

O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O CONCELHO DE IDANHA-A-NOVA*

Ana Rita Garcia¹ & Sara Morgado Nunes¹

RESUMO

O conhecimento do perfil do turista que visita um determinado destino constitui uma importante ferramenta no planeamento e promoção do turismo local. Com o objetivo de caracterizar o turista que visita o concelho de Idanha-a-Nova, inquiriram-se 316 pessoas que visitaram o concelho durante os meses de outubro e novembro de 2011. Os resultados obtidos evidenciaram que são diferentes os motivos que levam os turistas ao território; qualquer que seja a motivação, na maioria dos casos, as expectativas são superadas e a vontade de voltar à região é uma realidade.

Palavras-chave: Perfil do Turista, Motivações, Destinos Turísticos, Satisfação.

1. Introdução

O conhecimento do perfil do turista permite avaliar nos territórios a adequação da oferta existente. Sabemos que o sucesso de um destino poderá depender da sua capacidade de dar resposta a motivações diversificadas (Cunha, 2003). Os responsáveis pelo planeamento e gestão do turismo, conhecedores das motivações da procura, poderão criar/oferecer produtos satisficam o consumidor e induzam a fidelização. A época baixa, geralmente situada, entre outubro e maio exige, por parte, dos stakeholders reflexão e criatividade, por forma a tornar a indústria do turismo, sustentável. A desigual distribuição temporal dos movimentos turísticos – sazonalidade -, ao longo do ano, reflete-se na desigual intensidade dos comportamentos dos turistas, no que respeita a dormidas, utilização da restauração, visitas, entradas nas fronteiras... pondo em causa a continuidade de empreendimentos e estruturas vocacionadas para o turismo e que é necessário manter/gerir durante todo o ano. A esta realidade, na segunda década do século XXI, somam-se: a) as medidas de austeridade que levaram ao corte dos subsídios de férias e de natal, à redução de feriados; b) a recessão económica interna com implicações a nível do turismo doméstico (decorrente do pelo aumento da taxa de desemprego, há menor poder de compra e uma óbvia retenção no consumo), c) o custo e o modo de pagamento complexo das SCUTS, d) a situação económica e social de Espanha (segundo mercado externo mais importante para o turismo em Portugal), e) o aumento do IVA na restauração de 13% para 23%.

Urge, assim, o desenvolver de estudos que capacitem os responsáveis pelo território e os gestores do turismo a conhecer o turista. Na verdade, o sucesso de um espaço depende da interligação/ entendimento de diferentes perspetivas. Importa que regiões/entidades de turis-

* Os dados subjacentes à realização deste trabalho foram recolhidos pelos alunos do 1.º ano dos cursos de licenciatura em Gestão Hoteleira e Gestão Turística no ano letivo 2011/12.

¹ Instituto Politécnico de Castelo Branco, Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.

mo, municípios, operadores turísticos, gestores do património e comunidades definam objetivos e se empenhem na construção de parcerias. A compreensão/conhecimento do território, a criação de experiências de qualidade e a interação com as populações ajudam a promover o desenvolvimento do turismo local e o planeamento de negócios sustentáveis.

Com base, nestas premissas, ensaiámos uma definição do perfil do turista, que esteve no concelho de Idanha-a-Nova, nos meses de outubro e novembro. Efetuámos a caracterização sociodemográfica; descortinámos os motivos subjacentes à viagem; compreendemos a construção da viagem (com quem se desloca, as fontes de informação, as alternativas que colocou, o alojamento selecionado, verbas que pensa despende, duração da viagem); conhecemos as expectativas e aferimos a satisfação do visitante. Trata-se de uma primeira abordagem que retomaremos para avaliar a fiabilidade dos resultados obtidos.

