SREA
Serviço Regional
de Estatística dos Açores
Estudo sobre os Turistas
que visitam os Açores
2001
ESTATÍSTICAS OFICIAIS

Serviço Regional de Estatística dos Açores

Informar para saber...
...saber para desenvolver.

ESTUDO SOBRE OS TURISTAS QUE VISITAM OS AÇORES

2001

Director
Director Regional do SREA
Dr. Augusto Elavai

Editor
Serviço Regional de Estatística dos Açores
Largo Prior do Crato , Nº 37
9700-157 Angra do Heroísmo
Telefone: 295 40 19 40 / 6
Fax: 295 40 19 47
e-mail: info@srea.raa.pt
Internet: http://www.ine.pt/srea

Técnico Responsável
Dra Isabel Cristina Correia
e-mail: isabel.cristina @ine.pt

Composição e Impressão
Serviço Regional de Estatística dos Açores

Tiragem
250 exemplares

O Inquérito em que se baseia este Estudo não poderia ter sido levado a cabo sem a colaboração de diversas entidades, para as quais vai o nosso agradecimento e das quais destacamos:

- Directores dos aeroportos de Ponta Delgada, Lajes e Horta e representantes da ANA, TAP e SATA, por colaborarem e apoiarem a recolha da informação;

- Direcção Regional de Turismo e Empresários do Sector de Turismo, pelas sugestões apresentadas na fase de concepção do questionário;

- Centenas de visitantes anónimos que, de boa vontade e gratuitamente, responderam ao inquérito da melhor maneira possível, conscientes de que com isso prestavam um serviço à Região que os acolheu e em relação à qual demonstraram um grande carinho e interesse.

Nota de Apresentação

1. O estudo e o conhecimento aprofundado de qualquer actividade, designadamente do Turismo, requer a existência de um sistema de recolha, tratamento e análise de dados específico, credível e adequado à realidade que se pretende abarcar. A credibilidade das estratégias, bem assim como as políticas para o sector, estão profundamente ligadas ao conhecimento dos mecanismos, mercados e negócio da actividade.

Torna-se assim necessário sabermos, hoje, o que somos em termos de Turismo e o que pensam de nós o que nos visitam, para perspectivarmos o que podemos vir a ser daqui a alguns anos.

Daí a oportunidade deste estudo, num momento em que o Turismo assume uma particular importância nos Açores.

É de salientar que este é um estudo baseado num inquérito de âmbito exclusivamente regional, o primeiro de outros que concerteza se vão seguir, a realizar também noutras áreas, e que surgirão como fruto da aposta que o SREA tem feito nos últimos anos na formação dos seus quadros superiores.

Com estes estudos pretende-se poder vir a dar um contributo valioso para o conhecimento da realidade regional e, por conseguinte, para o planeamento e desenvolvimento dos Açores.

2. É quase um lugar comum dizer-se que o Turismo é uma actividade de grande relevância na economia pela sua expressão no produto, no emprego e nas contas externas. É também um dado adquirido, para quem acompanha os problemas do Turismo, que este sector irá assumir-se nos próximos anos como a principal actividade económica a nível mundial, ultrapassando em termos de exportações os sectores que tradicionalmente lideram, como a produção petrolífera e o comércio de automóveis.

As previsões atribuem em 2005, ao turismo mundial, 11,3% dos empregos, 12% dos impostos gerados e 11% dos investimentos. O número de turistas "internacionais" vem duplicando todos os sete anos e as despesas turísticas todos os seis anos.

A OMT prevê para o ano 2020 um valor das receitas do turismo mundial na ordem dos 2 biliões de dólares americanos. Trata-se dum montante que resulta de um crescimento médio anual calculado entre 6 e 7%, que é o dobro do ritmo evolutivo estimado para toda a economia mundial: 3,3% ao ano.

Se estes números impressionam relativamente à economia mundial, impressionam muito mais quando se referem ao turismo nos Açores.

O turismo é tido pelo governo regional como uma actividade estratégica, sustentada em dois vectores fundamentais: capacidade de captação e capacidade de fidelização. É um dos grandes objectivos inscrito no programa do VIII governo regional: *"expandir e modernizar a oferta de alojamento turístico*" , onde também se pode ler que para *"... a projecção de um desenvolvimento sustentado, deve prosseguir-se uma estratégia consensualizada entre o sector público e o sector privado, no sentido de uma melhor estruturação da oferta e fomento de uma verdadeira cultura de turismo na sociedade açoriana*."

Os Açores descobriram as potencialidades do Turismo há relativamente pouco tempo. Em 1996 registaram-se 428 458 dormidas, passando, em 2001, para 864 766. Isto é, **em apenas 5 anos o número de dormidas mais que duplicou**, correspondendo a uma taxa de crescimento anual superior a 15%.

Em 1996 a **taxa de ocupação – cama** era, nos Açores, de 31,8% enquanto a média do País era de 44,1%. Em 2001 essa mesma taxa passou para 58,8%, superior à do País que foi de 51,7%.

A taxa de ocupação – quarto nos Açores era em 1996 de 38,8%, inferior à média do País: 55,2%, mas no ano de 2001 passou para 69,8% ficando acima da taxa geral nacional que registou 62,5%. Aliás, em 2001 a taxa de ocupação – quarto é a segunda maior taxa quando comparada com a das principais zonas turísticas do País, só superada pela cidade de Lisboa com 72% e superior, portanto, à Madeira, ao Algarve, à Costa do Estoril e à cidade do Porto.

Analisando agora o comportamento do turismo regional, mais recentemente, constata-se que **em 2001 houve um crescimento significativo de 26,5%** nas dormidas relativamente ao ano

anterior, e nos primeiros seis meses de 2002 foi a região do País com maior acréscimo de dormidas, registando um crescimento homólogo de 9,9%, enquanto o total nacional, no mesmo período, registava um decréscimo de 5,1% e a região do Algarve um decréscimo de 8,2%.

Em relação ao futuro, as manifestas potencialidades e perspectivas de desenvolvimento neste sector, traduzem-se nas intenções de investimento já apresentadas. **Até ao final de 2004, a Região deverá dispor de quase 10 mil camas**, caso sejam concretizados, até essa data, os projectos de investimento entrados na Direcção Regional de Turismo. Estes projectos irão permitir um acréscimo de cerca de 4800 camas, quase duplicando as que existem actualmente, que são cerca de 5000.

Este comportamento tem possibilidade de se manter por mais algum tempo, pois das diferentes modalidades de turismo, aquelas em que os Açores podem apresentar especificidade e competitividade são, sem dúvida, as que estão relacionadas com a natureza. E relativamente a estas há avaliações e previsões bastante optimistas a nível global. Certos autores falam, mesmo, de 2 a 5 milhões de ecoturistas, com nível educacional elevado e gastos médios bem superiores aos do turismo em geral, correspondendo-lhes cerca de 7% das despesas mundiais de turismo, e taxas de crescimento anual da ordem dos 6%, com duplicação em 11 anos. Outros autores mais optimistas, atribuem ao **ecoturismo** 10% dos fluxos turísticos mundiais e taxas de crescimento anual da ordem dos 20%.

3. A importância do turismo mede-se também pelos importantes efeitos multiplicadores que gera na actividade económica, e que se traduzem não só na geração de um valor acrescentado importante, como também na capacidade de motivar por arrastamento o desenvolvimento de outras actividades económicas, a montante e a jusante, como por exemplo a construção civil, os transportes, as indústrias têxteis e de mobiliário, a agricultura, etc., com a vantagem deste efeito multiplicador se poder materializar quase inteiramente no local, uma vez que é patente que a procura de bens e serviços turísticos tem um conteúdo de importações muito inferior ao da procura não turística, dado predominar, na dotação de factores desses ramos, o factor trabalho residente.

É assim de realçar que a característica essencial do turismo é a **"territorialidade"** e, desse ponto de vista, constitui o oposto da globalização.

Esta pressupõe a quase homogeneidade do "produto" a nível mundial, tanto da procura como da oferta. Mas a realidade é que o turismo, ao contrário de outras actividades produtivas, não pode ser deslocalizado. Para se sentir os Açores, e cada uma

das suas ilhas, com todos os condimentos a si ligados, tem que se estar aqui presente. O turismo surge, assim, como o conjunto de actividades económicas que pode e deve preservar o carácter local, sem perigo de deslocalização de actividades e, consequentemente, de postos de trabalho.

Por todas estas razões, pensamos que este Estudo, agora divulgado pelo SREA, para além de dar a conhecer o perfil de quem nos visita, é um contributo para melhor consolidar a estratégia de desenvolvimento desta actividade, o que, aliás, se verifica já, através da utilização dos dados do Inquérito ao Turismo-2001 na elaboração do Plano de Ordenamento Turístico da Região.

Angra, Novembro de 2002

Augusto Elavai

ÍNDICE

	Página
Agradecimentos	3
Nota de Apresentação	5
Índice	9
Relação de Quadros	10
Relação de Gráficos e Figuras	11
Conteúdo e estrutura da publicação	13
Enquadramento e objectivos do Inquérito	17
Conceitos, definições e principais tipos de inquéritos da Procura Turística	23
Notas metodológicas	35
Resultados	57
Análise Global	61
Análise por principais mercados	75
Análise por tipo de visita (primeira visita ou não)	89
Análise por motivo principal da viagem	103
Análise por tipo de alojamento escolhido	117
Análise por ilha visitada	125
Análise das Opiniões	133
Análise da evolução do Perfil do Turista 1992/2001	145
Conclusões	159
Bibliografia	165
Anexo	167

RELAÇÃO DE GRÁFICOS E FIGURAS

Página

Figura 1 – Conceito de turista 27

Figura 2 – *Design* do processo de inquérito 37

Gráficos 1 a 17 – Representação gráfica das variáveis de caracterização genérica dos turistas que visitaram os Açores em 2001 63

Gráfico 18 a 35 – Representação gráfica das variáveis de caracterização dos turistas, por principais mercados 77

Gráfico 36 a 54 – Representação gráfica das variáveis de caracterização dos turistas, segundo o tipo da visita 92

Gráficos 55 a 72 – Representação gráfica das variáveis de caracterização dos turistas, segundo o motivo principal da viagem 106

Gráficos 73 a 88 – Representação gráfica da evolução do perfil dos turistas 1992/2001 148

RELAÇÃO DE QUADROS

Página

Quadro 1 – Dimensão da amostra, em função do erro e da dimensão do universo 50
Quadro 2 – Composição da amostra (turistas e excursionistas) 50
Quadro 3 – Composição da amostra (só turistas) 51
Quadro 4 – Composição da amostra (voos internacionais) 51
Quadro 5 – Perfil dos visitantes dos Açores 2001 71
Quadro 6 – Perfil do turista, segundo a residência 85
Quadro 7 – Perfil do turista, segundo o tipo de visita 99
Quadro 8 – Perfil do turista, segundo o motivo principal da viagem 113
Quadro 9 – Perfil do turista, segundo o tipo de alojamento 121
Quadro 10 – Perfil do turista, segundo a ilha visitada 129
Quadro 11 – Classificação atribuída aos itens das Opiniões 136
Quadro 12 – Contribuição e classificação das variáveis, por factor 137
Quadro 13 – O que gostou mais (síntese das respostas à Questão 23) 138
Quadro 14 – O que gostou menos (síntese das respostas à Questão 24) 139
Quadro 15 – Cruzamento dos factores com as respostas às questões 23 e 24 140
Quadro 16 – Dados das amostras dos Inquéritos ao Turismo 1992/93 e 2001 147
Quadro 17 – Evolução do perfil dos turistas 1992-93 /2001 155

CONTEÚDO E ESTRUTURA DA PUBLICAÇÃO

Através do presente estudo pretende-se caracterizar os turistas que visitam os Açores, a sua estada na Região e as suas opiniões, a partir dos dados resultantes do Inquérito ao Turismo- 2001.

Após um primeiro capítulo de clarificação do enquadramento e dos objectivos do Inquérito e de uma breve revisão dos principais conceitos, definições e metodologias habitualmente utilizados nas Estatísticas da Procura Turística, dentro do quadro conceptual definido pela Organização Mundial de Turismo (OMT) e pelo Serviço de Estatística da União Europeia (EUROSTAT), expõe-se a metodologia do Inquérito e apresentam-se os resultados.

Dada a quantidade de variáveis constantes do questionário, houve que seleccionar o tipo de informação a divulgar, de entre a muita possível. Optou-se por uma apresentação sob a forma de quadros síntese do perfil do turista e da sua estada, seguindo todas as variáveis do questionário, pela ordem com que nele aparecem e agrupadas em grandes blocos de informação: Dados Pessoais; Organização da Viagem; Caracterização da Estada e Opiniões.

Em cada um destes quadros, confrontam-se as respostas dadas por diversas subamostras de inquiridos, escolhidas segundo os critérios que nos pareceram com mais interesse do ponto de vista da procura turística: a residência, o tipo de visita (primeira visita ou não), o motivo principal da visita, o tipo de alojamento escolhido, a ilha visitada. Todos esses quadros dizem respeito apenas aos turistas. Os dados respeitantes aos excursionistas inquiridos constam, por uma questão de curiosidade, dos quadros da análise global, apresentada em primeiro lugar, mas toda a restante publicação refere-se apenas às respostas dos turistas.

Os quadros são precedidos de pequenos comentários aos principais resultados obtidos, complementados pela representação gráfica de algumas das variáveis.

Ainda dentro dos Resultados, dedica-se um capítulo a uma análise mais cuidada das Opiniões, entrando em linha de conta com as respostas às questões qualitativas (questões 23 e 24).

Por último, apresenta-se uma análise do perfil do turista resultante das respostas ao Inquérito aos Turistas levado a cabo em 1992/93, comparando-o com os resultados do Inquérito de 2001, para que os leitores mais interessados nesta matéria possam ter uma ideia da evolução do perfil do turista no que toca às variáveis comuns aos dois inquéritos. Os questionários que serviram de base aos dois inquéritos, podem ser encontrados em Anexo.

Os dados apresentados dizem respeito às respostas obtidas e não à extrapolação para o universo. No entanto, a amostra utilizada, pela sua dimensão e carácter aleatório, pode ser considerada, em termos genéricos, representativa do universo dos visitantes dos Açores no período considerado, com as reservas próprias de um inquérito por amostragem.

ENQUADRAMENTO E OBJECTIVOS DO INQUÉRITO

Enquadramento

Em 1992, na sequência do acréscimo registado na procura da Região Açores como destino turístico, foi criado um Grupo de Trabalho para o Turismo, de que faziam parte a Direcção Regional de Turismo (DRT), a Direcção Regional de Estudos e Planeamento (DREPA), a Universidade dos Açores (UA), a Câmara do Comércio e Industria dos Açores e o Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA). Logo na primeira reunião deste Grupo, chegou-se à conclusão de que era prioritário obter informação sobre a procura turística, dado que a oferta estava já satisfatoriamente coberta .

Reconhecida a necessidade de se recolherem dados sobre a caracterização dos turistas e da sua estada, avançou-se, pela primeira vez na Região Autónoma dos Açores, para a realização de um Inquérito ao Turismo de âmbito exclusivamente regional, isto é, concebido e executado por entidades regionais, para responder às suas necessidades específicas.

O Inquérito decorreu entre Março de 1992 e Dezembro de 1993, nos aeroportos de acesso da Região ao exterior (Ponta Delgada, Lajes e Horta) e no aeroporto de Lisboa. Nos primeiros, inquiriam-se os Não Residentes à Saída da Região (INRS) e no segundo, os Não Residentes à Entrada na Região (INRE). Os dois inquéritos tinham um tronco comum relativo à caracterização do turista e organização da viagem, desenvolvendo-se depois no INRS a caracterização da estada e a opinião sobre a mesma, enquanto no INRE apenas se perguntava qual a previsão das ilhas a visitar e dos gastos globais a efectuar .

Apesar da elevada taxa de resposta, da coerência dos resultados obtidos e da incontestável utilidade dos mesmos, por circunstâncias várias, o inquérito não se voltou a repetir.

Numa altura em que o Turismo começa a ganhar uma importância nunca antes observada na Região, pareceu-nos fundamental um estudo sobre esta actividade, particularmente na vertente da Procura, onde se continua a observar a maior lacuna em termos de informação estatística.

O estudo da Procura Turística poderia ter sido abordado sob vários ângulos (modelização, previsão, etc.); decidiu-se, contudo, que antes disso faltava o básico e esse básico estava contido no Inquérito ao Turismo – a caracterização de quem procura os Açores como destino turístico. Na realidade, não pode haver planeamento nem gestão de qualidade que não sejam centrados no conhecimento do cliente e do que ele procura e

isto é válido tanto ao nível micro (em empresas e organizações), como ao nível macro (regiões e países), no Turismo, como noutras actividades económicas.

Foi neste contexto que surgiu a ideia de lançar o INQUÉRITO AO TURISMO-2001.

No início, a ideia prioritária era a de levar a cabo uma nova edição do inquérito de 1992, obtendo dados que permitissem concluir acerca de alguma possível evolução no perfil do turista que procura o destino Açores. Esta ideia, porém, sendo em certa medida possível pela existência de variáveis comuns aos dois inquéritos, rapidamente se tornou secundária e deu lugar a uma ideia muito mais abrangente e rica: a de, com base no inquérito elaborado há cerca de dez anos e tirando partido da experiência com ele obtida, nomeadamente em termos de organização, partir para um novo inquérito, quer do ponto de vista do seu conteúdo, de modo a responder a necessidades não contempladas na altura, quer do ponto de vista da metodologia utilizada na selecção da amostra, recolha e tratamento da informação, de modo a melhorar a qualidade dos dados obtidos e a servir de base para futuros inquéritos do tipo na Região.

Objectivos

Nesta perspectiva, os objectivos deste Inquérito, podem-se resumir em:

1º) Colmatar uma lacuna existente ao nível das estatísticas nacionais no âmbito do Turismo e responder a necessidades da Região neste campo, tendo em conta a sua realidade específica.

Na base do Inquérito está a necessidade de obter informação que não é fornecida por qualquer outra fonte.

Na realidade, as estatísticas dos Transportes Aéreos que se fazem actualmente na Região Autónoma dos Açores (através do SREA, como órgão pertencente ao Sistema Estatístico Nacional) e que são de âmbito nacional, apenas informam sobre o total de passageiros embarcados e desembarcados na Região, sem distinguir se são residentes ou não residentes, ou qual o motivo porque se deslocaram à Região. Complementarmente, através dos Inquéritos à Hotelaria e Outros Meios de Alojamento, pode-se apurar o número de hóspedes entrados nesses meios de alojamento, por nacionalidade, o que não é significativo em termos de turismo, dado que muitos hóspedes não são visitantes, mas residentes na Região e, por outro lado, muitos visitantes não

ficam hospedados em estabelecimentos hoteleiros ou outros meios de alojamento (é o caso dos que recorrem a casa de familiares ou amigos) .

A Direcção Geral de Turismo realiza, desde 1980, um inquérito de fronteira a residentes no estrangeiro entrados no País. Para a Região Autónoma dos Açores, como resultado deste inquérito, apenas aparecem as percentagens em relação ao total do País, dos hóspedes e dormidas dos visitantes estrangeiros, em todos os meios de alojamento, por países de residência e por tipo de alojamento.

Este inquérito não responde às necessidades da Região no campo das estatísticas do Turismo, por várias razões:

- desde logo, do ponto de vista metodológico, o universo do Inquérito ao Movimento nas Fronteiras são os residentes no estrangeiro, quando o maior número de visitantes dos Açores são residentes em Portugal. Para além disso, o aeroporto da Horta, por não ter voos directos com o estrangeiro, não constitui fronteira e, portanto, não é um posto de recolha, quando através dele entram numerosos turistas na Região;

- o próprio questionário, para além de não estar adequado à realidade da Região, designadamente por não contemplar a dimensão ilha, é omisso em variáveis importantes do ponto de vista do planeamento turístico, tais como as opiniões dos turistas e os gastos por eles efectuados durante a sua estada na Região.

2º) Obter um instrumento que sirva de base ao planeamento do Turismo na Região

Indo ao encontro do que está previsto na DIRECTIVA 95/57/CE do Conselho, de 23 de Novembro de 1995, relativa à recolha de informações estatísticas no sector do Turismo, nomeadamente no que diz respeito à procura turística, procurou-se encontrar um meio que, proporcionando a recolha da informação nela mencionada, isto é, dados sobre o volume do turismo (nº de turistas, nº de estadas e nº de dormidas, por mês), dados sobre as características da viagem (duração da estada, organização da viagem, meio de alojamento utilizado), dados sobre o perfil do turista (sexo, idade) e dados sobre as despesas dos turistas, permitisse, simultaneamente, a recolha das suas motivações e opiniões, de modo a servir, da maneira mais completa possível, de instrumento de base ao planeamento da actividade turística dos Açores, nomeadamente, através do Plano de Ordenamento Turístico da Região, actualmente em elaboração.

No fundo, estão aqui contidas as questões básicas às quais é necessário responder para planear e promover o turismo (OMT, 1999): **Quem visita? Porquê?**

Quando? De onde? Durante quanto tempo? Em que tipo de alojamento? Quanto gasta? Com que opinião ficou?

Esta informação não existia até este momento na Região Autónoma dos Açores, pelo que não havia bases sólidas sobre as quais pudesse assentar a tomada de decisões neste sector.

Neste contexto, o conhecimento do perfil do turista que visita os Açores e das suas opiniões e a reflexão sobre essas opiniões e sugestões, parecem-nos questões prioritárias do ponto de vista do planeamento estratégico e este é o momento oportuno para lhes dar uma resposta, o que se pretende através do presente estudo.

Houve, ainda, a intenção de trazer o turista para o centro da actual discussão sobre o Turismo na Região, transformando-o num actor com voz activa neste processo, através das suas opiniões, comentários e sugestões.

3º) Obter um instrumento de trabalho útil para todos os agentes envolvidos no sector do Turismo ou que tenham interesse nesta matéria

Para além da utilização dos dados por parte das entidades governamentais regionais ligadas ao Turismo e à Economia, pretendeu-se criar um questionário suficientemente abrangente em termos de variáveis, para responder a necessidades de outras entidades, potenciais utilizadoras da informação através dele obtida, como: aeroportos, estabelecimentos de ensino, empresários do sector do Turismo (hotelaria, restauração, agências de viagens, rent-a-car, etc.) e o próprio SREA, na elaboração das Contas Económicas do Turismo.

CONCEITOS, DEFINIÇÕES E TIPOS DE INQUÉRITOS DA PROCURA TURÍSTICA

Em termos de estatísticas do Turismo os inquéritos e as variáveis recolhidas agrupam-se em dois grandes conjuntos:

→ as relacionadas com a **Procura Turística** - volume do turismo, isto é, percentagem e características da população que participa em actividades de turismo, número de visitas de não residentes e número de visitas de residentes a outros países; dados sobre o perfil do visitante (sexo, idade, grau de instrução, profissão, rendimento, etc.); dados sobre as características da viagem (motivo, duração, meio de transporte, alojamento, etc.) e dados sobre as despesas turísticas ;

→ as relacionadas com a **Oferta Turística** - variáveis relacionadas com o produto - bens e serviços; capacidade (de quartos, camas, infra-estruturas); variáveis económicas (valor acrescentado, custos de produção, volume de negócios, preços, etc.) e variáveis relacionadas com a unidade de produção (código NACE - Nomenclatura de Actividades Económicas, estatuto jurídico e localização em termos de NUTS, da empresa; parte do emprego, volume de negócios e valor acrescentado da empresa relacionados com a produção de um produto turístico específico).

Também em termos de unidade estatística inquirida, podemos verificar que, do ponto de vista da procura turística, a unidade inquirida é o indivíduo ou o agregado familiar e, do ponto de vista da oferta, a empresa ou o estabelecimento (unidade local).

Principais conceitos e definições

A importância da informação estatística na definição de políticas e avaliação do seu impacto é inquestionável, mas ela só se torna verdadeiramente útil se for comparável no tempo e no espaço. É, pois, fundamental utilizar critérios idênticos na obtenção dos dados, o que se consegue através da adopção de definições e nomenclaturas comuns.

Os principais conceitos, definições e metodologias ligados à procura turística, que a seguir se apresentam, estão de acordo com as mais recentes recomendações do EUROSTAT e da OMT sobre esta matéria.

Turismo - *actividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadas em lugares distintos da sua residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros motivos* .

Existem três formas elementares de Turismo:

i) **Turismo interno** (*Domestic Tourism*) – *inclui as actividades dos residentes de um determinado país que viajam unicamente no interior desse país, mas em lugares distintos do seu ambiente habitual.*

ii) **Turismo receptor** *(Inbound Tourism) – inclui as actividades dos visitantes residentes no estrangeiro que viajam num outro país, fora do seu ambiente habitual.*

iii) **Turismo emissor** *(Outbound Tourism) – inclui as actividades dos residentes de um determinado país noutros países, fora do seu ambiente habitual*

Estas três formas básicas podem combinar-se de várias maneiras, obtendo-se as seguintes categorias de Turismo:

i) **Turismo interior** *(Internal Tourism) – Turismo realizado no interior de um país, por residentes e não residentes nesse país. Inclui o turismo interno e o turismo receptor*. Este conceito aplica-se igualmente a uma região.

ii) **Turismo nacional** *(National Tourism) – Turismo realizado apenas por residentes, dentro ou fora desse país. Inclui o turismo interno e o turismo emissor.*

iii) **Turismo internacional** *(International Tourism)* **–** *Turismo realizado por residentes de outros países nesse país e de residentes desse país noutros países.*

Visitante - *indivíduo que se desloca a um local diferente da sua residência habitual, por uma duração inferior a 365 dias, desde que o motivo principal da viagem não seja o de exercer uma actividade remunerada no local visitado.*

Assim, os três critérios fundamentais que distinguem os visitantes dos outros viajantes são:

→ *a deslocação deverá efectuar-se a um local distinto do seu ambiente habitual* – o ambiente habitual de uma pessoa consiste na proximidade directa da sua residência e do seu local de trabalho ou estudo, bem como outros locais frequentemente visitados. O conceito de ambiente habitual está assim ligado a duas dimensões: frequência e distância;

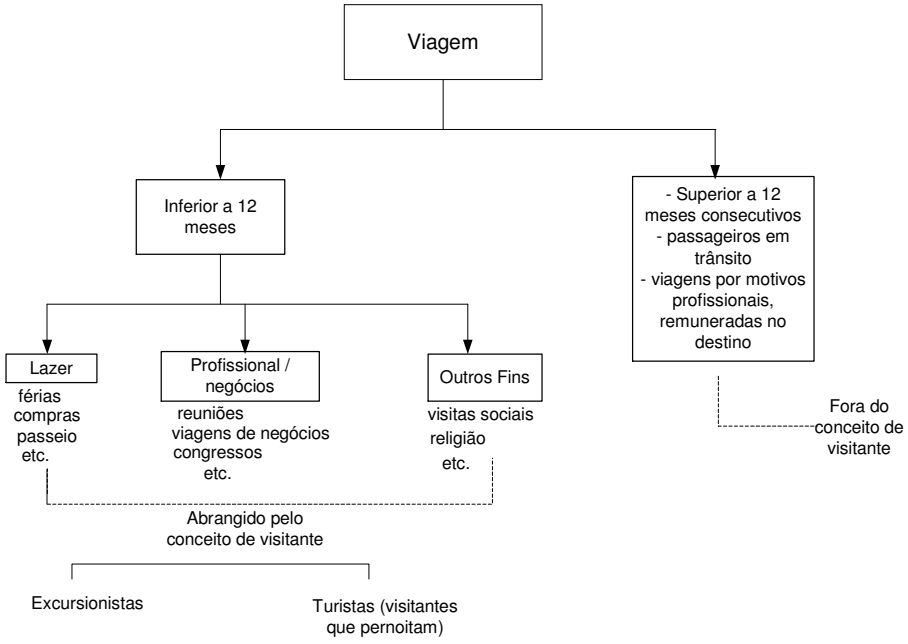
→ *a estada no local visitado não deverá realizar-se por um período de tempo consecutivo superior a um ano* – esta questão prende-se ao conceito de residente. Do

ponto de vista das estatísticas do Turismo, um indivíduo é residente num país ou local se tiver vivido durante a maior parte do ano precedente (12 meses) nesse país ou local ou se, tendo vivido nesse país/local por um período mais curto, pretender regressar no prazo de doze meses, com a intenção de aí se instalar. Assim, uma pessoa que permaneça ou pretenda permanecer um ano ou mais numa determinada área é considerada um residente da mesma e, consequentemente, não será um visitante do ponto de vista das estatísticas do Turismo;

→ *o motivo principal da visita não será o de exercer uma actividade remunerada no local visitado* – o termo remuneração refere-se a pagamentos que abranjam remuneração de trabalho, ou seja, salários e honorários (incluindo pagamentos em espécie) e não subsídios de deslocação ou pequenas participações nos custos. Estão assim excluídos os diplomatas, as representações consulares, os imigrantes (permanentes ou temporários), os membros das forças armadas a prestar serviço, etc.

O termo visitante engloba os **turistas** e os **excursionistas**. O turista é o visitante que pernoita, isto é, passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento colectivo ou em alojamento privado, no local (região, país) visitado. O esquema abaixo, ilustra melhor estes conceitos:

Figura 1- Conceito de turista



Adaptado de : EUROSTAT (1999)

O turista pode ainda ser definido de forma diferente consoante a abordagem estatística efectuada. Do **ponto de vista do destino**, só se considera que alguém passou

a noite num local visitado se a data de chegada e partida forem diferentes. Do **ponto de vista da origem**, o indivíduo pernoita durante uma viagem se a data da partida e do regresso forem diferentes e se tiver pernoitado num estabelecimento de alojamento colectivo ou num alojamento privado durante a sua ausência.

Para além destes conceitos de ordem genérica, outros, mais específicos, são apresentados no capítulo da metodologia, na parte da justificação da inclusão de cada uma das variáveis no questionário.

Principais tipos de inquéritos e metodologias de recolha da Procura Turística

Dada a definição de Turismo e as diferentes formas e categorias que pode assumir, as estatísticas do Turismo utilizam diferentes tipos de inquéritos e metodologias, conforme o objectivo em vista.

Basicamente, há três tipos de inquéritos à Procura Turística:

→ **Inquéritos por amostragem à população nacional, efectuados ao domicílio**, para recolha de informação sobre a geração do turismo interno e emissor do país, para medir a propensão a viajar, bem como a frequência da participação em viagens. Normalmente são inquéritos feitos por entrevista recorrendo a agentes inquiridores (mas também podem ser feitos via postal ou por telefone) e a unidade estatística é o agregado familiar ou um indivíduo seleccionado ao acaso no agregado familiar;

→ **Inquéritos por amostragem efectuados nos pontos de chegada e partida de transportes internacionais,** utilizados para medir o Turismo internacional (emissor e receptor). São inquéritos que combinam a entrevista e a entrega de questionários, que podem ser devolvidos por correio. A unidade estatística é o indivíduo ou os participantes de uma viagem em grupo, que não constituem, necessariamente, um agregado familiar;

→ **Inquéritos por amostragem efectuados aos visitantes**, **nos locais de destino,** que fornecem informação sobre o Turismo interior (receptor e interno), relativamente a excursionistas e/ou turistas. Normalmente efectuam-se por entrevista directa e são mais utilizados a nível regional e local que nacional. São inquéritos particularmente úteis para medir mercados turísticos específicos, como é o caso do Turismo cultural e rural. A unidade estatística é o indivíduo ou o grupo que viaja em conjunto, entendendo-se como tal o que partilha as despesas, o alojamento e as actividades.

Recomenda-se, em todos os casos, que os indivíduos inquiridos tenham idade igual ou superior a 15 anos, podendo a actividade turística das crianças ser medida inquirindo os adultos sobre os hábitos turísticos das crianças.

Nem todas as metodologias são adequadas para recolher todo o tipo de dados e, por outro lado, certo tipo de dados exige o recurso a uma determinada metodologia. O segredo do sucesso consiste em escolher a metodologia adequada ao tipo de dados a

obter, não perdendo de vista três aspectos a ter em conta: os recursos humanos necessários, o custo financeiro e a complexidade da implementação.

Dado que esta publicação incide sobre a procura turística dos visitantes (Turismo Receptor), passamos de seguida em revista, com mais pormenor, as diversas metodologias alternativas que normalmente são utilizadas para obter este tipo de informação:

Formulários de Controle nas Fronteiras

Um dos meios mais simples e reconhecidos de obter estatísticas do Turismo é a utilização da informação contida nos formulários preenchidos pelos visitantes estrangeiros nas fronteiras, mais conhecidos por Cartão Internacional de Embarque e Desembarque. É informação que já existe e tem relevância para efeitos de planeamento e marketing do Turismo.

No caso de Portugal e, consequentemente, dos Açores, este cartão, que é da responsabilidade do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras do Ministério da Administração Interna, inclui questões como: "Data de Chegada", "Nacionalidade", "Data de Nascimento", "Sexo", "Profissão" e "Duração da estada em Portugal", à entrada e "Data da partida", "Nacionalidade" e "País de Destino", à saída, variáveis com relevância para o planeamento turístico.

A principal **vantagem** é ser uma informação disponível com um custo mínimo, obtida através de um sistema já implementado.

As **desvantagens**, de um modo geral, têm a ver com a falta de controle sobre a qualidade e cobertura da informação, a insuficiência e não adequação dos dados aos fins em vista, a existência de restrições à sua disponibilização para fins estatísticos e possível desactualização. A acrescer a estas, no caso dos Açores há que ter em conta que através deste processo se apanhariam apenas os visitantes estrangeiros de voos internacionais, dado que os que vêm através de voos territoriais já terão preenchido este cartão no ponto de entrada no país. Por outro lado, apenas os visitantes estrangeiros são abrangidos, quando a maior parte dos visitantes dos Açores são residentes em Portugal, como nos revelam os dados das dormidas na hotelaria.

Inquéritos de Fronteira

Segundo a residência e o destino do visitante é possível identificar três formas de actividade turística: o Turismo internacional receptor, o Turismo internacional emissor e o Turismo interno. Esta distinção dá lugar a diferentes metodologias de estudo, como já referimos.

Centrando-nos no Turismo internacional, pode-se dizer que ao longo das últimas duas décadas tem-se observado uma tendência a reduzir as formalidades nas fronteiras que culminou com a assinatura do Tratado de Schengen e o estabelecimento do livre movimento de pessoas dentro dos Estados-membros da União Europeia. Se, por um lado, esta redução de formalidades teve um impacto positivo ao nível do aumento do Turismo internacional, particularmente por via aérea, por outro lado, eliminou uma fonte tradicional de recolha de dados relativos ao volume e características dos visitantes internacionais, o que levou à necessidade de procurar formas alternativas de recolher estes dados.

Uma das formas encontradas tem sido a realização de inquéritos aos visitantes nas fronteiras do país visitado. Embora haja alguns defensores da medição e caracterização do Turismo receptor através de inquéritos junto das famílias nos países emissores, as diferentes metodologias utilizadas pelos diversos países para o efeito desaconselham este processo. Como refere Salmones (1998), os inquéritos nas fronteiras, apesar de serem de mais difícil implementação devido à estreita ligação que tem de existir entre um trabalho essencialmente administrativo de contagem e o inquérito aos visitantes, são mais adequados ao fim pretendido.

Assim, são muitos os países que desenvolveram um inquérito aos visitantes nas fronteiras.

Os inquéritos de fronteira são inquéritos levados a cabo junto dos visitantes nos pontos de entrada e saída de um país. São feitos normalmente por amostragem nas fronteiras com mais movimento e podem ser realizados à entrada ou à saída do país. Os inquéritos realizados à saída normalmente são mais úteis, pois através deles podem-se obter informações mais correctas sobre a duração da estada, o alojamento utilizado e as despesas efectuadas, permitindo ainda recolher as opiniões acerca da estada.

Os dados podem ser recolhidos através de entrevista directa a visitantes seleccionados ou entregando os questionários aos visitantes constantes da amostra, para que os preencham eles próprios e os devolvam antes de partirem ou os enviem quando chegarem ao destino. O método das entrevistas é preferível em termos de qualidade da informação obtida e de taxa de resposta. No entanto, traz desvantagens em termos de custos e de limitação de tempo para realizar as entrevistas.

Como **vantagens** destes inquéritos, são de sublinhar: o aumento da precisão, dado que a informação é obtida directamente junto do turista; permite a recolha de informação mais detalhada e é extremamente versátil; permite a determinação do período de recolha; não há possibilidade de duplicação: cada viajante cai apenas uma vez na amostra (recorde-se que a mesma pessoa é um viajante diferente, para cada viagem que efectua).

Há, no entanto, **desvantagens** a apontar: o recurso a entrevistadores pode ser muito dispendioso; o tempo disponível para levar a cabo as entrevistas pode ser limitado; a entrega dos inquéritos para serem preenchidos pelos próprios visitantes, pode levar a baixas taxas de resposta e pouca qualidade da informação; pode exigir métodos complexos de amostragem, para assegurar dados representativos.

Método do Diário

Este método implica a identificação dos visitantes antes ou no início da sua viagem e pedir-lhes para preencherem um diário durante toda a viagem. Este tipo de recolha é particularmente recomendável para a obtenção de dados sobre as despesas efectuadas e sobre as actividades levadas a cabo durante a estada.

Em termos de **vantagens** a assinalar temos: a obtenção de dados mais precisos, dado que são fornecidos pelos próprios informadores; permite a obtenção de informação detalhada sobre as despesas efectuadas; não existe a possibilidade de duplicação, isto é, cada visitante só cai uma vez na amostra; tende a ser mais barato que os Inquéritos de Fronteira.

Como **desvantagens**, pode ser difícil obter a colaboração dos visitantes no sentido de manterem um diário durante toda a viagem; os visitantes que concordarem em o fazer, poderão não entregar a informação dentro do tempo requerido; exige um método de recolha da informação no final da visita ou da viagem; a presença do diário pode alterar os padrões de comportamento do turista, sobretudo no que respeita a despesas efectuadas.

