

A IMPORTÂNCIA DA PROCURA TURÍSTICA E O SEU IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE GOUVEIA

THE IMPORTANCE OF THE TOURIST SEEK AND ITS IMPACT IN THE
DEVELOPMENT OF GOUVEIA CITY

LA IMPORTANCIA DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y DE SU IMPACTO EN
EL DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE GOUVEIA

Aida Brito * (aida.brito@ipg.pt)

Elsa Martins ** (elsaclbm@hotmail.com)

RESUMO

O principal objectivo deste trabalho consiste na análise da importância da procura turística no Município de Gouveia, assim como na determinação do impacto no desenvolvimento do mesmo. Após a revisão bibliográfica procedeu-se à inventariação da oferta existente dos recursos do Município, os quais são relevantes e de extrema importância na definição das estratégias de desenvolvimento do Município. Consequentemente foi realizada uma investigação empírica a qual contemplou um questionário aplicado aos turistas, bem como uma entrevista à responsável da área do turismo da Câmara Municipal de Gouveia. Os resultados obtidos demonstraram que a procura turística é, na maioria, composta por turistas nacionais, com idades compreendidas entre os 31 e 45 anos, pertencentes, ao sexo masculino, os quais possuem, como qualificações literárias, o nível secundário ou superior, e sendo a sua actividade principal a liberal. Quando questionados sobre a sua satisfação em relação à visita ao Município de Gouveia, a sua resposta é satisfatória, demonstrando, na sua maioria, intenção de regressar no futuro, facto que poderá contribuir para o desenvolvimento sustentável do Município.

Palavras chave: Procura, Município de Gouveia, Oferta, Turismo.

ABSTRACT

The principal aim of this work consists on analyse of the importance of the touristic demand in the Municipality of Gouveia, as well as to inquire its impact on the development of the same. After the bibliographical revision was made an inventorying of the existent offer of the municipality's resources, which are relevant and importance extreme in the definition of the strategies of

the municipality's development. Subsequently an empiric investigation was realised which contemplated a questionnaire at tourists as well as an interview by the responsible of the Town Council of Gouveia. The obtained results demonstrate that the touristic demand is in the majority national, comprehending the ages between 31 and 45 years old, of the male sex, having literary qualifications in the secondary or superior educational level, whose principal professional activity is liberal. In relation to satisfaction of the visit of the Municipality Gouveia, their answer is agreeable, and they pretend, majority, to return in the future, fact that may contribute for the sustainable development of the Municipality.

Keywords: Demand, Municipality of Gouveia, Offer, Tourism.

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo consiste en analizar de la importancia de la demanda de turística en el Municipio de Gouveia, así como determinar su impacto en el desarrollo del mismo. Tras una revisión bibliográfica se procedió al inventario de la oferta existente en los recursos del Municipio, datos pertinentes y extremadamente importantes en la definición de las estrategias del desarrollo del Municipio. Se realizó, pues, una investigación empírica basada en la recogida de datos a través de una encuesta realizada a turistas, así como se llevó a cabo una entrevista al responsable del Ayuntamiento de Gouveia. Los resultados obtenidos demostraron que la demanda de turística está mayoritariamente compuesta por turistas nacionales, con edades entre 31 y de 45 años, de sexo masculino y con estudios secundarios o superiores, cuya principal actividad profesional es una profesión liberal. En relación al nivel de satisfacción en relación a la visita al Municipio de Gouveia, su respuesta es satisfactoria, demostrando, en la mayoría de los casos, intención de volver en el futuro, hecho que podrá contribuir para el desarrollo sostenible del Municipio.

Palabras clave: Demanda, Municipio de Gouveia, Oferta, Turismo.

* Mestre em Gestão, pela Universidade da Beira Interior – Covilhã, Professora Adjunta na Escola Superior de Turismo e Hotelaria, do Instituto Politécnico da Guarda

** Licenciada em Turismo e Lazer - vertente de Desporto, Animação e Lazer, pela Escola Superior de Turismo e Hotelaria, do Instituto Politécnico da Guarda, Técnica Superior de Turismo, a exercer funções na Turisgouveia - Viagens e Turismo, Lda.

1. INTRODUÇÃO

O turismo constitui um dos sectores económicos mais importantes, não só em termos mundiais, mas também em termos nacionais. O aumento do número de turistas e a importância estratégica deste sector, traduzida nas receitas que gera, na mão-de-obra que ocupa e nos efeitos multiplicadores que induz em várias áreas, tem levado os agentes económicos, a adoptar um conjunto de medidas dinamizadoras, especialmente no âmbito da oferta.

De igual forma, o turismo é, também, um poderoso instrumento no desenvolvimento das regiões, contribuindo para atenuar os desequilíbrios entre as mesmas. A melhor forma de alcançar tal objectivo passa pela implementação e desenvolvimento de estratégias devidamente planeadas, as quais tenham em consideração os recursos existentes que devem ser valorizados.

Contudo, o conjunto de medidas dinamizadoras não deve ter em conta, apenas, o lado da oferta, mas também a procura turística; conhecer os seus factores determinantes é essencial, de forma a poder satisfazer as suas necessidades e desejos.

Neste contexto, o presente trabalho pretende evidenciar a importância da procura turística no desenvolvimento regional, com base na oferta existente e potencial da região. Para além da revisão bibliográfica, a qual realça os pontos: a importância do turismo no desenvolvimento regional; e o concelho de Gouveia – apresentação como produto turístico, o ponto 4 descreve a metodologia utilizada. No ponto 5 é feita a análise dos resultados do inquérito e da entrevista, e no ponto 6 são apresentadas as conclusões.

2. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Em 1994 a Organização Mundial do Turismo¹ (OMT. 1998, p.44) definiu turismo como “as actividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e estadas em lugares distintos ao de seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócios e outros”.

¹ World Tourism Organization (WTO).

Considerar apenas os benefícios económicos e os melhoramentos das infra-estruturas² e superestruturas³ provocados pelo desenvolvimento do turismo torna-se insuficiente. Além disso, é preciso que o turismo seja considerado como um todo e que haja uma melhor compreensão dos diferentes tipos de turismo para que este seja gerido eficazmente para benefício mútuo do país anfitrião e dos turistas (Foster, 1992).