2. Consumo turístico e destinos

2.1. A Motivação do Turista

Há uma relação direta entre os motivos que levam as pessoas a viajar e as características dos diversos destinos. Estes espaços podem responder a motivações muito diversificadas. Um mesmo destino pode, em simultâneo, ser procurado por atrações e características que integra. Motivações culturais, de natureza, desportivas, de saúde e bem-estar, entre outras, induzem visitantes para um espaço comum, cada um em demanda de atividades variadas. Neste sentido, os tipos de turismo são identificados, quer pelos motivos das viagens, quer pelas características dos destinos. Vários autores trabalharam o conceito de motivação turística:

Gray (1970) efetuou os primeiros estudos, neste domínio. Identifica duas razões principais para viajar: *Wanderlust* (desejo de vaguear), uma característica básica da natureza humana que leva a deixar as coisas que são familiares e procurar lugares e culturas diferentes; *Sunlust* (desejo de sol) que exige a existência, noutro lugar, de amenidades diferentes ou melhores das que estão disponíveis na área de residência;

Crompton (1979) define como motivação básica do turista a quebra de rotina; somam-se motivações específicas (sócio-psicológicas) como a) escape do ambiente natural; b) exploração e avaliação de si próprio; c) relaxamento/repouso; d) prestígio; e) aumento das relações sociais; f) benefícios para a saúde;

Leiper (1990) diferencia o lazer recreativo do criativo; o primeiro leva ao restabelecimento, permite o descanso, o relaxamento, o divertimento; o segundo produz algo de novo;

Cunha (2003) acrescenta motivações constrangedoras (negócios, reuniões, saúde, estudos), motivações libertadoras (férias, desportos, repouso, cultura), considerando também as motivações mistas que englobam as duas anteriores;

A Organização Mundial do Turismo (OMT/WTO) classifica as motivações que estão na origem das viagens que se fazem de um destino, em duas categorias: as de tipo racional: confiança, segurança, poupança, tradição, conformismo; e as de tipo afetivo: curiosidade, novidade, afetividade, liberdade, amizade.

Em suma, o processo de decisão do consumidor de turismo pode conhecer-se através de um sistema formado por quatro elementos básicos: a) os energizadores da procura que são as forças de motivação que levam o turista a decidir visitar uma atração e sair de férias; b) os efetivadores da procura que integram as ideias que o consumidor fez relativamente ao destino, através de um processo de aprendizagem, atitudes e associações, a partir da informação disponível; c) o(s) papel(éis) do(s) elemento(s) ativo(s) que toma(m) a decisão sobre a viagem; d) os fatores económicos (valores disponíveis para gastar); os sociológicos que têm a ver com os grupos de referência, valores culturais; e os psicológicos que integram a perceção de risco na compra, a personalidade e atitudes do consumidor (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert & Shepherd, 2003).

2.2. Os destinos

Os destinos turísticos “são constituídos pelas localidades turísticas que dispõem de atrações suscetíveis de originarem a deslocação de pessoas mas que implicam uma intervenção humana para proporcionar a máxima satisfação aos visitantes” (Cunha, 2003, p. 115). Nomeadamente, possuem hospedagem, restauração, empresas de animação, comércio..., acessos e transportes e outros serviços auxiliares como empresas ligadas ao setor e outras organizações locais.

Acresce que os destinos facultam experiências culturais. As comunidades locais devem ser consultadas sobre o planeamento, desenvolvimento e operações de projetos baseados no património. O envolvimento ativo no processo assegura que a operação turística não só validará os objetivos e aspirações, mas certamente captará e refletirá a essência do lugar e reduzirá os impactos negativos.

Assim, importa compreender o significado do património material e imaterial (as tradições, a história oral, canções, objetos), o que permite construir histórias sobre a terra e sobre as suas gentes. Compreender um local implica reconhecer todos os elementos e respeitar os valores do território. A oportunidade de experienciar algo único, autêntico leva à atração de turistas, é uma das chaves para a venda de produtos turísticos.

Torna-se, também, fundamental, formar parcerias na criação de produtos que integrem o planeamento da viagem, a interpretação do património, a definição adequada das atividades a realizar. Estes produtos permitirão gerar uma estada de qualidade. Sabemos, que a experiência dos visitantes se inicia no momento em que pensam fazer a viagem; no que leram/viram antes de chegar. As expectativas devem coincidir, pelo menos, com as observações/fruições pelo turista e caso possível, superá-las. Na verdade, criar experiências interpretativas, permitir a interação com as populações; a participação em atividades fomenta o desenvolvimento do turismo local, na medida, em que geram satisfação.