Inquéritos nos Meios de Transporte

Os inquéritos podem ser levados a cabo nos meios de transporte utilizados pelos visitantes (avião ou barco, por exemplo). A metodologia é similar à dos Inquéritos de Fronteira ou junto dos Estabelecimentos Hoteleiros. O valor deste método depende do número de diferentes opções de transporte que o visitante tem ao seu dispor. No caso de ilhas, por exemplo, em que o acesso está limitado a um tipo de transporte (aéreo), então

este tipo de inquéritos pode ser representativo de todos os visitantes entrados. Neste caso, são equivalentes a Inquéritos de Fronteira.

Em áreas onde existem vários meios de transporte disponíveis, este tipo de inquéritos tem um valor relativo, a não ser que se abranjam todos os meios de transporte utilizados, dado que os visitantes que utilizam um tipo podem ter características e padrões de comportamento diferentes dos que utilizam outros meios.

Uma **vantagem** é que, onde existe apenas um meio de transporte disponível, este método é equivalente a um inquérito de fronteira.

Como **desvantagens**, podem-se apontar: a falta de representatividade dos visitantes abrangidos, no caso de haver muitos meios de transporte disponíveis e a possibilidade de surgirem problemas logísticos nas entrevistas nos meios de transporte.

Inquéritos em Lugares Turísticos muito frequentados

Os inquéritos a visitantes podem ser levados a cabo em locais onde se espera encontrar uma grande proporção de turistas, como terminais de transportes, centros comerciais em áreas turísticas, locais de atracção turística muito conhecidos (por exemplo: monumentos, parques naturais), etc.

O valor destes inquéritos depende do grau de representatividade destes visitantes em relação ao total dos visitantes ou do grupo de visitantes que se quer estudar. Quando existe um lugar, tal como um terminal de transportes, um ponto de acesso único ou um monumento muito famoso, onde é possível encontrar todos os visitantes deste destino, então este tipo de inquéritos pode ser útil. Apenas é necessário garantir a representatividade da amostra.

A principal **vantagem** é que, quando este tipo de inquéritos é levado a cabo em locais onde se pode abranger uma amostra representativa de visitantes, tem as mesmas vantagens de um inquérito nas fronteiras.

Como principal **desvantagem**, a amostra pode não ser representativa do grupo de visitantes a estudar e pode haver enviesamentos nas respostas como, por exemplo, o enviesamento relacionado com a duração da estada, isto é, um visitante que passa quatro noites nesse destino tem o dobro da probabilidade de ser entrevistado de um visitante que apenas lá passa duas noites; para além disso, as respostas não cobrem toda a viagem, mas apenas parte.

Inquéritos em Estabelecimentos de Alojamento Colectivo

Esta metodologia envolve a recolha de dados de uma amostra de hóspedes numa amostra de estabelecimentos. Podem ser levados a cabo por dois processos:

→ entrevista directa dos hóspedes;

→ entrega de questionários aos hóspedes seleccionados, para os preencherem antes de partirem.

O primeiro método é preferível porque conduz à obtenção de informação de melhor qualidade e maiores taxas de resposta.

Em ambos os métodos há que ter em conta que os hóspedes ainda não completaram a sua viagem e portanto as respostas são incompletas, quer no que diz respeito à experiência tida, quer nas despesas efectuadas.

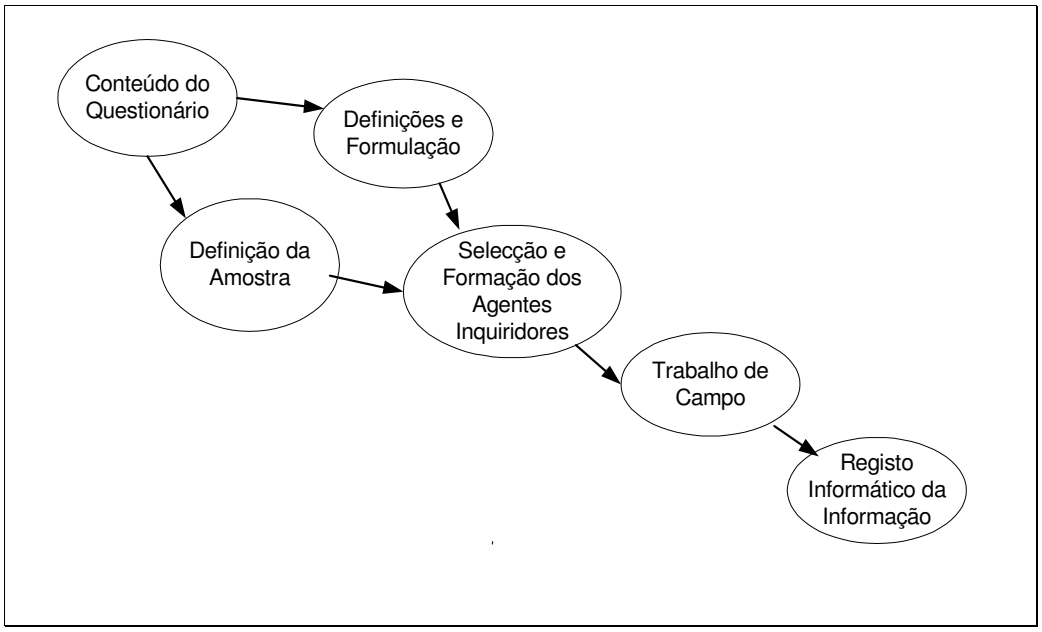
Em termos de **vantagens**, as entrevistas directas levam à recolha de dados mais correctos; por outro lado, são inquéritos de fácil implementação, desde que haja colaboração por parte dos estabelecimentos.

Como **desvantagens**, podem requerer técnicas de amostragem complexas, para assegurar a representatividade da amostra; o recurso a agentes inquiridores pode tornar estes inquéritos caros; estão sujeitos a enviesamento relacionado com a duração da estada (já referido no caso da metodologia anterior); não cobrem toda a viagem; não cobrem os visitantes que ficam alojados em meios de alojamento privado; exigem a colaboração por parte dos estabelecimentos que caem na amostra.

NOTAS METODOLÓGICAS

Basicamente, as diferentes etapas seguidas no processo de elaboração e implementação do Inquérito podem ser visualizadas no esquema seguinte:

Figura 2: *Design* do processo de inquérito



Conteúdo do Questionário

Como já foi referido anteriormente, o Inquérito ao Turismo – 2001 tem como principal objectivo a caracterização dos visitantes que procuram os Açores como destino turístico e a sua estada na Região.

Com ele, procura-se, como foi já referido, responder às questões consideradas pela OMT como básicas em termos de planeamento e promoção do Turismo: Quem visita? Porquê? Quando? De onde? Durante quanto tempo? Em que tipo de alojamento? Quanto gasta? Com que opinião ficou?

O conteúdo da versão final do questionário que lhe serve de base é o resultado da tomada em consideração de contributos de vária ordem, entre os quais:

- O próprio questionário elaborado em 1992 pelo Grupo de Trabalho do Turismo composto por representantes de diversas entidades regionais já mencionadas (cf. pág. 19) que, através dele, tinham expressado as suas necessidades de informação;

- Análise de inquéritos de fronteira dirigidos ao turismo levados a cabo noutros países e regiões insulares;

- Orientações mais recentes do EUROSTAT nesta matéria, nomeadamente, as contidas na Metodologia Comunitária sobre Estatísticas do Turismo (edição de 1998) e na Directiva 95/57/CE;

- Orientações mais recentes da OMT nesta matéria;

- Consulta de várias entidades relacionadas com a matéria, a quem se entregou um exemplar do questionário e se pediu comentários e sugestões sobre o seu conteúdo e forma.

O questionário (v. Anexo) é composto por três partes:

1 – Introdução

Sabendo que as primeiras impressões são determinantes na decisão de uma boa cooperação, houve a preocupação de apresentar desde a primeira página uma aparência convidativa. Na primeira página do questionário identifica-se a entidade que leva a cabo o inquérito, apela-se à colaboração por parte do visitante, clarifica-se brevemente o objectivo da realização do inquérito e declara-se a natureza anónima do questionário e a confidencialidade das respostas. Faz-se ainda um apelo a que sejam lidas as instruções antes de se iniciar o preenchimento.

2 - Instruções de preenchimento

As instruções são breves, claras e objectivas. A apresentação das instruções, todas em bloco em vez de disseminadas por cada pergunta, foi intencional, tendo em vista não alongar mais o questionário e evitar a repetição da mesma informação em cada questão, quando para muitas delas as instruções são comuns.

3 - Perguntas

As perguntas, após uma parte inicial respeitante ao modo de transporte (Aeroporto de saída da Região e Tipo de voo), apresentam-se agrupadas em quatro secções, isto é, em blocos com um tema homogéneo:

Caracterização pessoal

Organização da Viagem

Caracterização da Estada

Opiniões, Comentários e Sugestões.

Estão dispostas numa sequência lógica e o facto de ocuparem sete páginas, que pode parecer demasiado, foi fruto de uma opção consciente: a de não querer reduzir o espaço à custa da redução da letra e do espaço entre as questões, pois isso poderia resultar numa reacção negativa por parte do informador. Como refere Hill (2000; 63), "*As pessoas que recebem um questionário que parece curto (porque foi impresso numa letra muito pequena) entendem muito bem que é um truque e que o seu preenchimento irá levar mais tempo do que parece. Muitas delas vão, provavelmente, sentir-se enganadas e a possibilidade de cooperação ficará muito reduzida".* A clareza do *layout* proveniente do encadeamento lógico e dos espaços adequados entre as perguntas e dentro das escalas de resposta, bem como o facto de, na maior parte das questões, apenas ser necessário assinalar com um X a resposta adequada, são factores que contribuem para a facilidade e rapidez do preenchimento, apesar da extensão. Em média, o preenchimento demora cerca de dez minutos.

O questionário é constituído por vinte e cinco questões e, apesar de poder parecer um pouco longo, este número está dentro do que é habitual encontrar em inquéritos do género .

Apesar da extensão, procurou-se obter um questionário de aparência esteticamente atraente, simples e rápido de preencher, com instruções claras e com uma lógica fácil de entender, que não se tornasse enfadonho, mas motivasse os visitantes a colaborar com o seu preenchimento.

O facto de ser um questionário bilingue (escrito em português e inglês) exigiu um cuidado especial, tendo-se entregue o questionário, depois de pronto, a uma tradutora para verificar a tradução.

Para além destes aspectos de ordem genérica, outros cuidados de ordem técnica estiveram envolvidos na definição e formulação das questões:

→ Identificação das secções, perguntas e variáveis;

→ Fundamentação e clarificação dos conceitos que estão por trás de cada variável;

→ Definição do tipo de resposta desejável para cada pergunta (resposta qualitativa descrita por palavras pelo visitante; resposta qualitativa escolhida pelo visitante a partir de um conjunto de respostas alternativas fornecidas pelo questionário; resposta quantitativa apresentada em números pelo visitante; resposta quantitativa escolhida pelo visitante a partir de um conjunto de respostas alternativas fornecidas pelo questionário);

→ Escolha da escala de medida das respostas a utilizar em cada pergunta (nominal, ordinal, métrica).

Salienta-se o facto de, no caso das perguntas com respostas alternativas em escalas de avaliação, se ter seguido o aconselhado por Hill (2000), isto é, que não sejam usadas mais de sete respostas alternativas e que, se o questionário for anónimo e não contiver questões sensíveis, será melhor utilizar um número ímpar de respostas alternativas. Usaram-se pois, neste caso, cinco respostas alternativas, excepto nas questões relativas à fidelização, em que apenas se usaram quatro. Ainda de acordo com Hill (2000), num questionário com várias escalas de avaliação, o número de respostas alternativas não precisa de ser sempre o mesmo, podendo mesmo algumas perguntas ter um número par e outras um número ímpar de respostas alternativas. Por outro lado, para evitar problemas de interpretação, descreveram-se com palavras todos os números de cada escala de avaliação.

Passamos agora a identificar e a justificar a inclusão no questionário, de cada uma das variáveis, bem como a clarificar os conceitos que lhes estão subjacentes, por pergunta, designando-as por P seguido de um número sequencial, pela ordem com que aparecem no questionário:

Dados iniciais

Data do voo (P1) - É pedido o dia e o mês, o que permite a análise dos dados por mês, tornando possível a detecção da sazonalidade do turismo não tanto em termos quantitativos, mas sobretudo em termos da variação das características dos turistas que procuram os Açores nas diversas épocas do ano.

Aeroporto de saída da Região e Tipo de voo (P2 e P3) – O meio de transporte utilizado para entrada e saída da Região é sempre aéreo, mas pode ser regular ou fretado e será interessante ter a possibilidade de analisar as diferentes características e comportamentos dos turistas que vêm em cada um dos tipos de voo. Para além disso, há uma necessidade cada vez maior de informação acerca de fluxos e dimensão do tráfego e, por isso, esta será uma informação útil para os responsáveis pela gestão dos aeroportos da Região. O conhecimento do número de pessoas que entram e saem da Região, por aeroporto, permite ainda uma análise geográfica do fluxo de visitantes.

Caracterização Pessoal - As informações sobre o perfil do visitante fornecem dados essenciais à análise da natureza da procura turística, permitindo a identificação do tipo de turistas.

Sexo (P4) – O sexo é uma variável com significado em termos de comportamento socio-económico, o que é válido para o estudo da actividade turística.

Idade (P5) – A idade dos visitantes é dada em anos. Os meses são ignorados, isto é, um turista que tenha 24 anos e 10 meses, deverá ser classificado como tendo 24 anos.

Os escalões etários apresentados: menos de 18 anos; 18-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-64; mais de 64, traduzem várias preocupações e um compromisso.

As preocupações têm a ver com a necessidade de comparabilidade com outros dados recolhidos, o que levou a que se seguisse de perto a classificação proposta pela OMT e pelo EUROSTAT (0-14; 15-24; 25-44; 45-64; 65 e mais) havendo apenas uma ligeira discrepância no primeiro escalão e uma maior desagregação nos restantes. Esta classificação tem como objectivo identificar cinco segmentos de mercado distintos: **crianças**, viajando na maioria das vezes com os pais; **jovens**, representando o importante mercado turístico juvenil; **adultos jovens** em idade activa; **adultos na meia-idade**, em idade activa; **reformados**.

O compromisso, tem a ver com o facto de no primeiro escalão termos considerado até aos 18 anos e não até aos 14. Por um lado, parece-nos que reflecte melhor a realidade, dado que os menores de 18 anos viajam habitualmente acompanhados dos pais e o mercado turístico juvenil é essencialmente composto por estudantes universitários, o que acontece a partir dos 18 anos. Por outro lado, fica assim garantida a comparabilidade com o inquérito realizado na Região em 1992.

País de residência e Código postal (P6) – O país de residência de um visitante é definido como o país onde o visitante viveu nos últimos doze meses ou viveu durante um menor período de tempo, mas pretende lá voltar nos próximos doze meses, para viver.

A classificação dos visitantes internacionais por país de origem tem como conceito subjacente o país de residência e não o país de nacionalidade. Há várias razões para isto acontecer: primeiro, porque é no país de residência que a decisão de viajar é tomada e se inicia a viagem e portanto é nesses países que se deve actuar em termos de marketing, tentando alcançar potenciais visitantes; segundo, porque o país de residência é que determina se uma pessoa que chega a um país é um visitante ou não; em terceiro lugar, tomar o país de residência como ponto de partida e não a nacionalidade, assegura uma maior coerência entre o número dos visitantes internos e internacionais e a contabilização das receitas e despesas do turismo internacional.

É muito importante, por vários motivos, identificar o nível de urbanização da área de residência dos visitantes; por isso, adicionalmente ao país de residência, pede-se o código postal, que permite uma identificação da zona, dentro do país.

Ascendência açoriana (P7) – Esta questão justifica-se devido à importância que o turismo étnico nos parece assumir nos Açores e pelas características específicas que apresenta. É importante ter em atenção a sua evolução.

Profissão (P8) - A classificação apresentada segue de perto os grandes grupos da Classificação Nacional de Profissões (versão 1994) que, por sua vez, teve por base a CITP-88 (*Classification Internationale Type des Professions*). Está assim garantida a comparabilidade com outras recolhas de dados a nível nacional e internacional. Para além de um conjunto de profissões, para os empregados e economicamente activos, são ainda contempladas neste quadro outras situações perante a actividade (estudantes e reformados), cujo destaque se justifica por pertencerem a segmentos de mercado bem demarcados. A hipótese residual "*Outra*" permite detectar a necessidade de rever o quadro em futuros inquéritos.

Grau de instrução (P9) – Como os sistemas de educação variam de país para país é um pouco difícil detalhar mais os diferentes níveis. Pensamos que a classificação apresentada no inquérito, embora esteja de acordo com o sistema nacional, é suficientemente clara e abrangente, de modo que todos os visitantes se consigam situar numa delas e permite a comparabilidade com os dados de outros países.

Número de pessoas abrangidas pelo inquérito (P10) – A dimensão e a composição do grupo que viaja pode influenciar de maneira significativa as actividades e despesas efectuadas durante a estada. Só são consideradas como grupo, as pessoas que viajam juntas e partilham as despesas de transporte, alojamento e refeições. As pessoas que, embora viajando em grupo, não partilham as despesas (caso das excursões), devem ser tratadas como visitantes independentes e preenchem um boletim individualmente. O número de pessoas que viaja no grupo tem um interesse acrescido quando associado às idades dos membros do grupo e por isso se pede essa indicação. Outra questão que se prende ao número de pessoas que viaja, é a da possibilidade de determinar uma despesa per capita, importante, sobretudo, para efeitos de elaboração das Contas Económicas da Região. Sabendo o número de pessoas e as diversas idades, poder-se-á mesmo utilizar, segundo o *Australian Bureau of Statistics* (1996) uma repartição das despesas diferente para as diversas idades: crianças até 1 ano - 0%; 1-5 anos - 10% de um adulto e 5-18 anos - 50% das despesas de um adulto.

Motivo Principal da Viagem (P11) – O motivo da viagem é um dos elementos chave para conhecer a estrutura da procura turística. É comum um visitante ter mais do que um motivo para uma determinada viagem. Por exemplo, uma pessoa pode-se ter deslocado em serviço ou num congresso a outro país ou região e prolongar a sua estada

para passar férias nesse local. Pode haver assim, um motivo principal da visita e um ou mais motivos secundários. O que se pede no boletim é o motivo principal, definido como "*o motivo sem o qual a viagem não teria tido lugar*". Regra geral, considera-se que o restante agregado familiar tem o mesmo motivo principal da viagem que o seu representante. Por exemplo, uma pessoa que acompanha o seu cônjuge em viagem de negócios deve ser classificada em "*Negócios*", mesmo que tenha ido apenas por motivos de lazer.

A classificação utilizada no Inquérito segue de perto a classificação em grandes grupos, proposta pela OMT, embora com ligeiras diferenças, justificadas pela adaptação à realidade dos Açores. Assim, mantiveram-se os grupos "*Descanso e Lazer*", "*Visitas a familiares e amigos*", "*Negócios ou Trabalho*" e o grupo residual "*Outro*". Em vez dos grupos "*Saúde*" e "*Religião*", com relativamente pouco peso na Região Açores, foram destacados "*Congressos e Seminários*" e "*Prática de desportos*". Esta classificação está estruturada de modo a medir os segmentos chave da procura turística para efeitos de planeamento e marketing.

No grupo "*Descanso e Lazer*" incluem-se as seguintes actividades: compras, assistir a espectáculos de natureza cultural ou desportiva, actividades recreativas e culturais, prática de desportos não profissional, contacto com a natureza, fazer praia, acampamentos, lua-de-mel, férias, etc. O visitante decide fazer a viagem por motivos completamente alheios à sua actividade profissional e esta é suportada pelo próprio. Durante a viagem, o turista poderá visitar amigos ou familiares, mas este não é o principal motivo da viagem.

No grupo "*Visitas a familiares e amigos*" estão incluídas as visitas de lazer, mas também, para assistir a acontecimentos sociais como casamentos e funerais e ainda cuidar de inválidos ou doentes.

No grupo "*Negócios e Trabalho*", incluem-se todas as actividades de natureza profissional, ou de algum modo com ela relacionadas, levadas a cabo fora do seu ambiente habitual. Quer a decisão da viagem, quer o seu financiamento, são da responsabilidade de outros que não o próprio. Estão incluídas neste grupo as seguintes actividades: instalação de equipamentos, inspecções, compras e vendas, participação em reuniões, congressos, encontros, feiras e exposições, viagens de incentivos, dar conferências ou concertos, participar em actividades desportivas profissionais, missões governamentais, estudos e investigação científica financiada pelo estabelecimento de ensino, cursos de formação, etc.

Os "*Congressos e Seminários*", fazem parte integrante do grupo "*Negócios e Trabalho*". No entanto, dada a importância que se dá a este segmento de mercado em termos de evolução futura, neste inquérito destacou-se do restante, criando um grupo à parte.

Igualmente, a "*Prática de desportos*", que se pode incluir no grupo "*Descanso e Lazer*", foi destacado deste por se considerar importante verificar a evolução deste segmento que se pretende trazer à Região, nomeadamente, através da prática do golfe, do ténis, do mergulho e dos desportos náuticos; por este motivo, pede-se ainda a especificação do desporto.

O grupo *"Outro"* destina-se a motivos não enquadrados nos restantes grupos, pedindo-se a especificação de modo a detectar algum motivo que mereça ser destacado num próximo inquérito.

Esta questão existe também no inquérito, para que se faça uma triagem do tipo de visitante; assim, os que vieram por motivos de Negócios ou Congressos não têm de responder às questões 13,14 e 15, que não fariam sentido nestes casos.

Organização da Viagem - A maneira como a viagem é organizada, tem a ver com o facto de ser a primeira vez que se vem ao destino ou não, se se pensou noutros destinos, como é que se descobriu este e as motivações que levaram a escolhê-lo e, por último se se optou por vir integrado numa excursão ou individualmente e se se recorreu aos serviços de uma agência de viagens.

Visita prévia aos Açores (P12) – Esta variável serve para distinguir os visitantes que já vieram antes dos que vêm pela primeira vez aos Açores, permitindo não só acompanhar a evolução da percentagem de visitantes pela primeira vez no total dos visitantes, como detectar eventuais diferenças nas características e motivações dos que vêm pela primeira vez. Embora a estabilidade dos mercados turísticos seja influenciada pela repetição das visitas e os custos em marketing para atrair visitantes que já visitaram antes o destino sejam menores, é importante não menosprezar os benefícios do alargamento a novos mercados. Segundo Vogt, Stewart & Fesenmaier (1998), um plano de marketing dirigido a novos visitantes é um elemento central em qualquer estratégia de desenvolvimento do turismo .

Consideração de destinos alternativos antes de vir aos Açores (P13) – O conhecimento dos destinos alternativos permite conhecer os destinos com os quais a Região tem de competir no mercado turístico. Esta é uma informação importante em termos de marketing. Como refere Crompton (1992), compreender como os indivíduos

decidem fazer uma viagem turística e seleccionam o destino é essencial ao estudo do turismo.

Como descobriu os Açores (P14) – O conhecimento das fontes de informação que o visitante utilizou para obter informação sobre um determinado destino turístico, neste caso concreto, os Açores, é, tal como os factores que influenciaram a decisão, uma variável qualitativa importante em termos de planeamento e marketing turístico e está relacionada quer com as características do turista, quer com as da viagem. De acordo com Vogt, Stewart & Fesenmaier (1998), a investigação sobre como os potenciais visitantes tomaram conhecimento dos destinos e obtiveram informação sobre eles é essencial para desenvolver um plano de marketing .

Características consideradas mais importantes na escolha dos Açores como destino turístico (P15) – No fundo, trata-se de determinar os factores que influenciaram o turista na escolha dos Açores como destino turístico. É uma informação qualitativa de grande importância para o planeamento e marketing do turismo, dando a conhecer as motivações e necessidades do visitante e permitindo que o produto turístico se adeqúe e vá ao encontro dessas necessidades. Consideraram-se doze características que pensamos ser as fundamentais na escolha de qualquer destino turístico e uma mais específica (a primeira), relacionada com o facto de os Açores serem um destino insular.

Tipo de viagem (P16) – O facto de o turista viajar individualmente ou em excursão determina uma forma diferente de procura, que interessa detectar.

Recurso a agência de viagens (P17) – Do ponto de vista da análise do consumo turístico, considera-se que os serviços prestados pelas agências de viagens são parte do consumo turístico. Então, em termos de aproveitamento dos dados para a elaboração das Contas Económicas da Região, tem interesse saber se o turista recorreu a agência de viagens, quais os serviços a que recorreu e o montante que pagou - é que, segundo a OMT(1999), as despesas de consumo turístico não incluem apenas as despesas efectuadas durante a estada, mas também as despesas efectuadas antes da viagem, que estejam directamente relacionadas com a viagem .

Caracterização da Estada - Estes dados descrevem a visita em si, em termos de duração, alojamento utilizado, serviços utilizados, actividades levadas a cabo e despesas efectuadas. Estão intimamente ligados às variáveis que fazem parte do grupo anterior, correspondente à Organização da Viagem.

Ilhas que visitou (P18) – Esta questão engloba duas variáveis: a duração da estada e o tipo de alojamento, para cada uma das ilhas.

A informação por ilha tem grande interesse no sentido em que o planeamento do Turismo na Região deve ser feito à dimensão de ilha, para que o desenvolvimento da Região seja harmonioso no seu todo.

A duração da estada é um dado muito importante: constitui a medida mais significativa do volume das várias actividades turísticas (tais como o alojamento), permite determinar o limite máximo para além do qual a viagem deixa de ser turística (um ano) e distingue o turista do excursionista. No caso do turista (visitante que pernoita), a duração da estada é calculada em termos do número de dormidas. Há que distinguir entre *duração da estada* e *duração da viagem*: a primeira é medida na perspectiva do turismo receptor, em termos do tempo passado no local de recepção; a segunda, é medida na perspectiva do turismo emissor, como o tempo passado fora do local habitual de residência. O que se pede neste inquérito é a duração da estada, ou seja, segundo a perspectiva do turismo receptor. De um modo geral, a estada é considerada de curta duração quando corresponde de uma a três noites e de longa duração as de quatro ou mais noites.

Põe-se a hipótese de a duração da estada ser de menos de um dia porque é possível, a partir do Faial, visitar quer o Pico quer S. Jorge, em menos de um dia, isto é, não pernoitar nessas ilhas. Verificou-se posteriormente, na fase de registo dos dados, que aparecem alguns casos de pessoas que se deslocam de Lisboa a S. Miguel em negócios, por menos de 24 horas, não chegando a pernoitar na Região (excursionistas).

Relativamente ao tipo de alojamento escolhido, apesar de se seguir de perto a classificação dos meios de alojamento preconizada pelo EUROSTAT e pela OMT, optou-se por discriminar apenas os tipos mais comuns na Região (Hotel, Turismo Rural, Pensão, Casa de amigos ou familiares), incluindo ainda a rubrica residual "*Outro*", em que se pede a especificação, o que permite verificar se se justificará em inquéritos futuros a discriminação de outros tipos de alojamento que, neste momento, pensamos não terem expressão.

Actividades levadas a cabo durante a estada nos Açores (P19) - Esta variável fornece informação sobre os produtos turísticos procurados e as infra-estruturas utilizadas, o que é útil ao planeamento e marketing do destino em causa. Dada a grande diversidade de produtos e infra-estruturas potencialmente utilizadas pelos turistas e o facto de poderem ser utilizadas também por residentes, existe uma grande dificuldade em medir o turismo pelo lado da oferta, o que torna mais premente a necessidade de obter esta informação via procura. Algumas das actividades indicadas são genéricas e

relacionadas com as categorias da oferta especificadas na NACE Rev1 (Nomenclatura de Actividades Económicas), outras são específicas do destino em causa.

A ligação entre o motivo principal da visita e as actividades levadas a cabo durante a visita, é preciosa para a obtenção de informação sobre segmentos do mercado turístico relativamente recentes como o turismo cultural ou ligado à natureza.

Despesas efectuadas durante a estada (P20) – As estatísticas sobre as despesas dos visitantes constituem uma das mais importantes e complexas informações sobre turismo. São usadas para vários fins, desde o cálculo do valor das despesas de turismo num determinado local, até ao cálculo do impacto do turismo na economia nacional e cada utilização exige informação diferente.

A definição de despesa turística está intimamente ligada ao de consumo turístico. Na recolha de informação estatística para elaboração do Sistema de Contas Económicas, o consumo turístico é definido como "*o valor dos bens e serviços usados pelos visitantes"*. Assim, pode-se definir a despesa turística como "*as despesas de consumo levadas a cabo pelo visitante ou em seu benefício, durante a viagem e a estada num determinado destino".*

Esta definição abrange situações em que:

- O consumo dos bens e serviços não é necessariamente efectuado pelo próprio visitante. É o caso de *souvenirs* ou prendas compradas durante a viagem e oferecidas pelo visitante a familiares e amigos;

- A despesa pode não ser suportada pelo próprio visitante. É o caso de famílias em que o pai ou a mãe suportam as despesas dos restantes membros da família ou do empregado que viaja financiado pela sua entidade empregadora;

- A despesa pode ocorrer antes, durante ou depois da viagem, desde que esteja com ela relacionada. Por exemplo, alojamento pré-pago, pagamentos à agência de viagens e revelação de rolos fotográficos após a viagem.

As rubricas constantes deste inquérito foram seleccionadas com base nas necessidades de informação estatística para elaboração das Contas Económicas da Região e na orientação do EUROSTAT nesta matéria. Dizem respeito apenas a despesas efectuadas com a viagem (caso do montante pago à agência de viagens) e durante a estada.

Opiniões, Comentários e Sugestões - Os indicadores qualitativos são muito úteis à compreensão das diferenças comportamentais dos visitantes de um determinado

destino e, consequentemente, para o planeamento e marketing turísticos. Segundo a OMT, estes indicadores deverão incluir os seguintes aspectos:

→ factores que influenciaram a decisão de viajar ;

→ principal fonte de informação ;

→ organização da viagem;

→ actividades levadas a cabo durante a estada;

→ avaliação da viagem.

Os quatro primeiros aspectos foram já vistos, respectivamente, nas variáveis P12 a P17 e P19. Trata-se agora da última questão, a da avaliação da viagem, do ponto de vista da opinião, impressão deixada, gosto e possíveis comentários sobre a mesma. Estes são aspectos importantes porque, segundo Vogt, Stewart & Fesenmaier (1998), é preciso não esquecer que a melhor estratégia de marketing de um destino turístico é proporcionar aos turistas uma experiência positiva durante a sua estada, que se encarregarão de a transmitir aos familiares e amigos.

Opinião acerca de diversos aspectos da estada (P21)- Os diversos aspectos em relação aos quais se pede a opinião do visitante foram agrupados em três grandes categorias: Acesso, Qualidade (quer das condições naturais e estruturas existentes, quer de serviços prestados) e Custo.

Os itens apresentados são, por um lado, aspectos a considerar em qualquer destino turístico, por outro, resultam da manutenção dos itens considerados no inquérito de 1992, a fim de garantir a comparabilidade e, por último, da tomada em consideração das sugestões dadas por diversas entidades regionais relacionadas com o turismo (é o caso dos itens "*Cultura*", "*Ambiente*" e "*Segurança*", que ganharam uma expressão que não tinham em 1992). A atenção à evolução do mercado, que se manifesta através das opiniões emitidas pelos turistas, é um elemento chave no planeamento estratégico da actividade turística.

Se recomendaria a um amigo e se voltaria aos Açores (P22) – As questões colocadas nesta variável são particularmente importantes. A recomendação a um amigo traduz-se numa forma de marketing extremamente poderosa. De acordo com Ruschmann, citado por Barretto (1999;111), *"... 75% da propaganda no sector turístico é feita boca-a-boca, portanto as lembranças de um turista são fundamentais*". Um turista descontente neutralizará, com os seus comentários no seu grupo de contacto, a melhor e mais cara campanha publicitária. Como veremos adiante, ela funciona realmente no caso

dos Açores, dado o número de pessoas que declararam como principal fonte de informação a "*Recomendação de familiares e amigos*".

Por sua vez, a intenção de voltar aos Açores tem a ver com a questão da fidelização do cliente, que é um indicador da qualidade e da valorização do produto oferecido.

O que gostou mais e menos na sua estadia (P23 e P24) – Independentemente da opinião emitida acerca dos diversos aspectos contidos na variável P21, através destas variáveis procuramos saber concretamente o que o visitante valorizou mais e menos na sua estadia.

Comentários e Sugestões (P25) – Os comentários e sugestões do turista, enquanto consumidor de um determinado produto turístico, deverão ser tidos em conta no planeamento do turismo, dado que é através deles que melhor se vai detectando a evolução dos gostos, motivações e necessidades do mercado.

Amostra e amostragem

O Inquérito ao Turismo - 2001 dirigiu-se aos turistas da Região Autónoma dos Açores, entendendo-se como tal os não residentes na Região que a ela se deslocaram por uma duração de pelo menos 1 dia e inferior a 365 dias, desde que o motivo principal não tenha sido o de exercer uma actividade remunerada.

Assim, a unidade estatística medida através deste inquérito é o **indivíduo** (ou o grupo que viaja, em que um dos membros responde por todo o grupo), visitante (**turista**) da Região Autónoma dos Açores, entendendo-se os termos visitante e turista no sentido que foi explicitado no capítulo dos conceitos e definições.

Dada a falta de informação sobre o número de passageiros não residentes, a amostra foi dimensionada e estruturada em termos de voos, abrangendo voos territoriais e internacionais com destino para fora da Região, de Março a Dezembro de 2001.

O inquérito realizou-se em cerca de 10% do total de voos de saída da Região registados nos três aeroportos abrangidos pelo inquérito, isto é, Ponta Delgada, Lajes e Horta, com base nos números publicados pelo INE nas Estatísticas dos Transportes de 1998. Estes voos foram distribuídos por tipo de voo (territorial ou internacional), por aeroporto (Ponta Delgada, Lajes e Horta) e por mês, de acordo com a percentagem do total de passageiros embarcados naqueles aeroportos para fora da Região durante o ano de 1999 (SREA, Indicador dos Transportes,1999), última informação disponível na altura da selecção da amostra.

A estratificação da amostra dos voos foi feita em cadeia, efectuando-se primeiro por tipo de voo para o total da Região, depois por tipo de voo para cada um dos três aeroportos e, finalmente, por tipo de voo, para cada aeroporto e para cada mês (pretendeu-se, assim, contemplar no desenho da amostra, três critérios: o **espacia**l, o **temporal**, e um mais **técnico** e especificamente relacionado com o meio de transporte utilizado - o tipo de voo).

Depois de conhecido o número de voos a inquirir em cada mês, segundo o tipo de voo e por aeroporto, utilizando um método de amostragem aleatória simples, mais precisamente, a chamada técnica da lotaria (papelinhos colocados numa caixa, com o dia da semana escrito), determinaram-se as datas dos voos para cada mês. Fixaram-se à partida 50% dos voos aos fins de semana, tendo os papelinhos com os sábados e domingos ficado numa caixa à parte. Para os voos internacionais houve que fazer alguns ajustamentos, dado não se saber à partida as datas da sua realização.

Em termos de visitantes, decidiu-se inquirir todos os passageiros não residentes em cada voo seleccionado (que preenchessem os requisitos do conceito de turista, já referidos), havendo assim exaustividade dentro de cada voo, excepto no caso de excursões ou grandes grupos em que o inquérito abrangeria apenas um décimo do número de elementos do grupo, considerando-se caracterizado o grupo, tendo em conta que as principais características da estada são comuns. Isto possibilitaria a obtenção de uma amostra completamente aleatória dos inquiridos em relação ao universo e, por outro lado, com dimensão suficiente para levar a cabo qualquer análise do ponto de vista estatístico. Desde o início apontámos para cerca de 2500 entrevistas e, na realidade, recorrendo à fórmula seguinte:

$$\mathbf{n = K^2NPQ / (NE^2 + K^2PQ)}$$

Onde:

n – dimensão da amostra

K – quartil de ordem 1- α/2 da N(0,1)

P – proporção da característica a observar

Q = 1-P

N- dimensão do universo

E – erro absoluto a considerar

que, aliás, é a utilizada no Inquérito de Fronteira ao nível nacional, fixando o intervalo de confiança a 95% (K=1,96), estimando (socorrendo-nos para tal dos dados

fornecidos durante o ano de 2001 pelas companhias aéreas que actuam na Região) um universo de não residentes embarcados para fora da Região entre 150000 e 200000 e considerando diferentes valores do erro, para o caso mais desfavorável (P=Q=0,5), chega-se aos seguintes valores para a dimensão da amostra (n):

Quadro 1- Dimensão da amostra em função do erro e da dimensão do universo

Erro	**1%**	**2%**	**5%**	**8%**	**10%**
N = 150000	9026	2363	383	150	96
N = 200000	9164	2373	384	150	96

Como a informação recolhida entre Março e Dezembro de 2001 se traduziu em 2549 questionários, a hipótese escolhida aponta para um erro de cerca de 2 % e basta haver um mínimo de 384 observações para se incorrer num erro de 5%.

Quadro 2 - Composição da amostra (turistas e excursionistas)

Aeroporto	**Ponta Delgada**		**Lajes**		**Horta**		**Total da Região**	
Mês	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas
Março	5	128	2	38	1	15	8	181
Abril	6	187	2	21	1	4	9	212
Maio	6	167	2	32	1	32	9	231
Junho	6	174	3	48	1	16	10	238
Julho	10	281	4	70	1	13	15	364
Agosto	12	330	6	113	2	40	20	483
Setembro	9	241	4	92	1	12	14	345
Outubro	6	170	2	21	1	17	9	208
Novembro	5	130	2	24	1	0	8	154
Dezembro	5	103	2	18	1	12	8	133
Total	**70**	**1911**	**29**	**477**	**11**	**161**	**110**	**2549**

Dos questionários recolhidos neste período, não foram considerados para efeitos do estudo 38 excursionistas (visitantes que vieram aos Açores por menos de um dia e não pernoitaram na Região - todos casos de pessoas que vieram a reuniões de trabalho ou

em negócios a S. Miguel e que, dado o horário dos voos de ligação com o Continente, vêm e vão no mesmo dia), por não estarem abrangidos no conceito de turista (cf. pág. 27).