O turismo é uma actividade económica mundial extremamente importante, provocando “fenómenos de consumo e criação de rendimentos e de mercados, onde se conjugam a oferta e a procura” (Cabugueira, 2005, p.97). Do relacionamento destes dois elementos, procura e oferta, resulta o desenvolvimento e dinamização da actividade turística, não advindo a sua importância apenas de si próprio, dos serviços que comporta, do emprego que gera, dos rendimentos que produz, mas também da interacção com outros sectores da sociedade.

Considerando o turismo como “uma indústria baseada em serviços” (Cooper et Al, 2001, p.159), esta tem crescido substancialmente, facto que se reflecte nas receitas, por si geradas, as quais têm registado um acréscimo nos últimos anos, tendo chegado a 6,3 mil milhões de euros em Portugal, no ano de 2004, segundo o Instituto das Empresas para os Mercados Externos (ICEP).

A importância do turismo reside, também, segundo Cooper et Al. (2001), na capacidade de combater desequilíbrios regionais nos países industrializados e de gerar um fluxo de moeda estrangeira ou fornecer meios para a criação de uma maior flexibilidade de preços nas indústrias exportadoras dos países em desenvolvimento.

Outro indicador da crescente importância económica do turismo é o facto de este ser considerado como a actividade económica que mais emprego oferece a nível mundial. “O turismo é interpretado como uma riqueza regional, (...), como actividade de futuro ou alavanca para a promoção do desenvolvimento regional” (Rebollo e Gómez, citado por Cabugueira, 2005, p.102).

² Representam o conjunto de obras e instalações de estrutura física, tais como sistema de comunicações, transportes, rede de abastecimento de água, energia, saneamento básico, limpeza urbana, serviços de saúde e de segurança.

³ Constituem o conjunto de instalações, edifícios e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da actividade turística, incluindo meios de alojamento, estabelecimentos de refeições e bebidas, estruturas de entretenimento, agências de viagens, postos de informação e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas.

Para além dos benefícios directos, o turismo acarreta um conjunto de impactos económicos para a economia de um país, através do seu efeito multiplicador, podendo representar uma série de oportunidades que estimulem o desenvolvimento económico de uma região ou local.

É igualmente de salientar o contributo deste sector no atenuar das assimetrias existentes entre países desenvolvidos e menos desenvolvidos. Assim, para determinadas regiões, o turismo surge como a única alternativa real para o seu crescimento económico, tal como refere Cabugueira (2005, p.103), “o turismo é visto como um motor de desenvolvimento regional, contribuindo para atenuar os desequilíbrios regionais, dentro de um determinado país desenvolvido (...)”.

Um outro aspecto relevante na questão do desenvolvimento regional, é o meio de difusão dentro da própria economia regional, defende Ablas (citado por Cabugueira, 2005, p.102). Para o referido autor “uma vez descoberta, implantada ou desenvolvida, a atracção turística, funcionando como actividade motora, irá projectar sobre a região uma série de efeitos que terão por base a complementaridade com as actividades locais, constituindo-se essas últimas no meio de difusão”.

No entanto, as possibilidades de desenvolvimento que o turismo oferece não são idênticas para todas as regiões e nem todas podem basear o seu desenvolvimento naquele. Para algumas, na perspectiva de desenvolvimento regional, o turismo constitui a base económica fundamental, enquanto para outras o mesmo não passa de uma mera actividade adjuvante na economia local.

O mercado turístico constitui “um local onde a procura e a oferta turística se encontram; é, por isso, de uma elevada complexidade, já que quer a procura, quer a oferta são realidades cada vez mais fragmentadas, sofisticadas e complexas” (CTP, 2005, p.595).

Quantificar e qualificar a procura de um determinado destino é de suma importância para o profissional do sector turístico. A procura turística pode ser expressa de múltiplas formas, nomeadamente: pelo número de turistas que chegam a uma região, pelo número de bens e serviços que consomem; pelo número de noites que pernitam num hotel; e pelo número de estrangeiros que são transportados de uma região para outra.

A definição de procura não é linear, alterando-se de acordo com a perspectiva dos autores. Na óptica dos psicólogos, a procura é

vista na perspectiva da motivação e comportamento; examinam a interacção da personalidade, ambiente e procura turística (Cooper et Al., 2001). Por outro lado, os geógrafos definem procura turística como o número total de pessoas que viajam ou desejam viajar e usam as ofertas turísticas em lugares distantes do local de residência e de trabalho, segundo Mathieson e Wall, citados por Cooper et Al. (2001).

Ao estudar a procura turística importa, ainda, considerar determinadas características que lhe são inerentes, designadamente a: elasticidade, sensibilidade e sazonalidade. Além disso, aquela pode-se dividir em efectiva ou real e potencial.

Middleton (2002) salienta a existência de um conjunto de factores económicos, tecnológicos, sociais, culturais e políticos que positiva ou negativamente influenciam a procura turística global. Estes factores determinam e estabelecem limites ao volume daquela, sendo fundamentais para analisar a natureza e o potencial da mesma e comuns a todos os países.

Para o referido autor os principais determinantes da procura turística são: os factores económicos e preços comparativos; os demográficos; os geográficos; as atitudes sócio - culturais em relação ao turismo; a mobilidade; o governo/regulamentação; os meios de comunicação; e a tecnologia de informação e comunicação.

Desta forma pode-se concluir que a procura turística é influenciada por múltiplos factores que tiveram particularmente origem na industrialização e no progresso tecnológico, como o desenvolvimento dos transportes, o aumento dos tempos livres, a melhoria das condições de vida, o acréscimo da permanência nas cidades devido à melhoria dos meios e dos recursos, às necessidades psicológicas e às motivações sociológicas.

Também a oferta turística incrementou a procura, principalmente os empreendimentos turísticos, através da sua localização, dos preços que praticam, da qualidade dos serviços que prestam e da sua comunicação com o exterior.

Assim, na acepção de Cunha (1997, p.150) oferta turística é “o conjunto dos factores naturais, equipamentos, bens e serviços que provoquem a deslocação de visitantes, satisfaçam as suas necessidades de deslocação e de permanência e sejam exigidos por estas necessidades”.