A satisfação é o sentimento resultante da comparação de um desempenho obtido em relação às expectativas criadas por uma pessoa (Kotler, 2006, p. 23). As expectativas são formadas e influenciadas por experiências anteriores de compra, por recomendações de amigos, ou de outras fontes de informação, e também de promessas dos que participam num determinado sistema turístico. Assim, a “construção” da expectativa deve ser gerida de forma a que, por um lado, seja suficiente para atrair o turista e, por outro lado, evitar que seja inalcançável. Na verdade, diversos autores discorrem, sobre a importância da satisfação do turista quando efetua uma viagem; é um fator que afeta diretamente a imagem de um destino (Kotler, Bowen, Makens, 2005, p. 389; Meng, Tepanon, Uysal, 2005, p. 42). Sabemos que uma visita repetida propicia a estabilidade do destino turístico; contribui para a proliferação de impressões positivas sobre o espaço, reduzindo a necessidade de investimentos na atração de turistas (Alegre, Cladera, 2009, p. 670).

Assim, partindo dos pressupostos enunciados, efetuamos a caracterização do concelho de Idanha-a-Nova e das atrações que pode oferecer.

3. Caracterização do Concelho de Idanha-a-Nova

O concelho de Idanha-a-Nova integra o distrito de Castelo Branco; apresenta uma área total de 1 412,7 km², confinando com Espanha a Sul e a Este, a Norte com o concelho de Penamacor, e a Oeste com o concelho de Castelo Branco.

Em termos turísticos, existe um elevado potencial alternativo à oferta da orla litoral portuguesa; a região tem condições excepcionais para o turismo arqueológico, histórico, rural, de lazer e de aventura; é também, uma região privilegiada para o contacto com a natureza, tendo como elemento fulcral o Geopark Naturtejo da Meseta Meridional.

Foi o primeiro geoparque português a integrar, em 2006, as Redes Europeia e Global

de Geoparques, apoiadas pela UNESCO. Com um território de 4616 km², engloba os concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Proença-a-Nova, Nisa, Oleiros e Vila Velha de Ródão. Tem como objetivo principal “valorizar os locais que agem como testemunhos-chave da História da Terra, fomentando o emprego e promovendo o desenvolvimento económico regional” (Naturtejo, 2012).

Nesta região de história milenar, encontramos castelos, igrejas e palácios, que acompanham a construção de Portugal. As ruínas da Civitas Egítania em Idanha-a-Velha, as estações paleolíticas bem como as regiões megalíticas do Rosmaninhal constituem pólos de interesse arqueológico relevante. “As práticas ancestrais, testemunhos vivos das múltiplas singularidades da cultura raiana, têm fortes raízes na paisagem” (Naturtejo, 2012). Monsanto e as Aldeias de Xisto, situadas no Geopark Naturtejo, são símbolos de um património material bem preservado.

O Geopark Naturtejo da Meseta Meridional integra redes de percursos pedestres, de pequena e grande rota. Estas vias permitem a prática de um turismo ativo. No concelho de Idanha-a-Nova, estão homologadas, sob a égide da Geologia, a Rota dos Fósseis, em Penha Garcia; a Rota das Minas, em Segura; a Rota dos Barrocais, em Monsanto.

No território operam escolas de Escalada, que desenvolvem atividades desde a escalada desportiva ao slide, o paintball e o TT; o hipismo frui-se nas rotas do contrabando que cruzam o Sinclinal, em Penha Garcia.

Acrescem, as qualidades terapêuticas das águas das Termas de Monfortinho, que com a *sanum per aqua* oferecem uma estada tranquilizadora e de cuidados com a saúde.

O Geopark Naturtejo, como dissemos, integra uma paisagem que conta a história dos últimos 600 milhões de anos, “através de elementos como vastas áreas aplanadas onde irrompem relevos residuais graníticos (Monsanto), sedimentares (Murracha, Murrachinha, Pedras Ninhas) alinhamentos tectónicos (escarpa de falha do Ponsul, Sobreira Formosa) e cristas quartzíticas (Penha Garcia, Ródão, Moradal, Monforte da Beira). As aplanações são ainda cortadas pela profunda incisão da rede hidrográfica do Baixo Tejo” (Naturtejo, 2012).