Quadro 3 - Composição da amostra (só turistas)

Aeroporto	Ponta Delgada		Lajes		Horta		Total da Região	
Mês	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas
Março	5	127	2	38	1	15	8	180
Abril	6	183	2	21	1	4	9	208
Maio	6	162	2	31	1	32	9	225
Junho	6	170	3	48	1	16	10	234
Julho	10	272	4	70	1	13	15	355
Agosto	12	325	6	113	2	40	20	478
Setembro	9	238	4	92	1	12	14	342
Outubro	6	168	2	21	1	17	9	206
Novembro	5	128	2	24	1	0	8	152
Dezembro	5	101	2	18	1	12	8	131
Total	**70**	**1874**	**29**	**476**	**11**	**161**	**110**	**2511**

Os Quadros 2 e 3 incluem voos nacionais (regulares, para o Continente e Madeira) e internacionais (*charter*). Como o tipo de voo foi uma variável contemplada na selecção da amostra, indica-se no quadro a seguir a amostra em termos de voos internacionais (incluídos no Quadro 2).

Quadro 4 - Composição da amostra (voos internacionais)

Aeroporto	Ponta Delgada		Lajes		Horta		Total da Região	
Mês	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas	Nº de voos	Nº de entrevistas
Março	1	29	-	-	-	-	1	29
Abril	1	31	-	-	-	-	1	31
Maio	1	26	-	-	-	-	1	26
Junho	1	27	-	-	-	-	1	27
Julho	2	46	2	38	-	-	4	84
Agosto	3	70	2	37	-	-	5	107
Setembro	2	47	1	28	-	-	3	75
Outubro	1	31	-	-	-	-	1	31
Novembro	1	26	-	-	-	-	1	26
Dezembro	1	26	-	-	-	-	1	26
Total	**14**	**359**	**5**	**103**			**19**	**462**

Definição da metodologia de recolha

No processo de escolha da metodologia de recolha do Inquérito ao Turismo/2001 teve-se em conta que, com este inquérito, se pretendia obter:

- informação relativamente a toda a viagem e não apenas a parte;

- informação sobre o total de despesas efectuadas durante a estada;

- informação relativa ao universo de turistas da Região, incluindo os de nacionalidade portuguesa e independentemente do meio de alojamento escolhido;

- informação relativa a opiniões;

- informação com qualidade, mas exequível do ponto de vista da sua implementação no campo e dos seus custos.

Das metodologias referidas, a que melhor se adequa e responde a estas necessidades é o **Inquérito de Fronteira .**

Esta metodologia, quando aplicada aos Açores, apresenta diversas vantagens, para além das já indicadas em termos genéricos na sua apresentação:

→ o acesso à Região faz-se, essencialmente (não se pode dizer na totalidade, devido a cruzeiros ocasionais e ao movimento de iates que, apesar de tudo, têm pouca expressão no total de visitantes), por via aérea e apenas por três pontos: os aeroportos de Ponta Delgada, Lajes e Horta. Isto traduz-se numa relativa facilidade de implementação da recolha, quer em termos logísticos, quer de custos;

→ estes aeroportos situam-se nas ilhas onde existem núcleos do Serviço Regional de Estatística, o que permite um maior controle e apoio logístico ao trabalho de campo;

→ nestes aeroportos, consegue-se abranger o universo dos turistas, independentemente da nacionalidade, da proveniência dentro da Região e do meio de alojamento escolhido.

Dentro dos Inquéritos de Fronteira, optou-se por fazer um inquérito por amostragem, à saída da Região e com um processo misto de entrevista directa e entrega dos questionários para preenchimento pelos turistas, com devolução antes do embarque.

Fica assim assegurado que:

→ os turistas estão em condições de responder por toda a visita e não apenas parte dela;

→ os turistas estão em condições de poder emitir uma opinião acerca dos diversos aspectos da sua estada na Região;

→ há controle sobre a qualidade da informação fornecida e a taxa de resposta, porque nos casos de pessoas analfabetas ou com dificuldades em responder far-se-á entrevista e nos outros casos os agentes inquiridores darão apoio ao preenchimento e tirarão dúvidas levantadas pelo preenchimento na altura da recolha dos boletins;

→ por outro lado, como o inquérito é de preenchimento simples, a maior parte das pessoas não precisará de ser entrevistada, o que permite o recurso a um número mínimo de agentes, diminuindo consideravelmente os custos.

Selecção e Formação dos Agentes

Dado o processo utilizado ser um processo misto de entrevista e entrega de questionários aos visitantes, para preenchimento pelos próprios, houve necessidade de recorrer a agentes inquiridores para levar a cabo o trabalho de campo. A descontinuidade geográfica e o facto de haver três aeroportos de acesso da Região ao exterior, levou à necessidade de recrutar agentes em cada uma das ilhas onde se situam os aeroportos em causa, tendo-se seleccionado cinco agentes: um para a Horta, dois para as Lajes e dois para Ponta Delgada (nestes últimos casos, optou-se por recorrer a dois agentes, dada a maior intensidade do tráfego de passageiros).

Os critérios de selecção dos agentes foram, sobretudo, cinco:

→Domínio da língua inglesa (obrigatória) e outras línguas estrangeiras (não necessariamente);

→Experiência anterior de realização de inquéritos para o INE;

→Facilidade de comunicação;

→ Sentido de responsabilidade;

→Actividade profissional ligada ao sector do turismo (condição preferencial, mas não obrigatória).

Com base nestes critérios, os agentes recrutados dominavam várias línguas estrangeiras ou pelo menos o inglês, apresentando alguns deles experiência anterior como agentes de outros inquéritos do SREA. Todos demonstraram ter sentido de responsabilidade e boa capacidade de comunicação.

Na formação, que teve a duração de um dia (7 horas), abordaram-se os seguintes pontos:

→ Explicação dos objectivos do inquérito;

→ Explicação da estrutura do inquérito, seguindo todas as questões e respectivas instruções de preenchimento;

→ Explicação de como deve decorrer o trabalho de campo, nomeadamente na distribuição e recolha dos questionários, abordagem dos visitantes e realização das entrevistas;

→ Aspectos burocráticos.

Foram ainda entregues documentos de apoio (notas para o trabalho no aeroporto, instruções para a condução das entrevistas, relatório do entrevistador e fichas de controle do trabalho de campo) e o material necessário à realização do trabalho (credenciais, instrumentos de notação, capas e esferográficas).

Organização do Trabalho de Campo

O trabalho de campo decorreu nos três aeroportos já referidos (Ponta Delgada, Lajes e Horta). Nos dias seleccionados pelo processo de amostragem atrás descrito, os agentes apresentavam-se no aeroporto na altura de abrir o *check-in* do respectivo voo e distribuíam o material (constituído por um boletim, uma capa e uma esferográfica) pelos informadores, isto é, os passageiros não residentes na Região Autónoma dos Açores.

Cada passageiro não residente recebia um boletim, excepto no caso de grupos que viajam em conjunto, em que apenas se entregava um exemplar a um representante, escolhido de forma aleatória, que respondia por todo o grupo.

Na altura da distribuição, os agentes tinham de seguir os seguintes passos: identificar-se como agentes do SREA, explicar sucintamente os objectivos do inquérito, chamar a atenção para o anonimato e a facilidade de preenchimento do boletim e aconselhar a leitura das instruções de preenchimento. Deveriam ainda indicar que a recolha seria feita antes do embarque e insistir no facto de respostas incorrectas deturparem os resultados do inquérito.

Após a distribuição do material (sobre a qual o agente deveria manter um controle quanto ao número de boletins distribuídos), cada passageiro preenchia o respectivo boletim, mantendo-se o agente disponível para tirar alguma dúvida que surgisse.

No caso de passageiros que apresentassem grandes dificuldades em preencher o boletim ou analfabetos, o inquérito seria feito por entrevista. As regras próprias para a execução das entrevistas foram distribuídas aos agentes entrevistadores na altura da formação.

No caso de grupos a viajar em excursão, poder-se-ia recorrer à colaboração do guia turístico, para a distribuição do material e a explicação dos objectivos do inquérito. No caso de grandes grupos em excursão, apenas se faria o inquérito a um décimo dos elementos do grupo; sabendo-se que nestes casos as características pessoais são

parecidas e as da estada semelhantes para todo o grupo, não se justificaria a sua inquirição exaustiva.

A recolha dos boletins efectuava-se na sala de embarque, enquanto os passageiros aguardam o embarque. Na altura da recolha, o agente deveria dar uma vista de olhos por todo o boletim a fim de detectar alguma falha na informação e poder, junto do passageiro, colmatá-la.

Enfatizou-se, durante a formação dos agentes, a necessidade de estes estarem conscientes da importância deste inquérito para o conhecimento do Turismo nos Açores, mantendo uma atitude de simpatia, educação e respeito pelo informador, mas também persuasiva, levando o informador a interessar-se pelo inquérito e a responder o melhor possível.

Depois de recolhidos todos os boletins e já fora do aeroporto, o agente devia numerar os boletins, atribuindo a cada, um código composto por cinco dígitos (P, L ou H, conforme o aeroporto, seguido de 4 dígitos numéricos, numa ordem sequencial crescente com início em 0001), preencher o relatório e anexá-lo aos boletins respeitantes a esse voo. Os boletins e relatórios dos diversos voos foram enviados no final de cada mês para a sede do SREA na Terceira, para tratamento informático.

Antes de iniciar o trabalho de campo propriamente dito, realizou-se em Janeiro de 2001 um inquérito-piloto com o objectivo de testar a clareza do questionário e a possibilidade, em termos de tempo, de o levar a cabo. O inquérito-piloto teve lugar no aeroporto das Lajes e abrangeu visitantes portugueses e suecos de um voo regular com destino a Lisboa. Para além do preenchimento do questionário, foi pedido aos visitantes que respondessem a algumas perguntas relacionadas com o próprio questionário em si, em termos de clareza, compreensão e extensão. Os resultados foram positivos.

Registo informático da informação

O registo informático das variáveis foi feito utilizando o software SPSS, versão 10.0, tendo-se criado para o efeito um ficheiro de dados, processo levado a cabo em três passos: preparações preliminares, definição das variáveis no computador e inserção dos dados .

As últimas três questões (23, 24 e 25), abertas e qualitativas, foram registadas numa tabela em Word e alvo de uma análise de conteúdo, num processo autónomo.

Para além das variáveis contidas no próprio questionário, foram criadas outras, por transformação de algumas já existentes, para servirem de base ao cálculo de alguns indicadores; foi o caso, por exemplo, da duração total da estada na Região (resultante da

soma dos dias passados em cada uma das ilhas) e da dimensão do grupo que viaja (resultante da soma do número de pessoas do sexo feminino e do sexo masculino que fazem parte do grupo).

RESULTADOS

Dada a dimensão do questionário, tornava-se impraticável pretender publicar toda a informação que dele se pode extrair em termos de cruzamentos de variáveis. Assim, sem prejuízo de se poder fornecer outro tipo de informação que nos possa ser solicitada, optou-se por divulgar, através deste estudo, os resultados do Inquérito ao Turismo – 2001, sob a forma de quadros síntese do perfil do visitante dos Açores, abrangendo todas as variáveis constantes do questionário, agrupadas em grandes blocos homogéneos: Caracterização Pessoal; Organização da Viagem; Caracterização da Estada e Opiniões.

Num primeiro passo, caracterizam-se os excursionistas e os turistas, de um modo geral. Após esta apresentação genérica, abandonam-se os excursionistas, para apresentar quadros comparativos de subamostras apenas dos turistas. Estas subamostras foram seleccionadas a partir de critérios normalmente considerados como mais interessantes pela segmentação de mercados: a residência; o tipo de visita (primeira visita ou não); o motivo da viagem; o tipo de alojamento escolhido; a ilha visitada. Em cada capítulo, apresentam-se os quadros síntese do perfil dos turistas, complementados por um pequeno comentário aos resultados apresentados e a representação gráfica de algumas das variáveis. Num capítulo à parte, apresenta-se uma análise mais detalhada das opiniões expressas pelos turistas, de modo quantitativo (através da questão 21) e qualitativo (através das questões 23 e 24). Recorrendo à Análise Factorial, sintetizam-se todas essas opiniões num pequeno número de factores independentes, que, de alguma forma, indicam grandes vectores de possível actuação, com vista à sustentabilidade da Região Autónoma dos Açores como destino turístico competitivo, a longo prazo.

Alguns aspectos a ter em conta na leitura dos resultados apresentados nos capítulos seguintes:

a) Os dados resultantes do Inquérito ao Turismo – 2001, em termos globais, são dados que se podem considerar, com as reservas próprias de um inquérito feito por amostragem, representativos do universo dos visitantes dos Açores no período considerado, dada a dimensão e o carácter aleatório da amostra inquirida. No entanto, a sua leitura deverá ser efectuada com prudência nos casos de subamostras de pequena dimensão (como é, por exemplo, o caso dos excursionistas e dos utilizadores de Turismo em Espaço Rural) cujos resultados, apesar de tudo, não quisemos deixar de apresentar.

b) Na comparação entre subamostras, dever-se-á ter em conta que não foram realizados testes estatísticos (o que tornaria este estudo demasiado pesado) que nos permitam detectar se as diferenças encontradas são estatisticamente significativas, isto é, essas diferenças poderão não reflectir necessariamente diferenças equivalentes entre os universos a que dizem respeito. Refira-se, no entanto, que não apareceram resultados aberrantes, vindo até, na maior parte dos casos, confirmar o que se verifica do ponto de vista empírico. Note-se, sobretudo, a coerência da evolução das respostas dadas aos Inquéritos de 1992 e 2001. Esta aderência à realidade é mais um factor que permite concluir favoravelmente acerca da representatividade da amostra e da qualidade das respostas obtidas.

c) As percentagens apresentadas nos quadros são as chamadas "*valid percent*", isto é, percentagens tendo apenas em conta o número de respostas válidas à questão.

d) Para garantir a consistência interna das respostas dadas às variáveis avaliadas através de escalas de Likert (Características determinantes na escolha do destino Açores e Opiniões), foi aplicado a cada uma delas o teste *Alpha de Cronbach*, tendo-se obtido valores próximos de 0,8 (o que indica uma boa consistência interna).

e) Na análise por tipo de alojamento e segundo a ilha visitada, não se apresentam gráficos nem comentários, por haver repetições entre subamostras, isto é, um turista que tenha escolhido vários tipos de alojamento, encontra-se em todas as subamostras correspondentes a cada um dos tipos de alojamento utilizado e, no caso das ilhas visitadas, se tiver pernoitado em mais de uma ilha, aparece nas subamostras correspondentes a cada uma dessas ilhas. No entanto, não deixa de ser interessante apresentar os resultados obtidos, sob a forma de quadros.

ANÁLISE GLOBAL

Dos 2549 visitantes inquiridos através do Inquérito ao Turismo – 2001, 2511 (98,5%) eram turistas e 38 (1,5%) excursionistas.

Apesar de toda a restante análise se debruçar exclusivamente sobre os turistas, nesta análise global quisemos incluir uma breve referência ao perfil do excursionista (visitante que não pernoitou na Região), para percebermos quais as características de um tipo de visitante que, à partida, seria difícil encontrar em ilhas tão afastadas do Continente como os Açores.

Caracterização dos excursionistas

Embora em número pouco representativo, é possível detectar nos excursionistas que visitaram os Açores algumas características bem definidas e comuns a todos eles: são quase todos homens (31, de um total de 38), com idades compreendidas entre os 25 e os 54 anos (cerca de 40%, entre os 35 e os 44 anos), residentes em Portugal, sem ascendência açoriana, essencialmente com uma profissão "*Científica, Técnica ou Liberal"* e com formação académica de "*Nível Superior"*, viajando sós e por motivo de "*Negócios ou Trabalho"*. Na maior parte dos casos, esta não foi a primeira visita aos Açores. Quase todos recorreram a Agência de Viagens, para o transporte; a ilha onde estiveram foi S. Miguel e as actividades mais relevantes, para além do assunto que os trouxe à Região, foram as "*Compras*" (34,2%) e "*Provar a gastronomia local*"(47,4%). Durante a sua estada, gastaram, em média, 11 920 escudos, repartidos essencialmente entre "*Restaurantes*" (39,6%), "*Compras*" (35,5%) e "*Transportes* (*táxis ou rent-a-car*)" (19,2%).

Caracterização dos turistas

Entre os turistas, cerca de 70% apresenta idades compreendidas entre os 25 e os 54 anos, observando-se a maior percentagem no escalão dos 25-34 anos. A idade média situa-se no escalão etário dos 35-44 anos (Gráfico1).

Gráfico 1 - Distribuição dos turistas, por escalão etário

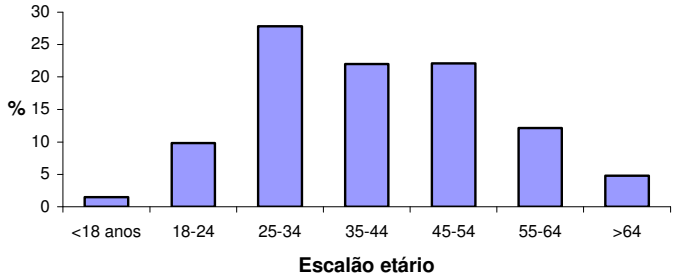
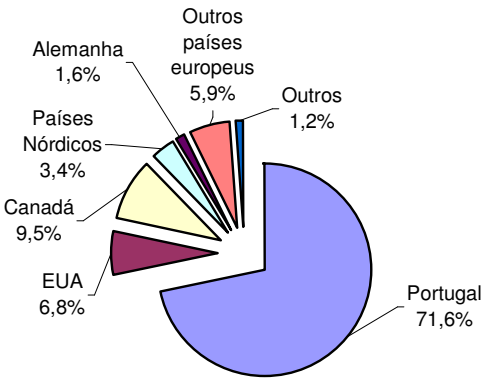


Gráfico 2 - Distribuição dos turistas, por país de residência



A grande maioria dos turistas é residente em Portugal. Os residentes no estrangeiro são, essencialmente, provenientes dos países da diáspora (EUA e Canadá) ou, tal como acontece no resto do país, provenientes dos países europeus mais desenvolvidos (Alemanha, Países Nórdicos, Reino Unido, França) (Gráfico 2).

Por outro lado, apenas 18,8% dos inquiridos declararam ter ascendência açoriana.

Em termos profissionais, cerca de metade dos turistas apresenta uma de duas situações: tem uma actividade "*Científica, Técnica ou Liberal"* (33,9%) ou é "*Dirigente ou Quadro Superior"* (15,3%) (Gráfico 3) e a sua formação académica é de "*Nível Superior"* (55,7%) (Gráfico 4).

Gráfico 3 - Situação perante a actividade ou profissão

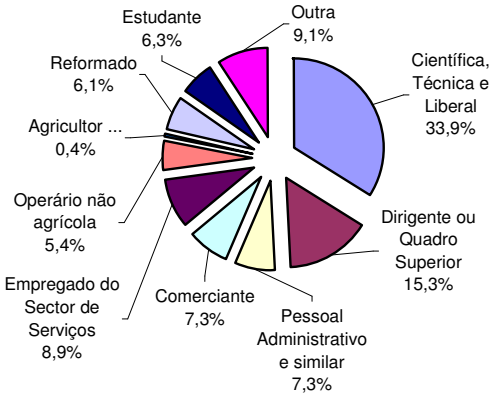
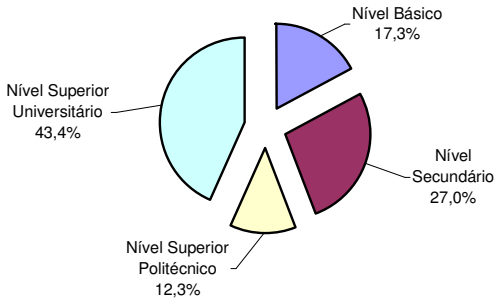
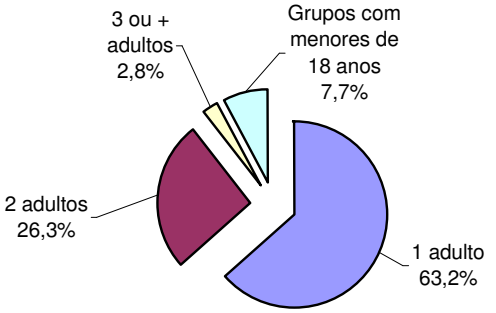


Gráfico 4 - Distribuição, por grau de instrução



A maioria viaja só, ou na companhia de um adulto e apenas 7,7% dos inquiridos viajavam com menores de 18 anos (Gráfico 5). Os Açores não constituem, assim, neste momento, um destino de férias de famílias com crianças, excepto no caso de emigrantes, como adiante se verá.

Gráfico 5 - Distribuição dos turistas, segundo a composição do grupo que viaja



O motivo principal da viagem foi, essencialmente, "*Descanso e Lazer*", "*Negó-cios e trabalho*" e "*Visitas a familiares e amigos*" (Gráfico 6).

Para 40,5% dos inquiridos, esta viagem constituía a primeira visita à Região.

Gráfico 6 - Distribuição dos turistas, por motivo da visita

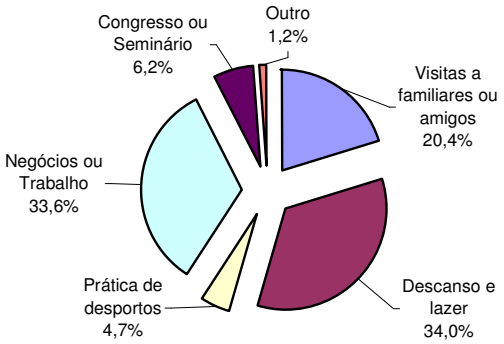
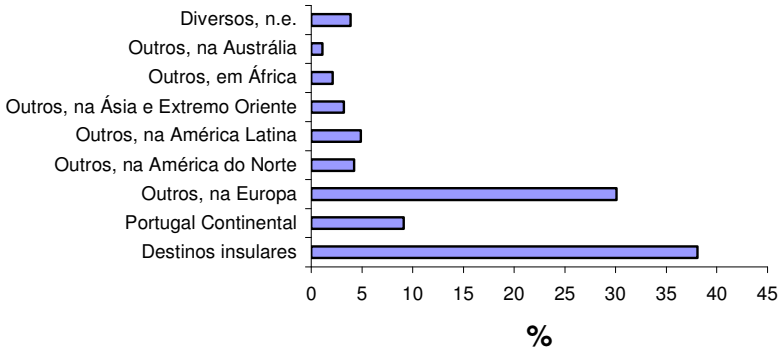


Gráfico 7 - Principais destinos alternativos, considerados pelos turistas

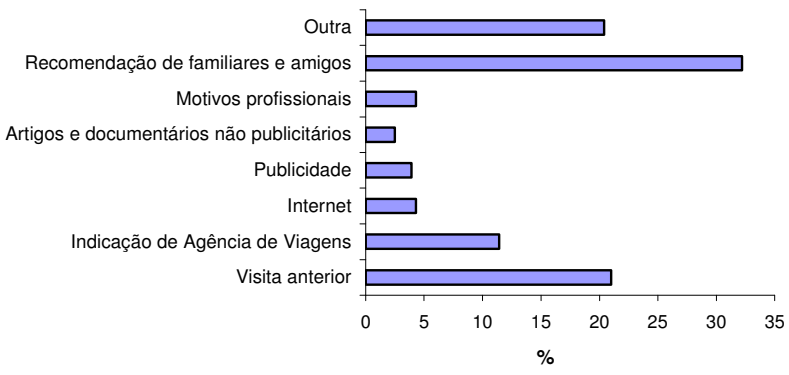


Apenas 22,5% dos turistas considerou a hipótese de destinos alternativos, sendo esses, essen-cialmente, destinos insulares (38,1%) e europeus (30%) (Gráfico 7).

De salientar a primazia dos destinos insulares (sobretudo Madeira, Canárias, Cabo Verde, Cuba e outras ilhas das Caraíbas) que, aliada à importância dada à "*Novidade e exotismo das ilhas*" como uma das características mais importantes na escolha dos Açores (Gráfico 9), vem comprovar a atracção exercida pelas ilhas como destino turístico. Com efeito, de acordo com o *International Scientific Council for Island Development* – INSULA , as ilhas são o segundo maior destino turístico, depois da categoria das cidades históricas.

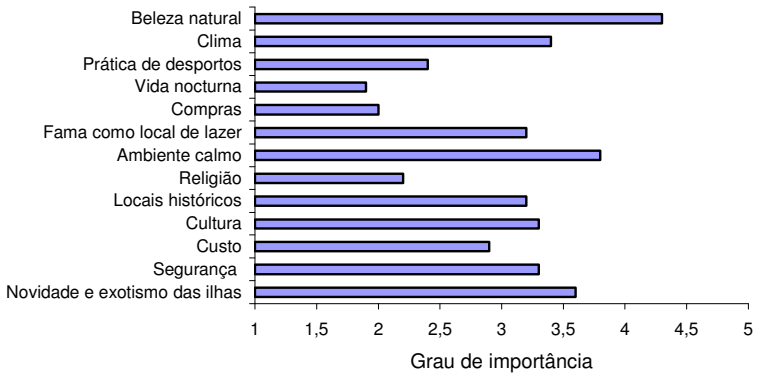
Mais de metade declarou como principal fonte de informação a "*Recomen-dação de familiares ou amigos*" ou "*Visita anterior*" (Gráfico 8). A julgar pelos resultados

Gráfico 8 - Principal fonte de informação



obtidos, a propaganda de "boca-a-boca", mencionada na página 47, funciona, de facto, no caso dos Açores e de uma maneira positiva. A importância do item "*Outra*" ficou a dever-se a uma eventual má interpretação da questão, que levou muitos turistas (sobretudo portugueses) a terem respondido a esta questão com "*sempre conheci, da História*" ou, no caso dos emigrantes, "*sou natural dos Açores".*

Gráfico 9- Características determinantes na escolha do destino Açores

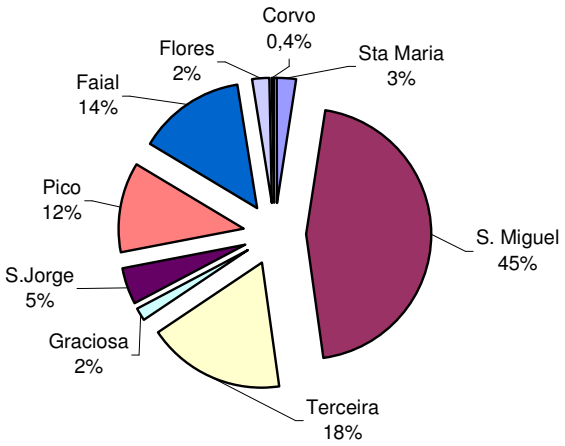


"*Beleza natural*", "*Ambiente calmo*" e "*Novidade e exotismo das ilhas*" foram as características consideradas mais importantes na escolha do destino Açores, classificadas numa escala de 1 a 5. De salientar, o facto de entre as consideradas menos importantes se encontrarem "*Vida nocturna*" e "*Compras*", evidenciando a imagem de um destino ecológico e calmo, aliado ao exotismo próprio dos destinos insulares, que os turistas, nitidamente, procuram quando optam pelos Açores (Gráfico 9).

A maioria viajou individualmente (83,5%), tendo recorrido a Agências de Viagens (75,6%), sobretudo para serviços como "*Só transporte*" (47,2%) ou "*Viagem e alojamento com pequeno almoço*" (35,8%).

Em média, pagaram à Agência de Viagens 103 459 escudos, por pessoa e 166 210 escudos, por viagem.

Gráfico 10 - Ilhas visitadas



As ilhas mais visitadas, incluindo as visitas de menos de um dia, foram S. Miguel, Terceira e Faial, com uma clara concentração em S. Miguel (Gráfico 10) .

A duração média da estada na Região foi de 10,3 dias. É interessante notar que as ilhas com uma maior duração média da estada, são ilhas periféricas como Santa Maria, Graciosa e Flores, sugerindo que os seus visitantes são sobretudo emigrantes de férias ou turistas com estadas prolongadas. Na Terceira e em S. Miguel, a estada ronda os seis/sete dias, a sugerir estadas de curta duração em trabalho ou turismo mais organizado, normalmente com duração de uma semana. Finalmente, o Pico, Faial e Corvo apresentam a menor duração da estada - o Faial, por ser uma das ilhas do Circuito Açoriano, à qual cabe a menor parte da estada e o Pico e Corvo, por serem ilhas onde muitos visitantes acabam por não pernoitar, indo visitá-las por períodos inferiores a 24 horas, a partir das ilhas mais próximas, como a do Faial ou a das Flores (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Duração média da estada, por ilha

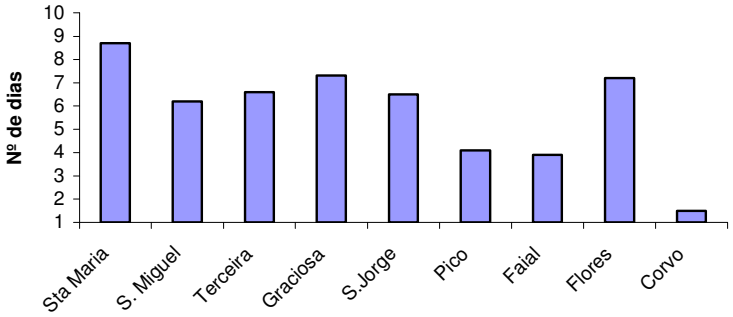
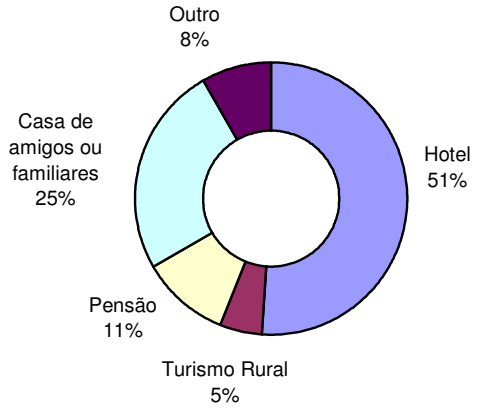


Gráfico 12- Tipo de alojamento escolhido



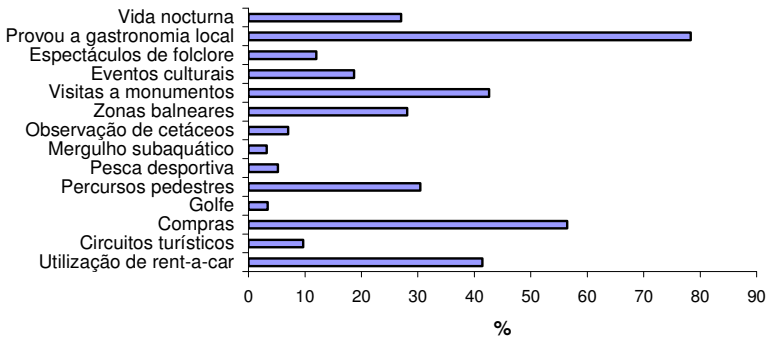
O tipo de alojamento escolhido é, essencialmente, o "*Hotel*", seguido de "*Casa de amigos e familiares*", estando este último directamente relacionado com o turismo étnico, como veremos em capítulo posterior.

Na categoria "*Outro*", estão incluídos meios de alojamento, como: parques de campismo, quartos ou apartamentos arrendados e iates (principalmente usados por turistas estrangeiros), pousadas da juventude e instalações de sociedades, bombeiros, etc. (essencialmente utilizadas por jovens e participantes em festivais de folclore, digressões de coros, tunas académicas, etc) e casa própria (sobretudo por parte de naturais dos Açores, residentes em Portugal ou emigrados nos EUA ou Canadá, que mantêm casa na Região). O "*Turismo Rural*",

pesar da baixa percentagem, tem registado um aumento da procura, que acompanha o aumento da oferta que se está a verificar neste tipo de alojamento (Gráfico 12).

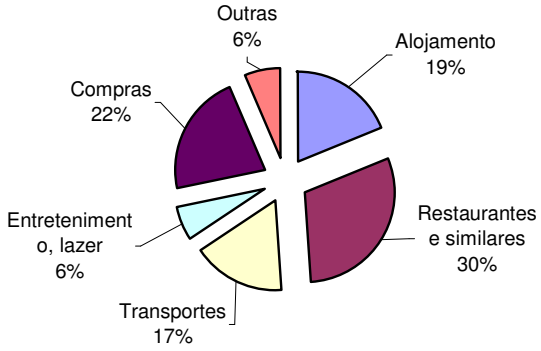
As actividades mais frequentes entre os turistas, durante a sua estada na Região, são: "*Provar a gastronomia açoreana*", "*Compras*", "*Visitas a monu-mentos*", "*Utilização de serviços de rent-a-car*", "*Percursos a pé pelo interior das ilhas*" e "*Frequentar zonas balneares*" . De salientar, a baixa percentagem observada na prática de desportos como o golfe, mergulho e pesca desportiva e mesmo na observação de cetáceos, que têm registado um grande desenvolvimento nos últimos meses, em termos de criação de empresas e infra-estruturas com elas relacionadas (Gráfico 13).

Gráfico 13 - Actividades levadas a cabo



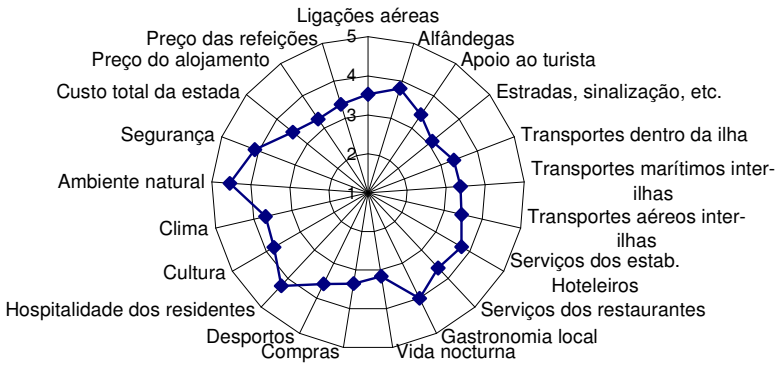
Em média, o turista gastou 79 068 escudos por pessoa e 12 275 escudos por dia, sendo a maior parte das despesas efectuadas em "*Restaurantes e similares*" e "*Compras*" (Gráfico 14).

Gráfico 14- Estrutura das despesas



Os itens em relação aos quais os turistas expressaram melhor opinião (classificados numa escala de 1 a 5), foram: "*Ambiente natural*", "*Hospita-lidade dos residentes*" e "*Segu-rança*". As piores opiniões relacionam-se com as "*Estradas e sinalização*", "*Serviços de res-tauração*", "*Vida nocturna*",

Gráfico 15- Estrutura das opiniões



"*Compras*" , "*Preços das refeições*", "*Preços do alojamento*" e ainda "*Ligações Aéreas*" (Gráfico 15). [1]

Apesar de uma opinião menos favorável emitida em relação a alguns dos itens, a grande maioria dos turistas leva boas recordações da sua visita aos Açores, sendo que mais de 80% recomendaria a Região a um amigo e voltaria, como é patente através dos Gráficos 16 e 17. Estes resultados são muito positivos pois, como refere Barretto (1999), as lembranças de um turista são fundamentais: um turista descontente neutralizará, com os seus comentários no seu grupo de contacto, a melhor e mais cara campanha publicitária.

Gráfico 16 - Recomendaria os Açores a um amigo?

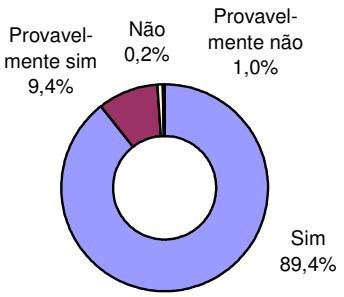
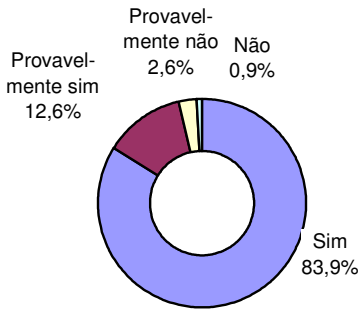


Gráfico 17 - Voltaria?



[1] Para uma análise mais aprofundada das opiniões, v. o capítulo próprio, na página 130.