O que distingue a oferta turística da oferta de outras actividades é um conjunto de características peculiares que, Sarmiento (2003) sumaria nos seguintes pontos: perecibilidade, na medida em que não pode ser armazenada; é condicionada pela procura turística; a

produção e o consumo são simultâneos; a volatilidade após o consumo do produto turístico; inexistência de elasticidade e pouca adaptabilidade quando há modificações da procura. Cunha (2001) complementa esta classificação com outras características, tais como: imobilidade; intangibilidade e compósita.

Segundo Ansarah (2001), a oferta turística pode-se classificar em: oferta primária – diz respeito ao clima da região, à paisagem, ao património histórico e cultural, assim como o folclore, o artesanato e as tradições; e oferta derivada – abarca os operadores turísticos, as unidades de alojamento, a restauração, os equipamentos, a animação, os museus e as infra-estruturas, tais como segurança, saneamento básico, saúde, telecomunicações, aeroportos, transportes, recolha de lixo e distribuição de energia eléctrica.

3. O CONCELHO DE GOUVEIA – APRESENTAÇÃO COMO PRODUTO TURÍSTICO

O Município de Gouveia é um dos catorze Municípios pertencentes ao distrito da Guarda, situado a cerca de 700m de altitude, edificado na vertente norte da Serra da Estrela, usufruindo de um belo panorama sobre o vale do Mondego. Sede de um concelho, com cerca de 300 Km² e 22 freguesias, está integrado numa das mais antigas áreas protegidas do País – o Parque Natural da Serra da Estrela.

3.1. IDENTIFICAÇÃO DA OFERTA E RECURSOS

Do ponto de vista de Middleton (2002) constituem as principais componentes do produto turístico: atracções no destino e meio ambiente - elementos que determinam em grande parte a opção dos consumidores e influenciam as motivações dos potenciais compradores e incluem as atracções: naturais, construídas, culturais e sociais; instalações e serviços de destino - integram as superestruturas; acessibilidades ao destino, incluem as infra-estruturas de estradas, estacionamento, aeroportos, marinas, etc.; imagens do destino – constituem um poderoso motivador na indústria turística; e preço para o consumidor – resulta da soma do custo dos vários serviços da viagem (transporte, alojamento, refeições, e outros serviços).

3.1.1. Atracções no Destino e Meio Ambiente

Relativamente às atracções naturais, a diversidade de tipos de paisagem, de locais panorâmicos, a riqueza de recursos hídricos, as espécies de fauna e flora únicas no país, fazem parte de um património natural inesgotável que o concelho de Gouveia urge valorizar. De entre muitos recursos naturais destacam-se: Penedo Oscilante, Penhas Douradas, Cabeça do Velho, e Vale do Rossim.

No contexto das atracções construídas destaca-se, neste Concelho, pelo seu valor histórico e artístico, o património edificado; alguns desses monumentos apresentam-se classificados como imóveis de interesse público. Deste tipo de atracções destaca-se, ainda, a arqueologia, parques e jardins, e outras infra-estruturas do turismo do concelho de Gouveia, assumindo particular importância: igrejas; capelas; cruzeiros; pelourinhos; moinhos de água; casas senhoriais; solares; conventos; alminhas; pontes; fontes; arqueologia; parques e jardins; hipodrómo; piscinas fluviais; outros tipos de atracções como: “Tronco do Ferrador”⁴; Castelo de Folgoso; Casas de Folgoso⁵; “Pedra da Forca”⁶;

Para além do património edificado, o concelho de Gouveia apresenta um número considerável de manifestações culturais e sociais que relatam os modos de vida, hábitos e costumes dos residentes, através de: artesanato, gastronomia, museus e outros espaços; bibliotecas; folclore; grupos musicais e bandas filarmónicas.

Outras atracções socioculturais do concelho são uma constante ao longo do ano; são exemplo as feiras, festas e romarias, bem como os eventos de natureza desportiva. Gouveia, “Capital da Aventura”, oferece também manifestações tão radicais como as competições para a **Taça do Mundo em Snowboard**, que aqui têm lugar desde 2002, ou para o **Maxxis Cup International Downhill**,⁷ no domínio da BTT (Bicicletas Todo Terreno).

⁴ Antiga estrutura de madeira onde se fazia entrar os bois, os cavalos e os asnos, de modo a serem ferrados.

⁵ Pequenas quintas de montanha dispersas ao longo de um planalto fértil, onde se cultiva o centeio e por onde deambulam, de pasto em pasto, os rebanhos.

⁶ Conjunto formado por três megalíticos, onde eram executados os condenados à morte.

⁷ Maxxis Cup International Downhill – evento desportivo que promove o gosto pela aventura, na montanha, através de duas rodas sem motor. Caracteriza-se por ser um dos certames com maior projecção a nível mundial no domínio da BTT.

3.1.2. Instalações e Serviços do Destino

Estes constituem os elementos localizados no destino ou ligados a ele que, por si só não geram fluxos turísticos; porém, as instalações e serviços existentes no destino, possibilitam aos visitantes permanecer no local e desfrutar das atracções. Em suma não são mais que as superestruturas do turismo, apresentando o concelho de Gouveia as seguintes: estabelecimentos hoteleiros; parques de campismo; turismo no espaço rural (TER); estabelecimentos de restauração e bebidas; pontos de informação turística; pontos de venda; adegas; agências de viagens; outras instalações de cariz desportivo e de lazer.

3.1.3. Acessibilidades ao Destino

Esta componente relaciona-se com as vias e os meios de transporte disponíveis para que o turista possa chegar ao destino escolhido. Estes fazem parte integrante das infra-estruturas do núcleo receptor. Desta forma, o concelho de Gouveia apresenta as seguintes infra-estruturas de acessibilidades: Central de camionagem; *Mini-bus* urbano; Central de táxis; A25 (Auto-estrada n.º 25); EN17⁸ (Estrada Nacional n.º 17); EN232⁹; EN330¹⁰. Para além das infra-estruturas em questão existem outras que, não devem ser descoradas e que, tendo como objectivo principal servir a população local, prestam também apoio ao sector do turismo.

4. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

O presente estudo tem como principal objectivo analisar a importância da procura turística no concelho de Gouveia, bem como averiguar o seu impacto no desenvolvimento daquele.

Neste contexto formularam-se as seguintes hipóteses:

Hipótese.1: A oferta existente no concelho de Gouveia adequada à procura efectiva;

⁸ Importante eixo viário, tanto no acesso a Coimbra, como no acesso à Guarda através da sua ligação à A25.

⁹ Constitui-se como a principal via de ligação à A25, pelo lado poente do concelho, e como via que atravessa o Maciço Central da Serra da Estrela.

¹⁰ Permite aceder à A25, mas pelo lado norte do concelho.

Hipótese.2: O concelho mostra pertinência e relevância no turismo para o desenvolvimento da região.

Com vista a atingir o referido objectivo procedeu-se à recolha de dados primários através de duas vias: inquérito por questionário aplicado a turistas e entrevista à responsável pela área do Turismo, da Câmara Municipal de Gouveia.

Relativamente ao inquérito por questionário definiu-se como população de estudo todos os visitantes que se deslocaram ao concelho de Gouveia durante o período de 15 de Julho a 31 de Agosto de 2006. O método de amostragem utilizado é do tipo *cluster* via multi-etapas¹¹ O inquérito foi aplicado em várias freguesias do concelho e em três tipos de pontos de inquirição (unidades de alojamento, infra-estruturas e atracções turísticas), sendo o processo de administração misto, ou seja, abordagem pessoal e impessoal via intermediário.

Do total de 170 inquéritos recolhidos, 12 foram anulados pelo facto da maioria das respostas não ser dada, revelar falta de seriedade ou incompreensão por parte do inquirido.

Posteriormente procedeu-se ao registo informático das variáveis no software SPSS. No processo de tratamento da informação foram feitas análises descritivas e cruzamento de variáveis, tendo esta última como objectivo verificar a existência de relações de dependência; para o efeito utilizaram-se *crosstabs* e testes de Qui-quadrado.

Para além da realização do inquérito, optou-se também por se efectuar uma entrevista à responsável do Turismo do Município de Gouveia, sendo as questões realizadas abertas.

¹¹ Também designada por multistage cluster. De acordo com Vicente et Al. (2001, p. 69), a técnica de cluster permite obter estimativas mais precisas para os parâmetros estabelecidos; e o processo multi-etapas é tido como uma extensão do conceito de amostragem por clusters, que consiste em "seleccionar a amostra em fases sucessivas até alcançar uma amostra de unidades elementares", apresentando-se mais flexível.

5. ANÁLISE DE RESULTADOS

5.1. INQUÉRITO

5.1.1. Caracterização do Visitante

Relativamente à nacionalidade dos inquiridos, a maioria é de nacionalidade Portuguesa, os quais representam 73,4%, seguindo-se os Franceses, com 12,0%, os Holandeses, com 8,2% e os Ingleses, com 2,5%. Dos restantes visitantes, apenas, 1,9% são de nacionalidade Belga, e 0,6% de nacionalidade Brasileira, Chinesa e Sueca, respectivamente.

Relativamente à idade, o grupo de visitantes com idades compreendidas entre os 31 e os 45 anos apresenta a maior percentagem, com 41,8%, seguindo-se, por ordem decrescente, o grupo com idades compreendidas entre 16-30 anos, com 29,7% e o grupo dos 46-60 anos, com 20,3%.

Quanto à distribuição de visitantes segundo o sexo, 91 dos visitantes inquiridos são do sexo masculino, contrapondo-se com os 67 do sexo feminino.

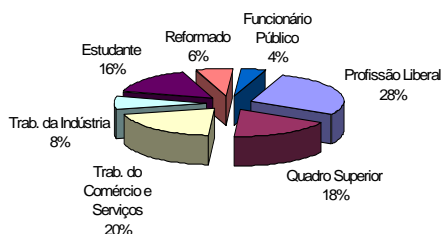


Fig. 1 Distribuição dos visitantes segundo a profissão

De acordo com fig.1 pode-se concluir que os visitantes que escolhem o concelho de Gouveia são, na sua maioria, profissionais de sectores economicamente melhor remunerados, cabendo à profissão liberal a maior fatia (27,8%), a qual é seguida pelos trabalhadores do comércio e serviços (20%) e quadro superior (18%).

Do total dos inquiridos, 41,1% possuem o ensino secundário; 39,9%, um curso superior; 10,8%, o ensino básico e 8,2% têm um curso pós graduado.

5.1.2. Comportamento do Visitante em Relação à Organização da Viagem

A análise dos resultados permitiu concluir que a maior parte dos inquiridos optou pela viagem individual, sendo, maioritariamente, o tempo de decisão para realizar aquela, menos de um mês.

Relativamente à consideração de destinos alternativos, a maior parte dos inquiridos (61,4%) não teve em atenção outros destinos; porém, dos inquiridos que ponderaram destinos alternativos (38,6%), as suas escolhas preferenciais, de forma decrescente, incidiram sobre: Lisboa; Algarve; outras zonas do país; Manteigas; Guarda; Litoral Português; Valhelhas; e estrangeiro.

Quanto à fonte de informação utilizada na escolha do concelho de Gouveia, 31,0% dos inquiridos fizeram-no tendo por base a experiência pessoal, indicador importante, na medida que indicia a repetição da visita por parte daqueles a este destino. As recomendações de familiares e amigos foram referidas por 24,7% dos inquiridos, seguindo-se a internet com 24,1%, revistas com 7,0%, agências e guias de viagens com 6,3%, respectivamente, e por último os artigos e documentários não publicitários e jornais com 0,6% de ponderação.