A grande geodiversidade do Geopark Naturtejo reflete-se num número significativo de locais de interesse geológico, destacando-se 16 geomonumentos: Monumento Natural das Portas do Ródão, Parque Icnológico de Penha Garcia, Portas de Almourão, Inselberge graníticos, Meandros do Rio Zêzere, Canhões fluviais do Erges, Morfologias graníticas da Serra da Gardunha, Blocos pedunculados de Arez, Mina de ouro romana do Conhal do Arneiro, Escarpa de falha do Ponsul, Cascata das Fragas da Água d’Alta

Rota das Minas de Segura, Antigo complexo mineiro de Monforte da Beira, Tronco Fóssil de Perais, Miradouro geomorfológico das Corgas, Garganta epigénica de Malhada Velha.

A atividade cinegética é outra das marcas identitárias do concelho:

É um dos concelhos da Região com maior extensão territorial, possui património natural e paisagístico de interesse nacional. O património cultural e etnológico é de grande valor; as lendas e tradições surgem associadas a heróis, romarias e festividades locais. Na verdade, as romarias são espaço privilegiado das manifestações de cultura popular, de religiosidade mágica e de fundo mítico, constituindo manifestações de uma grande importância social e efectivamente reveladora das estruturas coletivas (Mattoso, 1985).

Na verdade, o olhar do turista que percorre o concelho de Idanha-a-Nova, na Raia, espriaia-se pela Campina... Compreende o fado de uma partilha e construção culturais que heranças e lembranças registam. Diferentes pessoas cruzaram-se cruzam-se, na fronteira, arquitetando uma coluna vertebral que a trama de estórias e de história revelam.

Continuar a interpretar e enriquecer o património material e imaterial é tarefa de investigadores, de agentes turísticos e dos poderes local e central. Estes espaços ganham, assim, significado e alma e geram experiências únicas. Uma cultura tradicional agro-pastoril, o duro trabalho quotidiano, o contrabando, a emigração, as festas, os mitos, são encantados pelas comunidades e visitantes. Os fios que teceram o passado encontramos-os no empenhamento contra fomes ancestrais, contra a realidade inóspita. Atualmente, o devir da região, a partir de uma semiótica

dos lugares carregados de magia, criou sadias utopias, e os esforços públicos querem potenciar a fixação de populações, geraram oportunidades. A edificação/requalificação de empreendimentos de alojamento, de empresas de animação, abriram vias que podem valorizar-se.

Território indispensável na afirmação da identidade portuguesa, na sua dimensão universalista, a raia ensinou o convívio com o Outro, contrabandeou fazeres e saberes. Com o património riquíssimo que acumulou, o Geo-Parque Naturtejo, revivificou noites templárias, e os faunos, os lobos, deuses e deusas... que enfeitiçam a região, convivem com rotas destinadas a todas as idades, oferecendo uma herança material e imaterial fascinante e única que enobreceu o imaginário dos lugares e que pode fruir-se em confortáveis hotéis e alojamentos no espaço rural.

Quem visitar o concelho de Idanha-a-Nova encontrará, para além dos elementos referidos, uma gastronomia de excelência confeccionada com produtos locais. De seguida, iremos traçar o perfil do turista que procurou este território nos meses de outubro e novembro de 2011.

4. Método, Amostra e Instrumento

O estudo realizou-se a partir de uma amostra de 316 turistas que visitaram o concelho de Idanha-a-Nova durante os meses de outubro e novembro de 2011. Após terem sido informados sobre o objetivo do estudo, foi garantida a confidencialidade da informação solicitada. Os inquiridos responderam ao questionário sob a forma de entrevista, na rua, ou na unidade hoteleira onde estavam alojados. Os turistas foram inquiridos em Idanha-a-Nova (18,0%), Idanha-a-Velha (16,5%), Monfortinho (16,1%), Oledo (15,8%), Monsanto (13,9%), Belgais (12,0%) e Ladocero (7,6%). Apesar de Belgais não pertencer ao concelho de Idanha-a-Nova, os turistas aqui inquiridos visitaram este concelho.

A Tabela 1 contém a distribuição percentual relativa às variáveis sociodemográficas mais relevantes na amostra em estudo. A maior parte dos inquiridos é do sexo masculino (52,9%), com idades compreendidas entre os 20 e os 50 anos (63,0%), tem como distrito de residência Lisboa (24,4%), tem emprego (71,4%), frequentou o Ensino Superior (45,5%) ou Secundário (42,0%) e auferem um rendimento mensal entre 700€ e 1200€ (32,2%).