Quadro 5 - Perfil dos visitantes dos Açores - 2001

DADOS PESSOAIS	Excursionistas	Turistas
Idade (%)		
menos de 18 anos	0	1,5
18-24	2,6	9,8
25-34	26,3	27,8
35-44	42,1	22
45-54	26,3	22,1
55-64	2,6	12,1
65 e mais	0	4,8
Idade média (escalão)	35-44 (4,0)	35-44 (4,1)
País de residência (%)		
Portugal	100	71,6
EUA	0	6,8
Canadá	0	9,5
Países Nórdicos	0	3,4
Alemanha	0	1,6
Outros Países Europeus	0	5,9
Outros	0	1,2
Ascendência açoriana (%)		
Sim	0	18,8
Actividade/Profissão (%)		
Científica, técnica ou liberal	44,7	33,9
Dirigente ou quadro superior	34,2	15,3
Pessoal administrativo e similar	2,6	7,3
Comerciante	5,3	7,3
Empregado do sector de serviços	10,5	8,9
Operário não agrícola	0	5,4
Agricultor ou trabalhador das pescas	0	0,4
Reformado	0	6,1
Estudante	2,6	6,3
Outra	0	9,1
Grau de instrução (%)		
Nível Básico	7,9	17,3
Nível Secundário	21,1	27
Nível Superior Politécnico	15,8	12,3
Nível Superior Universitário	55,3	43,4
Dimensão média do grupo que viaja (nº)		
Número médio de pessoas	1,03	1,54
Composição do grupo que viaja (%)		
Um adulto	97,4	63,2
Dois adultos	2,6	26,3
Três ou mais adultos	0	2,8
Grupos com menores de 18 anos	0	7,7

Quadro 5 - Perfil dos visitantes dos Açores - 2001

(continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Excursionistas	Turistas
Motivo principal da viagem (%)		
Visitas a familiares e amigos	0	20,4
Descanso e lazer	0	34
Prática de desportos	0	4,7
Negócios ou trabalho	100	33,6
Congresso ou Seminário	0	6,2
Outro	0	1,2
Primeira visita (%)		
Sim	29,4	40,5
Considerou destinos alternativos (%)		
Sim	-	22,3
Principais destinos alternativos (%)		
Destinos Insulares	-	38,1
Portugal Continental	-	9,1
Outros, na Europa	-	30,1
Outros, na América do Norte	-	4,2
Outros, na América Latina	-	4,9
Outros, na Ásia e Extremo Oriente	-	3,2
Outros, em África	-	2,1
Outros, na Austrália	-	1,1
Diversos, não especificados	-	3,9
Principal fonte de informação (%)		
Visita anterior	-	21
Indicação de Agência de Viagens	-	11,4
Internet	-	4,3
Publicidade	-	3,9
Jornais	-	0,5
Televisão	-	2,1
Revistas	-	1,3
Artigos e documentários não publicitários	-	2,5
Motivos profissionais	-	4,3
Recomendação de familiares e amigos	-	32,2
Outra	-	20,4
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média, numa escala de 1 a 5)		
Novidade, exotismo das ilhas	-	3,59
Segurança	-	3,31
Custo	-	2,94
Cultura	-	3,27
Locais históricos	-	3,15
Religião	-	2,15
Ambiente calmo	-	3,83
Fama como local de lazer	-	3,21
Compras	-	2,02
Vida nocturna	-	1,93
Prática de desportos	-	2,38
Clima	-	3,39
Beleza natural	-	4,34
Tipo de viagem (%)		
Individual	100	83,5
Em excursão	0	16,5
Recurso a Agência de Viagens (%)		
Sim	78,9	75,6
Serviços incluidos (%)		
Viagem tudo incluido	0	10,2
Viagem e alojamento meia pensão	0	4,8
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	0	35,8
Só transporte	78,9	47,2
Só reserva de alojamento	0	1,3
Outros serviços	0	0,7
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)		
Por pessoa	61786	103459
Por viagem	64074	166210

Quadro 5 - Perfil dos visitantes dos Açores - 2001

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Excursionistas	Turistas
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)		
Sta Maria	-	2,6
S. Miguel	100	45,0
Terceira	-	17,9
Graciosa	-	1,7
S. Jorge	-	4,7
Pico	-	11,6
Faial	-	13,8
Flores	-	2,2
Corvo	-	0,4
Duração média da estada (nº de dias)		
Na Região	0,5	10,3
Sta Maria	-	8,7
S. Miguel	0,5	6,2
Terceira	-	6,6
Graciosa	-	7,3
S. Jorge	-	6,5
Pico	-	4,1
Faial	-	3,9
Flores	-	7,2
Corvo	-	1,5
Tipo de alojamento escolhido (%)		
Hotel	-	56
Turismo Rural	-	5,4
Pensão	-	11,5
Casa de amigos ou familiares	-	27,4
Outro	-	9
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)		
Utilização de serviços de rent-a-car	18,4	41,4
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	0	9,7
Compras	34,2	56,4
Golfe	0	3,4
Percursos a pé pelo interior das ilhas	0	30,4
Pesca desportiva	0	5,2
Mergulho subaquático	0	3,2
Observação de cetáceos e golfinhos	0	7
Zonas balneares	0	28,1
Visitas a monumentos	5,3	42,6
Eventos culturais (teatro, cinema, exposições, concertos, etc)	2,6	18,7
Espectáculos de folclore	0	12
Provou a gastronomia açoriana	47,4	78,3
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	0	27
Gasto médio (escudos)		
Por pessoa	11920	82278
Por dia	-	12275
Estrutura dos Gastos (%)		
Alojamento	-	18,8
Restaurantes e similares	39,6	30,2
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	19,2	16,6
Entretenimento, lazer	1,7	6,0
Compras	35,5	22,0
Outras	4,0	6,5
Fidelização (% de Sim)		
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	86,5	89,4
Voltaria?	88,6	83,9

Quadro 5 - Perfil dos visitantes dos Açores - 2001

(continuação)

OPINIÕES (média, numa escala de 1 a 5)	Excursionistas	Turistas
Acesso		
Ligações aéreas	3,53	3,53
Alfândegas	3,50	3,80
Qualidade		
Apoio ao turista	3,27	3,42
Estradas, sinalização, estacionamento	3,24	3,11
Transportes dentro da ilha	3,41	3,35
Transportes marítimos inter-ilhas	3,33	3,37
Transportes aéreos inter-ilhas	3,20	3,45
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	-	3,76
Serviços prestados pelos restaurantes	3,78	3,63
Gastronomia local	4,00	4,00
Vida nocturna	2,75	3,16
Compras	3,47	3,35
Desportos	3,00	3,59
Hospitalidade dos residentes	4,14	4,25
Cultura	3,77	3,78
Clima	3,60	3,69
Ambiente natural	4,57	4,54
Segurança	4,10	4,10
Custo		
Custo total da estada	3,55	3,47
Preço do alojamento	-	3,28
Preço das refeições	3,57	3,37

ANÁLISE POR PRINCIPAIS MERCADOS

Ao optar pelo critério da residência, vimo-nos confrontados com o facto de o número de estrangeiros não ser suficiente para fazer uma análise por país. Apesar disso, não abandonámos a ideia de utilizar este critério, tendo recorrido a uma divisão que, em nossa opinião, se revelou mais lógica do que a do país de residência: ***residentes em Portugal, residentes no Estrangeiro, com ascendência açoriana e residentes no Estrangeiro, sem ascendência açoriana***. Estes são, tendo em conta o conhecimento empírico que temos do fluxo turístico para os Açores, os grupos que, em nosso entender, mais interessa caracterizar e comparar, de acordo com o critério da residência.

Por uma questão de facilidade, neste comentário passaremos a designar cada uma das sub-amostras, pelas seguintes siglas:

Residentes em Portugal – **RP**

Residentes no estrangeiro com ascendência açoriana – **RECAA**

Residentes no estrangeiro sem ascendência açoriana – **RESAA**

Dimensão das subamostras estudadas neste capítulo:

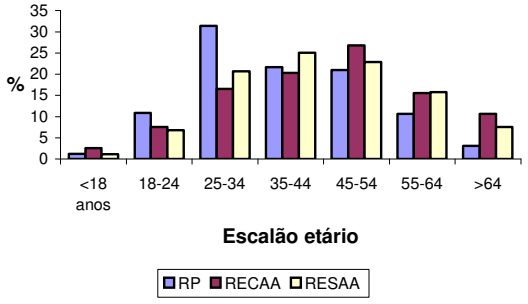
Designação da subamostra	Nº de inquiridos*	Nº de pessoas abrangidas
RP	1798	2537
RECAA	340	708
RESAA	367	608
Total	2505	3853

* A soma não corresponde a 2511 devido ao facto de seis dos inquiridos não terem respondido à questão da ascendência e/ou residência, pelo que ficaram de fora desta análise.

Alguns aspectos a salientar na comparação das três subamostras :

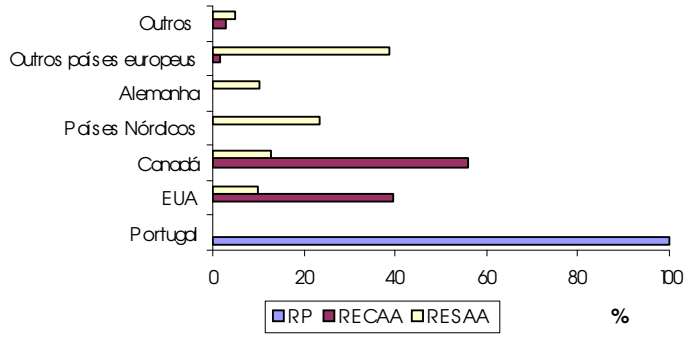
Em termos de idade, embora, nos três grupos, 60 a 70 % dos inquiridos se situasse nos 25 aos 54 anos, os RP apresentam maiores percentagens nos escalões dos 18-24 e 25-34 anos, enquanto os outros apresentam

Gráfico 18 - Distribuição, por escalão etário



percentagens mais elevadas nos escalões dos 55-64 e mais de 64. Assim, a idade média dos RECAA situou-se no escalão dos 45-54 anos, enquanto nos outros dois grupos se situou no escalão de 35-44 (embora com um valor ligeiramente mais elevado nos RESAA) (Gráfico 18).

Gráfico 19 - País de Residência



Os RECAA são, sobretudo, provenientes dos EUA e Canadá, enquanto os RESAA provêm, na sua maioria, de Países Europeus, com especial destaque para os Países Nórdicos e a Alemanha (Gráfico 19).

No que toca à Actividade/Profissão, é visível a predominância de "*Profissões Científicas, Técnicas e Liberais*" e "*Dirigentes ou Quadros Superiores*" entre os RP e os RESAA (havendo nestes últimos, ainda, uma percentagem considerável de "*Pessoal Administrativo e Similar*"), enquanto nos RECAA, se destacam os "*Empregados do sector de Serviços*" e "*Operários não Agrícolas*", o que se traduz, sem surpresa, numa predominância da formação de "*Nível Superior Politécnico e Universitário"* entre os RP e os RESAA, enquanto entre os RECAA predomina a formação ao "*Nível Básico"* e "*Secundário"*.

Gráfico 20 - Situação perante a actividade/Profissão

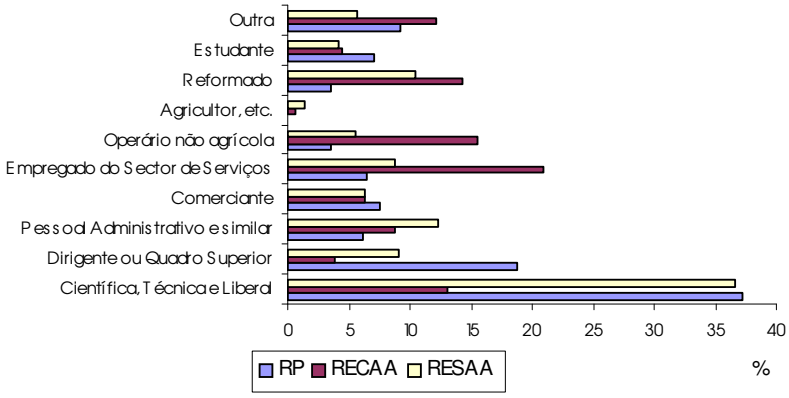
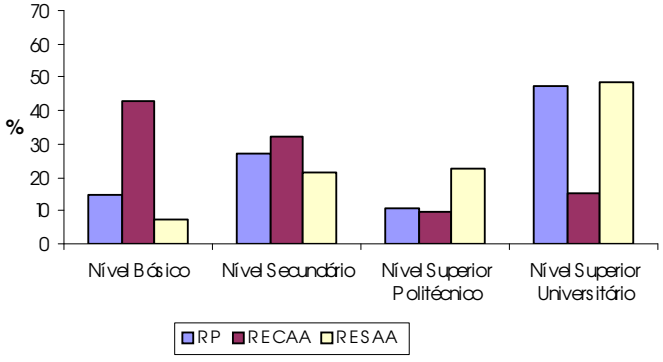
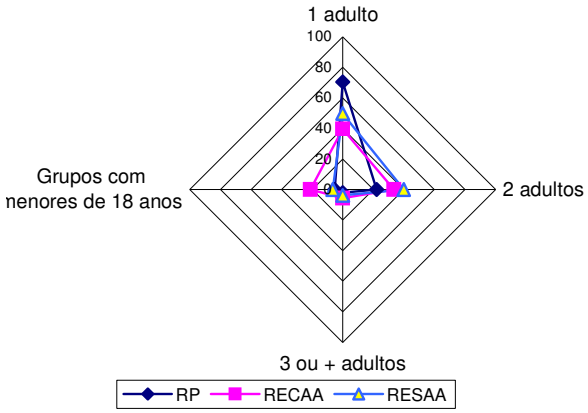


Gráfico 21 - Grau de instrução



Uma nota ainda acerca dos "*Reformados*", manifestamente mais numerosos em termos percentuais no caso dos RECAA e dos RESAA, do que entre os RP (Gráficos 20 e 21).

Gráfico 22 - Composição do grupo que viaja



Em qualquer dos grupos em análise, a maioria dos inquiridos viaja só ou na companhia de um adulto. É de notar a impressionante percentagem de RP a viajarem sozinhos (70,5%) (o que tem, necessariamente, a ver com o motivo da viagem, como abaixo se verá) e ainda a baixa percentagem de grupos com crianças (menores de 18 anos), apenas mais significativa no caso dos RECAA (21,2%), não passando nos outros dois grupos, de 5 a 6% (Gráfico 22).

Os principais motivos de viagem foram "*Descanso e lazer*", "*Negócios e trabalho*" e "*Visitas a familiares e amigos*". No caso dos RP, foi, sobretudo, "*Negócios ou Trabalho*" (43,4%) e "*Descanso e Lazer*" (32,2%), enquanto para os RECAA foi "*Visitas a familiares e amigos*" (74,7%) e para os RESAA foi "*Descanso e Lazer*" (57,4%). Os outros motivos são residuais (Gráfico 23).

Gráfico 23 - Motivo principal da visita

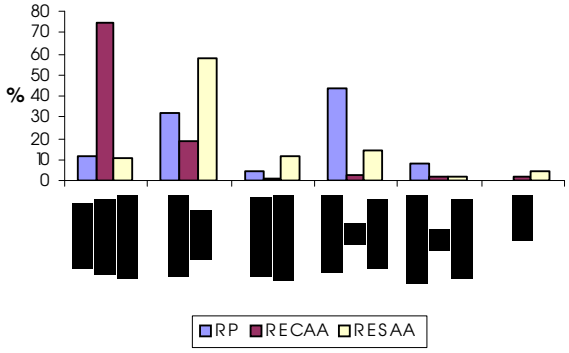
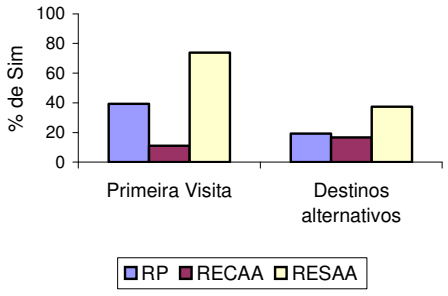


Gráfico 24 - Se é a primeira visita e se considerou destinos alternativos



Os RESAA foram o grupo que apresentou a maior percentagem de visitantes pela primeira vez (73,7%) e mais considerou um destino alternativo (37,4%). Ao contrário, os RECAA, como é natural, dado o principal motivo que os trouxe à Região, apresentaram as menores percentagens quer em primeiras visitas (apenas 10,9%), quer na consideração de destinos alternativos (16,7%). De notar, entre os RP, a percentagem significativa de primeiras visitas (39,4%) e a relativamente baixa percentagem dos que consideraram destinos alternativos (apenas 19,3%) (Gráfico 24).

É interessante notar como os destinos insulares se contam, para os três grupos em análise, entre os principais destinos alternativos, apresentando percentagens superiores a 30% em qualquer dos casos e ultrapassando mesmo os 40%, no caso dos RP. Para além dos destinos insulares, os países europeus são os destinos alternativos aos Açores mais procurados pelos RP e os RESAA. Entre os RECAA, os outros destinos alternativos mais procurados são Portugal Continental e América do Norte, o que traduz o seu carácter vincadamente étnico, motivado essencialmente por visitas a familiares (que, ou estão nos Açores ou na América do Norte) e busca das raízes e da identidade cultural do país de origem (Portugal, no seu todo). É curioso notar ainda como os RESAA mostram uma maior apetência por destinos mais distantes e exóticos como a Ásia, África e Médio e Extremo Oriente, que os outros dois grupos (Gráfico 25).

Gráfico 25 - Destinos alternativos considerados

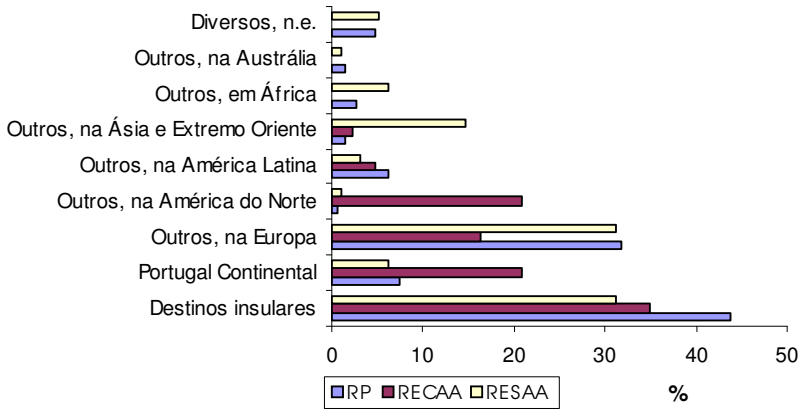
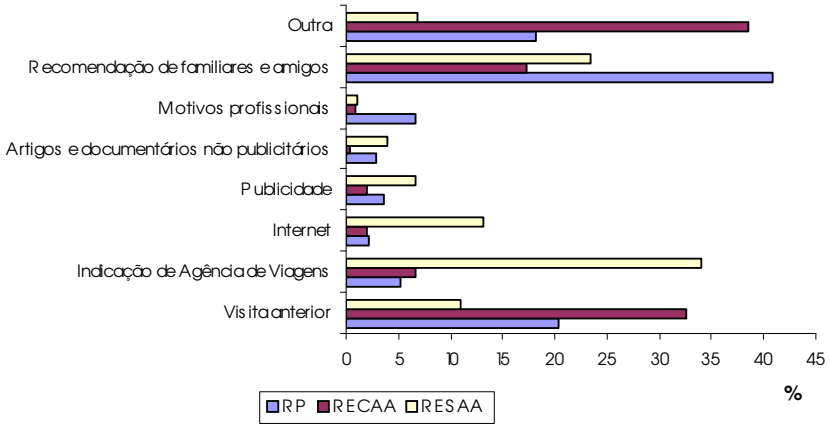


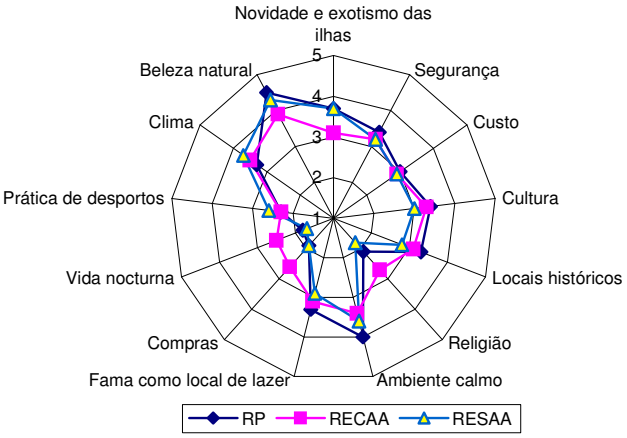
Gráfico 26 - Principal fonte de informação



Na principal fonte de informação é de realçar, sobretudo, o papel da "*Recomendação de familiares e amigos*", nos três grupos e, particularmente, entre os RP (40,9%). Para os RECAA a mais importante foi a "*Visita anterior*" (32,6%) e para os RESAA, foi a "*Indicação de Agências de Viagens*"(34%). A utilização da Internet como fonte de informação, foi mais expressiva por parte dos RESAA (13,2%, contra cerca de 2% nos outros dois grupos) (Gráfico 26).

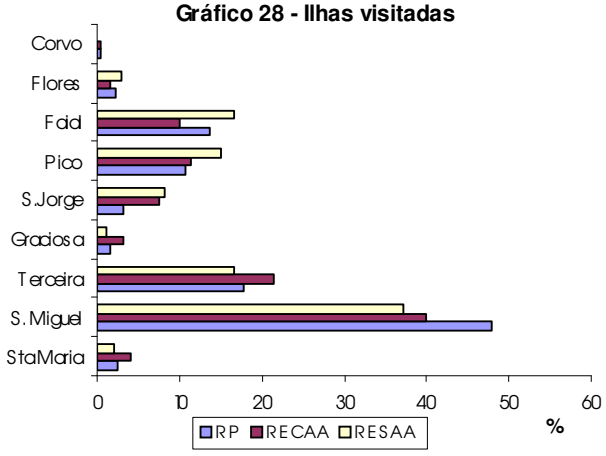
Apesar das diferenças existentes entre os três grupos considerados e que atrás ficaram patentes, é interessante notar que as características determinantes na escolha do destino Açores mais pontuadas por qualquer dos grupos em análise, se centram em três ou quatro itens, comuns aos três grupos: "*Beleza natural*", "*Ambiente calmo*", "*Novidade e exotismo das ilhas*" e "*Clima*" (este último, sobretudo para os RESAA e RECAA) (Gráfico 27).

Gráfico 27 - Características determinantes na escolha do destino Açores



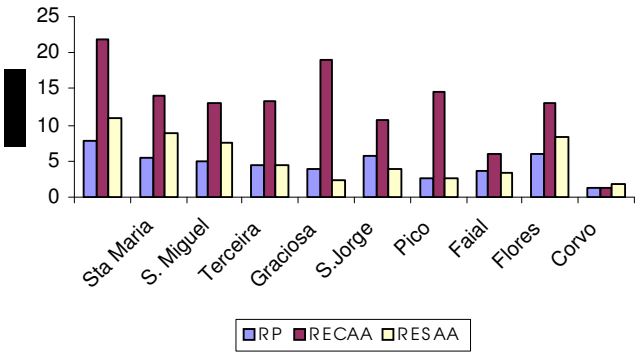
Nos três grupos, a maioria viajou individualmente (apenas no caso dos RESAA, os que vieram em excursão apresentaram uma percentagem mais significativa – 33,2%) e recorreu a Agência de Viagens (mais de 70%, em qualquer dos casos). Os serviços a que mais recorreram os RP e os RESAA foram "*Só transporte*" e "*Viagem e alojamento com pequeno almoço*", enquanto a grande maioria dos RECAA, optou apenas por "*Só transporte*", o que é compreensível à luz do tipo de alojamento escolhido por este grupo, como adiante se verá. O montante médio pago à Agência de Viagens, como é natural, foi mais elevado no caso dos RECAA e RESAA (cf. Quadro 6, pág. 84).

Gráfico 28 - Ilhas visitadas



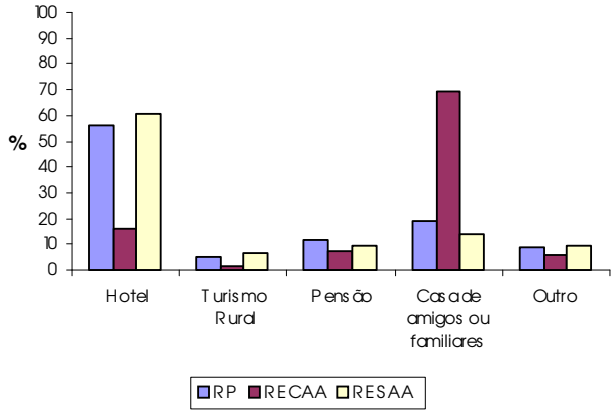
Os três grupos em análise, apresentam como ilhas mais visitadas S. Miguel, Terceira, Faial e Pico, sendo a duração média da estada nitidamente maior no caso dos RECAA e a mais baixa entre os RP (Gráficos 28 e 29).

Gráfico 29 - Duração média da estada



Confirma-se aqui a hipótese que tínhamos levantado na análise global de, nas ilhas periféricas, como Sta Maria, Graciosa, S. Jorge e Flores, os turistas serem, essencialmente, emigrantes e turistas estrangeiros, que levam a uma maior duração média da estada nestas ilhas.

Gráfico 30 - Tipo de alojamento escolhido



O tipo de alojamento escolhido é, maioritariamente, o "*Hotel*", para os RP (56,23%) e RESAA (60,70%), enquanto os RECAA optam mais pela "*Casa de amigos ou familiares*" (69,63%).

Apesar da pouca expressão do "*Turismo Rural*", é de salientar que são os RESAA que apresentam a maior percentagem de utilização deste tipo de alojamento (6,74%) (Gráfico 30).

Em termos de actividades, torna-se claro que os RESAA revelam maior apetência por actividades ligadas à natureza (apresentando as maiores percentagens nos percursos pedestres, observação de cetáceos e golfe) e utilizam mais o serviço de *rent-a-car* e os circuitos turísticos organizados por agências de viagens; em contrapartida, frequentam menos a vida nocturna e fazem menos compras. Os RECAA fazem mais compras, frequentam mais a vida nocturna, participam em mais eventos culturais, incluindo espectáculos de folclore e praticam mais actividades ligadas ao mar (pesca, mergulho e zonas balneares). Os RP apresentam valores intermédios em relação aos outros dois grupos, em quase todas as actividades, apresentando, no entanto, menor percentagem em actividades ligadas à natureza, desporto e cultura, como sejam: os percursos pedestres, golfe, mergulho, observação de cetáceos, zonas balneares e espectáculos de folclore; por outro lado, são os que mais afirmaram ter provado a gastronomia local (Gráfico 31).

Gráfico 31 - Actividades levadas a cabo

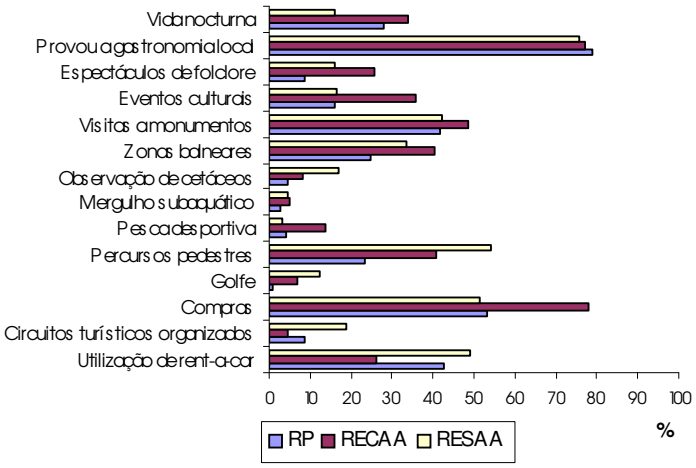
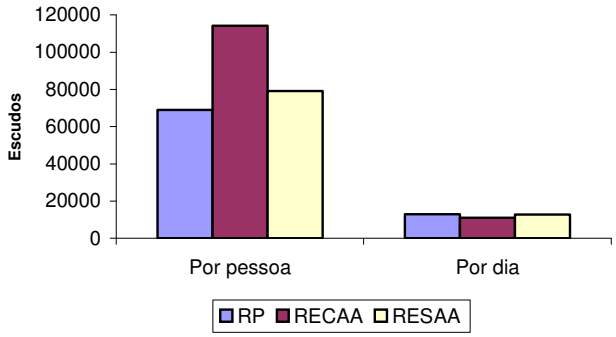


Gráfico 32 - Despesa média



Por dia, o gasto médio é sensivelmente idêntico nos três grupos.

Nos gastos médios por pessoa, destacam-se os RECAA, cabendo às "*Compras*", uma percentagem superior à apresentada pelos outros dois grupos, em termos da estrutura dos gastos efectuados. Os outros dois grupos apresentaram percentagens superiores nos "*Restaurantes e similares*" e no "*Alojamento*", o que é natural, dado o tipo de alojamento preferencialmente utilizado por cada um dos grupos (Gráficos 32 e 33).

Gráfico 33 - Estrutura das despesas

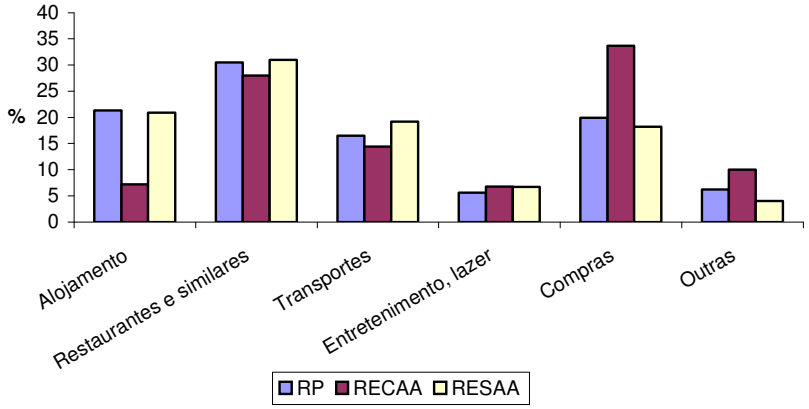
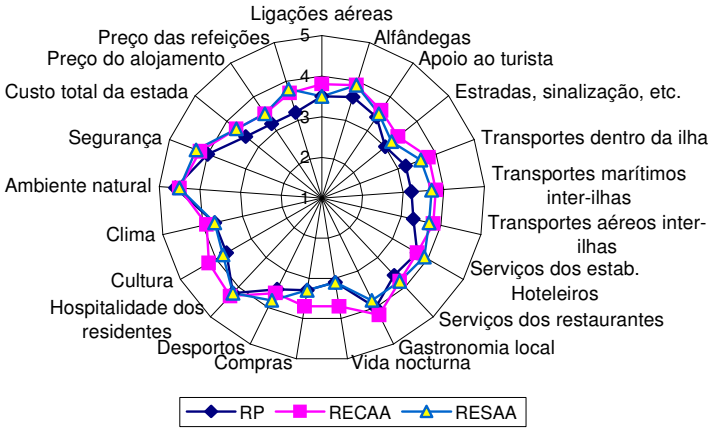


Gráfico 34- Estrutura das opiniões



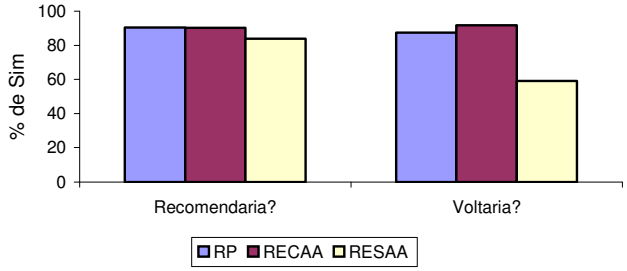
A estrutura das opiniões não varia muito nos três grupos, tendo obtido melhor classificação (superior a 4, numa escala de 1 a 5) os itens "*Ambiente natural*", "*Hospitalidade dos residentes*" e "*Segurança*".

As piores opiniões, nos três grupos, foram para os itens relacionados com o estado das estradas, sinalização e trânsito, transportes dentro da ilha e inter-ilhas, animação nocturna e preços,

particularmente a relação qualidade/preço do alojamento. Os RP foram os mais críticos em relação aos preços praticados e aos transportes, dentro da ilha e inter-ilhas (Gráfico 34).

Finalmente, em termos de fidelização, é de notar, embora sem estranheza, que a percentagem de RESAA que manifesta vontade de voltar aos Açores é de longe a mais baixa (apenas 59,1%), o que se explica, naturalmente, pelo motivo da visita (essencialmente Descanso e Lazer) e pela apetência em variar de destino; apesar disso, 83,8%, recomendaria os Açores a amigos.

Gráfico 35 - Recomendaria e Voltaria aos Açores ?



Os restantes grupos apresentam respostas afirmativas superiores a 80% em ambas as questões (Gráfico 35).

Quadro 6 - Perfil do Turista, por principais mercados

DADOS PESSOAIS	Residentes em Portugal (RP)	Residentes no Estrangeiro, com ascendência açoriana (RECAA)	Residentes no Estrangeiro, sem ascendência açoriana (RESAA)
Idade (%)			
menos de 18 anos	1,3	2,6	1,1
18-24	10,9	7,6	6,8
25-34	31,4	16,5	20,7
35-44	21,7	20,3	25,1
45-54	21	26,8	22,9
55-64	10,6	15,6	15,8
65 e mais	3,1	10,6	7,6
Idade média (escalão)	35-44 (3,95)	45-54 (4,50)	35-44 (4,40)
País de residência (%)			
Portugal	100	0	0
EUA	0	39,4	9,8
Canadá	0	55,9	12,8
Países Nórdicos	0	0	23,4
Alemanha	0	0,3	10,4
Outros Países Europeus	0	1,5	38,7
Outros	0	2,9	4,9
Ascendência açoriana (%)			
Sim	7,1	100	0
Actividade/Profissão (%)			
Científica, técnica ou liberal	37,3	13,1	36,6
Dirigente ou quadro superior	18,8	3,9	9
Pessoal administrativo e similar	6,1	8,7	12,3
Comerciante	7,6	6,3	6,3
Empregado do sector de serviços	6,5	20,9	8,7
Operário não agrícola	3,5	15,5	5,5
Agricultor ou trabalhador das pescas	0,2	0,6	1,4
Reformado	3,6	14,3	10,4
Estudante	7,1	4,5	4,1
Outra	9,2	12,2	5,7
Grau de instrução (%)			
Nível Básico	14,5	42,8	7,5
Nível Secundário	27,2	32,2	21,7
Nível Superior Politécnico	10,8	9,7	22,3
Nível Superior Universitário	47,5	15,3	48,5
Dimensão média do grupo que viaja (nº)			
Número médio de pessoas	1,41	2,08	1,66
Composição do grupo que viaja (%)			
Um adulto	70,5	39,7	49,7
Dois adultos	22,1	33,5	39,9
Três ou mais adultos	2,1	5,6	3,8
Grupo com menores de 18 anos	5,3	21,2	6,6

Quadro 6 - Perfil do Turista, por principais mercados

(continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Residentes em Portugal	Residentes no Estrangeiro, com ascendência açoriana	Residentes no Estrangeiro, sem ascendência açoriana
Motivo principal da viagem (%)			
Visitas a familiares e amigos	12	74,7	10,9
Descanso e lazer	32,2	18,5	57,4
Prática de desportos	4,1	0,6	11,5
Negócios ou trabalho	43,4	2,9	14,2
Congresso ou Seminário	7,9	1,8	1,9
Outro	0,4	1,5	4,1
Primeira visita (%)			
Sim	39,4	10,9	73,7
Considerou destinos alternativos (%)			
Sim	19,3	16,7	37,4
Principais destinos alternativos (%)			
Destinos Insulares	43,9	34,9	31,3
Portugal Continental	7,4	20,9	6,3
Outros, na Europa	31,8	16,3	31,3
Outros, na América do Norte	0,7	20,9	1,0
Outros, na América Latina	6,1	4,7	3,1
Outros, na Ásia, Médio e Extremo Oriente	1,4	2,3	14,6
Outros, em África	2,7	0,0	6,3
Outros, na Austrália	1,4	0,0	1,0
Diversos, não especificados	4,7	0,0	5,2
Principal fonte de informação (%)			
Visita anterior	20,3	32,6	10,9
Indicação de Agência de Viagens	5,3	6,6	34
Internet	2,2	1,9	13,2
Publicidade	3,6	1,9	6,7
Jornais	0,2	0	1,7
Televisão	2,5	1,9	1
Revistas	0,9	0	4
Artigos e documentários não publicitários	2,9	0,3	4
Motivos profissionais	6,7	0,9	1
Recomendação de familiares e amigos	40,9	17,2	23,4
Outra	18,2	38,6	6,9
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média)			
Novidade, exotismo das ilhas	3,72	3,07	3,65
Segurança	3,37	3,24	3,23
Custo	2,98	2,85	2,92
Cultura	3,36	3,25	3,01
Locais Históricos	3,3	3,08	2,77
Religião	2,1	2,69	1,84
Ambiente calmo	4,02	3,44	3,64
Fama como local de lazer	3,34	3,14	2,87
Compras	1,88	2,56	1,92
Vida nocturna	1,84	2,46	1,72
Prática de desportos	2,34	2,27	2,59
Clima	3,25	3,51	3,65
Beleza natural	4,52	3,86	4,25
Tipo de viagem (%)			
Individual	85,8	89,1	66,8
Em excursão	14,2	10,9	33,2
Recurso a Agência de Viagens (%)			
Sim	76,2	77,6	71,2
Serviços incluidos (%)			
Viagem tudo incluido	8,9	8,4	19,5
Viagem e alojamento meia pensão	5	1,7	6,8
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	40	5,5	43
Só transporte	44,2	82,8	29,1
Só reserva de alojamento	1,3	1,3	1,2
Outros serviços	0,7	0,4	0,4
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)			
Por pessoa	76098	146769	164107
Por viagem	113976	295343	278912

Quadro 6 - Perfil do Turista, por principais mercados

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Residentes em Portugal	Residentes no Estrangeiro, com ascendência açoriana	Residentes no Estrangeiro, sem ascendência açoriana
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)			
Sta Maria	2,5	4,2	2,1
S. Miguel	47,8	39,9	37,1
Terceira	17,7	21,5	16,6
Graciosa	1,6	3,2	1,2
S. Jorge	3,3	7,5	8,2
Pico	10,7	11,5	15,1
Faial	13,7	10,0	16,7
Flores	2,2	1,7	2,9
Corvo	0,4	0,5	0,3
Duração média da estada (nº de dias)			
Na Região	7,9	21,9	10,9
Sta Maria	5,5	14,0	8,8
S. Miguel	5,0	13,1	7,5
Terceira	4,4	13,4	4,3
Graciosa	3,9	19,1	2,4
S. Jorge	5,7	10,7	4,0
Pico	2,6	14,6	2,7
Faial	3,7	5,9	3,5
Flores	6,1	12,9	8,3
Corvo	1,4	1,3	1,8
Tipo de alojamento escolhido (%)			
Hotel	56,2	16,2	60,7
Turismo Rural	5,3	1,1	6,7
Pensão	11,4	7,3	9,5
Casa de amigos ou familiares	18,7	69,6	13,7
Outro	8,4	5,8	9,3
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)			
Utilização de serviços de rent-a-car	42,8	26,0	49,3
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	8,9	4,4	18,9
Compras	53,4	77,8	51,5
Golfe	0,9	7,1	12,3
Percursos a pé pelo interior das ilhas	23,6	40,8	54,2
Pesca desportiva	4,0	13,9	3,0
Mergulho subaquático	2,6	5,0	4,7
Observação de cetáceos e golfinhos	4,7	8,3	17,0
Zonas balneares	24,7	40,2	33,4
Visitas a monumentos	41,6	48,8	42,2
Eventos culturais (teatro, cinema, exposições, concertos, etc)	16,0	35,9	16,4
Espectáculos de folclore	8,6	25,7	15,9
Provou a gastronomia açoriana	79,1	77,2	75,9
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	27,9	34,0	16,2
Gasto médio (escudos)			
Por pessoa	71289	123000	81729
Por dia	12861	11063	12697
Estrutura dos Gastos (%)			
Alojamento	21,3	7,2	20,9
Restaurantes e similares	30,5	28,0	31,0
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	16,5	14,4	19,2
Entretenimento, lazer	5,6	6,8	6,7
Compras	19,9	33,7	18,2
Outras	6,2	10,0	4,0
Fidelização (% de Sim)			
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	90,4	90,1	83,8
Voltaria?	87,4	91,7	59,1

Quadro 6 - Perfil do Turista, por principais mercados

(continuação)

OPINIÕES (média)	Residentes em Portugal	Residentes no Estrangeiro, com ascendência açoriana	Residentes no Estrangeiro, sem ascendência açoriana
Acesso			
Ligações aéreas	3,48	3,81	3,53
Alfândegas	3,56	3,92	3,87
Qualidade			
Apoio ao turista	3,36	3,63	3,49
Estradas, sinalização, estacionamento	3,04	3,39	3,16
Transportes dentro da ilha	3,19	3,76	3,64
Transportes marítimos inter-ilhas	3,17	3,80	3,68
Transportes aéreos inter-ilhas	3,32	3,75	3,73
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	3,74	3,73	3,86
Serviços prestados pelos restaurantes	3,58	3,80	3,79
Gastronomia local	4,00	4,24	3,84
Vida nocturna	3,06	3,74	3,09
Compras	3,29	3,71	3,31
Desportos	3,54	3,60	3,76
Hospitalidade dos residentes	4,24	4,31	4,23
Cultura	3,70	4,19	3,84
Clima	3,65	3,87	3,74
Ambiente natural	4,55	4,49	4,54
Segurança	4,05	4,16	4,29
Custo			
Custo total da estada	3,38	3,69	3,71
Preço do alojamento	3,20	3,50	3,52
Preço das refeições	3,22	3,69	3,82

ANÁLISE POR TIPO DE VISITA

“Turistas primeira visita”

vs

“Turistas que visitaram antes”

Quem são os turistas que visitam pela primeira vez os Açores? Serão diferentes dos que já tinham vindo antes à Região, em termos das motivações que os trazem cá, características pessoais e da estada e opiniões que levam? Segundo Vogt, Stewart & Fesenmaier (1998), "*atrair novos visitantes é uma das preocupações fundamentais para os destinos que pretendem aumentar as suas receitas turísticas"*. Os mesmos autores afirmam, ainda, que *"um plano de marketing dirigido a novos visitantes é um elemento central em qualquer estratégia de desenvolvimento do Turismo"*.