Tabela 1 – Importância atribuída a cada uma das características consideradas na escolha do destino

	N	Média	Desvio Padrão
Religião	158	1,56	,899
Fama como local de lazer	158	2,69	1,161
Locais Históricos	158	2,73	1,171
Prática de Desporto	158	2,73	1,284
Cultura	158	2,80	1,081
Custo	158	3,07	1,141
Segurança	158	3,35	1,173
Clima	158	3,72	,963
Ambiente Calmo	158	4,09	,956
Natureza	158	4,16	,974
Valid N (listwise)	158		

No que respeita às características que os turistas mais valorizaram na escolha do destino, foram apontadas: a natureza, o ambiente calmo, o clima, a segurança e o custo. A religião, com uma média de 1.56, é a que apresenta menor interesse. Numa posição intermédia apresentam-se características como: fama como local de lazer, locais históricos, prática de desporto e cultura, com médias entre os 2,69 e 2,80.

Das características acima referidas com melhores indicadores e com uma média entre 3,07% a 4,16%, a natureza foi avaliada por 46,2% e o ambiente calmo por 40,5% dos inquiridos como “da maior importância”. Quanto ao clima, 22,2% dos inquiridos classificaram-no “da maior importância”, sendo 38,6% a maior percentagem a considerá-lo de “muito importante”. O mesmo acontece com a segurança, em que 34,2% dos inquiridos a encaram como “importante” e 16,5% “da maior importância”. Relativamente ao custo, apenas 9,5% o classificam como “da maior importância”, no entanto uma considerável percentagem de inquiridos (40,5%) considera-o como “importante”.

Estes resultados vêm atestar algumas das considerações destacadas na parte da apresentação do concelho de Gouveia como potencial turístico.

5.1.3. Caracterização do Tipo de Visita

Do total dos inquiridos, 34,2% referiu que é a primeira vez que visita o concelho, ao passo que 65,8% já o fez pelo menos uma vez. Destes últimos, verificou-se que: 25,9% dos inquiridos já o tinha feito mais de 10 vezes; 15,8% entre 3 a 4 vezes; 10,1% entre 1 a 2 vezes; 8,2% entre 5 a 6; 3,8% entre 9 a 10, e 1,9% entre 7 a 8 vezes, facto que poderá demonstrar a atractividade do concelho de Gouveia.

Relativamente ao motivo principal da viagem, 79,1% dos inquiridos fê-lo por férias/lazer, 7,6% para visitar familiares ou amigos, 5,7% por motivos de saúde, 4,4% para a prática de desportos, 1,9% visitaram o concelho a negócio e/ou trabalho e 1,3% por motivos religiosos e /ou peregrinação.

O meio de transporte mais utilizado foi o automóvel próprio, tendo sido apontado por 80,4% do total dos inquiridos; e o menos utilizado foi a mota, com apenas 0,6%.

A maior percentagem de inquiridos (39,9%) ficou hospedada em parques de campismo, seguindo-se o hotel e as casas de turismo em espaço rural com a mesma percentagem (15,2%). Dos restantes, os que apresentaram menor percentagem foi o alojamento em pensão (3,2%) e em residencial (3,8%). O facto da maior frequência se verificar nos parques de campismo deve-se à considerável quantidade e qualidade da oferta deste meio de alojamento no concelho de Gouveia.

Do total dos inquiridos, 46,8% caracterizaram a visita como sendo o destino principal da viagem, 36,7% indicaram o concelho como um destino importante mas não o principal, e 16,5 consideraram-no como sendo apenas um local de passagem

Relativamente à duração da estada/visita, 57% dos inquiridos permaneceram no concelho entre 2 a 8 dias, 19% fizeram-no apenas por um dia, 14% continuaram no concelho entre 9 a 15 dias e 10% ficaram mais de 16 dias.

Tabela 2 - Actividades levadas a cabo durante a estada

	Sim	Não
Visita a Museus	32,3%	67,7%
Visita a Monumentos	46,2%	53,8%
Participação em Actividades Desportivas	27,8%	72,2%
Eventos Culturais	17,7%	82,3%
Eventos Religiosos	5,7%	94,3%
Circuitos Turísticos organizados por AV e EAT	8,9%	91,1%
Percursos a pé	57,0%	43,0%
Pesca Desportiva	3,8%	96,2%
Provas de Gastronomia	32,9%	67,1%
Outras actividades	22,2%	77,8%

De acordo com a Tabela 2 verifica-se que a maior parte dos inquiridos (57,0%) realizou percursos a pé, realidade muito frequente no concelho de Gouveia devido há existência da Rede Municipal de Percursos Pedestres. Para além desta actividade destacam-se: a visita a monumentos, 46,2%; provas de gastronomia, com 32,9%; visita a museus, com 32,3%; prática de actividades desportivas, com 27,8%; e eventos culturais, com 17,7%.

A actividade a apresentar menos percentagem (3,8%) foi a pesca desportiva; no entanto ao cruzar-se esta variável com a variável gastos efectuados por pessoa/dia constatou-se que 66,7% do total dos inquiridos que pratica este desporto se enquadra no grupo dos que gastaram por dia 25-49€, facto que poderá revelar estar-se perante um tipo de turista com algumas potencialidades para o destino.

Além das actividades já referidas, os inquiridos levaram a cabo outras, das quais se destacam: convívio, circuitos organizados pelos próprios, e montanhismo (1,9% cada); compras (4,4%); e somente descanso (12,0%).

A maioria dos inquiridos (35,4%) gastou diariamente entre 25-49€, ao passo que apenas 0,6% gastou entre 200-299€, aos restantes grupos de gastos (300-399€, >400€) não se verificou nenhuma resposta.

5.1.4. Avaliação do Destino pelo Visitante

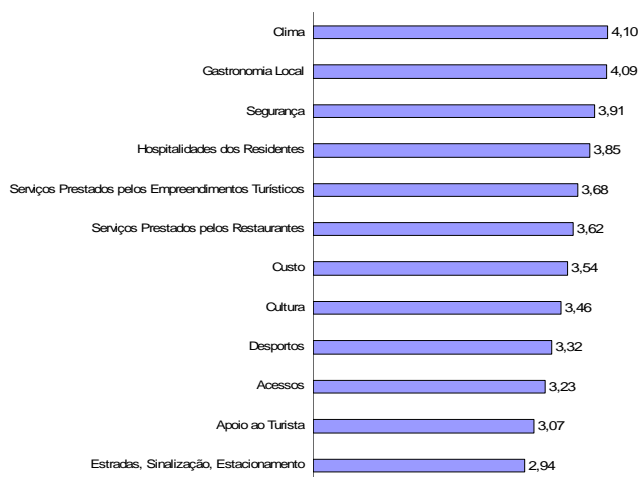


Fig. 2 Classificação das características mais evidenciadas no destino

Das 12 características apontadas no questionário, classificadas de “péssimo” (1), “mau” (2), “satisfatório” (3), “bom” (4) e “excelente” (5), verificou-se que o clima e a gastronomia são as mais referenciadas, com uma média superior a 4, o que indica que as opiniões oscilam entre o “bom” e o “excelente”. As mesmas apresentam também o menor desvio padrão, o que torna mais significativo o valor da média apresentada. Das respostas obtidas, e no que se refere ao clima e gastronomia, foram atribuídas a classificação de “bom”, com 57,6% e 52,5%, respectivamente.