Sexo	N	%	Situação Profissional	N	%
Masculino	163	52,9	Com emprego	217	71,4
Feminino	145	47,1	Procura o primeiro emprego	4	1,3
			Desempregado	18	5,9
			Aposentado	49	16,1
			Estudante	12	3,9
			Doméstica(a)	4	1,3
			Habilitações Literárias	N	%
			Ensino Básico	38	12,5
			Ensino Secundário	128	42,0
			Ensino Superior	139	45,5
			Rendimento Mensal	N	%
			Até 700€	81	30,3
			Entre 700€ e 1200€	86	32,2
			Entre 1200€ e 1600€	51	19,1
			Entre 1600€ e 2500€	32	12,0
			Mais de 2500€	17	6,4
Idade	N	%			
Menos de 20 anos	9	2,9			
Entre 20 e 30 anos	62	20,1			
Entre 31 e 40 anos	67	21,8			
Entre 41 e 50 anos	65	21,1			
Entre 51 e 60 anos	54	17,5			
Entre 61 e 70 anos	37	12,0			
Mais de 70 anos	14	4,4			
Residência	N	%			
Aveiro	26	8,2			
Castelo Branco	22	7,0			
Coimbra	11	3,5			
Leiria	13	4,1			
Lisboa	77	24,4			
Porto	21	6,6			
Santarém	12	3,8			
Setúbal	25	7,9			
Espanha	25	7,9			
Outro	84	26,6			

Tabela 1. Informação sociodemográfica relativa à amostra em estudo.

O instrumento de recolha de dados utilizado foi especialmente desenvolvido para o efeito. É constituído por 17 questões, além das referentes à natureza sócio-demográfica, através das quais pretendíamos caracterizar a visita e aferir as perceções guardadas relativamente ao concelho de Idanha-a-Nova.

5. Resultados Obtidos

A análise estatística dos dados obtidos realizou-se com a versão 17.0 do software SPSS.

A Tabela 2 contém a informação da caracterização do turista que visita o concelho de Idanha-a-Nova. Uma grande parte dos inquiridos desloca-se ao concelho em férias/lazer (30,4%) ou procurando especificamente o contacto com a Natureza (23,3%). Viaja com o cônjuge ou companheiro (42,6%), visita Idanha pela primeira vez (39,5%), teve informação sobre o concelho transmitida por familiares ou amigos (53,4%), não considerou alternativas a esta visita (80,7%), não tem ascendentes no concelho de Idanha (79,2%), pensa visitar o concelho no próximo ano (75,5%), recomendaria o concelho de Idanha (99,4%), afirma que as suas expectativas foram totalmente superadas (62,0%), diz-se satisfeito (50,2%) ou muito satisfeito (37,8%) com a visita, pensa despende entre 100 e 250€ (42,1%) ou menos de 100€ (35,9%), fica alojado no concelho (84,3%). Entre os que pernoveram no concelho de Idanha, a maior parte fica uma noite (35,5%) ou duas noites (31,7%).

Questionados sobre o que vão visitar, a maior parte refere como primeiro local a aldeia de Monsanto (30,9,8%), seguindo-se Idanha-a-Nova (13,3%), o Património em geral (9,0%) e Idanha-a-Velha (6,0%); o segundo local a visitar, é, ainda, Monsanto a aldeia de eleição dos turistas (23,2%), seguida de Idanha-a-Velha (18,8%), Penha Garcia (12,3%) e Idanha-a-Nova (10,9%); as Termas de Monfortinho, o Centro Cultural Raiano, a Senhora do Almortão, o Geoparque, as reservas de caça, a barragem Marechal Carmona e a Natureza em geral são também motivos que trazem os turistas a terras raianas. Ao serem questionados sobre o que mais lhes agradou durante, os inquiridos privilegiaram o contacto com a Natureza (50,3%), o património histórico e cultural (26,9%) e a hospitalidade das gentes de Idanha (21,4%).