Com efeito, se os Açores querem alcançar um novo patamar da sua actividade turística, isso não se fará à custa dos que já conhecem a Região, mas através da captação de novos visitantes. Só o conhecimento desses novos visitantes e a detecção de diferentes motivações e/ou características, permitirá implementar as estratégias mais adequadas à sua captação. Esta a razão que nos levou a termos optado pelo tipo de visita como um dos critérios de análise.

As subamostras criadas segundo este critério resultam da resposta dada à questão 12: "*Esta foi a sua primeira visita aos Açores?"*. Os que responderam "Sim" a esta questão são os "**Turistas primeira visita**", os que responderam "Não" são os "**Turistas que visitaram antes**".

Por uma questão de facilidade, neste comentário passaremos a designar cada uma das sub-amostras, pelas seguintes siglas:

Turistas Primeira Visita – **TPV**

Turistas que Visitaram Antes – **TVA**

Dimensão das subamostras estudadas neste capítulo:

Designação da subamostra	**Nº de inquiridos***	**Nº de pessoas abrangidas**
TPV	982	1663
TVA	1442	2103
Total	2424	3766

* A soma não corresponde a 2511 devido ao facto de 87 dos inquiridos não terem respondido à questão 12, pelo que ficaram de fora desta análise.

Na comparação dos resultados obtidos para as duas subamostras, são de destacar os seguintes aspectos:

Os TPV caracterizam-se por terem uma idade média ligeiramente inferior aos restantes, apresentando mesmo uma maior percentagem nos escalões dos 18-24 e 25-34. Por outro lado, a percentagem também se apresenta ligeiramente maior no escalão dos maiores de 64 anos, facto que, decerto, está relacionado com o Programa de Turismo Sénior do INATEL, através do qual muitos idosos residentes em Portugal, têm vindo, pela primeira vez, aos Açores (Gráfico 36).

Gráfico 36 - Distribuição, por escalão etário

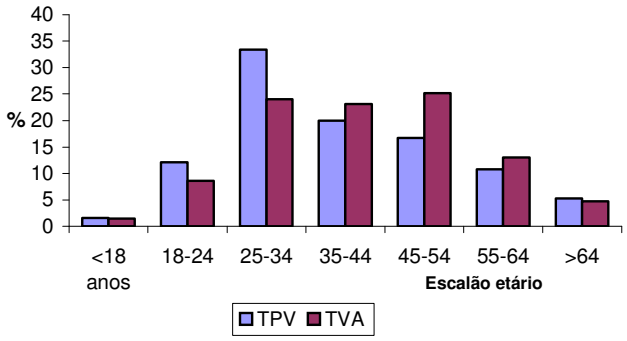
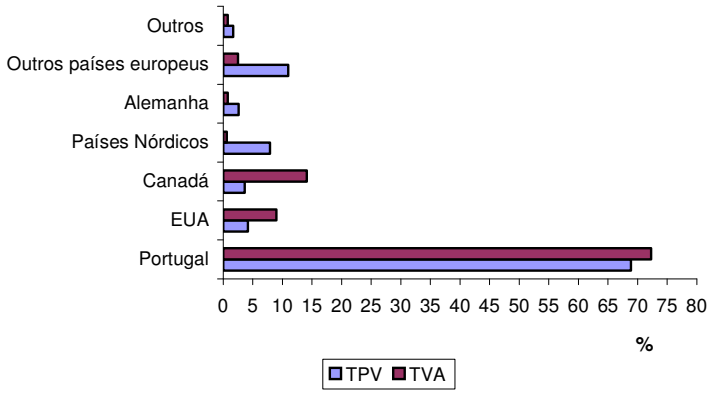


Gráfico 37 - País de Residência



Em termos de residentes em Portugal, a distribuição entre TPV e TVA é equilibrada. Entre os residentes no Estrangeiro, a maioria são TPV, com excepção dos países tradicionalmente de emigração açoriana - EUA e Canadá (Gráfico 37).

Entre os TPV há, como é natural, uma muito menor percentagem de turistas com ascendência açoriana (apenas 4,8%) (Gráfico 38).

Gráfico 38 - Ascendência açoreana

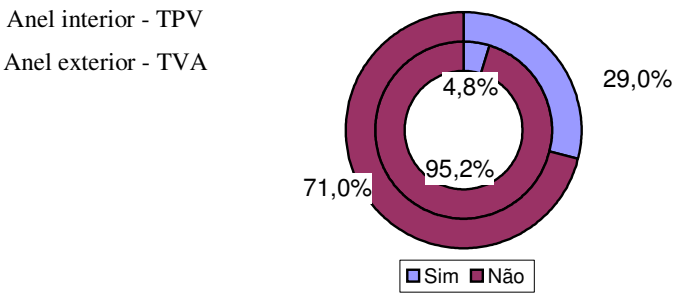
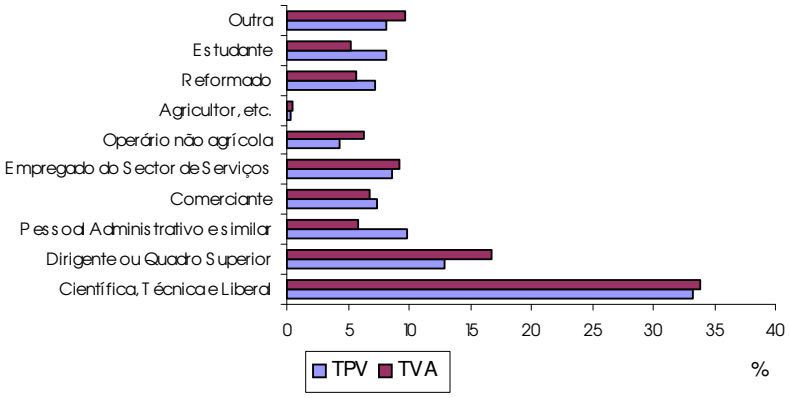
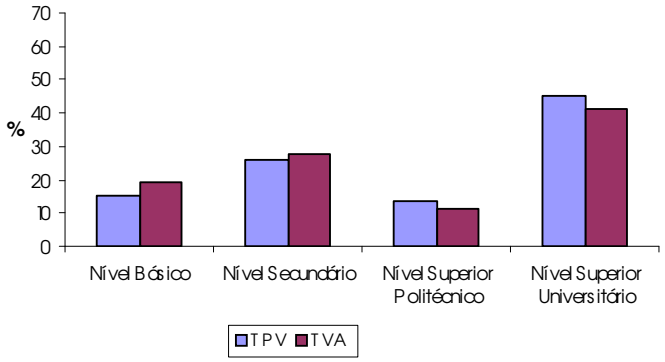


Gráfico 39 - Situação perante a actividade/Profissão



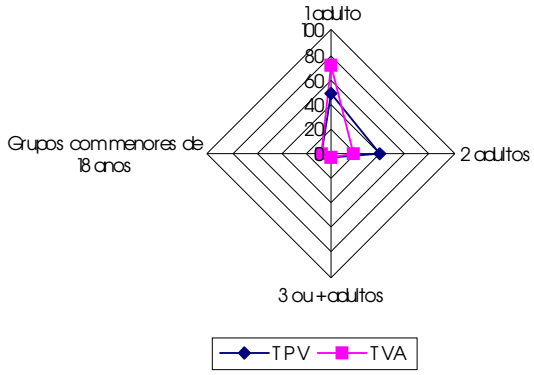
De notar, entre os "*Estudantes*" e os "*Reformados*", uma maior percentagem de TPV. Para além dos reformados que vêm pela primeira vez à Região através do Programa de Turismo Sénior do INATEL, também dos Países Nórdicos e Alemanha vêm grupos de turistas de terceira idade, muitos dos quais reformados. Entre os estudantes que vêm pela primeira vez aos Açores, muitos integram equipas de desportos vários que vêm jogar com equipas locais e ainda grupos culturais (coros, grupos de folclore, tunas académicas, etc.) que, cada vez com mais frequência, vêm actuar à Região (Gráfico 39).

Gráfico 40 - Grau de instrução



Verifica-se, entre os TPV, uma maior percentagem com grau de instrução de *Nível Superior, Politécnico e Universitário* (Gráfico 40).

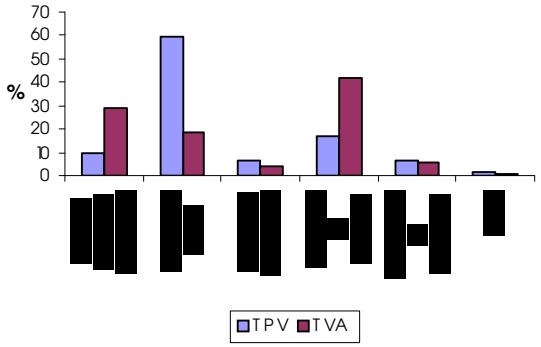
Gráfico 41 - Composição do grupo que viaja



Em termos comparativos da composição do grupo que viaja, há a salientar uma maior percentagem de pessoas que viajam sós, entre os TVA e uma maior percentagem da modalidade de dois adultos entre os TPV, o que se prende, certamente, com o motivo principal da viagem predominante em cada um dos grupos, que veremos a seguir (Gráfico 41).

Os TPV vêm aos Açores, sobretudo em "*Descanso ou Lazer*" (cerca de 60%), enquanto entre os TVA os motivos predominantes são "*Negócios ou Trabalho*" (cerca de 42%) e "*Visitas a familiares ou amigos*" (cerca de 30%) (Gráfico 42).

Gráfico 42 - Motivo principal da visita



Os TPV consideraram mais a hipótese de destinos alternativos, sendo os destinos insulares e os destinos europeus, os principais e obtendo maiores percentagens neste grupo dos que visitaram a Região pela primeira vez (Gráficos 43 e 44).

Gráfico 43 - Considerou destinos alternativos ?

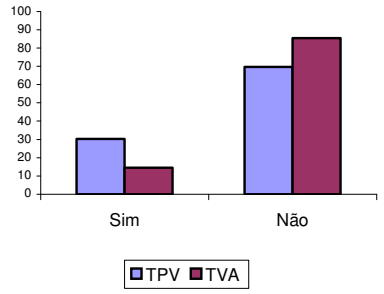


Gráfico 44 - Destinos alternativos considerados

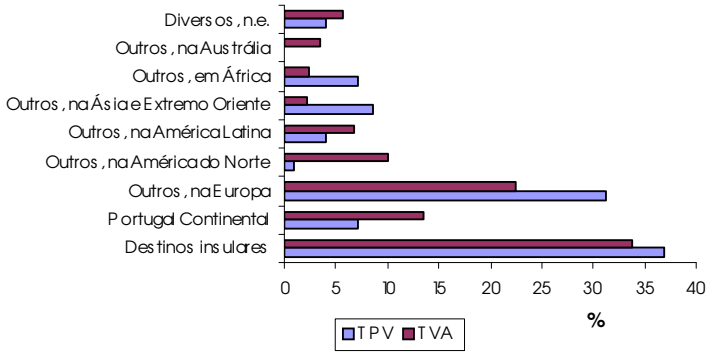
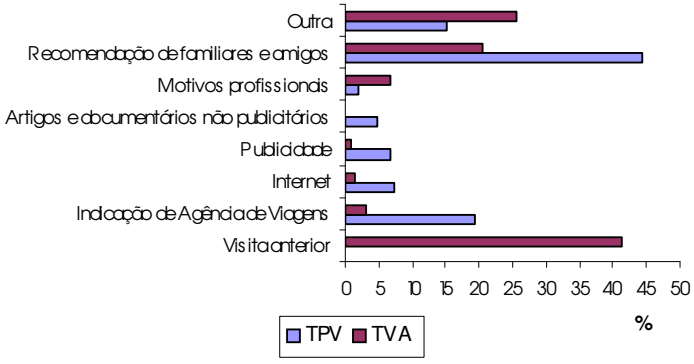


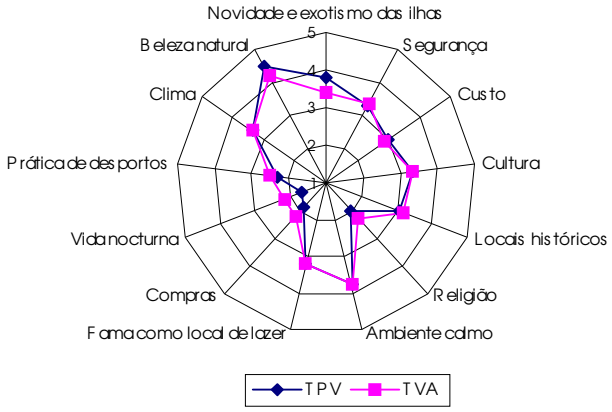
Gráfico 45 - Principal fonte de informação



Na principal fonte de informação, nota-se, por parte dos TPV, uma maior influência e um maior recurso a fontes como "*Agências de viagens*", "*Internet*" e "*Publicidade*", sendo, no entanto, de longe, as "*Recomendações de familiares e amigos*" a maior fonte de informação dos que vieram pela primeira vez à Região (Gráfico 45).

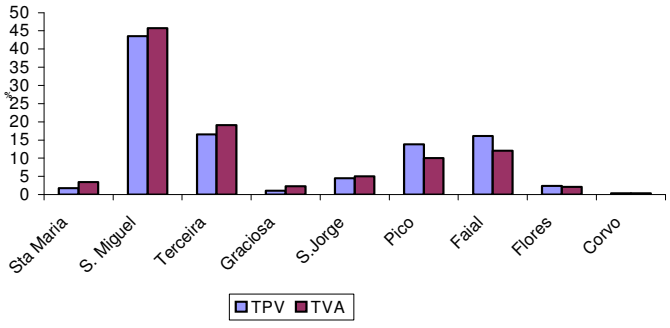
As características determinantes na escolha do destino Açores, quase que coincidem em termos de peso atribuído por cada um dos grupos em análise (TPV e TVA); de salientar, no entanto, que os itens "*Vida Nocturna*", "*Compras*", "*Religião*" e "*Prática de desportos*", foram os menos valorizados por ambos os grupos, mas de um modo mais acentuado pelos TPV, enquanto "*Novidade e exotismo das ilhas* " e "*Beleza natural*", sendo os mais valorizados pelos dois grupos, são-no, igualmente, de modo mais acentuado, pelos TPV (Gráfico 46).

Gráfico 46 - Características determinantes na escolha do destino Açores



Em termos comparativos, os TPV vêm mais em excursão e recorrem mais a agências de viagens, registando percentagens maiores nas modalidades de "*Viagem tudo incluído*", "*Viagem e alojamento meia-pensão*" e "*Viagem e alojamento com pequeno almoço*", enquanto os TVA recorrem às agências de viagens sobretudo na modalidade de "*Só transporte*". Os montantes médios pagos à agência, por pessoa e por viagem, são maiores no caso dos TPV, o que está directamente ligado ao motivo da viagem e ao tipo de serviços a que recorrem junto dessas agências (v. Quadro 7, pág. 98).

Gráfico 47 - Ilhas visitadas



Quanto a ilhas visitadas, nas duas subamostras existe uma maior concentração nas ilhas de S. Miguel e Terceira, mais acentuada ainda nos turistas que visitaram antes a Região. De salientar que as percentagens dos que visitaram o Faial e Pico são maiores entre os turistas primeira visita (Gráfico 47).

A média de dias da estada é inferior para os TPV, quer na Região, quer por ilha. Numa leitura por escalões, verifica-se que os TPV permanecem na Região, essencial-mente, entre 4 a 14 dias (duração associada a viagens de lazer), enquanto os TVA, apresentam mais estadas de curta duração, inferiores a 4 dias (ligadas a Negócios) e de 15 e mais dias (ligadas, na maior parte dos casos, a visitas a familiares ou amigos, sobretudo, por parte dos emigrantes) (Gráfico 48).

Gráfico 48 - Duração média da estada

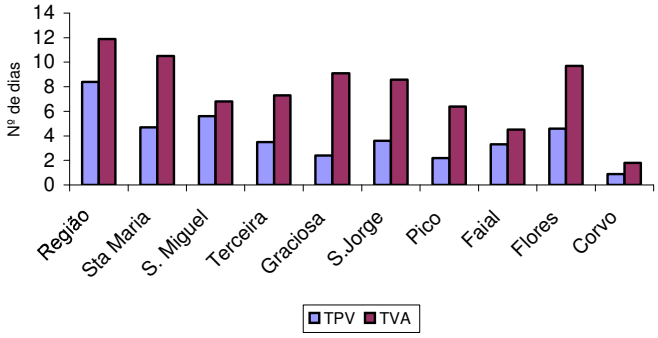
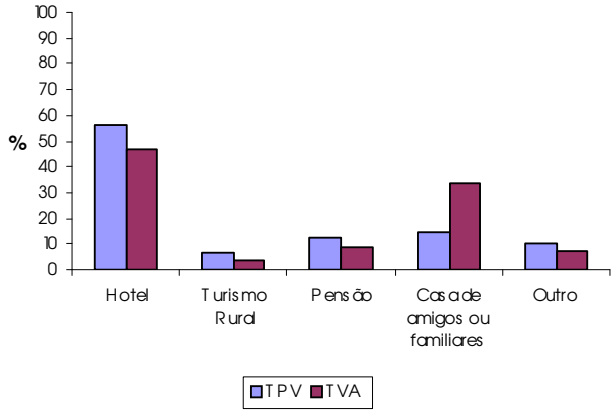
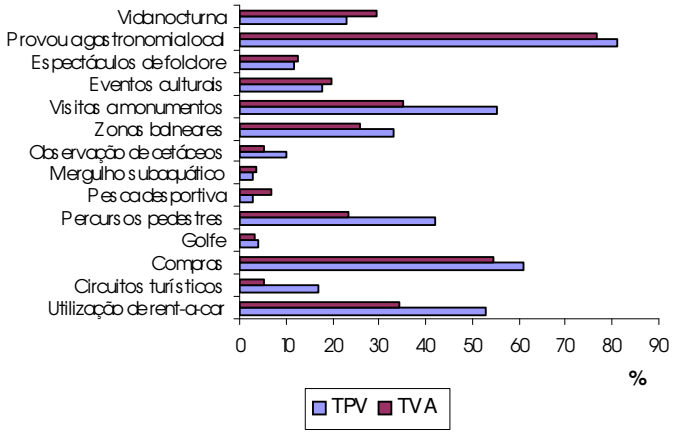


Gráfico 49 - Tipo de alojamento escolhido



De salientar, em termos de tipo de alojamento escolhido, o facto de os TPV privilegiarem ainda mais o "*Hotel*" e também recorrerem mais a "*Turismo Rural*". O maior recurso por parte desta subamostra a "*Outro tipo de alojamento*" está, sobretudo, ligado a eventos culturais e despor-tivos, em que os participantes ficam hospedados em alojamentos disponi-bilizados pela organização dos eventos (escolas, pavilhões, pousadas da juventude, etc.) (Gráfico 49).

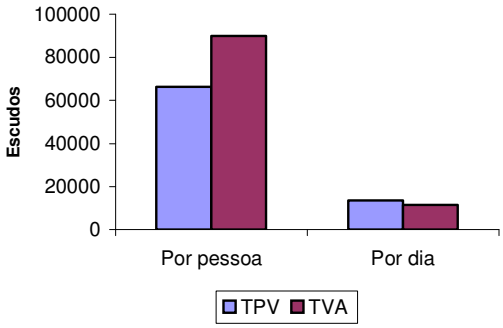
Gráfico 50 - Actividades levadas a cabo



No que respeita a actividades, os TPV utilizaram mais *rent-a-car*, efectuaram mais circuitos turísticos organizados por agências de viagens, mais compras, mais actividades ligadas à natureza (percursos pedestres, observação de cetáceos e zonas balneares) e provaram mais a

gastronomia açoriana. Em contrapartida, aderiram menos à "*Vida nocturna*", "*Pesca*" e "*Mergulho subaquático*" e assistiram menos a "*Espectáculos de folclore*" (Gráfico 50).

Gráfico 51 - Despesa média



Os TPV gastaram menos por pessoa, mas mais por dia (Gráfico 51).

A estrutura das despesas, em termos de distribuição percentual pelos diversos itens considerados, é sensivelmente idêntica para as duas subamostras em análise. Em termos comparativos, os TPV gastaram mais em "*Restaurantes e similares*" e "*Trans-portes*" e, curiosamente, menos em "*Entretenimento e lazer*" e "*Compras*" (Gráfico 52).

Gráfico 52 - Estrutura das despesas

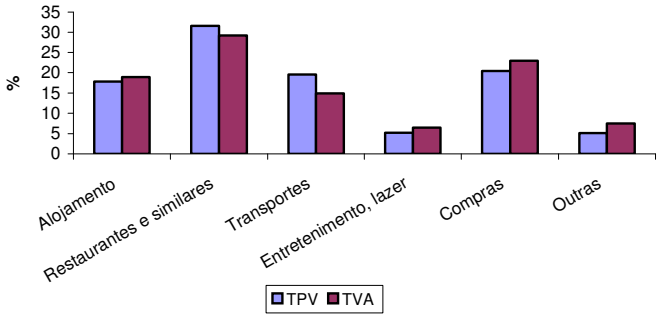
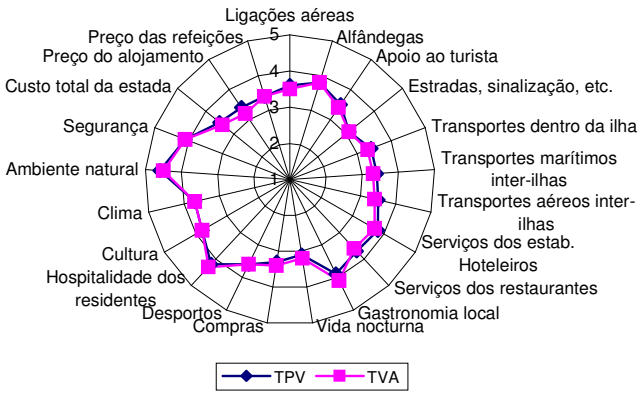
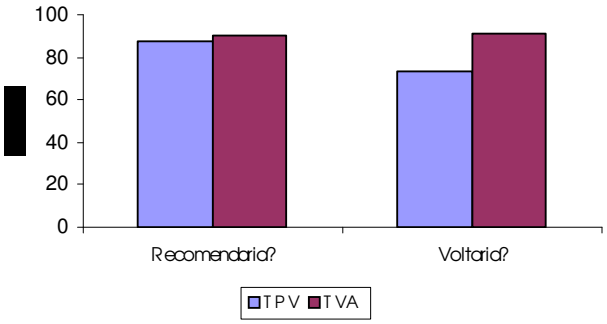


Gráfico 53 - Estrutura das opiniões



As opiniões expressas pelos dois grupos, praticamente coincidem em todos os itens, como se pode observar através do Gráfico 53.

Gráfico 54 - Recomendaria e Voltaria aos Açores ?



No que toca à fidelização, na resposta à questão "*Recomendaria os Açores a um amigo?*" não se registou uma diferença significativa entre as duas subamostras.

Já nas respostas à questão "*Voltaria?*" a diferença é considera-da significativa e vai no sentido de mais turistas que visitaram antes a Região (TVA) afirmarem que voltariam, o que é explicado, em parte, pelo próprio motivo que os trouxe à Região e que, como atrás se referiu, se traduz, maioritariamente, em "*Visitas a familiares e amigos*" e " *Negócios ou trabalho*" (Gráfico 54).

Quadro 7 - Perfil do Turista, segundo o tipo de visita

DADOS PESSOAIS	Turistas primeira visita (TPV)	Turistas que visitaram antes (TVA)
Idade (%)		
menos de 18 anos	1,6	1,5
18-24	12,1	8,6
25-34	33,4	24
35-44	20	23,1
45-54	16,7	25,2
55-64	10,8	13
65 e mais	5,3	4,7
Idade média (escalão)	35-44 (3,92)	35-44 (4,2)
País de residência (%)		
Portugal	68,9	72,3
EUA	4,2	9
Canadá	3,6	14,1
Países Nórdicos	7,9	0,6
Alemanha	2,6	0,8
Outros Países Europeus	11	2,5
Outros	1,7	0,8
Ascendência açoriana (%)		
Sim	4,8	29
Actividade/Profissão (%)		
Científica, técnica ou liberal	33,2	33,9
Dirigente ou quadro superior	12,9	16,7
Pessoal administrativo e similar	9,9	5,9
Comerciante	7,4	6,8
Empregado do sector de serviços	8,6	9,3
Operário não agrícola	4,3	6,3
Agricultor ou trabalhador das pescas	0,3	0,5
Reformado	7,2	5,7
Estudante	8,2	5,3
Outra	8,1	9,7
Grau de instrução (%)		
Nível Básico	15,1	19,2
Nível Secundário	26	27,9
Nível Superior Politécnico	13,7	11,5
Nível Superior Universitário	45,2	41,4
Dimensão média do grupo que viaja (nº)		
Número médio de pessoas	1,69	1,46
Composição do grupo que viaja (%)		
Um adulto	49,2	71,1
Dois adultos	39,6	18,3
Três ou mais adultos	3,1	2,8
Grupo com menores de 18 anos	8,2	7,8

Quadro 7 - Perfil do Turista, segundo o tipo de visita

(continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Turistas primeira visita	Turistas que visitaram antes
Motivo principal da viagem (%)		
Visitas a familiares e amigos	9,5	29
Descanso e lazer	59,7	18,3
Prática de desportos	6,3	3,8
Negócios ou trabalho	17	41,8
Congresso ou Seminário	6,2	6
Outro	1,3	1,1
Considerou destinos alternativos (%)		
Sim	30,2	14,5
Principais destinos alternativos (%)		
Destinos Insulares	36,9	33,7
Portugal Continental	7,1	13,5
Outros, na Europa	31,3	22,5
Outros, na América do Norte	1,0	10,1
Outros, na América Latina	4,0	6,7
Outros, na Ásia e Extremo Oriente	8,6	2,2
Outros, em África	7,1	2,3
Outros, na Austrália	0,0	3,4
Diversos, não especificados	4,0	5,6
Principal fonte de informação (%)		
Visita anterior	0	41,4
Indicação de Agência de Viagens	19,5	3,1
Internet	7,4	1,3
Publicidade	6,7	0,9
Jornais	0,9	0
Televisão	3,7	0,4
Revistas	2,1	0,5
Artigos e documentários não publicitários	4,8	0,3
Motivos profissionais	1,9	6,7
Recomendação de familiares e amigos	44,5	20,6
Outra	15,1	25,6
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média)		
Novidade, exotismo das ilhas	3,78	3,38
Segurança	3,28	3,35
Custo	2,96	2,92
Cultura	3,26	3,27
Locais Históricos	3,14	3,15
Religião	2	2,33
Ambiente calmo	3,84	3,81
Fama como local de lazer	3,22	3,2
Compras	1,89	2,17
Vida nocturna	1,69	2,19
Prática de desportos	2,28	2,49
Clima	3,4	3,38
Beleza natural	4,45	4,22
Tipo de viagem (%)		
Individual	73,8	89,8
Em excursão	26,2	10,2
Recurso a Agência de Viagens (%)		
Sim	80	73
Serviços incluidos (%)		
Viagem tudo incluido	13,6	7,3
Viagem e alojamento meia pensão	7,8	2,6
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	47,5	26,9
Só transporte	29,6	60,9
Só reserva de alojamento	0,9	1,7
Outros serviços	0,7	0,6
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)		
Por pessoa	109749	98530
Por viagem	190447	150519

Quadro 7 - Perfil do Turista, segundo o tipo de visita

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Turistas primeira visita	Turistas que visitaram antes
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)		
Sta Maria	1,8	3,4
S. Miguel	43,5	45,7
Terceira	16,5	19,1
Graciosa	1,1	2,3
S. Jorge	4,5	5,0
Pico	13,8	10,0
Faial	16,1	12,1
Flores	2,4	2,1
Corvo	0,4	0,4
Duração média da estada (nº de dias)		
Na Região	8,4	11,9
Sta Maria	4,7	10,5
S. Miguel	5,6	6,8
Terceira	3,5	7,3
Graciosa	2,4	9,1
S. Jorge	3,6	8,6
Pico	2,2	6,4
Faial	3,3	4,5
Flores	4,6	9,7
Corvo	0,9	1,8
Tipo de alojamento escolhido (%)		
Hotel	56,4	46,6
Turismo Rural	6,7	3,5
Pensão	12,5	9,1
Casa de amigos ou familiares	14,4	33,8
Outro	10,1	7,0
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)		
Utilização de serviços de rent-a-car	52,7	34,4
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	16,8	5,1
Compras	60,8	54,3
Golfe	4,1	3,2
Percursos a pé pelo interior das ilhas	42,1	23,4
Pesca desportiva	2,8	7
Mergulho subaquático	3	3,5
Observação de cetáceos e golfinhos	10,1	5,2
Zonas balneares	33	26
Visitas a monumentos	55,1	35
Eventos culturais (teatro, cinema, exposições, concertos, etc)	17,8	19,8
Espectáculos de folclore	11,8	12,4
Provou a gastronomia açoriana	81,3	76,6
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	23,1	29,6
Gasto médio (escudos)		
Por pessoa	68965	93839
Por dia	13572	11497
Estrutura dos Gastos (%)		
Alojamento	17,9	19,0
Restaurantes e similares	31,6	29,2
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	19,6	14,9
Entretenimento, lazer	5,3	6,5
Compras	20,5	23,0
Outras	5,1	7,5
Fidelização (% de Sim)		
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	87,6	90,6
Voltaria?	73,4	90,8

Quadro 7 - Perfil do Turista, segundo o tipo de visita

(continuação)

OPINIÕES (média)	Turistas primeira visita	Turistas que visitaram antes
Acesso		
Ligações aéreas	3,58	3,50
Alfândegas	3,83	3,79
Qualidade		
Apoio ao turista	3,47	3,38
Estradas, sinalização, estacionamento	3,09	3,12
Transportes dentro da ilha	3,38	3,33
Transportes marítimos inter-ilhas	3,42	3,34
Transportes aéreos inter-ilhas	3,52	3,40
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	3,81	3,71
Serviços prestados pelos restaurantes	3,67	3,59
Gastronomia local	3,93	4,05
Vida nocturna	3,10	3,19
Compras	3,29	3,39
Desportos	3,64	3,56
Hospitalidade dos residentes	4,24	4,25
Cultura	3,77	3,79
Clima	3,69	3,69
Ambiente natural	4,61	4,49
Segurança	4,13	4,07
Custo		
Custo total da estada	3,51	3,44
Preço do alojamento	3,37	3,20
Preço das refeições	3,41	3,35

ANÁLISE POR MOTIVO DA VIAGEM

A informação sobre o motivo da viagem é fundamental para o estudo dos padrões de comportamento e de despesa dos turistas e é um dos critérios mais utilizados em termos de segmentação dos mercados turísticos. Para além disso, a importância deste critério tem a ver com o facto de os turistas que vêm visitar amigos ou familiares ou em trabalho terem como que uma visita "imposta" por factores externos, enquanto os que vêm em lazer escolhem, livremente, vir à Região. É interessante conhecer, do ponto de vista do marketing turístico, mas também do planeamento estratégico da actividade, as características próprias de cada um destes grupos e, particularmente, deste último.

Como foi já referido, o motivo principal da visita é o motivo sem o qual a viagem não se teria realizado e cada inquirido apenas podia indicar um. No caso de famílias ou grupos que viajam juntos, o motivo da viagem considerado é o indicado pelo elemento que preencheu o questionário, independentemente de motivos diferentes que possam ter trazido os acompanhantes à Região.

As subamostras criadas segundo este critério resultam da resposta dada à questão 11: *"Motivo principal da viagem*". As respostas a esta questão foram agrupadas em três grupos, dando origem às seguintes subamostras, cujas designações, a utilizar neste comentário, são as que se seguem:

"Visitas a Familiares ou Amigos" – **VFA**
"Descanso e Lazer" e "Prática de desportos" – **Lazer**
"Negócios, Trabalho" e "Congresso ou Seminário" - **Trabalho**

Dimensão das subamostras estudadas neste capítulo:

Designação da subamostra	**Nº de inquiridos***	**Nº de pessoas abrangidas**
VFA	511	922
Lazer	969	1780
Trabalho	996	1116
Total	2476	3818

* A soma não corresponde a 2511 devido ao facto de 35 dos inquiridos não terem respondido à questão 11, pelo que ficaram de fora desta análise.

Da análise comparativa dos resultados obtidos para estas três subamostras e apresentados no quadro 8 (pág. 113 a 116), são de salientar os seguintes aspectos:

Como é natural, os turistas que vêm em Trabalho à Região, concentram-se, sobretudo, entre os 25 e os 54 anos. Nas outras subamostras verifica-se uma maior dispersão pelos diversos escalões etários, verificando-se, no entanto, que, também nestas, mais de 50% caem nos escalões entre os 25 e os 54 anos. Em todas as subamostras em análise a idade média situa-se no escalão dos 35-44 anos (Gráfico 55).

Gráfico 55 - Distribuição, por escalão etário

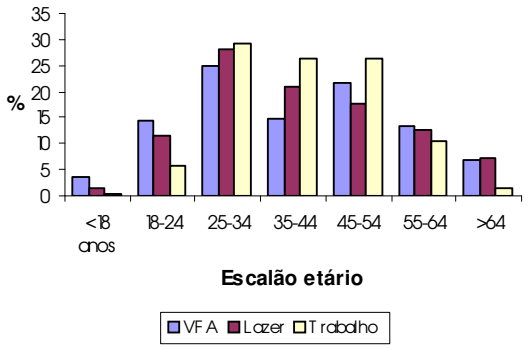
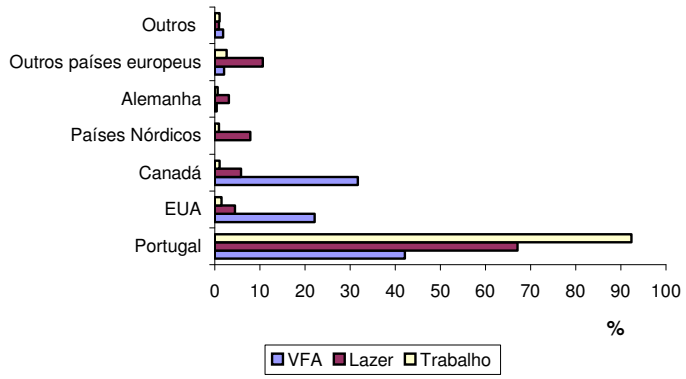
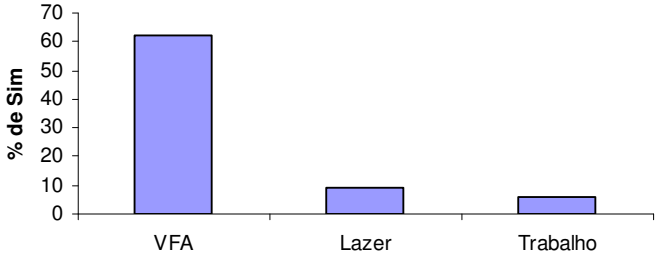


Gráfico 56 - País de Residência



Em termos de países de residência, é de salientar, embora sem surpresa, que a quase totalidade dos que vieram em Trabalho são residentes em Portugal e a grande maioria dos VFA provêm de Portugal e dos países da diáspora açoriana – EUA e Canadá. Entre os residentes noutros países, o motivo dominante é o Lazer (Gráfico 56).