Características como: segurança; hospitalidade dos residentes; serviços prestados pelos empreendimentos e restaurantes; custo; cultura; desportos; acessos; e apoio ao turista, apresentam uma média superior a 3, mas inferior a 4, apresentando um maior desvio-padrão que as características referidas anteriormente. daquelas, particularmente, as seis primeiras apresentam uma percentagem de 57,6%, 48,7%, 52,5%, 53,8%, 49,4% e 47,5% respectivamente, para o item “bom”. As restantes revelam uma percentagem de 51,9%, 47,5% e 50,0% respectivamente, para a classificação de “satisfatório”.

A característica estradas, sinalização e estacionamento é a única a apresentar uma média abaixo de 3, apresentando o desvio-padrão mais elevado de todas as especificidades, manifestando uma percentagem de 47,5% correspondente à classificação de “satisfatório”

Assim pode-se concluir que, de uma forma geral, não foi considerado nenhum atributo com percentagem muito elevada nas classificações mais baixas, o que acentua a ideia de que a maior parte dos visitantes ficou satisfeita com a visita e com a oferta do destino, resultado que se pode comprovar através do nível de satisfação da visita ao concelho em que, 58,2% classificaram-na de boa, seguindo-se 22,8%, com classificação de muito boa, 17,1% de média, 1,3% de má e apenas 0,6% de muito má.

Do total dos inquiridos, apenas 25 responderam à questão aberta onde se pedia que indicassem observações que considerassem importantes acerca da viagem. Assim obtiveram-se os seguintes resultados: 11 dos inquiridos consideram o destino com grandes potencialidades ao nível da oferta, especialmente em recursos naturais, no entanto aquele não tem a valorização e o aproveitamento devido; 7 referiram que o concelho necessita de mais infra-estruturas e apoio ao turista, mas distribuído de forma descentralizada; 3 disseram que o concelho necessita de mais apoio ao turista e mais divulgação, especialmente nos mercados estrangeiros; 2 preferiram que o local é muito aprazível e acolhedor com produtos típicos e serviços muito bons; 1 considerou -o propício para o convívio e a descontração; e 1 referiu-o como destino óptimo para combater o stress.

5.1.5. Relação entre a Oferta Existente e a Procura Efectiva

Com o objectivo de se testar a hipótese 1 levantaram-se as seguintes questões: o que é que levou os visitantes a escolher o concelho de Gouveia; o que é que encontraram; e qual foi o grau de satisfação/insatisfação.

Com base na análise das características que o visitante teve em conta na escolha deste destino verificaram-se como principais: a natureza, classificada com o valor 5 (da maior importância) e uma percentagem de 46,2%; o ambiente calmo, com classificação 5 e percentagem 40,5%; o clima, com classificação 4 (muito importante) e percentagem 38,6%; a segurança, com classificação 4 e percentagem 31,6%; e o custo, com classificação 3 e percentagem 40,5%.

Assim pode-se afirmar que a procura efectiva vai de encontro à oferta existente, o que está de acordo com o levantamento efectuado das diversas componentes da oferta do concelho de Gouveia.

Através do cruzamento da variável custo, considerada como importante na escolha do destino, e a variável custo incluída na classificação das características mais evidenciadas no concelho de Gouveia, pode-se concluir que a maioria dos indivíduos teve, na escolha do destino, esta variável como importante, facto comprovado,

posteriormente à visita, classificando-a os mesmos de bom (4). Isto significa que Gouveia é um destino com preços acessíveis, onde as pessoas podem desfrutar do seu tempo de lazer sem despenderm de muito dinheiro.

Tabela 3 - Cruzamento das variáveis: custo, incluída nas características tidas em conta na escolha do destino, e custo, incluída nas características mais evidenciadas no concelho

		Custo					Total
		Péss.	Mau	Satisf.	Bom	Excel.	
Custo	Sem importância	1	3	8	10	0	22
	Pouco importante	0	1	4	11	0	16
	Importante	0	3	22	33	6	64
	Muito importante	1	1	18	17	4	41
	Da maior importância	0	1	7	7	0	15
Total		2	9	59	78	10	158

Da resposta à questão quais as características mais evidenciadas no concelho de Gouveia realça-se o facto do clima, a gastronomia, a segurança; a hospitalidade dos residentes; os serviços prestados pelos empreendimentos turísticos e restaurantes; o custo; a cultura; os desportos; os acessos; e apoio ao turista serem as características mais referenciadas, com uma média superior a 3, o que indica que as opiniões oscilam entre o “satisfatório”, o “bom” e o “excelente”.

Neste sentido pode-se concluir que relativamente à oferta existente, a grande maioria dos inquiridos ficou satisfeita, facto comprovado por algumas das observações feitas pelos visitantes acerca da viagem, em que a maioria referencia o concelho de Gouveia como um destino de grandes potencialidades ao nível da oferta, nomeadamente em atracções naturais; no entanto, estas deviam ser mais valorizadas pela população endógena, permitindo-lhes um melhor aproveitamento, de forma a cativar e a trazer a Gouveia uma maior procura potencial, e diminuir assim o problema da sazonalidade

Da análise ao nível de satisfação do visitante relativamente à visita, pode-se concluir que, de uma forma geral, o grau é de satisfação e não de insatisfação, com 58,2% dos inquiridos a considerarem-na de boa, e 22,8% de muito boa.