Quisemos também saber quais os aspetos que, na opinião dos visitantes, deveriam ser melhorados. Os mais referidos foram a acessibilidade e os transportes: 35,6% dos inquiridos considera não só que os acessos ao concelho de Idanha-a-Nova são deficientes, como também que devia ser melhorada a rede de transportes públicos. O segundo aspeto a melhorar prende-se com a informação facultada ao turista; 20,9%, dos visitantes refere ser insuficiente quer a sinalização das zonas turísticas, quer a sinalização em geral. A divulgação do concelho, as atividades de entretenimento, o apoio ao turista e o número de lojas de artesanato, são também aspetos que, no entender dos inquiridos, deveriam ser objeto de melhoria. No que respeita à gastronomia, alguns visitantes consideram não só que o número de restaurantes é insuficiente como deveria apostar-se mais nos pratos típicos. O alojamento é também considerado por alguns visitantes como um domínio a necessitar de intervenção, quer no que concerne ao número de camas disponíveis como às condições do mesmo.

As respostas dos inquiridos, ao pedido de uma definição sucinta sobre a sua visita, verificamos que as palavras-chave eram: “agradável”, “espetacular”, “excelente”, “fantástica”. Destacam os benefícios do contacto com a Natureza, o sossego, a tranquilidade; salientam também a riqueza do património histórico e cultural, as tradições raianas.

Em resposta à questão colocada sobre o motivo que trazia turistas ao concelho de Idanha-a-Nova, os visitantes referiram a Natureza (45,8%), seguindo-se o Património (24,5%) e a Gastronomia (12,3%). O termalismo e a cinegética são também fatores que os respondentes entenderam constituir polos de atração deste concelho raiano.

Qual o principal motivo da sua visita?			Pensa voltar ao concelho de Idanha no próximo ano?		
	N	%	N	%	
Férias/Lazer	95	30,4	Sim	234	75,5
Turismo Natureza/Desporto	73	23,3	Não	76	24,4
Cultura/Património	44	14,1	Recomendaria o concelho de Idanha?		
Visita a Amigos/Familiares	35	11,2		N	%
Gastronomia	17	5,4	Sim	309	99,4
Negócios/Trabalho	16	5,1	Não	2	0,6
Saúde	15	4,8	As expectativas relativamente a esta visita foram superadas?		
Cinegética	6	1,9		N	%
Outro	12	3,8	Sim, totalmente	191	62,0
Viaja...			Sim, em parte	115	37,3
Com o cônjuge/companheiro	133	42,6	Não	2	0,6
Em família com menores	51	16,3	Qual o seu grau de satisfação global com esta visita?		
Num grupo de adultos	48	15,4		N	%
Sozinho	40	12,8	Muito Satisfeito	116	37,8
Com colegas de trabalho	23	7,4	Satisfeito	154	50,2
Em excursão	17	5,4	Indiferente	9	2,9
Quantas vezes tinha visitado anteriormente o concelho de Idanha?			Insatisfeito	19	6,2
	N	%	Muito Insatisfeito	9	2,9
Nenhuma vez	123	39,5	Quanto pensa gastar nesta visita?		
Uma vez	57	18,3		N	%
Duas vezes	35	11,3	Menos de 100€	111	35,9
Três ou mais vezes	96	30,9	Entre 100 e 250€	130	42,1
A que fontes de informação teve acesso sobre o concelho de Idanha?			Entre 250 e 500€	43	13,9
	N	%	Mais de 500€	25	8,1
Familiares/Amigos	167	53,4	Fica alojado no concelho de Idanha?		
Internet	87	27,8		N	%
Comunicação Social	16	5,1	Sim	253	84,3
Feiras de Turismo	14	4,5	Não	43	15,7
Posto de Turismo	9	2,9	Se sim, quantas noites?		
Outra	12	3,8		N	%
Nenhuma	8	2,6	1	88	35,5
Considerou alternativas a esta visita?			2	81	31,7
	N	%	3	43	17,3
Não	247	80,7	Mais de 3	36	14,5
Sim	59	19,3	Tem ascendência no concelho de Idanha?		
Tem ascendência no concelho de Idanha?				N	%
	N	%	Não	243	79,2
Não	243	79,2	Sim	64	20,8
Sim	64	20,8			

Tabela 2. Caracterização Turista que visita o concelho de Idanha-a-Nova.

