. UNWTO.
- World Tourism Organization (2016). *Tourism Highlights*. 2016 Edition.
- World Tourism Organization (2018). *Tourism Highlights 2018*. UNWTO.
- World Tourism Organization (2019). *UNWTO International Tourism Highlights 2019*. UNWTO.
- World Tourism Organization (2020). *World Tourism Statistics*. UNWTO.

- Xanthakou, S. (2018). *Globalization and Tourist Social Structures*. Graduate School of Design.
- Yang, J.; Ryan, C. & Zhang, L. (2014). Sustaining culture and seeking a Just Destination: governments, power and tension a life-cycle approach to analysing tourism development in an ethnic-inhabited scenic area in Xinjiang, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1151-1174.
- YES BANK (2018). *Tourism Infrastructure Investments: Leveraging Partnerships for Exponential Growth*. YES Global Institute.
- Yoopetch, C. & Nimsai, S. (2019). *Science Mapping the Knowledge Base on Sustainable Tourism Development, 1990-2018*. Center for Research on Sustainable Development, College of Management. Mahidol University.
- Zapata, M. J.; Hall, C. M.; Lindo, P. & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725-749.
- Zhong, L.; Deng, J. & Xiang, B. (2008). Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management*, 29(5), 841-856.
- Zotic, V.; Alexandru D. & Dezsi, A. (2014). Debate on Tourism in Postmodernism and Beyond. *Turističko poslovanje*, (13),79-93.

## **Legislação consultada**

Decreto Legislativo Regional n.º 12/95/M de 24 de junho - Aprova o Plano para o Ordenamento do Território na RAM (POTRAM). Alterado pelo D. L. R. n.º 9/97/M, de 18 de julho.

Decreto Legislativo Regional n.º 8-A/2001/M de 20 de abril - Adapta à RAM o Decreto-Lei n.º 380/90, de 22 de setembro (estabelece o regime jurídico dos instrumentos de gestão territorial).

Decreto Legislativo Regional n.º 28/2001/M de 28 de agosto - Cria a Madeira Parques Empresariais, Sociedade Gestora, S.A. Alterado pelo D.L.R. n.º 12/2002/M, de 17 de julho.

Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M de 29 de agosto - Aprova o Plano de Ordenamento Turístico da RAM. Diário da República, n.º 199 serie I-A.

Decreto Legislativo Regional n.º 43/2008/M de 23 de dezembro de 2008. Cria o Sistema Regional de Gestão Territorial, RAM.

Decreto Legislativo Regional n.º 15/2017/M de maio - Aprova o Programa de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira. Diário da República de 6 de junho.

Decreto-Lei. n.º 53/2000 de 7 de abril e n.º 310/2003 de 10 de dezembro.

Decreto-Lei. n.º 380/99. DR 222/99 SÉRIE I-A de 1999-09-22. Estabelece o regime jurídico dos instrumentos de gestão territorial, Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território.

Decreto-Lei. n.º 309/93 de 2 de setembro - Regulamenta a elaboração e a aprovação dos planos de ordenamento da orla costeira. Alterado pelos Decretos-Lei n.ºs 218/94, de 20 de agosto, 151/95, e 113/97, de 10 de maio. Adaptado à Região pelo D.L.R. n.º 1/2002/M, de 28 de fevereiro.

Decreto-Lei n.º 380/99 de 22 de setembro - Estabelece o regime jurídico dos instrumentos de gestão territorial. Alterado pelos D.L. n.º 53/2000, de 7 de abril, e D.L. n.º 310/2003, de 10 de dezembro.

Lei n.º 48/98 de 11 de agosto, Lei de Bases da Política de Ordenamento do Território e de Urbanismo - Estabelece as bases da política de ordenamento do território e de urbanismo, Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território.

## **ANEXO I**

Questionário utilizado em Português

## Doutoramento em Estudos Globais

### **ASSUNTO: Questionário sobre o fenómeno turístico na RAM**

O presente questionário faz parte do estudo conducente à dissertação de doutoramento em Estudos Globais subordinada ao tema “Modelos de avaliação do turismo enquanto fenómeno global: o Arquipélago da Madeira como estudo de caso paradigmático”, Área Científica em Ciências Sociais, cujo objetivo geral consiste na elaboração de um Modelo de Avaliação do Processo Turístico (MAPT) a aplicar na Região, visando a monitorização e a avaliação do setor turístico, assim como analisar a evolução dos investimentos no turismo entre 1980 e 2009.