Em suma pode-se concluir que o concelho de Gouveia é um destino turístico com grandes potencialidades ao nível da oferta, nomeadamente em recursos naturais, com óptimo clima, natureza e

ambiente, o que permite desenvolver uma grande diversidade de tipos de turismo, durante todo o ano. Para além disso, a nível cultural, o concelho possui, também, uma riqueza invejável a nível de gastronomia, artesanato, bem como um grande património museológico.

5.1.6. Importância da Actividade Turística no Desenvolvimento da Região

Para analisar o fenómeno da importância da actividade turística no desenvolvimento da região tomou-se em consideração, de forma a responder à hipóteses II desta investigação: o número de repetições na visita ao concelho de Gouveia; os gastos efectuados durante a estada e o número médio de dias de estada; utilizando-se o cruzamento entre aquelas variáveis, bem como o cruzamento daquelas variáveis com outras, nomeadamente o tipo de alojamento.

Tabela 4 - Cruzamento das variáveis: n.º de vezes de visita ao concelho e gastos por pessoa/dia

			Gastos por Pessoa/Dia - Aproximadamente, Incluindo todas as Despesas				Total	
			<25€	25-49€	50-99€	100-199€		
Número de vezes que visitou o concelho	1-2	Frequência	5	5	6	0	16	
		% do total	4,8%	4,8%	5,8%	,0%	15,4%	
	3-4	Frequência	4	10	9	2	25	
		% do total	3,8%	9,6%	8,7%	1,9%	24,0%	
	5-6	Frequência	5	3	3	2	13	
		% do total	4,8%	2,9%	2,9%	1,9%	12,5%	
	7-8	Frequência	2	0	1	0	3	
		% do total	1,9%	,0%	1,0%	,0%	2,9%	
	9-10	Frequência	3	2	1	0	6	
		% do total	2,9%	1,9%	1,0%	,0%	5,8%	
	>10	Frequência	20	15	6	0	41	
		% do total	19,2%	14,4%	5,8%	,0%	39,4%	
	Total		Frequência	39	35	26	4	104
			% do total	37,5%	33,7%	25,0%	3,8%	100,0%

Do total dos inquiridos 65,8% já visitaram o concelho pelo menos uma vez e desses, 41 já o fizeram mais de 10 vezes. Além disso, cruzando as variáveis: número de vezes que visitou o concelho, com os gastos por pessoa/dia, verificou-se que a maior percentagem de gastos resultou dos indivíduos que já tinham visitado o concelho mais de 10 vezes, com 39,4%. No entanto, destes, 19,2% gastaram em média menos de 25€, 14,4% gastaram entre 25-49€ e 5,8% entre 50-99€. Destes resultados pode-se aferir que, no período de inquirição, o concelho é visitado maioritariamente por turistas fidelizados.

Verifica-se, também, que nos grupos com números de visitas intercalares, ou seja, na classe de 7-8, e na classe dos 9-10, os

gastou são menores e com percentagens mais elevadas nos gastos diários de menos de 25€

Resultados significantes apresentam as classes com inferior número de visitas ao concelho com uma distribuição de gastos pelas diferentes classes, verificando-se os maiores valores, na classe de 1-2 visitas com 5,8%, com gastos entre 50-99€, 9,6% na classe de 3-4 visitas ao concelho, com gastos entre os 25-49€, 8,7% entre 50-99€ e 1,9% entre 100-199€ e a classe de 5-6 visitas, com 2,9% a gastarem entre 25-49€ e 50-99€, respectivamente, e 1,9% entre 100-199€. Em suma, os visitantes que vêm a Gouveia menos vezes gastam mais

Ao cruzar-se a variável tipos de alojamento com a variável gastos conclui-se, também, que o facto de a maioria das frequências relativas aos gastos se inserir nas classes de gastos mais baixos, está relacionado com o tipo de alojamento onde o turista fica hospedado. Para se averiguar se de facto as variáveis estão relacionadas aplicou-se o teste de independência do Qui-Quadrado, o que apesar de 23 das células (65,7%) apresentarem valores nulos (0), a sua utilização é justificável de forma a testar a independência das variáveis. Assim verificou-se que o nível de significância é inferior a 0,05, o que permite concluir que as variáveis são dependentes, ou seja, os gastos estão relacionados com o tipo de alojamento.

Tabela 5 - Cruzamento das variáveis alojamento e gastos por pessoa/dia

			gastos por Pessoa/Dia - Aproximadamente, Incluindo todas Despesas					Total
			<25€	25-49€	50-99€	100-199€	200-299€	
hotel	Frequência	1	5	13	5	0	24	
	% do Total	,6%	3,2%	8,2%	3,2%	,0%	15,2%	
pensão	Frequência	1	1	2	1	0	5	
	% do Total	,6%	,6%	1,3%	,6%	,0%	3,2%	
residêncial	Frequência	0	2	3	1	0	6	
	% do Total	,0%	1,3%	1,9%	,6%	,0%	3,8%	
parque de campismo	Frequência	29	29	3	2	0	63	
	% do Total	18,4%	18,4%	1,9%	1,3%	,0%	39,9%	
TER	Frequência	4	8	10	2	0	24	
	% do Total	2,5%	5,1%	6,3%	1,3%	,0%	15,2%	
turismo de natureza	Frequência	1	2	5	0	1	9	
	% do Total	,6%	1,3%	3,2%	,0%	,6%	5,7%	
casa de amigos ou familiares	Frequência	16	9	2	0	0	27	
	% do Total	10,1%	5,7%	1,3%	,0%	,0%	17,1%	
Total	Frequência	52	56	38	11	1	158	
	% do Total	32,9%	35,4%	24,1%	7,0%	,6%	100,0%	

Neste caso e de acordo com a tabela acima representada verificou-se que o tipo de alojamento que abarcou a maior percentagem foi o parque de campismo, com 39,9% distribuindo-se por: 18,4% nas classes de gastos de <25€ e de 25-49€, respectivamente. A percentagem daqueles que ficou hospedada em

casa de amigos ou familiares, também, é considerável; no entanto, foram aqueles que menos gastaram.