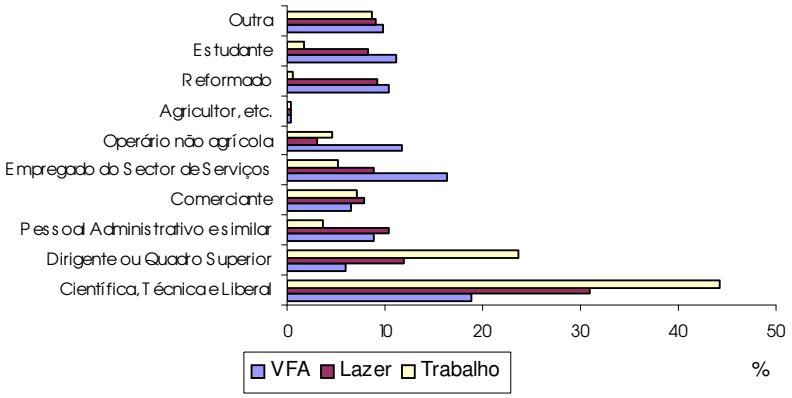
Gráfico 57 - Ascendência açoreana



Entre os VFA registou-se uma percentagem elevada de turistas com ascendência açoriana (cerca de 62%), enquanto nos outros dois grupos essa percentagem não atingiu os 10% (Gráfico 57).

A maior parte dos que vieram em Trabalho eram "*Dirigentes ou Quadros Superiores"* ou tinham profissão "*Científica, Técnica ou Liberal"* (cerca de 70 %, em conjunto). As outras subamostras encontram-se dispersas entre as várias profissões, sendo apenas de salientar os seguintes aspectos:

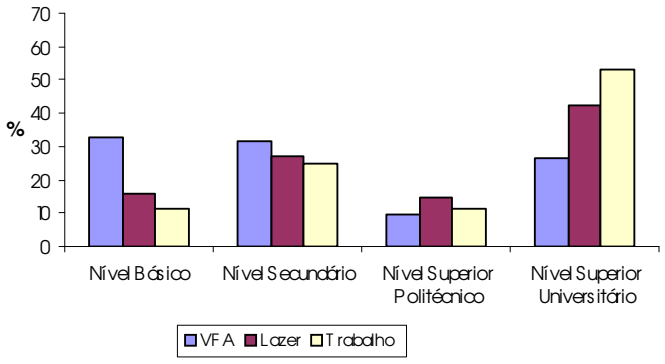
Gráfico 58 - Situação perante a actividade/Profissão



- cerca de 43% dos que vieram em Lazer eram "*Dirigentes ou Quadros Superiores*" ou tinham profissão "*Científica, Técnica ou Liberal* ";

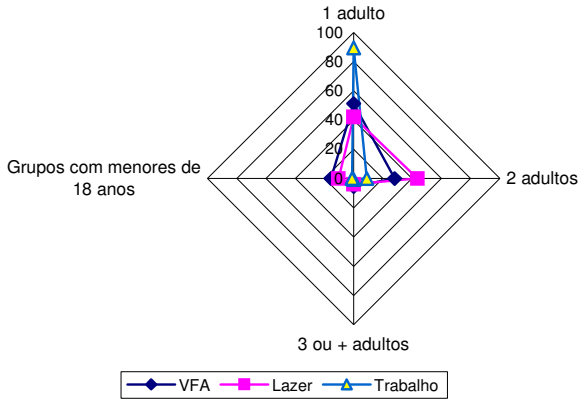
- Entre os VFA, têm particular importância, para além das profissões "*Cientí-ficas, Técnicas e Liberais* ", os "*Empregados do Sector dos Serviços*", os "*Reformados*" e os "*Estudantes*". A percentagem de "*Estudantes*" provavelmente está sobredimensionada, pois o motivo da viagem apresentado leva-nos a crer que se trata, na sua maioria, de estudantes açorianos a estudar no Continente que vieram passar férias a casa dos pais (Gráfico 58).

Gráfico 59 - Grau de instrução



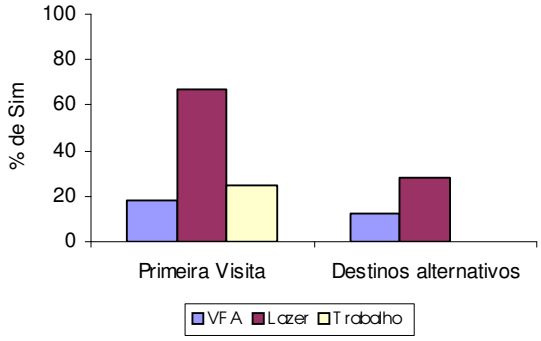
Em termos de grau de instrução, verifica-se que mais de 60% dos VFA se situavam nos níveis *Básico* e *Secundário* e entre os que vieram por Trabalho, mais de 60% tinham formação *Superior, Universitária ou Politécnica.* Os que vieram por Lazer, registam uma maior dispersão pelos diversos graus de instrução, sendo de salientar, apesar disso, a elevada percentagem (42,4%) apresentada pelo "*Nível Superior Universitário"* (Gráfico 59).

Gráfico 60 - Composição do grupo que viaja



Um ou dois adultos é a composição maioritária, nas três subamostras. No entanto, os que vieram em Trabalho apresentam a maior percentagem de "*Um adulto*"; os que vieram em Lazer, apresentam a maior percentagem de "*Dois adultos*" e os VFA, apresentam a maior percentagem de "*Grupos com menores de 18 anos*" (Gráfico 60).

Gráfico 61 - Se é a primeira visita e se considerou destinos alternativos



Para mais de 60 % dos que vieram em Lazer, esta foi a primeira visita à Região, contra apenas cerca de 18% dos VFA e cerca de 25% dos que vieram em Trabalho (Gráfico 61).

As questões relacionadas com destinos alternativos não eram respondidas pelos que vieram em Trabalho, pelo que esta subamostra não aparece nos respectivos gráficos. A partir dos gráficos 61 e 62 é possível verificar que, como seria natural, entre os que vieram em Lazer há uma maior percentagem de turistas que puseram a hipótese de destinos alternativos (apesar de tudo, uma percentagem pequena – apenas 27,8%). Os destinos insulares e a Europa são os destinos alternativos preferenciais dos dois grupos em análise, VFA e Lazer, mas entre os VFA são ainda de destacar Portugal Continental e América do Norte.

Gráfico 62 - Destinos alternativos considerados

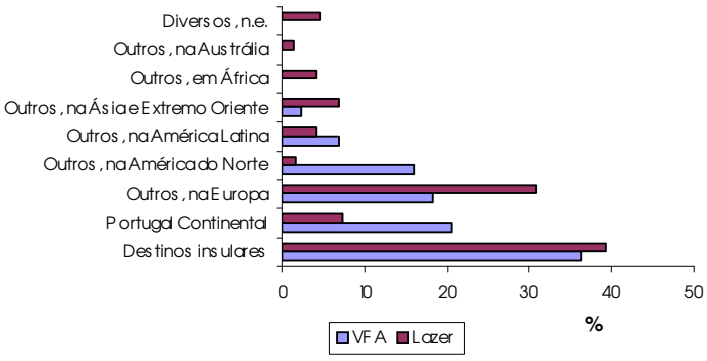
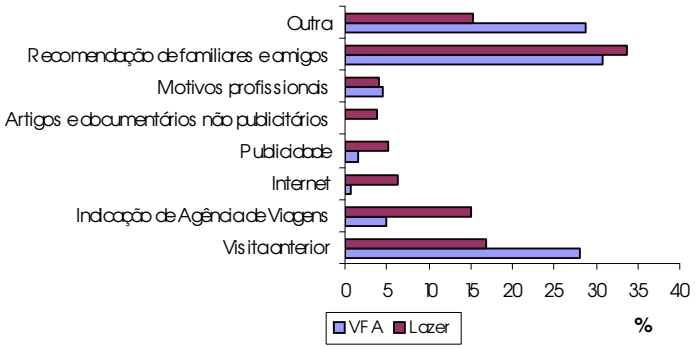


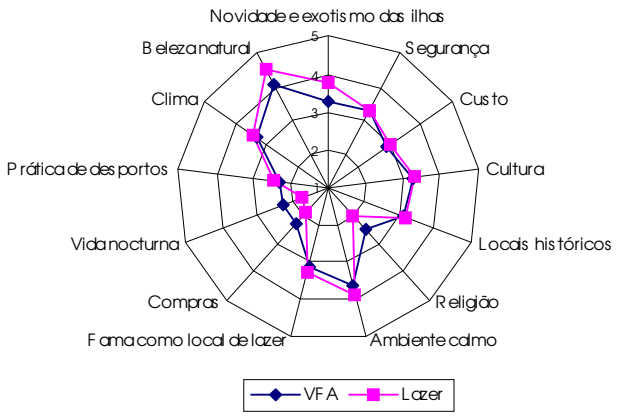
Gráfico 63 - Principal fonte de informação



A principal fonte de informação, bem como as características determinantes na escolha dos Açores como destino, foram ainda questões às quais os que vieram por motivos de Trabalho não tinham que responder, pelo que, nos gráficos correspondentes, aparece apenas informação sobre os VFA e Lazer. A principal fonte de informação, para ambos os grupos foi, sem dúvida, a "*Recomendação de familiares e amigos*", seguida de "*Visita anterior*" e "*Outra*", sobretudo entre os VFA. O recurso às restantes fontes de informação como "*Internet*", "*Agências de Viagens*" e "*Publicidade*" foi, quase exclusivamente, levado a cabo por turistas em Lazer (Gráfico 63).

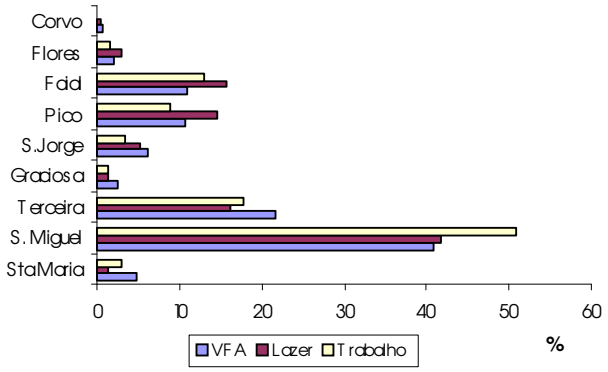
O peso atribuído às características determinantes é quase coincidente nos dois grupos, havendo apenas a realçar o facto de os turistas em Lazer valorizarem ainda mais os itens "*Beleza natural*", "*Novidade e exotismo das ilhas*" e "*Ambiente calmo*" e valorizarem ainda menos, itens como "*Vida nocturna*", "*Compras*" e "*Reli-gião*" (Gráfico 64).

Gráfico 64 - Características determinantes na escolha do destino Açores



Nos três grupos, a maioria viajou individualmente (apenas no caso da subamostra Lazer, a modalidade "*Excursão*" apresentou uma percentagem mais significativa – 27,1%) e recorreu a Agência de Viagens (mais de 75%, no caso dos que vieram em Lazer e Trabalho e cerca de 70% no caso dos VFA). Os serviços a que mais recorreram os grupos Lazer e Trabalho foram "*Só transporte*" e "*Viagem e alojamento com pequeno almoço*", enquanto a grande maioria dos VFA, optou apenas por "*Só transporte*", o que é compreensível à luz do tipo de alojamento escolhido por este grupo, como adiante se verá. O montante médio pago à agência de viagens, quer por pessoa, quer por viagem, foi mais elevado nos grupos VFA e Lazer (cf. Quadro 8, pág. 114).

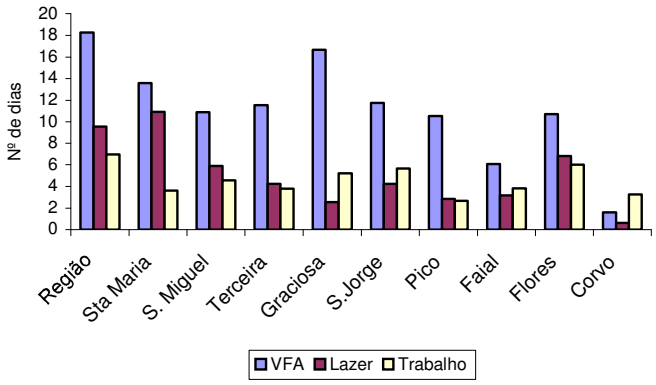
Gráfico 65 - Ilhas visitadas



Na distribuição das três subamostras por ilhas visitadas, é de destacar a ligeira superioridade do grupo Trabalho, em S. Miguel; do grupo VFA, na Terceira e em ilhas periféricas como Santa Maria, S. Jorge, Graciosa e Corvo e do grupo Lazer, no Pico, Faial e Flores (Gráfico 65).

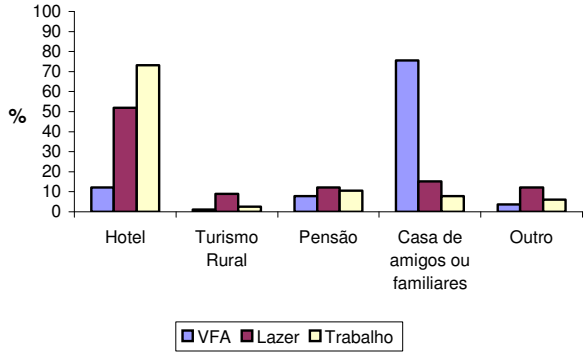
Da leitura do Gráfico 66 é possível concluir que a duração média da estada na Região e, de um modo geral, por ilha, é superior no caso da subamostra VFA, seguida do grupo Lazer e, finalmente, do grupo Trabalho. É interessante notar ainda que, apesar da grande concentração das visitas em S. Miguel, a duração média da estada nesta ilha não é a maior em nenhum dos subgrupos em análise.

Gráfico 66 - Duração média da estada



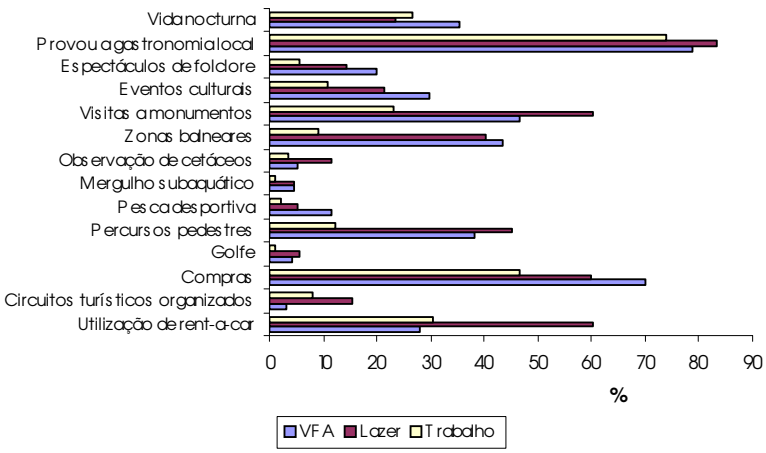
Em termos de alojamento escolhido, é nítida a preferência pelo "*Hotel*", por parte das subamostras Lazer e Trabalho, enquanto a VFA opta, preferencialmente, como seria de esperar, pela "*Casa de amigos ou familiares*". Os restantes tipos de alojamento são residuais, havendo apenas a salientar o maior recurso a "*Turismo Rural*" e "*Outro tipo de alojamento*", por parte dos turistas que vêm em Lazer (Gráfico 67).

Gráfico 67- Tipo de alojamento escolhido



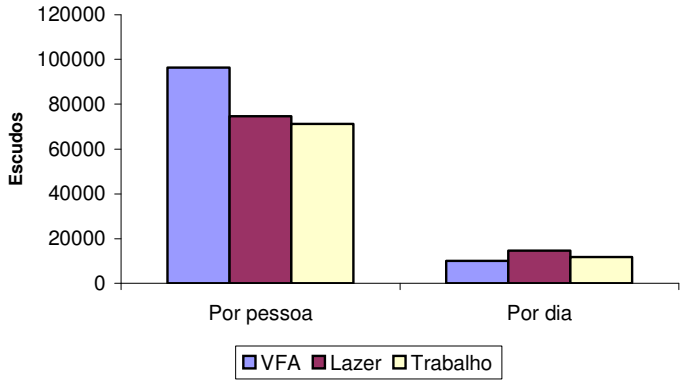
As actividades levadas a cabo pelos que vêm em Trabalho, quase que se limitam a provar a gastronomia local, fazer algumas compras, frequentar a vida nocturna, visitar algum monumento e recorrer a serviços de *rent-a-car*.

Gráfico 68 - Actividades levadas a cabo



Ao nível das subamos-tras Lazer e VFA, o leque de actividades levadas a cabo é mais alargado, havendo apenas a salientar a supremacia da VFA no que respeita a "*Compras*", "*Vida nocturna*", "*Pesca*", "*Espectáculos de folclore*" e "*Eventos culturais*", enquanto os que vêm em Lazer se destacam em termos de "*Utilização de rent-a-car"*, "*Percursos pedestres*", "*Observação de cetáceos*", "*Visitas a monumentos*", "*Circuitos turísticos organizados*" e "*Prova da gastronomia local*" (Gráfico 68).

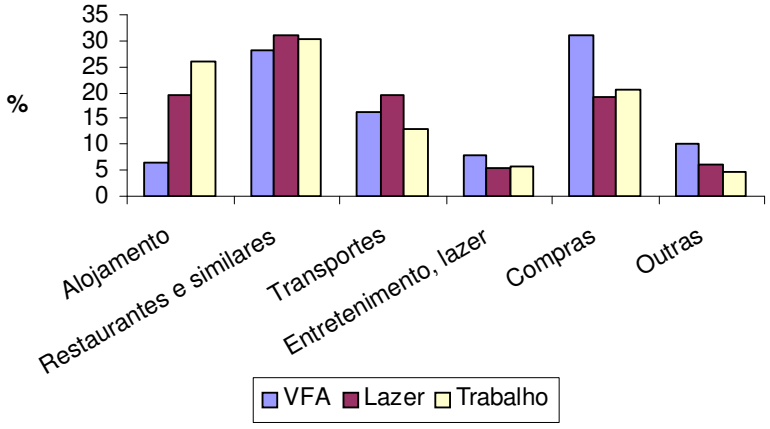
Gráfico 69 - Despesa média



Em termos de despesas efectuadas, os VFA gastam, em média, mais por pessoa, mas menos por dia (o que pode estar relacionado com a maior duração da estada média na Região, por parte deste grupo). Relativamente aos outros dois grupos, os que vêm em Lazer apresentam valores de despesa média ligeiramente mais elevados que os que vêm em Trabalho, quer por pessoa, quer por dia (Gráfico 69).

Quanto à estrutura das despesas, há a salientar o peso das "*Compras"* nas despesas efectuadas pelos VFA, ultrapassando mesmo as despesas em "*Restaurantes*", que representa a maior fatia no caso das outras duas subamostras. De salientar ainda, o peso dos "*Transportes"* no caso do Lazer e o peso do "*Alojamento*" no caso da subamostra Trabalho.

Gráfico 70 - Estrutura das despesas



Cruzando esta informação com a informação proveniente do gráfico 68, das actividades maioritariamente levadas a cabo por cada um dos grupos, torna-se fácil entender esta repartição das despesas pelas diversas rubricas (Gráficos 69 e 70).

A estrutura das opiniões é, praticamente, coincidente nas três subamostras (Gráfico 71).

Gráfico 71 - Estrutura das opiniões

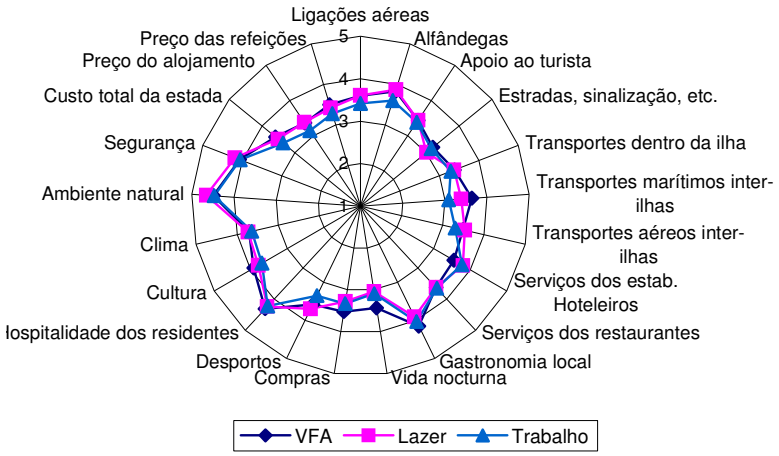
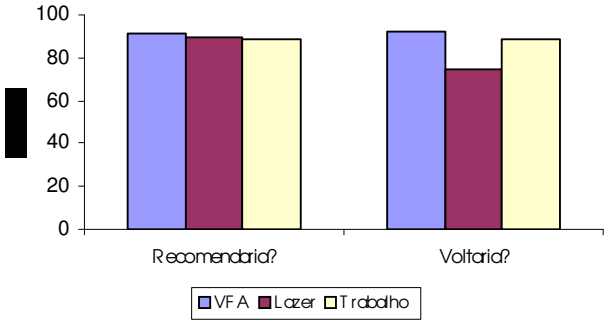


Gráfico 72 - Recomendaria e Voltaria aos Açores ?



As questões "*Recomendaria*" e "*Voltaria*", mereceram uma resposta afirmativa numa percentagem ligeiramente superior por parte dos VFA.

Enquanto no caso da primeira questão, a resposta "Sim" foi superior a 85% nas três subamostras, já na resposta à segunda questão, os que vieram em Lazer registaram uma percentagem inferior à dos outros dois grupos, representando, ainda assim, uma taxa bastante razoável – 74,6% (Gráfico 72).

Quadro 8 - Perfil do Turista, segundo o motivo principal da viagem

DADOS PESSOAIS	Visitas a familiares ou amigos (VFA)	Lazer	Trabalho
Idade (%)			
menos de 18 anos	3,7	1,4	0,4
18-24	14,5	11,6	5,7
25-34	24,9	28,3	29,2
35-44	14,9	21,1	26,2
45-54	21,7	17,8	26,5
55-64	13,3	12,7	10,5
65 e mais	7	7,1	1,5
Idade média (escalão)	35-44 (4,05)	35-44 (4,09)	35-44 (4,10)
País de residência (%)			
Portugal	42,1	67,1	92,4
EUA	22,1	4,5	1,5
Canadá	31,7	5,8	1
Países Nórdicos	0	7,9	0,9
Alemanha	0,4	3,1	0,6
Outros Países Europeus	2	10,6	2,6
Outros	1,8	0,9	1
Ascendência açoriana (%)			
Sim	62,1	9	5,9
Actividade/Profissão (%)			
Científica, técnica ou liberal	18,8	30,9	44,3
Dirigente ou quadro superior	5,9	12	23,6
Pessoal administrativo e similar	8,9	10,4	3,7
Comerciante	6,5	7,8	7,2
Empregado do sector de serviços	16,4	8,9	5,1
Operário não agrícola	11,7	3,1	4,6
Agricultor ou trabalhador das pescas	0,4	0,4	0,4
Reformado	10,3	9,2	0,6
Estudante	11,1	8,3	1,8
Outra	9,9	9	8,6
Grau de instrução (%)			
Nível Básico	32,5	15,6	11,4
Nível Secundário	31,4	27,2	24,6
Nível Superior Politécnico	9,7	14,8	11,2
Nível Superior Universitário	26,4	42,4	52,8
Dimensão média do grupo que viaja (nº)			
Número médio de pessoas	1,8	1,8	1,1
Composição do grupo que viaja (%)			
Um adulto	51,2	42,1	89,4
Dois adultos	28	43,6	8,9
Três ou mais adultos	5,3	3,9	0,6
Grupo com menores de 18 anos	15,5	10,4	1,1

Quadro 8 - Perfil do Turista, segundo o motivo principal da viagem

(continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Visitas a familiares ou amigos	Lazer	Trabalho*
Primeira visita (%)			
Sim	18,2	67,1	24,9
Considerou destinos alternativos (%)			
Sim	12	27,8	-
Principais destinos alternativos (%)			
Destinos Insulares	36,4	39,2	-
Portugal Continental	20,5	7,2	-
Outros, na Europa	18,2	30,8	-
Outros, na América do Norte	15,9	1,7	-
Outros, na América Latina	6,8	4,2	-
Outros, na Ásia e Extremo Oriente	2,3	6,8	-
Outros, em África	0	4,2	-
Outros, na Austrália	0	1,3	-
Diversos, não especificados	0	4,6	-
Principal fonte de informação (%)			
Visita anterior	28,2	16,9	-
Indicação de Agência de Viagens	5	15	-
Internet	0,6	6,2	-
Publicidade	1,6	5,1	-
Jornais	0	0,7	-
Televisão	1,4	2,5	-
Revistas	0,2	1,9	-
Artigos e documentários não publicitários	0,2	3,9	-
Motivos profissionais	4,6	4	-
Recomendação de familiares e amigos	30,8	33,8	-
Outra	28,8	15,2	-
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média)			
Novidade, exotismo das ilhas	3,27	3,76	-
Segurança	3,33	3,32	-
Custo	2,86	2,99	-
Cultura	3,23	3,29	-
Locais Históricos	3,11	3,16	-
Religião	2,47	1,98	-
Ambiente calmo	3,65	3,93	-
Fama como local de lazer	3,13	3,25	-
Compras	2,23	1,90	-
Vida nocturna	2,28	1,75	-
Prática de desportos	2,28	2,42	-
Clima	3,34	3,43	-
Beleza natural	4,06	4,49	-
Tipo de viagem (%)			
Individual	93,5	72,9	89,4
Em excursão	6,5	27,1	10,6
Recurso a Agência de Viagens (%)			
Sim	69,8	77,1	77,6
Serviços incluidos (%)			
Viagem tudo incluido	4,2	11,9	11,6
Viagem e alojamento meia pensão	1,8	8	3,1
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	6,9	46,9	38,3
Só transporte	85,6	31,8	44,3
Só reserva de alojamento	0,6	0,8	2,1
Outros serviços	0,9	0,5	0,7
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)			
Por pessoa	115379	107988	82675
Por viagem	213059	206306	91780

* As variáveis que apresentam "-" não eram de resposta obrigatória para a subamostra "Trabalho"

Quadro 8 - Perfil do Turista, segundo o motivo principal da viagem

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Visitas a familiares ou amigos	Lazer	Trabalho
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)			
Sta Maria	4,7	1,5	3,0
S. Miguel	40,9	41,8	50,9
Terceira	21,7	16,3	17,8
Graciosa	2,5	1,5	1,4
S. Jorge	6,2	5,2	3,4
Pico	10,7	14,6	8,9
Faial	10,9	15,7	13,0
Flores	2,0	3,0	1,5
Corvo	0,6	0,5	0,2
Duração média da estada (nº de dias)			
Na Região	18,3	9,5	7,0
Sta Maria	13,6	10,9	3,6
S. Miguel	10,9	5,9	4,6
Terceira	11,5	4,2	3,8
Graciosa	16,7	2,6	5,2
S. Jorge	11,8	4,2	5,7
Pico	10,5	2,8	2,7
Faial	6,1	3,2	3,8
Flores	10,7	6,8	6,0
Corvo	1,6	0,7	3,3
Tipo de alojamento escolhido (%)			
Hotel	12,0	51,9	73,1
Turismo Rural	1,1	8,9	2,6
Pensão	7,9	12,0	10,5
Casa de amigos ou familiares	75,5	15,1	7,8
Outro	3,6	12,1	6,1
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)			
Utilização de serviços de rent-a-car	28	60,2	30,3
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	3	15,3	8,1
Compras	69,9	59,9	46,7
Golfe	4,1	5,6	1
Percursos a pé pelo interior das ilhas	38	45,1	12,1
Pesca desportiva	11,4	5,1	2,1
Mergulho subaquático	4,7	4,7	1,1
Observação de cetáceos e golfinhos	5,3	11,6	3,4
Zonas balneares	43,3	40,1	9,2
Visitas a monumentos	46,7	60,3	23,2
Eventos culturais (teatro, cinema, exposições, concertos, etc)	29,6	21,2	10,9
Espectáculos de folclore	19,9	14,4	5,6
Provou a gastronomia açoriana	78,9	83,4	73,9
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	35,2	23,6	26,5
Gasto médio (escudos)			
Por pessoa	102825	78235	71770
Por dia	10095	14567	11781
Estrutura dos Gastos (%)			
Alojamento	6,5	19,3	25,9
Restaurantes e similares	28,2	30,9	30,2
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	16,2	19,3	12,9
Entretenimento, lazer	8,0	5,3	5,7
Compras	31,0	19,1	20,5
Outros	10,1	6,0	4,9
Fidelização (% de Sim)			
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	91	89,2	88,7
Voltaria?	92,4	74,6	88,3

Quadro 8 - Perfil do Turista, segundo o motivo principal da viagem

(continuação)

OPINIÕES (média)	Visitas a familiares ou amigos	Lazer	Trabalho
Acesso			
Ligações aéreas	3,60	3,61	3,42
Alfândegas	3,83	3,87	3,60
Qualidade			
Apoio ao turista	3,44	3,44	3,38
Estradas, sinalização, estacionamento	3,20	3,01	3,15
Transportes dentro da ilha	3,38	3,37	3,29
Transportes marítimos inter-ilhas	3,64	3,39	3,09
Transportes aéreos inter-ilhas	3,49	3,53	3,30
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	3,55	3,80	3,77
Serviços prestados pelos restaurantes	3,62	3,62	3,65
Gastronomia local	4,15	3,91	4,03
Vida nocturna	3,43	3,04	3,09
Compras	3,52	3,28	3,33
Desportos	3,58	3,70	3,35
Hospitalidade dos residentes	4,31	4,24	4,22
Cultura	3,92	3,79	3,69
Clima	3,71	3,73	3,64
Ambiente natural	4,49	4,66	4,47
Segurança	4,06	4,18	4,05
Custo			
Custo total da estada	3,59	3,51	3,36
Preço do alojamento	3,36	3,38	3,14
Preço das refeições	3,50	3,42	3,28

ANÁLISE POR TIPO DE ALOJAMENTO

A análise por tipo de alojamento aqui apresentada tem um interesse relativo, por dois motivos:

1º) Existe a possibilidade de haver repetições entre as subamostras, isto é, o mesmo inquirido aparece em tantas subamostras, quantos os tipos de alojamento que utilizou;

2º) Nas subamostras respeitantes a alguns tipos de alojamento (Pensão, Turismo em Espaço Rural e Outro), o número de inquiridos situa-se abaixo do valor exigido para a obtenção de resultados com um erro de 5% (cf. pág. 50). Apesar disso, optou-se por divulgar estas três subamostras em separado e não as agregar numa subamostra "*Outro tipo de alojamento*", por se considerar que os turistas que procuram cada um dos tipos são demasiado diferenciados entre si para ter alguma lógica incluí-los num mesmo grupo.

Com as reservas que os aspectos acima mencionados impõem, apresentam-se em seguida os principais resultados obtidos. Estamos, no entanto, conscientes de que os resultados aqui apresentados, não substituem uma caracterização mais exaustiva dos turistas segundo este critério do tipo de alojamento, projecto que, em nossa opinião, seria interessante desenvolver a curto prazo, sobretudo em certos tipos de alojamento em expansão recente como o Turismo em Espaço Rural.

A dimensão das subamostras em análise é a seguinte:

Designação da subamostra	**Nº de inquiridos***	**Nº de pessoas abrangidas**
Hotel	1406	2095
Pensão	289	446
Casa de amigos ou familiares	689	1184
Turismo em Espaço Rural	135	205
Outro	225	326
Total	2744	4256

* O total é superior a 2511, devido ao facto de alguns dos inquiridos terem recorrido a vários tipos de alojamento

Quadro 9 - Perfil do Turista, segundo o tipo de alojamento

DADOS PESSOAIS	Hotel	Pensão	Casa de amigos ou familiares	Turismo em Espaço Rural	Outro
Idade (%)					
menos de 18 anos	0,7	1,4	2,6	0	3,6
18-24	4,5	9	15,4	16,3	27,1
25-34	27,6	32,9	28,1	30,4	22,7
35-44	24,9	22,1	16,6	25,9	21,8
45-54	23,4	22,1	20,8	16,3	15,1
55-64	13,7	8	11,6	8,9	8
65 e mais	5,2	4,5	4,9	2,2	1,8
Idade média (escalão)	35-44 (4,28)	35-44 (3,97)	35-44 (3,92)	35-44 (3,78)	25-34 (3,49)
País de residência (%)					
Portugal	77	76,1	52,2	75,6	71,6
EUA	4,3	3,8	16,7	0,7	5,3
Canadá	2,8	6,9	26,3	3,7	8
Países Nórdicos	6	0	0	0,7	1,3
Alemanha	1,8	3,1	0,4	4,4	5,8
Outros Países Europeus	7,3	9	2,5	12,6	7,6
Outros	0,8	1	1,9	2,2	0,4
Ascendência açoriana (%)					
Sim	7,3	11,5	50,7	7,5	12,6
Actividade/Profissão (%)					
Científica, técnica ou liberal	39,3	32,3	26	30,1	36,4
Dirigente ou quadro superior	20,2	8,8	7,8	19,5	7,1
Pessoal administrativo e similar	8	9,5	7,6	9,8	4,4
Comerciante	7,8	7,7	6,9	8,3	5,8
Empregado do sector de serviços	7,3	9,5	13,2	6,8	6,2
Operário não agrícola	2,8	9,5	9,4	1,5	4,9
Agricultor ou trabalhador das pescas	0,3	0,7	0,4	0	1,3
Reformado	5,6	4,2	7,4	3	2,7
Estudante	2,1	5,6	11,2	10,5	20,4
Outra	6,4	12,3	10	10,5	10,7
Grau de instrução (%)					
Nível Básico	11,8	24,2	24,4	11,4	15,7
Nível Secundário	24,4	26,7	30,6	23,5	25,1
Nível Superior Politécnico	13,9	10,2	10,9	15,2	11,2
Nível Superior Universitário	50	38,9	34,2	50	48
Dimensão média do grupo que viaja (nº)					
Número médio de pessoas	1,5	1,6	1,7	1,5	1,5
Composição do grupo que viaja (%)					
Um adulto	63,3	61,6	57	62,2	69,3
Dois adultos	29,3	29,8	25,6	31,1	18,7
Três ou mais adultos	2,6	3,1	2,9	0,7	3,6
Grupo com menores de 18 anos	4,8	5,5	14,5	5,9	8,4

Quadro 9 - Perfil do Turista, segundo o tipo de alojamento

(continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Hotel	Pensão	Casa de amigos ou familiares	Turismo em Espaço Rural	Outro
Motivo principal da viagem (%)					
Visitas a familiares e amigos	4,8	15,2	61,6	4,5	8,9
Descanso e lazer	37,2	41,2	24	62,7	54,2
Prática de desportos	4,6	5,9	0,9	11,9	6,7
Negócios ou trabalho	43,4	35,3	10	17,2	22,2
Congresso ou Seminário	9,7	1,7	1,6	2,2	5,3
Outro	0,4	0,7	1,9	1,5	2,7
Primeira visita (%)					
Sim	47	50,2	23,9	58,1	51,4
Considerou destinos alternativos (%)					
Sim	30,1	29,4	14,1	26,4	24,5
Principais destinos alternativos (%)					
Destinos Insulares	38,2	33,3	31,9	34,6	47,2
Portugal Continental	5,8	9,8	21,7	11,5	2,8
Outros, na Europa	31,2	27,5	20,3	19,2	38,9
Outros, na América do Norte	1,7	0	11,6	0	0
Outros, na América Latina	4	11,8	8,7	7,7	2,8
Outros, na Ásia e Extremo Oriente	6,9	7,8	2,9	26,9	0
Outros, em África	5,2	2	0	0	2,8
Outros, na Austrália	1,2	2	1,4	0	0
Diversos, não especificados	5,8	5,9	1,4	0	5,6
Principal fonte de informação (%)					
Visita anterior	17,6	18,9	27,5	20,2	11,2
Indicação de Agência de Viagens	19,3	7,2	5	7,3	4,3
Internet	6,9	8,9	1,2	12,8	4,3
Publicidade	4,5	4,4	1,6	2,7	4,4
Jornais	0,8	0	0	1,8	0
Televisão	2,9	3,3	1,3	0,9	1,9
Revistas	1,8	1,1	0,3	0	2,5
Artigos e documentários não publicitários	4,4	5,6	0,7	7,3	1,9
Motivos profissionais	3,5	4,4	3,8	1,8	5,6
Recomendação de familiares e amigos	31	33,3	34,1	37,6	36
Outra	11,8	17,2	26	10,1	32,3
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média, numa escala de 1 a 5)					
Novidade, exotismo das ilhas	3,74	3,64	3,38	3,92	3,58
Segurança	3,33	3,20	3,27	3,27	3,24
Custo	2,96	2,82	2,88	3,06	2,91
Cultura	3,26	3,23	3,27	3,32	3,18
Locais Históricos	3,13	3,10	3,14	3,28	3,12
Religião	2,05	1,86	2,30	1,87	1,91
Ambiente calmo	3,86	3,89	3,74	4,10	3,92
Fama como local de lazer	3,20	3,12	3,15	3,22	3,08
Compras	1,92	1,78	2,17	1,89	1,78
Vida nocturna	1,72	1,63	2,16	1,68	1,96
Prática de desportos	2,30	2,33	2,31	2,72	2,58
Clima	3,44	3,41	3,34	3,32	3,38
Beleza natural	4,45	4,51	4,16	4,63	4,38
Tipo de viagem (%)					
Individual	80,4	88,6	92,9	85,9	71,1
Em excursão	19,6	11,4	7,1	14,1	28,9
Recurso a Agência de Viagens (%)					
Sim	82,2	73	67,6	62,7	67,9
Serviços incluidos (%)					
Viagem tudo incluido	14,1	6,7	3,4	8,3	5,6
Viagem e alojamento meia pensão	6,8	5,3	0,7	1,2	1,4
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	51,5	33,5	5,7	39,3	13,2
Só transporte	25,4	53,1	88,2	50	78,5
Só reserva de alojamento	1,8	1	1,1	1,2	1,4
Outros serviços	0,4	0,5	0,9	0	0
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)					
Por pessoa	114399	95524	102905	92468	74566
Por viagem	178374	151289	179846	159386	112689