A qualidade deste trabalho de investigação depende também da sua preciosa colaboração.

Para que o estudo se concretize e, sobretudo, para que se possa atingir os resultados que se revelem úteis, face ao objetivo proposto, a sua cooperação é de extrema utilidade.

Mesmo que algumas questões possam ser, na sua opinião, mais delicadas, por favor responda com o maior rigor possível, pois, o sigilo em torno das questões será sempre escrupulosamente respeitado.

### Questionário nº

Relativamente a cada parâmetro que se segue, são utilizados cinco critérios associados à escala graduada de *Likert*, considerando de entre os itens “concorda absolutamente”, “concorda”, “não concorda nem discorda”, “discorda” e “discorda inteiramente”, sendo que os primeiros cinco itens estão associados aos níveis com a seguinte correspondência: **“concorda absolutamente” – 5; “concorda” – 4; “Não concorda nem discorda” – 3; “discorda” – 2; “discorda inteiramente” – 1 e “Não Sei / Não Respondo” (NS/NR).**

Por favor responda a cada uma das questões apresentadas, assinalando com **uma cruz (X)** o número escolhido e responda também às questões abertas.

Questões						
<b>1. O turismo, na sua opinião, tem sido o fator mais determinante no desenvolvimento da RAM.</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
Até há 30 anos atrás						
Até há 20 anos						
Nos últimos 10 anos						
Nos últimos 5 anos						
<b>2. O turismo, na sua opinião, tem crescido em quantidade de alojamentos / turistas / receitas na RAM.</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
Até há 30 anos atrás						
Até há 20 anos						

Nos últimos 10 anos						
2.4 - Nos últimos 5 anos						
<b>2a. O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos alojamentos na RAM.</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
2a.1 - Até há 30 anos atrás						
2a 2 - Até há 20 anos						
2a 3 - Nos últimos 10 anos						
2a 4 - Nos últimos 5 anos						
<b>2b. O turismo, na sua opinião, tem crescido em qualidade dos turistas na RAM.</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
2b 1 - Até há 30 anos atrás						
2b 2 - Até há 20 anos						
2b 3 - Nos últimos 10 anos						
2b 4 - Nos últimos 5 anos						
<b>3. Fatores intervenientes no crescimento do turismo na Região</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
<b>3.1</b> Conquista da Autonomia Política e Administrativa.						
<b>3.2</b> Apoios financeiros da União Europeia.						
<b>3.3</b> Estabilidade política e social.						
<b>3.4</b> Construção de infraestruturas físicas.						
<b>3.5</b> Investimento privado em novos hotéis.						
<b>3.6</b> Investimento privado em novas tipologias de alojamento.						
<b>3.7 Maior apoio ao setor do turismo em termos de:</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
<b>3.7.1</b> Marketing internacional da Madeira						
<b>3.7.2</b> Aconselhamento técnico nas novas tipologias como turismo de natureza, alojamento em espaço rural						
<b>3.7.3</b> Estratégia de marketing						
<b>3.7.4</b> Animação turística						

3.8. Indique outros fatores que considere relevantes.

---



---



---

<b>4. MAPT – MAPT a aplicar na RAM.</b>	5	4	3	2	1	N/S N/R
4.1 A existência de um modelo seria importante para avaliar o estágio de desenvolvimento do turismo.						
4.2 Aplicação do modelo de 5 em 5 anos.						
4.3 Aplicação do modelo de 10 em 10 anos.						
4.4 Aplicação do modelo num período superior a 10 anos.						
<b>5. Medidas a implementar na RAM para aumentar a afluência turística.</b>	5	4	3	2	1	NS/ N/R
5.1 Diversificar a oferta em termos de produtos turísticos.						
5.2 Promover a Madeira em mercados americanos e asiáticos.						
5.3 Realização de estudos de mercado.						
5.4 Promover mais a Natureza (ex. levadas, veredas e laurissilva).						
5.5 Constituição de uma Transportadora Aérea madeirense que contribua para facilitar as ligações aéreas com os vários países.						

5.6 Indique outra (s) medida (s)

---



---



---

6. Que perspetivas tem quanto ao futuro do turismo na RAM, aos níveis da procura e da oferta

6.1 Nos próximos 5 anos.

---



---

6.2 Nos próximos 10 anos.

---



---

Grato pela sua colaboração,

O Doutorando  
João Manuel de Lemos Baptista