Sendo o parque de campismo o tipo de alojamento mais económico é compreensível que os gastos efectuados no concelho sejam de menor valor. Por outro lado, estes resultados compreendem outro aspecto, na medida em que se verifica a existência de um segmento de mercado com características peculiares.

Conclui-se, ainda, que quanto menor é a duração da estada, maior são os gastos e maior é a dispersão dos mesmos pelas diferentes classes, sendo a estada com duração entre 2 a 8 dias a melhor classe a apresentar essa variação, seguindo-se a classe de estada com duração de apenas 1 dia. O que significa que, em termos de desenvolvimento para a região, fica aquém das expectativas, tomando necessário tomar medidas, de forma a passar de um turismo de passagem a um turismo permanente, com duração de estadas mais longas e se possível com mais gastos.

5.2. ENTREVISTA

Relativamente à existência de um plano estratégico de desenvolvimento do concelho, foi confirmada, pela responsável pelo pelouro do Turismo do Município de Gouveia, a sua existência, o qual se tenta cumprir, apesar das limitações financeiras existentes. A mesma refere, também, que o turismo assume pertinência no concelho, reflectindo-se através de eventos e acontecimentos que a Autarquia promove, principalmente, na época de Outono/Inverno, como por exemplo: a Feira do Queijo; o Gouveia Arte Rock, as Montarias; entre outros. No Verão, e segundo a entrevistada, não se justifica a realização de um maior número de eventos, efectuando-se contudo anualmente as Festas da Cidade (Agosto).

Quanto à questão do rendimento gerado pelo turismo ser reinvestido no concelho de Gouveia, a responsável pelo pelouro considera que tal se verifica, essencialmente, na melhoria das instalações e serviços existentes e, na criação de novos serviços, nomeadamente de lazer.

No que se refere à possibilidade da população endógena se fixar no concelho através da actividade turística, a entrevistada refere que tal facto não é possível de afirmar, na medida em que a oferta de emprego ao nível do turismo não é muito relevante. Além disso, a desertificação neste concelho é uma realidade, ainda que se efectue de forma lenta e pouco notória.

A responsável pelo pelouro do turismo refere que, em relação à procura efectiva, a oferta existente suprime as necessidades daquela.

6. CONCLUSÃO

Através da análise da investigação empírica pode-se definir o visitante – tipo do concelho de Gouveia como sendo: maioritariamente, de nacionalidade portuguesa; com idade compreendida entre os 31-45 anos; na maioria, do sexo masculino; possuindo, como habilitações literárias, o ensino secundário; e sendo, principalmente, um profissional liberal.

Quanto ao comportamento do visitante em relação à organização da viagem observou-se que a maioria: optou pela viagem individual, sendo a tomada de decisão relativa à sua realização feita em menos de um mês; e não considerou destinos alternativos, baseando-se na experiência própria na escolha do concelho de Gouveia como destino turístico.

É de salientar, também, que o mesmo concelho é tido como um destino de natureza e de montanha, na medida em que as características mais consideradas na sua escolha foram a natureza, o ambiente calmo e o clima.

Relativamente ao tipo de visita conclui-se que a maior parte dos inquiridos já visitaram o concelho mais de dez vezes, sendo o motivo principal as férias/lazer, preferindo, maioritariamente o parque de campismo para se alojar e o conforto do seu próprio automóvel para viajar.

Por outro lado pode-se atestar que a actividade turística é um agente poderoso no desenvolvimento do concelho. Neste sentido é necessário desenvolver estratégias para que o concelho se liberte da sazonalidade, diversificando os segmentos de mercado, e proporcionando condições que levem a aumentar os fluxos turísticos e o tempo médio de estada. Nesta perspectiva defende-se que a imagem do destino, baseada num turismo de natureza, deverá ser complementada com outros tipos de turismo, particularmente, o turismo ambiental, de aventura e cultural. A cativação do turista – cultural, na medida em que se trata de um segmento de mercado com características muito peculiares e poderoso economicamente, constituiria uma aposta muito interessante, pois Gouveia “viu” nascer

dois grandes vultos da cultura portuguesa, Abel Manta, na pintura, e Vergílio Ferreira, na literatura, podendo-se criar, por exemplo uma rota cultural.

Quanto à oferta do concelho de Gouveia como destino turístico afigura-se que o mesmo apresenta uma diversidade e riqueza de atracções, pelo que a maior parte dos visitantes levam da visita/estada uma boa imagem. No entanto algumas questões precisam de ser melhoradas, nomeadamente: as infra-estruturas relativas às estradas, sinalização e estacionamento; e as superestruturas, na medida em que, devido ao reduzido número de estabelecimentos hoteleiros, a implementação de uma oferta mais diversificada torna-se imprescindível, de forma a fixar os turistas e a aumentar os rendimentos gerados por aqueles.

Em suma, pode-se afirmar que os objectivos da investigação foram atingidos e as hipóteses estabelecidas verificadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANSARAH, M.G. (2001); *Turismo – Como Aprender, Como Ensinar*; Editorial Senac; São Paulo.
- CABUGUEIRA, A. (2005); *A Importância Económica do Turismo – RT&D*; Volume II; Aveiro.
- Confederação do Turismo Português (2005); *Reinventando o Turismo em Portugal – Estratégia de Desenvolvimento Turístico Português no I Quartel do Século XXI*, 1.ª Edição; Lisboa.
- COOPER, C. et AL. (2001); *Turismo – Princípios e Práticas*; 2.ª Edição; Bookman; Porto Alegre.
- CUNHA, L. (1997); *Economia e Política do Turismo*; Editora MCGRAW – HILL de Portugal, Lda.; Alfragide.
- CUNHA, L. (2001); *Introdução ao Turismo*; Editorial Verbo; Lisboa.
- FOSTER, D. (1992); *Viagens e Turismo – Manual de Gestão*; Edições CETOP (Centro Ensino Técnico e Profissional à Distância) Lda; Mem Martins.
- MIDDLETON, V.T. (2002); *Marketing de Turismo: teoria e prática*; Editora Campus; 3ª Edição; Rio de Janeiro.
- SARMENTO, M. (2003); *Gestão da Qualidade Total na Indústria do Alojamento Turístico*; Escolar Editora, Lisboa.