Quadro 9 - Perfil do Turista, segundo o tipo de alojamento

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Hotel	Pensão	Casa de amigos ou familiares	Turismo em Espaço Rural	Outro
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)					
Sta Maria	2,0	1,5	3,9	2,2	1,9
S. Miguel	38,5	36,0	39,5	32,0	32,1
Terceira	13,8	18,1	21,2	20,9	18,8
Graciosa	1,3	2,9	2,4	0,6	2,3
S. Jorge	3,8	7,9	6,4	5,8	5,8
Pico	24,9	14,3	11,6	14,8	14,9
Faial	13,6	15,0	11,8	16,9	18,0
Flores	1,9	3,2	2,8	5,2	4,4
Corvo	0,3	1,0	0,5	1,5	1,9
Duração média da estada (nº de dias)					
Na Região	6,8	12,4	16,8	10	15,7
Sta Maria	3,8	7,9	12,8	5,1	8,6
S. Miguel	4,3	6,4	9,8	5,2	8,4
Terceira	2,8	3,4	10,1	3,7	10,1
Graciosa	3,8	7,5	9,3	3,5	3,1
S. Jorge	4,0	8,4	8,2	2,4	5,3
Pico	3,3	3,4	9,6	3,2	6,1
Faial	2,9	3,9	6,1	3,3	5,0
Flores	4,4	9,0	9,4	7,5	7,8
Corvo	1,8	2,4	1,1	0,5	0,7
Outro tipo de alojamento a que recorreu (%)					
Hotel	-	21,5	11,6	37	18,7
Turismo Rural	3,6	6,6	3,5	-	5,8
Pensão	4,4	-	7,8	14,1	8,9
Casa de amigos ou familiares	5,7	18,7	-	17,8	14,2
Outro	3	6,9	4,6	9,6	-
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)					
Utilização de serviços de rent-a-car	47,3	56,6	29,3	71,1	42,6
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	15,2	7,3	2,5	0,7	4
Compras	53,1	59,7	65	51,1	61
Golfe	3,8	1	4,5	3	1,3
Percursos a pé pelo interior das ilhas	26,2	36,8	40,1	51,9	45,3
Pesca desportiva	1,8	7,3	11,2	10,4	7,2
Mergulho subaquático	2	4,5	5,8	6,7	7,6
Observação de cetáceos e golfinhos	7,6	12,8	6,7	15,6	12,6
Zonas balneares	22	29,9	42,8	46,7	41,3
Visitas a monumentos	41	49,7	48,3	57	53,4
Eventos culturais	13,2	18,8	30,3	25,9	30,9
Espectáculos de folclore	9,4	11,1	18,4	14,8	20,6
Provou a gastronomia açoriana	80,3	82,3	78,4	91,1	76,7
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	21,8	25,3	34,9	29,6	44,8
Gasto médio (escudos)					
Por pessoa	74241	103744	99164	103883	99156
Por dia	16436	13404	9593	15240	9177
Estrutura dos Gastos (%)					
Alojamento	22,8	25,2	8,9	27,3	17,1
Restaurantes e similares	32,1	29,0	28,5	26,2	26,3
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	16,7	19,0	15,6	18,4	18,0
Entretenimento, lazer	4,9	5,8	8,8	7,2	7,5
Compras	18,7	14,7	30,0	15,0	21,7
Outros	4,9	6,4	8,2	5,8	9,4
Fidelização (% de Sim)					
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	88,2	90,2	92	88,5	89,1
Voltaria?	80,7	79,1	92,4	78,7	80,1

Quadro 9 - Perfil do Turista, segundo o tipo de alojamento

(continuação)

OPINIÕES (média, numa escala de 1 a 5)	Hotel	Pensão	Casa de amigos ou familiares	Turismo em Espaço Rural	Outro
Acesso					
Ligações aéreas	3,52	3,51	3,57	3,43	3,49
Alfândegas	3,75	3,72	3,84	3,42	3,86
Qualidade					
Apoio ao turista	3,41	3,34	3,43	3,43	3,37
Estradas, sinalização, estacionamento	3,07	3,04	3,12	3,03	3,06
Transportes dentro da ilha	3,42	3,15	3,30	3,24	3,17
Transportes marítimos inter-ilhas	3,37	3,38	3,46	3,24	3,28
Transportes aéreos inter-ilhas	3,44	3,46	3,48	3,45	3,44
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	3,83	3,52	3,56	3,71	3,61
Serviços prestados pelos restaurantes	3,66	3,58	3,63	3,60	3,50
Gastronomia local	3,97	3,94	4,16	4,02	3,93
Vida nocturna	3,02	3,09	3,34	2,97	3,20
Compras	3,29	3,31	3,46	3,17	3,36
Desportos	3,60	3,51	3,64	3,57	3,41
Hospitalidade dos residentes	4,21	4,20	4,33	4,29	4,26
Cultura	3,71	3,77	3,92	3,70	3,74
Clima	3,68	3,67	3,69	3,73	3,71
Ambiente natural	4,55	4,55	4,51	4,62	4,59
Segurança	4,12	4,08	4,08	4,16	4,17
Custo					
Custo total da estada	3,43	3,22	3,62	3,35	3,52
Preço do alojamento	3,27	3,06	3,36	3,21	3,40
Preço das refeições	3,36	3,27	3,45	3,35	3,40

ANÁLISE POR ILHA VISITADA

Tal como no capítulo anterior, os resultados apresentados neste capítulo têm um interesse relativo, pelo mesmo tipo de razões:

1º) O critério a partir do qual foram criadas as subamostras foi o de ter pernoitado nessa ilha, mas não exclusivamente. Ou seja, sempre que um inquirido tenha pernoitado em mais do que uma ilha, aparecerá em todas as subamostras correspondentes, levando assim à existência de repetições entre as subamostras;

2º) A reduzida dimensão das subamostras levou a que se agregassem as ilhas de Sta Maria, Graciosa, S. Jorge, Flores e Corvo, num único grupo denominado "*Outras*". Mesmo assim, na subamostra "*Pico*", ficou-se um pouco aquém da dimensão considerada mínima.

Apesar destas limitações, pareceu-nos interessante divulgar os resultados encontrados a partir deste critério. Ele é absolutamente essencial no planeamento da actividade turística numa região insular, que se pretende com um desenvolvimento harmónico, pois permite identificar os pontos fortes e fracos de cada uma das ilhas, em termos de atractividade turística. Valerá a pena, em inquéritos futuros, reforçar a amostra no sentido de a tornar representativa ao nível de ilha (o que exige um conhecimento do universo de turistas que visita cada ilha, que não existe neste momento) e, eventualmente, recorrer a outras metodologias de recolha para esse efeito (cf. pág. 29 a 33).

A dimensão das subamostras constituídas segundo este critério, é a seguinte:

Designação da subamostra	**Nº de inquiridos***	**Nº de pessoas abrangidas**
S. Miguel	1866	2863
Terceira	707	1084
Pico	361	589
Faial	571	927
Outras	389	602
Total	3894	6065

* O total é superior a 2511, devido ao facto de alguns dos inquiridos terem pernoitado em mais de uma ilha.

Quadro 10 - Perfil do Turista, segundo a ilha visitada

DADOS PESSOAIS	S. Miguel	Terceira	Pico	Faial	Outras
Idade (%)					
menos de 18 anos	1,1	2,4	1,9	1,9	2,6
18-24	9,3	10,2	12	9	10,1
25-34	28,1	27,1	26,5	24,1	22,9
35-44	22,2	21,1	22,3	21,1	21,9
45-54	22,3	21	21,4	22,7	22,9
55-64	12,1	12,5	10	13	14,2
65 e mais	4,9	5,8	5,8	8,3	5,4
Idade média (escalão)	35-44 (4,11)	35-44 (4,09)	35-44 (4,03)	35-44 (4,26)	35-44 (4,17)
País de residência (%)					
Portugal	74,2	68,7	60,4	70,1	56
EUA	5,5	8,6	6,6	5,6	12,1
Canadá	8,6	9,8	9,7	4,6	12,6
Países Nórdicos	4,5	0,1	0,3	0,7	0
Alemanha	1,2	2,4	3,3	3,5	3,6
Outros Países Europeus	4,9	9,6	18,3	14,4	14,7
Outros	1,2	0,7	1,4	1,2	1,0
Ascendência açoriana (%)					
Sim	15,7	20,2	18,8	13	25,2
Actividade/Profissão (%)					
Científica, técnica ou liberal	33,9	29,6	34,7	37,9	29,6
Dirigente ou quadro superior	16,6	14,1	11,1	13,2	11,9
Pessoal administrativo e similar	7,3	9,5	11,4	8,4	8,1
Comerciante	7,8	8,3	7,5	7	7,3
Empregado do sector de serviços	9,3	6,4	9,2	6	6,5
Operário não agrícola	5,0	6,1	3,9	3	6,8
Agricultor ou trabalhador das pescas	0,2	0,9	0,3	0,7	1,3
Reformado	5,8	7,1	6,9	8,8	9,1
Estudante	5,5	8,7	7,5	7,4	9,1
Outra	8,5	9,4	7,5	7,7	10,4
Grau de instrução (%)					
Nível Básico	16,9	15,9	16,9	12,3	19
Nível Secundário	26,8	31,3	23,3	24,3	26,6
Nível Superior Politécnico	12,6	14,9	13,5	13,6	15,6
Nível Superior Universitário	43,6	38	46,3	49,7	38,8
Dimensão média do grupo que viaja (nº)					
Número médio de pessoas	1,53	1,53	1,63	1,62	1,55
Composição do grupo que viaja (%)					
Um adulto	62,4	65,5	56,4	58,6	60,8
Dois adultos	28,1	23,2	31,4	30,4	27,8
Três ou mais adultos	2,5	3,3	3,3	3,9	2,6
Grupo com menores de 18 anos	7,1	8,1	8,9	7,2	8,8

Quadro 10 - Perfil do Turista, segundo a ilha visitada

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	S. Miguel	Terceira	Pico	Faial	Outras
Motivo principal da viagem (%)					
Visitas a familiares e amigos	16,1	22,7	20,5	13,5	27,3
Descanso e lazer	37,4	39,1	48,8	48,7	40,5
Prática de desportos	5,3	1,8	3,6	2,3	3,1
Negócios ou trabalho	34,9	32,4	21,9	24,5	25,8
Congresso ou Seminário	5,5	2,7	5,3	10	1,8
Outro	0,8	1,3	0	1,1	1,5
Primeira visita (%)					
Sim	44,2	40,6	48,9	52,5	38
Considerou destinos alternativos (%)					
Sim	23,6	22,4	25,3	29	23,4
Principais destinos alternativos (%)					
Destinos Insulares	39,3	37,1	27,1	36,7	33,3
Portugal Continental	9,8	10,1	3,4	4,1	5,3
Outros, na Europa	28,1	28,1	35,6	32,7	26,3
Outros, na América do Norte	3,1	3,4	3,4	2,0	5,3
Outros, na América Latina	4,9	10,1	11,9	5,1	8,8
Outros, na Ásia e Extremo Oriente	4,9	3,4	10,2	9,2	12,3
Outros, em África	3,6	3,4	6,8	5,1	3,5
Outros, na Austrália	0,9	1,1	0	0	1,8
Diversos, não especificados	5,4	3,4	1,7	5,1	3,5
Principal fonte de informação (%)					
Visita anterior	19,5	19,7	16	14,6	19,5
Indicação de Agência de Viagens	12,5	9,4	15,2	16,4	13,4
Internet	4,7	4,8	6,8	6,2	6,1
Publicidade	4,6	3,2	3,8	4,3	2,9
Jornais	0,5	0,4	0	0	0
Televisão	2,5	1,5	2,3	2,4	1,1
Revistas	1,6	1,3	1,5	1,9	1,8
Artigos e documentários não publicitários	2,9	2,8	1,5	4,9	1,1
Motivos profissionais	3,9	4,4	3,4	2,7	5,1
Recomendação de familiares e amigos	33,2	35,7	38,4	38	33,2
Outra	18,7	19,9	14,8	12,9	18,8
Características determinantes na escolha dos Açores como destino (média, numa escala de 1 a 5)					
Novidade, exotismo das ilhas	3,68	3,53	3,57	3,69	3,47
Segurança	3,30	3,29	3,14	3,26	3,16
Custo	2,97	2,88	2,79	2,88	2,73
Cultura	3,29	3,34	3,21	3,21	3,18
Locais Históricos	3,22	3,20	3,00	3,11	2,94
Religião	2,17	2,09	1,93	1,91	2,07
Ambiente calmo	3,83	3,78	3,89	3,89	3,82
Fama como local de lazer	3,27	3,00	2,98	3,13	2,94
Compras	2,04	1,98	1,79	1,82	1,87
Vida nocturna	1,91	1,88	1,73	1,69	1,76
Prática de desportos	2,35	2,19	2,46	2,26	2,42
Clima	3,41	3,23	3,33	3,30	3,28
Beleza natural	4,40	4,30	4,38	4,43	4,23
Tipo de viagem (%)					
Individual	83,5	84,2	74,8	71,3	85,6
Em excursão	16,5	15,8	25,2	28,7	14,4
Recurso a Agência de Viagens (%)					
Sim	77,4	73,9	76,5	83,9	73,8
Serviços incluidos (%)					
Viagem tudo incluido	9,6	11,2	14,2	17,3	11,1
Viagem e alojamento meia pensão	5,6	6,3	8,2	7,5	2,9
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	40,4	32,9	31,3	38,4	26,2
Só transporte	42,4	47,9	44,8	35	58,1
Só reserva de alojamento	1,3	1,6	1,5	1,5	1,8
Outros serviços	0,7	0,2	0	0,4	0
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)					
Por pessoa	104821	121253	119345	129011	120076
Por viagem	167714	196514	206966	216139	191446

Quadro 10 - Perfil do Turista, segundo a ilha visitada

(continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	S. Miguel	Terceira	Pico	Faial	Outras
Outras ilhas que visitou, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)					
Sta Maria	5,5	1,6	2,2	1,7	-
S. Miguel	-	32,1	25,9	28,8	34,4
Terceira	28,9	-	21,3	23,4	24,3
Graciosa	2,5	4,2	3,2	2,9	-
S. Jorge	7,6	9,7	13,2	9,7	-
Pico	22,6	21,3	-	28,6	20,0
Faial	27,3	25,8	29,8	-	21,3
Flores	4,5	4,3	3,3	4,1	-
Corvo	0,9	0,9	1,0	0,9	-
Duração média da estada (nº de dias)					
Na Região	9,3	12,9	15,9	12,9	19,1
Sta Maria	6,4	2,5	4,3	3,6	9,7
S. Miguel	6,7	4,0	4,3	4,0	4,5
Terceira	3,0	6,5	4,5	3,8	6,0
Graciosa	4,0	5,6	2,3	4,0	7,3
S. Jorge	4,9	5,1	3,8	3,9	7,3
Pico	3,5	2,8	5,6	2,8	3,4
Faial	2,8	3,1	3,0	4,1	4,1
Flores	4,0	4,4	4,5	4,5	7,2
Corvo	1,4	2,1	0,6	1,1	1,5
Tipo de alojamento escolhido (%)					
Hotel	56,1	45,2	43,1	53,2	37,9
Turismo Rural	4,8	7,3	7,8	6,8	6,9
Pensão	11,1	12,4	14,5	12,1	15,7
Casa de amigos ou familiares	20,8	25,9	21,8	16,8	29,3
Outro	7,1	9,2	12,7	11,1	10,2
Actividades levadas a cabo durante a estada na Região (% de Sim)					
Utilização de serviços de rent-a-car	45,4	41,8	44,4	47,3	42,8
Circuitos turísticos organizados por agências de viagens	10,3	11,8	14,4	21,9	7,5
Compras	57,4	57,3	56,7	58,3	52,6
Golfe	3,6	3,5	1,1	1,6	1,5
Percursos a pé pelo interior das ilhas	28,6	34,0	52,5	44,5	51,0
Pesca desportiva	3,6	6,8	5,3	5,1	10,8
Mergulho subaquático	2,3	3,5	7,8	4,9	7,0
Observação de cetáceos e golfinhos	5,5	10,1	21,7	19,6	18,3
Zonas balneares	25,6	36,7	44,7	35,4	43,0
Visitas a monumentos	41,7	51,8	56,4	53,2	49,2
Eventos culturais	16,7	24,3	28,3	22,2	25,5
Espectáculos de folclore	8,6	19,9	22,2	18,6	18,3
Provou a gastronomia açoriana	78,7	81,4	86,1	84,9	82,2
Vida nocturna (pubs ou discotecas)	26,0	28,9	34,7	28,5	28,6
Gasto médio (escudos)					
Por pessoa	78587	105979	110830	93241	113184
Por dia	12980	12429	10975	12162	9336
Estrutura dos Gastos (%)					
Alojamento	19,9	19,2	24,2	18,8	20,4
Restaurantes e similares	30,5	29,1	26,5	30,2	29,8
Transportes (táxis, rent-a-car, excursões,etc.)	17,3	16,9	16,8	17,0	18,3
Entretenimento, lazer	5,4	6,2	6,8	6,6	7,9
Compras	21,0	20,9	18,4	20,5	17,2
Outros	5,8	7,7	7,4	7,1	6,5
Fidelização (% de Sim)					
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	90,6	89,4	90,2	87,2	87,5
Voltaria?	83,4	84,4	75,1	78	80,2

Quadro 10 - Perfil do Turista, segundo a ilha visitada

(continuação)

OPINIÕES (média, numa escala de 1 a 5)	S. Miguel	Terceira	Pico	Faial	Outras
Acesso					
Ligações aéreas	3,61	3,42	3,39	3,43	3,39
Alfândegas	3,91	3,65	3,69	3,63	3,82
Qualidade					
Apoio ao turista	3,43	3,39	3,35	3,41	3,32
Estradas, sinalização, estacionamento	3,08	3,16	3,00	3,03	3,03
Transportes dentro da ilha	3,34	3,32	3,26	3,35	3,32
Transportes marítimos inter-ilhas	3,29	3,47	3,51	3,49	3,51
Transportes aéreos inter-ilhas	3,46	3,52	3,5	3,51	3,49
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	3,79	3,66	3,61	3,64	3,61
Serviços prestados pelos restaurantes	3,64	3,62	3,56	3,54	3,50
Gastronomia local	3,98	4,12	3,97	3,89	3,92
Vida nocturna	3,14	3,17	3,03	3,00	3,20
Compras	3,35	3,36	3,28	3,23	3,25
Desportos	3,62	3,57	3,46	3,41	3,43
Hospitalidade dos residentes	4,22	4,33	4,23	4,24	4,26
Cultura	3,78	3,88	3,75	3,67	3,75
Clima	3,71	3,73	3,64	3,64	3,68
Ambiente natural	4,57	4,52	4,57	4,55	4,48
Segurança	4,08	4,13	4,15	4,14	4,19
Custo					
Custo total da estada	3,46	3,41	3,41	3,39	3,39
Preço do alojamento	3,27	3,20	3,23	3,21	3,24
Preço das refeições	3,36	3,32	3,34	3,30	3,32

ANÁLISE DAS OPINIÕES

Apesar da Oferta poder desempenhar um papel importante e não poder existir independentemente da Procura, pode-se dizer que **o Turismo é uma actividade essencialmente orientada para a procura**, pois todo o planeamento na área do turismo se destina a promover ou a controlar a procura e todo o desenvolvimento do Turismo está dependente das escolhas do turista.

A capacidade de captar o melhor "cliente" e fidelizá-lo é um dos aspectos, a par da consolidação da oferta e da garantia da qualidade e sustentabilidade dos produtos turísticos, mais importantes do planeamento estratégico do sector (Trindade, 1997).

Se esta questão é importante em todos os destinos, em regiões ultraperiféricas, como os Açores, a fidelização do turista e a qualidade por ele percepcionada são ainda mais importantes (Ferreira, 2000). Citando este autor, *"Não se pode vender um sonho que não existe, nem degradar o sonho que existe e que se está vendendo".*

Para tal, há que estar atento e constantemente ouvir o mercado e, sobretudo, o turista, sobre a evolução das suas preferências e as opiniões que emite sobre a sua experiência.

Foi neste contexto que foram incluídas no questionário que serve de base ao Inquérito ao Turismo 2001 as questões relacionadas com Opiniões, quer de natureza quantitativa (questão21), quer qualitativa (questões 23 e 24) e é na análise das respostas a estas questões que nos vamos deter um pouco mais neste capítulo.

Num primeiro passo, partindo das respostas à questão 21 (apresentadas, em síntese, no Quadro 11), tentámos transformar as 21 variáveis de opinião iniciais num conjunto mais reduzido de factores independentes, que permitissem identificar os principais pontos fortes e fracos da Região, do ponto de vista do turista e sugerir possíveis eixos de actuação futura aos responsáveis pelo sector nos Açores. A análise factorial foi a ferramenta utilizada para este fim.

Posteriormente, complementou-se esta informação, cruzando-a com a informação obtida a partir da análise de conteúdo das respostas dadas pelos turistas às questões 23 e 24 (apresentadas, em síntese, nos Quadros 13 e 14).

Subjacente a esta análise, esteve o objectivo de trazer o turista para o centro da discussão sobre o futuro do Turismo nos Açores, não numa perspectiva de marketing, tratando-o como um "consumidor", um "cliente", que é necessário conhecer o melhor possível para melhor "vender o produto", mas com um objectivo estratégico, de mais

longo prazo, transformando-o, através das suas opiniões e sugestões, num actor, num interveniente com voz activa no planeamento do Turismo na Região.

Quadro 11 - Classificação atribuída aos itens de Opinião (respostas à questão 21)

	Classificação atribuída (% de respostas)					Classificação Média (escala de 1a 5)
	Péssimo	Mau	Satisfatório	Bom	Excelente	
Ligações Aéreas	3,2	5,9	35,2	46,4	9,3	3,53 *(Satisfatório)*
Alfândega	1,6	3,1	27,2	49,5	18,5	3,80 *(Bom)*
Apoio ao turista	1,7	10,6	40,5	38,1	9,0	3,42 *(Satisfatório)*
Estradas, sinalização	**4,0**	**18,7**	44,5	28,4	4,4	3,11 *(Satisfatório)*
Transportes dentro da ilha	3,3	11,8	38,6	39,3	6,9	3,35 *(Satisfatório)*
Transportes marítimos	**3,5**	11,2	38,8	38,3	8,2	3,37 *(Satisfatório)*
Transportes aéreos inter-ilhas	3,1	8,4	37,0	44,0	7,5	3,44 *(Satisfatório)*
Serviço dos Estab. Hoteleiros	0,8	3,4	28,8	**53,3**	13,6	3,76 *(Bom)*
Serviços de Restaurantes	1,2	5,0	33,2	50,4	10,2	3,63 *(Bom)*
Gastronomia Local	0,3	2,6	18,4	**53,6**	25,1	4,00 *(Bom)*
Vida Nocturna	**5,3**	**17,1**	42,5	26,1	9,0	3,16 *(Satisfatório)*
Compras	1,6	7,2	**51,4**	34,3	5,6	3,35 *(Satisfatório)*
Desportos	1,5	7,9	37,4	36,1	17,1	3,59 *(Bom)*
Hospitalidade dos Residentes	0,4	1,3	12,2	45,5	**40,6**	4,24 *(Bom)*
Cultura	0,7	2,8	29,8	50,8	15,9	3,78 *(Bom)*
Clima	1,1	5,5	31,3	47,7	14,5	3,69 *(Bom)*
Ambiente natural	0,1	0,5	6,5	30,9	**62,0**	4,54 *(Excelente)*
Segurança	0,4	1,2	16,6	**51,7**	**30,1**	4,10 *(Bom)*
Custo Total	1,4	6,1	45,9	37,5	9,1	3,47 *(Satisfatório)*
Preço do Alojamento	2,4	**12,3**	**47,4**	31,1	6,8	3,28 *(Satisfatório)*
Preço das refeições	1,6	8,9	**47,9**	33,9	7,7	3,37 *(Satisfatório)*

Nota: A bold, as três primeiras variáveis em termos de percentagem de respostas, em cada categoria de classificação.

Aplicando a análise factorial, foi possível identificar seis factores, em torno dos quais se agrupam as 21 variáveis iniciais (Quadro 12). De acordo com o conteúdo das variáveis que integram cada um dos factores, atribuiu-se a cada um deles uma designação o mais elucidativa possível, em termos de interpretação .

Quadro 12 - Contribuição e classificação das Variáveis, por Factor

Factores/Variáveis	Contribuição para o factor	Classificação média (escala de 1 a 5)
Factor 1- Mobilidade Interna		
Transportes dentro da ilha	0,757	3,35
Estradas, sinalização	0,718	3,11
Transportes marítimos inter-ilhas	0,677	3,37
Apoio ao turista	0,481	3,42
Factor 2 - Custos		
Preço do alojamento	0,865	3,28
Custo total	0,832	3,47
Preço das refeições	0,771	3,37
Factor 3 - Ambiente e Cultura		
Ambiente natural	0,733	4,54
Segurança	0,625	4,10
Clima	0,594	3,69
Hospitalidade dos residentes	0,507	4,24
Cultura	0,480	3,78
Factor 4 - Transportes Aéreos		
Ligações aéreas	0,839	3,53
Alfândega	0,745	3,80
Transportes aéreos inter-ilhas	0,565	3,44
Factor 5 - Ocupação dos Tempos Livres		
Vida nocturna	0,739	3,16
Compras	0,674	3,35
Desportos	0,617	3,59
Factor 6 - Serviços de Restauração e Hotelaria		
Serviços de restauração	0,788	3,63
Gastronomia local	0,725	4,00
Serviços de hotelaria	0,610	3,76

Quadro 13 - O QUE GOSTOU MAIS (Questão 23)

Março - Dezembro/2001

Tipos de resposta	**Nº referências**
1 - Natureza, paisagem/ambiente natural/beleza natural	1508
4 - Pessoas/hospitalidade/simpatia/acolhimento	698
9 - Gastronomia	321
5 - Tranquilidade/calma/ambiente/bem estar/qualidade de vida	313
7 - Clima	202
11 - Prática desportiva/lazer	192
13 - Visitar/estar/conviver com família/amigos	184
10 - TUDO	163
3 - Identificação de locais específicos	157
19 - Arranjo/conservação/limpeza dos espaços públicos e património	130
8 - Costumes/cultura/festas tradicionais, populares	65
18 - Unidades hoteleiras/alojamento/estab. de restauração	42
16 - Segurança	42
2 - Exposições/Museus/Monumentos	36
14 - Vida nocturna	18
21 - Desenvolvimento dos Açores	17
17 - Compras/artesanato	14
15 - Diversidade das ilhas	13
20 - Boas estradas/acessibilidades	10
6 - Bons preços	9
12 - Bons para fazer negócios	7
Não responderam a esta questão	*265 (10,6%)*
Total de inquéritos	**2511**

Quadro 14 - O QUE GOSTOU MENOS (Questão 24)

Março - Dezembro/2001

Tipos de resposta	**Nº referências**
4 - Clima/condições climatéricas	347
5 - Más estradas/estado conservação/acessibilidade/obras/congestionamentos	272
14 - Más ligações/atrasos inter-ilhas/continente/outros destinos, tempos de espera exagerados, condições dos aeroportos, serviços da SATA	224
3 - Mau serviço/qualidade/atendimento nas unid. hoteleiros/restauração	215
2 - Falta informação/roteiros/sinalização/apoio ao turista	184
11 - Preços elevados, relação qualidade/preço	145
10 – NADA	132
7 - Arranjo/conservação espaços públicos/património, sujidade/poluição/barulho/obras	119
12 - Pouca oferta alojamento/restauração/eventos culturais/infra-estruturas turísticas	104
1 - Pouca vida nocturna/animação/movimento	91
15 - Pessoas (mentalidade, pobreza, baixo nível cultural)	82
9 - Horários comércio/locais a visitar/postos informação/restaurantes	73
16 - Motivo da viagem/pouco tempo de estadia	73
6 - Transportes públicos (escassez, maus)	64
8 - Gastronomia/alimentação	53
22 - Condução automóvel (excesso velocidade, falta de civismo)	41
13 - Mau comércio, falta produtos locais certificados/artesanato/recordações	28
23 - Estacionamento (caótico, falta)	25
20 - Outros (não relevantes para o tema)	24
19 - Não haver locais para não fumadores nos estab./excesso fumadores	21
18 - Serviços públicos deficientes	21
21 - Locais específicos	14
17 - Insegurança/falta policiamento	8
Não responderam a esta questão	*754 (30,02%)*

Complementando a informação obtida a partir da análise de conteúdo das respostas às questões 23 e 24 (Quadros 13 e 14) com a classificação média atribuída pelos turistas a cada uma das variáveis constantes da questão 21 (Quadros 11 e 12), torna-se possível detectar os pontos fortes e fracos da Região do ponto de vista dos turistas, e identificá-los com os factores encontrados a partir da análise factorial :

Quadro 15 - Cruzamento dos factores com as respostas às questões 23 e 24

Factores	O QUE GOSTOU MAIS		O QUE GOSTOU MENOS	
	Número de referências	%	Número de referências	%
1- Mobilidade Interna	10	0,24	520	22,03
2 - Custos	9	0,22	145	6,14
3 - Ambiente e Cultura	3199	77,25	656	27,80
4 - Transportes Aéreos	0	0,00	215	9,11
5 - Ocupação de Tempos Livres	233	5,63	119	5,04
6 - Serviços de Restauração e Hotelaria	363	8,77	454	19,24
Outras respostas	327	7,90	251	10,64
TOTAL	4141	100	2360	100

A partir do Quadro 15, verifica-se que o factor que mais referências positivas por parte dos turistas registou (77, 25%) foi o Factor 3, ligado às questões ambientais e culturais. O ambiente natural, a hospitalidade dos residentes e a tranquilidade são os elementos preponderantes dentro deste factor. Muito afastados, aparecem o Factor 6, com apenas 8,77% de referências positivas, devido sobretudo à gastronomia e o Factor 5, com apenas 5,63%, devido, essencialmente, à prática desportiva.

As referências negativas são mais dispersas e em menor número (apenas 2360, contra 4141 positivas), destacando-se, no entanto, o Factor 3, com 27,8%, devido, sobretudo, às condições climatéricas (que registaram o maior número de referências negativas); o Factor 1, ligado à mobilidade interna, com 22,03%, devido ao estado das estradas, falta de informação e escassez de transportes públicos e ainda o Factor 6, ligado aos serviços de restauração e hotelaria, com 19,24 %, devido quase exclusivamente à má qualidade do serviço prestado e à escassez da oferta .

Por outro lado, a partir dos dados do Quadro 12 , atribuímos uma classificação média a cada factor (resultante da média ponderada da classificação atribuída pelos turistas a cada uma das

variáveis desse factor, pela respectiva contribuição para o factor), tendo-se obtido os seguintes resultados:

Factor 1 - Mobilidade interna → 3,30 (Satisfatório)
Factor 2 - Custos → 3,37 (Satisfatório)
Factor 3 - Ambiente e cultura → 4,10 (Bom)
Factor 4 - Transportes aéreos → 3,60 (Bom)
Factor 5 - Ocupação de tempos livres → 3,35 (Satisfatório)
Factor 6 – Serviços de restauração e hotelaria → 3,79 (Bom)

Confrontando estes resultados com os dados apresentados nos Quadros 11, 13, 14 e 15, verifica-se que, quando se pede uma classificação em termos quantitativos, as pessoas tendem a ser moderadas na apreciação que fazem e, embora diferenciem os diversos itens, mantêm-se no Satisfatório ou Bom. No entanto, dando-se-lhes a oportunidade de se exprimirem de um modo aberto, a verdadeira opinião com que ficaram acerca dos diversos itens clarifica-se: é o caso do Factor 3, que vê reforçada a sua classificação de Bom e do Factor 1 que vê reforçada a sua classificação de Satisfatório mais baixo. Em relação aos Factores 2 e 5, também classificados em termos de Satisfatório, manifesta-se uma certa indiferença, não registando um número assinalável de referências expressas, quer positivas, quer negativas, embora, no que diz respeito ao Factor 2, sejam quase exclusivamente negativas. Nos Factores 4 e 6 parece haver alguma contradição entre os resultados obtidos pelas duas vias (quantitativa e qualitativa) mas, também neste caso, as respostas qualitativas esclarecem o que se passa: no caso do Factor 4, o item "*Alfândega*" é o responsável pela boa classificação do factor, pois as opiniões expressas são todas negativas e dizem exclusivamente respeito aos serviços prestados pelas transportadoras aéreas e condições oferecidas pelos aeroportos (Quadro 14); no caso do Factor 6, é a "*Gastronomia*" o item responsável pela boa classificação (sendo o terceiro item com mais referências positivas - Quadro 13), pois o serviço prestado pela restauração e hotelaria apresenta quase exclusivamente opiniões negativas (é o quarto item com mais referências negativas – Quadro 14).

Para concluir esta análise, podemos dizer que, atendendo às respostas obtidas a partir das questões 21, 23 e 24, as piores opiniões dos turistas foram para:

→ **Mobilidade Interna** - inclui os "*Transportes dentro da ilha*" (os turistas queixam-se sobretudo da escassez e da falta de informação sobre os horários dos transportes públicos, do mau serviço prestado pelos táxis e da escassez dos *rent-a-car*), "*Estradas,*

estacionamento e sinalização" (o mau estado das estradas, os locais não estarem devidamente sinalizados e o congestionamento do trânsito e falta de estacionamento, sobretudo, em Ponta Delgada), "*Transportes marítimos inter-ilhas*" e "*Apoio ao Turista*" (a falta de informação, falta de roteiros turísticos que abranjam toda a Região e se encontrem disponíveis em todas as ilhas e o atendimento e horário praticado pelas Delegações de Turismo, foram alvo de crítica);

→ **Custos** - há um sentimento generalizado de que os preços praticados, quer ao nível da restauração, quer da hotelaria, não correspondem à qualidade dos serviços que são prestados, havendo pois uma má relação preço/qualidade, que se estende a outros serviços como os *rent-a-car*;

→ **Ocupação de Tempos Livres** – apesar da maioria dos turistas não ter frequentado a "*Vida nocturna*" (72,7%), os que o fizeram consideraram-na pouco variada, escassa e com pouca qualidade; em termos de "*Compras*", as maiores queixas vão para a falta, ou quase inexistência, de lojas de artesanato local e a dificuldade em encontrar produtos locais à venda, referindo alguns os elevados preços praticados; nos "*Desportos*", apesar da muito baixa percentagem dos que afirmaram ter praticado alguma das actividades desportivas mencionadas (apenas 12%), a sensação geral é de que existe ainda um défice em termos de exploração do potencial existente na Região para este fim; contudo, é interessante notar como este item apresenta uma nítida melhoria, em termos de opinião, em relação a 1992 (cf. pág. 152).

As melhores opiniões foram para:

→ **Ambiente e Cultura** – sem dúvida, os pontos fortes da Região, do ponto de vista do turista que a visita são: por um lado, a natureza ainda quase virgem e a beleza paisagística e, por outro, o clima de segurança e tranquilidade que se respira e a simpatia e hospitalidade com que se é acolhido pela população local. Em contrapartida, é de notar a existência de alguma preocupação em relação a poluição, sujidade em locais de interesse turístico, falta de cuidado na preservação do património construído, sobretudo em zonas urbanas como Ponta Delgada e ainda relativamente a algumas questões educacionais e cívicas, como o facto de não haver espaços reservados a fumadores em sítios públicos, condução irresponsável, existência de animais à solta nas ruas, etc. Ainda dentro deste factor, está o "*Clima*", que aparece considerado bom ou mau, dependendo das condições encontradas na altura da estada e acerca do qual não há nada a fazer. A

"*Cultura*", do ponto de vista da cultura tradicional, é considerada muito rica e interessante; do ponto de vista da realização de eventos culturais, é considerada escassa.

→ **Transportes aéreos –** curiosamente, este factor aparece bem classificado em termos quantitativos mas, numa análise qualitativa, verifica-se que isso se deve apenas ao serviço prestado nas "*Alfândegas*"; de resto, as queixas sucedem-se em relação aos atrasos, escassez e más ligações dos voos, tanto na ligação da Região com o exterior quer inter-ilhas, à falta de condições dos aeroportos e aos serviços prestados em terra pela SATA.

→ **Serviços de Restauração e Hotelaria** – também neste factor, a boa classificação pode ser atribuída exclusivamente à "*Gastronomia local*", considerada boa, mas não devidamente explorada em todo o seu potencial. De resto, o mau serviço prestado pelos restaurantes e estabelecimentos hoteleiros é uma das causas de piores opiniões manifestadas pelos turistas. Na "*Hotelaria*", as queixas referem-se à escassez e a uma má relação qualidade/preço; neste campo, uma coisa é clara, os turistas querem mais alojamento e de melhor qualidade, mas não em número ou dimensão demasiado grande, que venham descaracterizar o estilo arquitectónico dos aglomerados habitacionais. Na "*Restauração*", as queixas são relativas à escassez de estabelecimentos, à falta de qualidade do serviço prestado (antipatia no atendimento, lentidão, má confecção dos alimentos, ementas pobres em variedade e em termos de especialidades regionais) e aos horários praticados (fecham muito cedo ao jantar).

ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO PERFIL DO TURISTA 1992/2001

A comparação entre os resultados dos inquéritos de 1992/93 e 2001 deve ser feita com prudência, dada a diferente metodologia adoptada na selecção da amostra. No entanto, em ambos os casos, a metodologia de recolha foi idêntica (trata-se de inquéritos realizados nos aeroportos, à saída da Região, com recurso a agentes, num processo misto de entrevista e auto-preenchimento, dirigidos apenas a não residentes) e muitas das variáveis constantes dos respectivos questionários são comuns. Assim, embora com algumas reservas, pensamos que a comparação dos resultados destes inquéritos, realizados com nove anos de intervalo, permite tirar algumas conclusões interessantes em termos de evolução da procura turística dos Açores, razão pela qual se decidiu incluir nesta publicação um capítulo com a síntese das principais conclusões.

Os questionários que serviram de base aos dois inquéritos encontram-se em Anexo.