Numa fase posterior, procurou-se a existência de associação entre o motivo da visita e as variáveis em análise. Tendo em conta as baixas frequências de algumas categorias, optou-se pelo agrupamento de algumas, considerando os seguintes motivos de visita: Férias/Lazer; Natureza/Desporto/Cinegética; Cultura/Património/Gastronomia; Visita a Amigos.

Encontrou-se associação entre o motivo da visita e o facto de o inquirido viajar sozinho, em família ou em grupo ($p < 0,001$). Em particular, observa-se que os turistas que viajam sozinhos ou em excursão procuram o concelho maioritariamente pelo contacto com a Natureza, Desporto ou Cinegética; os que viajam com o cônjuge ou companheiro deslocam-se sobretudo em férias ou lazer, os que viajam em grupo (grupo de adultos ou com colegas de trabalho) são atraídos essencialmente pela Cultura, Património e Gastronomia; os que se

fazem acompanhar da família com menores, vêm de férias ou lazer, mas também para visitar amigos (Fig.1).

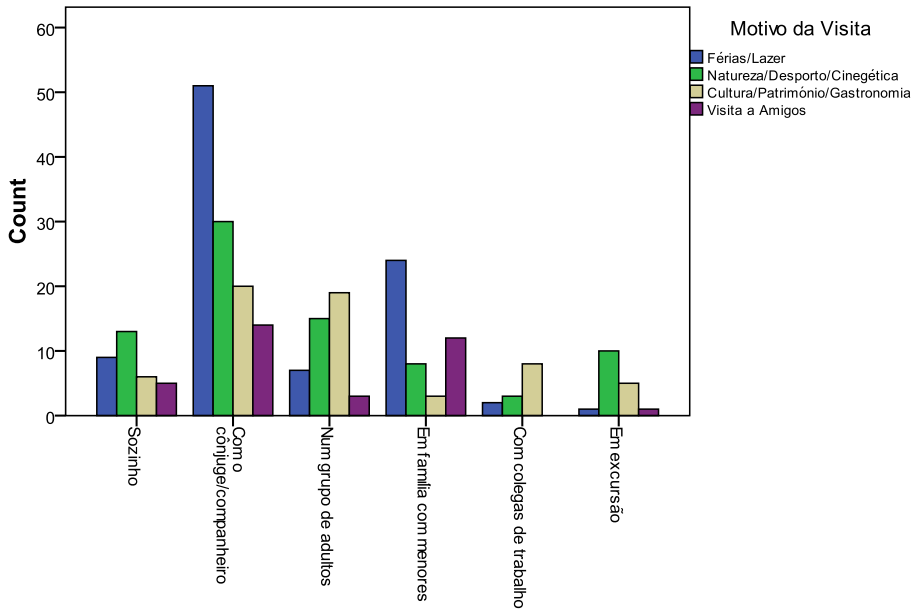


Fig.1. Forma como o turista viaja (sozinho, em família ou em grupo) em função do motivo da visita.

Relativamente ao número de vezes que visitaram o concelho, são os inquiridos com amigos ou familiares na região que registam mais visitas anteriores; os restantes estavam no concelho de Idanha, em grande parte, pela primeira vez ($p < 0,001$) (Fig.2).