Nesta comparação, apenas foram utilizadas as variáveis comuns aos dois inquéritos e no caso das que são correspondentes, embora com designações diferentes, mencionam-se as duas designações separadas por uma barra.

No caso dos factores avaliados através de escalas de avaliação (Características e Opiniões), procedeu-se à sua normalização, passando-as para uma escala de 0 a 100, o que permitiu a comparação dos resultados dos dois inquéritos, apesar das diferentes escalas utilizadas.

A dimensão e distribuição, por aeroporto e tipo de voo, das amostras efectivamente utilizadas nos dois inquéritos, foram as seguintes:

Quadro 16 - Dados das amostras dos Inquéritos ao Turismo 1992 e 2001

	1992/93	2001
Total de questionários	1319	2511
Nº de questionários por aeroporto		
Ponta Delgada	448	1874
Lajes	620	476
Horta	251	161
Nº de questionários por tipo de voo		
Regular	952	2049
Fretado	367	462

Da análise comparativa dos resultados dos dois inquéritos, são de destacar os seguintes aspectos:

Em 2001, a percentagem de turistas no escalão dos 25-34 anos registou o maior aumento. Em contrapartida, os escalões dos extremos, isto é, menores de 18 anos e maiores de 64 registaram os decréscimos mais significativos. A idade média manteve-se no escalão dos 35-44 anos (Gráfico 73).

Gráfico 73 - Idade

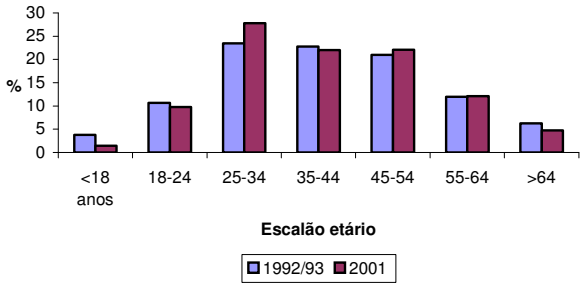
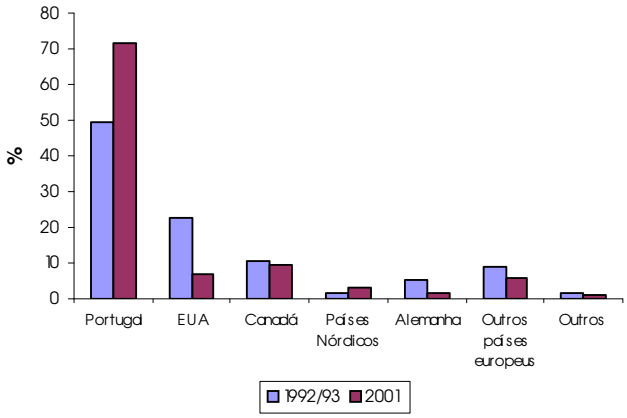


Gráfico 74 - País de Residência



Em termos de residência, verificou-se um aumento da percentagem de residentes em *Portugal*, bem como de residentes nos *Países Nórdicos*.

Em contrapartida, registou-se um decréscimo de provenientes dos países receptores da emigração açoreana, particularmente dos *EUA*, o que pode reflectir, por um lado, o menor apelo que as origens exercem sobre as segundas e terceiras gerações de emigrantes açoreanos a residir nesses países e, por outro, a melhoria das condições de vida na Região, que permite aos que aqui residem, ir visitar os seus familiares a esses países e não apenas receber as suas visitas. O decréscimo verificado na *Alemanha* e *Outros Países Europeus* não é significativo e deve-se a algum subdimensionamento resultante da recusa de muitos estrangeiros em responder ao inquérito, alegando desconhecimento dos idiomas utilizados no questionário (Gráfico 74).

Gráfico 75 - Ascendência açoreana

Isto traduziu-se, como é natural, num decréscimo percentual dos visitantes com ascendência açoreana (Gráfico 75).

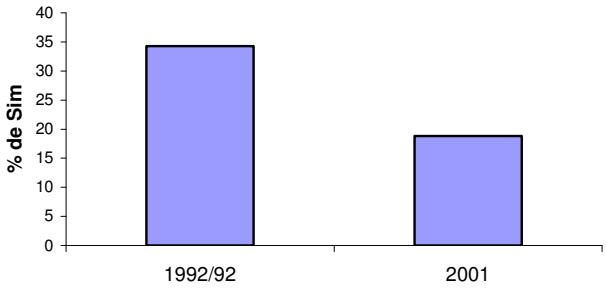
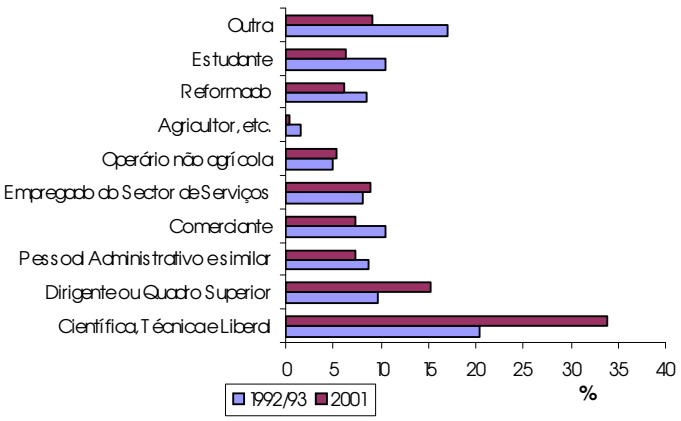


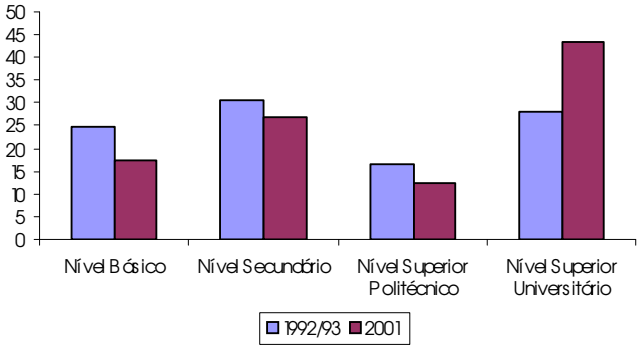
Gráfico 76 - Actividade/Profissão



O aumento da percentagem de "*Profissões Científicas, Técnicas e Liberais*", bem como de "*Dirigentes ou Quadros Superiores*" é o aspecto mais digno de registo, em termos de profissão (Gráfico 76).

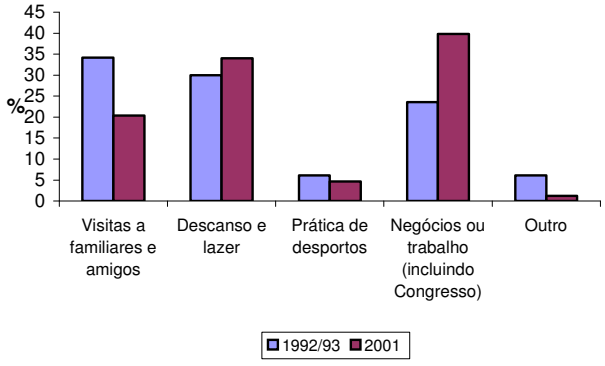
Na sequência do que ficou patente no gráfico anterior, em 2001, em termos de grau de instrução, o aumento mais significativo deu-se no "*Nível Superior Universitário*", tendo havido um decréscimo nos níveis "*Básico*" e "*Secundário*" (Gráfico 77).

Gráfico 77 - Grau de instrução



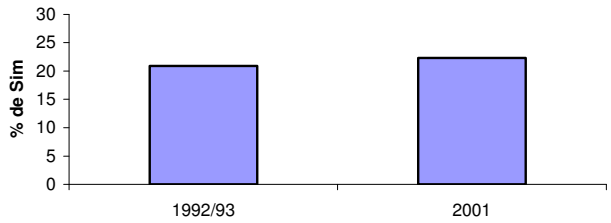
A dimensão média do grupo que viaja, diminuiu ligeiramente de 1,8 para 1,6, tendo aumentado, sobretudo, a percentagem de adultos a viajarem sós (de 53,4%, em 1992/93, passou para 63,2%, em 2001).

Gráfico 78 - Motivo da viagem



Os aspectos mais relevantes, em termos de motivo da viagem, são o aumento registado ao nível dos "*Negócios,Trabalho*", seguido de um acréscimo menos significativo, do "*Descanso e Lazer*" e o decréscimo verificado nas "*Visitas a familiares ou amigos*". Todas as variáveis já vistas anteriormente (residência, ascendência açoreana, grau de instrução, dimensão média do grupo) estão de acordo com esta evolução ao nível do motivo. Por outro lado, o aumento do número de visitantes por motivo de trabalho ou negócios é reflexo de um maior dinamismo económico da Região (Gráfico 78).

Gráfico 79 - Considerou destinos alternativos?



A percentagem dos que consideraram destinos alternativos, não registou uma alteração significativa (Gráfico 79).

Entre os destinos alternativos considerados, destaca-se o aumento verificado nos Destinos Insulares e Europeus, denunciando o aumento da atractividade destes destinos, por um lado exóticos e, por outro, próximos e seguros, junto dos turistas. Portugal Continental, América do Norte e destinos longínquos como África e Austrália, registaram um decréscimo (Gráfico 80).

Gráfico 80 - Destinos alternativos

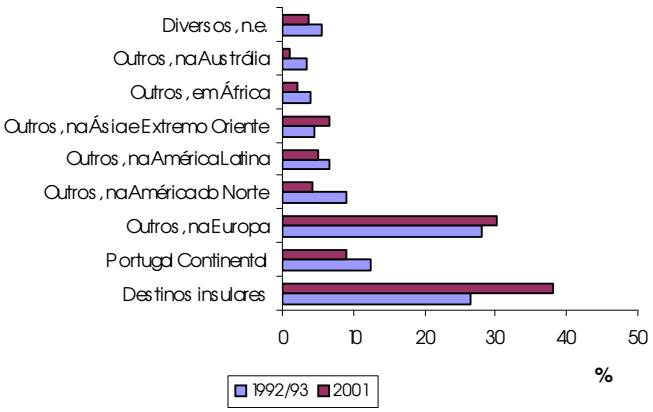
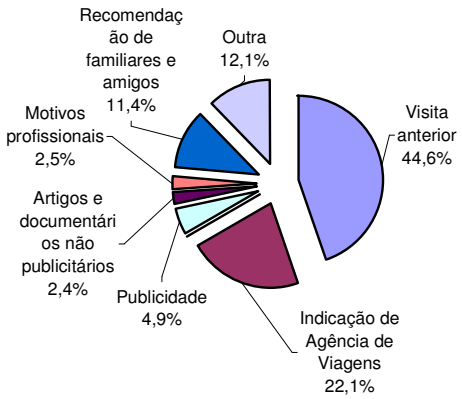


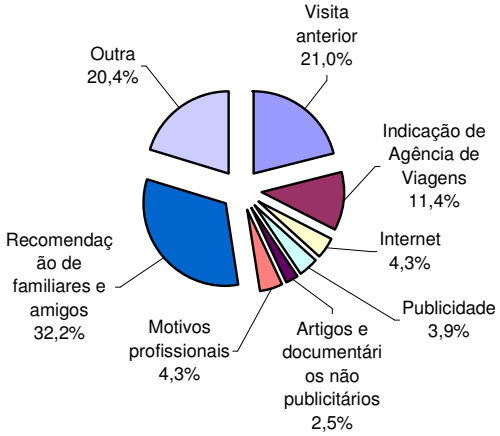
Gráfico 81- Principal fonte de informação - 1992/93



"*Internet*" não foi uma fonte considerada no inquérito de 1992/93. O decréscimo registado na fonte "*Visita anterior*", indicia um aumento da percentagem de turistas que vieram pela primeira vez à Região, apesar desta questão não constar do inquérito de 1992/93.

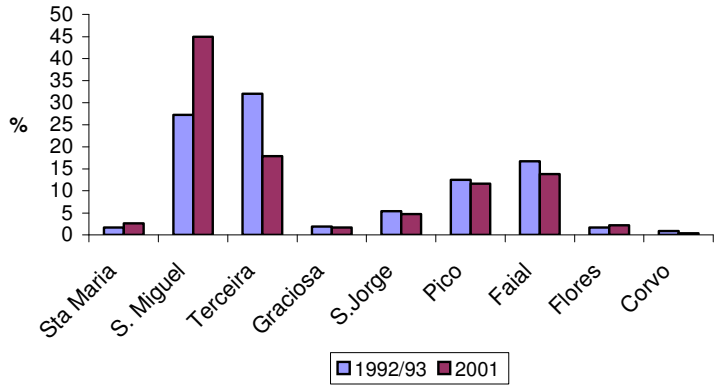
O reforço da supremacia da "*Recomendação de familiares e amigos*" como fonte de informação, é o aspecto mais saliente que se pode retirar da leitura dos Gráficos 81 e 82. Fontes como "*Agências de viagens*" e "*Publicidade*", registaram decréscimos e a

Gráfico 82 - Principal fonte de informação -2001



Os turistas vêm menos em excursão, mas recorrem mais a Agências de Viagens, tendo-se registado um aumento, sobretudo, ao nível das modalidades de "*Viagem tudo incluído*" e "*Viagem e alojamento com pequeno almoço*". Os montantes pagos à agência registaram uma diminuição, fruto de uma baixa nas tarifas dos transportes aéreos, mas também da maior percentagem de passageiros provenientes de Portugal e de uma menor duração média das estadas na Região, como abaixo se verá (v. Quadro 19, pág. 156).

Gráfico 83 - Ilhas visitadas

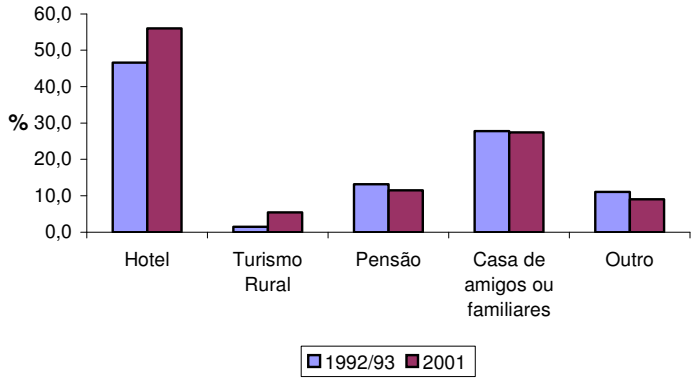


Quanto a ilhas visitadas, houve um aumento nítido da concentração das estadas em S. Miguel, em detrimento de todas as restantes ilhas (Gráfico 83).

A duração média da estada sofreu um decréscimo, quer para o total da Região, quer por ilha. No entanto, dada a reduzida dimensão da amostra de turistas que visitam cada uma das ilhas, apenas a diferença registada na Terceira e S. Miguel pode ser considerada significativa, havendo nas outras ilhas a possibilidade de se verificar não uma alteração do perfil, mas a influência de casos isolados que alteram a média (Gráfico 84).

Gráfico 84 - Duração média da estada

Gráfico 85 - Tipo de alojamento escolhido

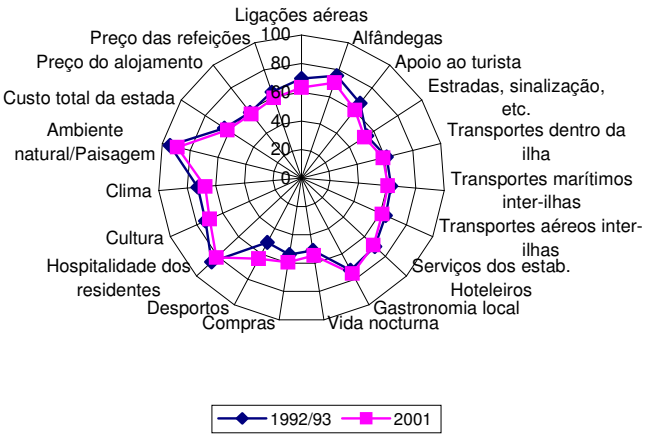


O tipo de alojamento escolhido privilegia ainda mais o "*Hotel*" e regista-se um aumento no "*Turismo Rural*", resultante da maior oferta e divulgação deste tipo de alojamento. Em todos os restantes, registou-se uma ligeira quebra (Gráfico 85).

Gráfico 86 - Despesa média

O gasto médio, tanto por pessoa, como por dia, aumentou, não só em termos nominais, mas em termos reais. Entrando em linha de conta com a taxa de inflação entre Junho/93 e Junho/2001, a despesa correspondente à do inquérito de 92/93, em 2001, seria de 75 924 escudos, por pessoa e de 7 580 escudos por dia (contra os valores médios observados no inquérito de 2001, de 79 068 escudos e 12 275 escudos, respectivamente) (Gráfico 86).

Gráfico 87 - Opiniões



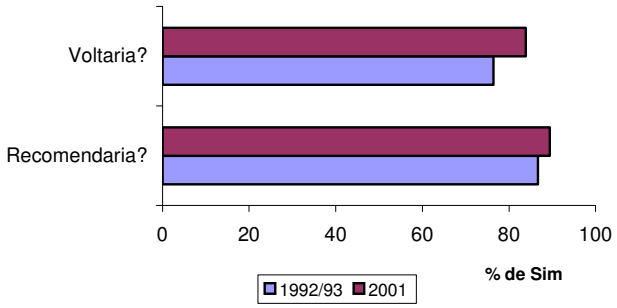
Como se pode verificar a partir do Gráfico 87, a estrutura das classificações atribuídas aos diversos itens, não se alterou muito de 1992 para 2001.

No entanto, é de destacar a ligeiramente melhor opinião emitida, em 2001, nos itens "*Gastronomia*", "*Vida nocturna*", "*Compras*" e "*Desportos*". Em contrapartida, "*Ligações aéreas*", "*Apoio ao turista*", "*Hospitalidade dos residentes*", "*Cultura*", "*Ambiente natural*", "*Custo total da estada*" e "*Preço das refeições*", mereceram por parte dos turistas uma classificação ligeiramente inferior à obtida em 1992 .

Se encararmos as Opiniões como um indicador que mede a qualidade da experiência turística, reflectindo a alteração das condições oferecidas pelo destino e das expectativas dos turistas em relação a ele (Clifford, 1995), então podemos dizer que, entre 1992 e 2001, não houve alterações profundas a estes dois níveis, nos Açores.

Aos olhos dos turistas, os pontos fracos e fortes da Região mantêm-se praticamente os mesmos em 1992 e 2001 e estes resultados estão em perfeita concordância com o diagnóstico apresentado no Plano Director de Turismo de 1992 e, mais recentemente, no Plano de Marketing Operacional de 2001.

Gráfico 88 - Fidelização



Apesar de tudo, o balanço final é positivo, pois em 2001 há uma maior percentagem de turistas a responderem afirmativamente às questões sobre se recomendaria e se voltaria aos Açores (Gráfico 88).

Em termos gerais, da comparação dos resultados dos dois inquéritos, parece-nos legítimo concluir que, entre 1992 e 2001, houve uma evolução no sentido de os turistas que visitam os Açores serem mais jovens, com maior nível cultural, viajando maioritariamente sozinhos ou com outro adulto, valorizando cada vez mais a "*Beleza natural*", o "*Ambiente calmo*" e a "*Novidade e exotismo das ilhas*" e tendo como referência, sobretudo, a "*Recomendação de familiares e amigos*".

Todas estas características enquadram-se na tendência actual de evolução da procura turística ao nível mundial (que, segundo Norbert Vanhove (1998), está a assumir um caracter cada vez mais "verde", mais experimentado, com maior nível cultural, mais individual e independente, mais responsável, espontâneo, mais em busca do autêntico e do personalizado) e o destino Açores parece reunir as condições para atrair este tipo de procura.

Quadro 17 - Perfil do Turista que visita os Açores - 1992 vs 2001

DADOS PESSOAIS	Inquérito de 1992/93	Inquérito de 2001
Idade (%)		
menos de 18 anos	3,8	1,5
18-24	10,7	9,8
25-34	23,5	27,8
35-44	22,8	22
45-54	21	22,1
55-64	12	12,1
65 e mais	6,3	4,8
Idade média (escalão)	35-44 (4,1)	35-44 (4,1)
País de residência (%)		
Portugal	49,6	71,6
EUA	22,8	6,8
Canadá	10,6	9,5
Países Nórdicos	1,4	3,4
Alemanha	5,2	1,6
Outros Países Europeus	9,0	5,9
Outros	1,5	1,2
Ascendência açoriana (%)		
Sim	34,3	18,8
Actividade/Profissão (%)		
Científica, técnica ou liberal	20,4	33,9
Dirigente ou quadro superior	9,7	15,3
Pessoal administrativo e similar	8,8	7,3
Comerciante	10,5	7,3
Empregado do sector de serviços	8,1	8,9
Operário não agrícola	5	5,4
Agricultor ou trabalhador das pescas	1,5	0,4
Reformado	8,6	6,1
Estudante	10,4	6,3
Outra	17	9,1
Grau de instrução (%)		
Nível Básico	24,9	17,3
Nível Secundário	30,7	27,0
Nível Superior Politécnico	16,4	12,3
Nível Superior Universitário	28	43,4
Dimensão média do grupo que viaja (nº)		
Número médio de pessoas	1,8	1,6
Motivo principal da viagem (%)		
Visitas a familiares e amigos	34,2	20,4
Descanso e lazer	30	34,0
Prática de desportos	6,1	4,7
Negócios ou trabalho (incluindo Congresso ou Seminário)	23,6	39,8
Outro	6,1	1,2

Quadro 17 - Perfil do Turista que visita os Açores (continuação)

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	Inquérito de 1992/93	Inquérito de 2001
Considerou destinos alternativos (%)		
Sim	20,9	22,3
Principais destinos alternativos (%)		
Destinos Insulares	26,4	38,1
Portugal Continental	12,4	9,1
Outros, na Europa	28,1	30,1
Outros, na América do Norte	9	4,2
Outros, na América Latina	6,7	4,9
Outros, na Ásia, Médio e Extremo Oriente	4,5	6,6
Outros, em África	3,9	2,1
Outros, na Austrália	3,4	1,1
Diversos, não especificados	5,6	3,8
Principal fonte de informação (%)		
Visita anterior	44,6	21
Indicação de Agência de Viagens	22,1	11,4
Publicidade	4,9	3,9
Jornais	0,9	0,5
Televisão	2,6	2,1
Revistas	1,4	1,3
Artigos e documentários não publicitários	2,4	2,5
Motivos profissionais	2,5	4,3
Recomendação de familiares e amigos	11,4	32,2
Outra	12,1	20,4
Características determinantes na escolha do destino Açores (média, numa escala de 0 a 100)		
Cultura	56,8	57,4
Locais Históricos	49,5	54,2
Religião	32,4	29,8
Fama como local de lazer	54,3	55,7
Vida nocturna	26,7	23,4
Prática de desportos	32	33,3
Clima	58	59
Tipo de viagem (%)		
Individual	80,6	83,5
Em excursão	19,4	16,5
Recurso a Agência de Viagens (%)		
Sim	72,9	75,6
Serviços incluidos (%)		
Viagem tudo incluido	7,8	10,2
Viagem e alojamento meia pensão	6,9	4,8
Viagem e alojamento c/ pequeno almoço	25,2	35,8
Só transporte	58,6	47,2
Só reserva de alojamento	0,4	1,3
Outros serviços	1	0,7
Montante médio pago à agência de viagens (escudos)		
Por pessoa	110717	103459
Por viagem	211680	166210

Quadro 17 - Perfil do Turista que visita os Açores (continuação)

CARACTERIZAÇÃO DA ESTADA	Inquérito de 1992/93	Inquérito de 2001
Ilhas visitadas, incluindo visitas de menos de 1 dia (%)		
Sta Maria	1,7	2,6
S. Miguel	27,2	45,0
Terceira	32	17,9
Graciosa	1,9	1,7
S. Jorge	5,4	4,7
Pico	12,5	11,6
Faial	16,7	13,8
Flores	1,7	2,2
Corvo	0,9	0,4
Duração média da estada (nº de dias)		
Na Região	16,6	10,3
Sta Maria	6,2	8,7
S. Miguel	8	6,2
Terceira	11	6,6
Graciosa	12,4	7,3
S. Jorge	9,9	6,5
Pico	4,5	4,1
Faial	4,6	3,9
Flores	8,8	7,2
Corvo	3	1,5
Tipo de alojamento escolhido (%)		
Hotel	46,6	56
Turismo Rural	1,5	5,4
Pensão	13,2	11,5
Casa de amigos ou familiares	27,8	27,4
Outro	11	9
Gasto médio (escudos)		
Por pessoa	60263	79068
Por dia	6016	12275
Fidelização (% de Sim)		
Recomendaria a um amigo que viesse aos Açores?	86,7	89,4
Voltaria?	76,4	83,9

Quadro 17 - Perfil do Turista que visita os Açores (continuação)

OPINIÕES (média, numa escala de 0 a 100) *	Inquérito de 1992/93	Inquérito de 2001
Acesso		
Ligações aéreas	69,6	63,3
Alfândegas	75,7	70,5
Qualidade		
Apoio ao turista	66,4	60,4
Estradas, sinalização, estacionamento	54,4	52,3
Transportes dentro da ilha	61	58,7
Transportes marítimos inter-ilhas	62,6	60,4
Transportes aéreos inter-ilhas	64,1	61,5
Serviços prestados pelos estabelecimentos hoteleiros	69,9	68,6
Gastronomia local	72,6	75,4
Vida nocturna	51	54,6
Compras	53,9	59,4
Desportos	50,7	63,6
Hospitalidade dos residentes	85,7	81,1
Cultura	73,4	70,1
Clima	72,6	67,4
Ambiente natural/Paisagem	94,6	89,2
Custo		
Custo total da estada	64,3	61,6
Preço do alojamento	58,3	56,8
Preço das refeições	63,5	59,2

* Apenas dos itens comuns aos dois inquéritos

CONCLUSÕES

Com este estudo não tivemos a pretensão de esgotar o tema da caracterização dos turistas que visitam os Açores. Estamos conscientes de que muito ficou por analisar e muito se poderá melhorar (em termos de metodologia e de conteúdo do questionário) em futuras realizações de um Inquérito junto dos turistas. No entanto, o modesto contributo que este inquérito veio trazer para o conhecimento dos turistas e das suas opiniões, poderá servir, nesta etapa do desenvolvimento do Turismo nos Açores, para uma reflexão, por parte dos responsáveis, sobre qual o rumo que esta actividade deve tomar na Região, de modo a garantir uma competitividade sustentável a longo prazo.

Pelos resultados do Inquérito, tornou-se claro que a maioria dos turistas que visitam os Açores são adultos jovens, em idade activa, com formação de Nível Superior, viajando em "*Negócios ou Trabalho*" ou em "*Descanso e Lazer*", maioritariamente sozinhos ou com outro adulto e que valorizam, sobretudo, a "*Beleza natural*", o "*Ambiente calmo*" e a "*Novidade e exotismo das ilhas".*

A sua posição relativamente ao rumo a tomar pelo Turismo nos Açores ficou, em nossa opinião, magistralmente sintetizada na sugestão apresentada por um dos inquiridos (que, curiosamente, preenche muitas das características do perfil encontrado para o turista dos Açores em 2001: 40 anos, Dirigente ou Quadro Superior, com habilitações de nível universitário, viajou sozinho, por motivos de descanso ou lazer, já tinha vindo antes à Região, não recorreu a agência de viagens, passou 15 dias na Região, em Setembro, visitou S. Miguel, S. Jorge e Flores, optou, em termos de alojamento, por alugar um apartamento e gastou 350 000 escudos durante a sua estada):

"Manter um desenvolvimento harmonioso do Turismo, com base em pequenas infra-estruturas hoteleiras e potenciando o Turismo rural e ecológico. Não "massificar" o Turismo! Manter os Açores enquanto lugar de eleição; só para quem saiba apreciar..."

Talvez sem se ter dado conta disso, através desta sugestão, este turista revela-se como porta-voz de um grupo com cada vez maior peso dentro da procura turística mundial e através do qual emerge uma das mais significativas tendências do Turismo actual: o **Turismo Responsável** (que abarca um conjunto de tipos de Turismo semelhantes nos seus princípios, embora com diferentes designações e âmbitos, como o Ecoturismo, o Turismo Alternativo, o Turismo Sustentável e o Turismo Suave), que se contrapõe ao Turismo de Massas.

Na realidade, segundo Rod Davidson (1992), citado por Joaquim (1997, p. 86), o Turismo Responsável distingue-se do Turismo de Massas pelos seguintes aspectos: *"usa recursos que pertencem e/ou são geridos pelas comunidades de acolhimento; traduz-se em empresas de pequena dimensão; privilegia o contacto directo entre as populações locais e os visitantes, enfatizando o entendimento mútuo e igualitário entre ambos; privilegia um desenvolvimento amigo do ambiente; caracteriza-se pela autenticidade; assenta nas potencialidades locais"*.

Autenticidade é a palavra-chave. Segundo Pauchant (2000), um número cada vez maior de turistas, independentemente da sua idade e nível de rendimento, mas de forma directamente relacionada com o seu nível de educação, mostram uma grande apetência por destinos autênticos. E o que são os destinos autênticos? Ainda segundo esta autora, os destinos autênticos são aqueles que oferecem algo de único, verdadeiro, original, que reflecte a identidade de um território e não pode ser transportado ou experimentado fora dele.

Como refere Ferreira (1999), as políticas de Turismo centradas sobre o crescimento das entradas de turistas e assentes em conceitos importados directamente do marketing empresarial, como a aposta na qualidade dos produtos-serviços e a satisfação do cliente, podem resultar no médio prazo. No entanto, são insuficientes para a construção de um futuro sustentado a longo prazo. "*Não basta construir infra-estruturas, criar externalidades para as empresas, aplicar normativas genéricas de qualidade aos empreendimentos, apoiar financeiramente o investimento, formar pessoal para a operação e promover os destinos e os produtos...é necessário estabelecer parcerias e áreas de consenso com o ordenamento do território, o ambiente e os recursos naturais e a cultura...*"(Ferreira, 1999; 20). Continuando a citar este autor, *"Numa perspectiva de longo prazo, é na identidade eco-cultural que podemos encontrar os factores chave de sucesso para um Turismo competitivo e durável. O Turismo de massas tornou-se indesejável para a sustentabilidade dos destinos, isto é, criou situações e dinâmicas destrutivas da base de recursos não renováveis em que assenta a própria atractividade turística."*.

A Região Autónoma dos Açores, pela sua forte e rica identidade eco-cultural, constitui um destino autêntico, capaz de gerar uma grande atractividade turística, junto de um número cada vez mais alargado de "turistas responsáveis", como pensamos ter ficado provado a partir das opiniões expressas através do Inquérito realizado.

Importa melhorar as deficiências apontadas, que continuam a ser pontos fracos da Região (já identificados no Plano Director de Turismo, de 1992 e, mais recentemente, no Plano de

Marketing de 2001), mas sem agredir o meio ambiente, o património, a cultura e maneira de estar e viver da comunidade local, que são a chave da atractividade turística da Região.

A título de nota final, desejamos expressar o nosso voto de que este trabalho venha, de algum modo, contribuir para demonstrar a importância de que se reveste a produção de estatísticas regionais, sobretudo, através de projectos concebidos e implementados na Região, para responder, em tempo útil, às solicitações e necessidades específicas das entidades locais.

A realização periódica de um inquérito deste género, permitindo o acompanhamento das percepções e características do turista nas diversas fases de desenvolvimento do Turismo na Região, afigura-se-nos da maior importância. Uma vez que o Inquérito de 1992/93 se realizou numa altura em que o Turismo era ainda incipiente e o de 2001, numa fase de arranque e desenvolvimento, com a realização de grandes investimentos, pensamos que será interessante realizar o próximo inquérito em 2005, numa eventual fase de consolidação, em que se poderão ver os frutos da aposta e do investimento agora realizados na Região Autónoma dos Açores, no sector do Turismo.

BIBLIOGRAFIA

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (1996), Framework for the collection and publication of Tourism Statistics.

BARRETTO, Margarita (1999), *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*, Papirus Editora, Campinas SP Brasil (7ª edição)

CLIFFORD, Gordon (1995), *What tourism managers need to know*, World Conference on Sustainable Tourism, Lanzarote, 1995

CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA (1995), *Directiva 95/57/CE do Conselho, de 23 de Novembro de 1995, relativa à recolha de informações estatísticas no sector do turismo*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias

CORREIA, Isabel Cristina (2002), *Caracterização da Procura Turística dos Açores: uma abordagem do ponto de vista estatístico*, Tese de mestrado, FEUC

CROMPTON, J.L. (1992), *Structure of vacation destination choice sets*, Annals of Tourism Research, Vol. 19, 420-434

EUROSTAT (1998), Metodologia Comunitária sobre Estatísticas do Turismo.

FERREIRA, Manuel Reis (1999), *Estratégia e Política de Turismo*, Revista Nova Economia, nº 15, 1º Semestre, Universidade Nova de Lisboa, 19-21

FERREIRA, Pedro da Veiga França (2000), *O Turismo em zonas ultraperiféricas*, Economia & Prospectiva, nº 13/14, Jul/Dez 2000

INSULA (1998), *Towards a new tourism culture in islands*, Tourism and Sustainable Development – the island experience.

JOAQUIM, Graça (1997), *Da identidade à sustentabilidade ou a emergência do "turismo respon-sável"*, Revista Sociologia – Problemas e Práticas, nº 23, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE, 71-100

OMT (1995), *Rassemblement et presentation des Statistiques du Tourisme* – Manuel Technique nº 4

OMT (1999), *Data Collection and Analysis for Tourism Management, Marketing and Planning – a Manual for Managers and Analysts*

OMT (1995), *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics* Technical Manual nº 1

PAUCHANT, Étienne (2000), *Vous avez dit authentique?,* Espaces, 169 (Mars), 13-14

PEREIRA, Alexandre (1999), *Guia Prático de utilização do SPSS – Análise de dados para Ciências Sociais e Psicologia*, Edições Sílabo, 2ª edição

PESTANA, Maria Helena e GAGEIRO, João Nunes (2000), *Análise de Dados para Ciências Sociais, a complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, 2ª edição

REIS, Elizabeth (1997), *Estatística Multivariada Aplicada*, Edições Sílabo Lda, Lisboa

SALMONES, Natalia Rodriguez (1998), *The use of statistical operations at frontiers for estimating tourist spending in the context of the free movement of people: some comments on the Seminar on Statistics at Frontiers held by the WTO*, 4th International Forum on Tourism Statistics, Copenhagen.

SCHMIDT, Hans-Werner (2000), *Eurostat experience of implementing Council Directive 95/57/EC on the collection of statistical information in the field of tourism*, 5th International Forum on Tourism Statistics, Glasgow

SREA (2001), Estatísticas dos Transportes -1999

TRINDADE, António (1997), *Turismo português: reflexões sobre a sua competitividade e sustentabilidade,* Texto elaborado com base na intervenção no Seminário do GEPE, Estratégias do Turismo em Portugal, 11/7/1997

UNITED NATIONS (1994), *Recommendations on Tourism Statistics*, Department for Economic and Social Information and Policy Analysis

VANHOVE, Norbert (1998), *La globalización de la demanda turística e el impacto sobre la estrategia de mercado*, Papers de Turisme, nº 23

VIEGAS, Maria Margarida Viçoso de Arrais (1997), *As estatísticas do Turismo e a uniformização de conceitos*, Revista de Estatística, 3º Quadrimestre, nº6, INE, 89-104

VIEGAS, Maria Margarida Viçoso de Arrais (1997), *A estatística no estudo do fenómeno Turismo: aplicação de técnicas estatísticas multivariadas na segmentação da procura turística do Algarve* Tese de Mestrado, ISEGI

VOGT, STEWART & FESENMAIER (1998), *Communication Strategies to Reach First-Time Visitors*, Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol. 7 (2), 69-87

HILL, Manuela Magalhães e Andrew (2000), *Investigação por Questionário*, Edições Sílabo Lda., Lisboa.

PUBLICAÇÕES EDITADAS PELO SREA

PUBLICAÇÕES MENSAIS

- ÍNDICE DE PREÇOS NO CONSUMIDOR
- AGRICULTURA E PESCAS
- TRANSPORTES
- ESTADO DAS CULTURAS E PREVISÃO DAS COLHEITAS: Folha de divulgação
- INQUÉRITO DE CONJUNTURA AO COMÉRCIO
- TURISMO

PUBLICAÇÕES TRIMESTRAIS

- INQUÉRITO AO EMPREGO
- ACTIVIDADE FINANCEIRA

PUBLICAÇÕES ANUAIS

- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DOS AÇORES
- COMÉRCIO EXTERNO
- INQUÉRITO AOS SALÁRIOS NA CONSTRUÇÃO CIVIL
- DEMOGRAFIA
- MOVIMENTO FISIOLÓGICO DA POPULAÇÃO
- ESTATÍSTICAS DA SAÚDE
- SÉRIES ESTATÍSTICAS
- PREÇOS E ÍNDICES DE PREÇOS AGRÍCOLAS
- CD-ROM MirAçores

PUBLICAÇÕES NÃO PERIÓDICAS

- CONTAS ECONÓMICAS DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES
- RECENSEAMENTO DA POPULAÇÃO E HABITAÇÃO
- RECENSEAMENTO AGRÍCOLA DOS AÇORES
- INQUÉRITO AOS ORÇAMENTOS FAMILIARES

ENDEREÇOS

- **SEDE - Terceira**

Largo Prior do Crato, nº 37
9700 - 157 Angra do Heroísmo

Telefones: 295 40 19 40 / 6 Fax: 295 40 19 47

e-mail: info@srea.raa.pt

Internet: http:// srea.ine.pt

- **Núcleo de São Miguel**

Rua Dr. João Francisco de Sousa, nº 8

9500 – 187 Ponta Delgada

Telefones: 296 28 47 37, 296 28 72 12 Fax: 296 28 69 78

- **Núcleo do Faial**

Alameda Barão de Roches, nº 37

9900 – 104 Horta

Telefones: 292 29 26 52, 292 29 34 91 Fax: 292 29 37 02

Informar para saber...

...saber para desenvolver.