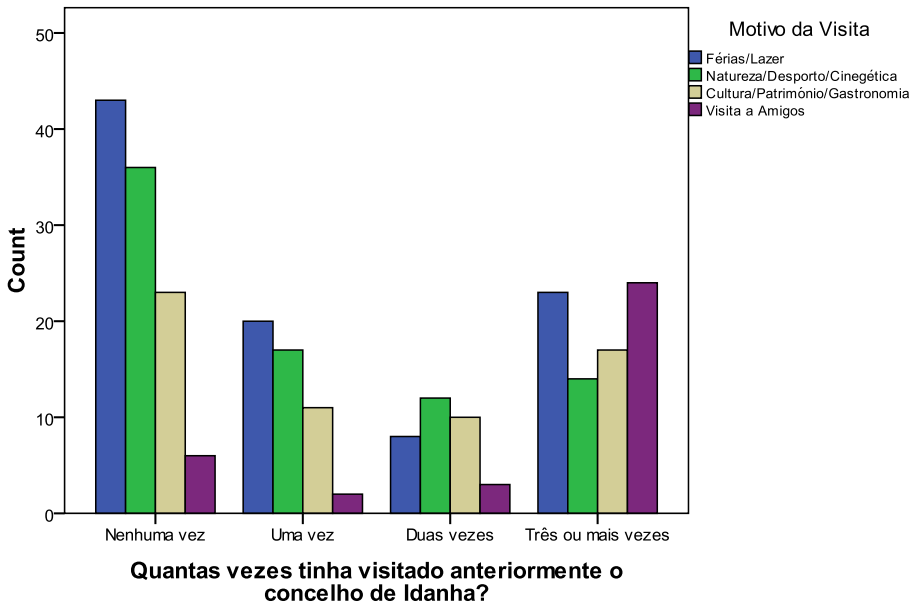


Fig.2. Número de vezes que o turista visitou o concelho de Idanha-a-Nova em função do motivo da visita.

A principal fonte de informação para que os inquiridos foi a indicação de familiares e amigos. São, também, os que visitam familiares e amigos que, maioritariamente, têm ascendência no concelho de Idanha ($p < 0,001$). Entre os que admitem voltar, no próximo ano, predominam os que se deslocam em férias ou lazer; não pensam voltar os que se deslocaram pelo interesse do contacto com a Natureza, do Desporto ou da Cinegética ($p < 0,014$).

No que respeita ao montante que pensam gastar na visita, observa-se que a maioria dos turistas que se deslocam em férias ou lazer situa os gastos entre 100 e 250€; os restantes visitantes indicam um valor menor de 100€ nesta visita ($p = 0,047$) (Fig.3).

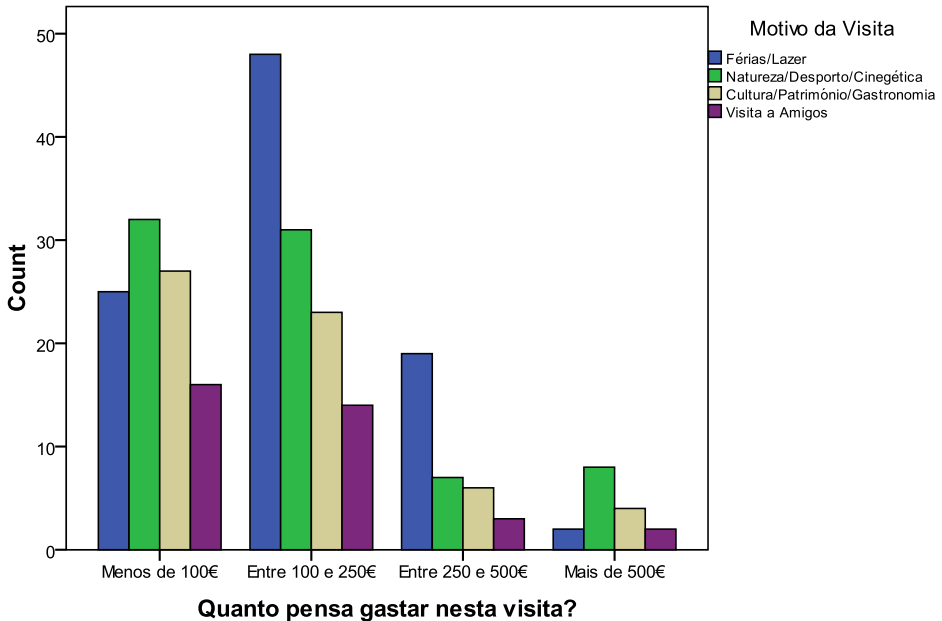


Fig.3. Quantia que o turista pensa gastar na visita em função do motivo da mesma.

Como atrás referimos, verifica-se que a maior parte dos inquiridos fica alojado no concelho de Idanha, sendo os que visitam Idanha pela Natureza/Desporto/Cinegética ou pela Cultura/Património/Gastronomia os que predominam no grupo dos que não pernoitam no concelho (Fig.4).

Encontrou-se associação entre a idade dos inquiridos e o motivo da visita ($p = 0,016$), os mais jovens visitam maioritariamente o concelho em férias/lazer ou então pela natureza/desporto/cinegética; as faixas etárias mais elevadas deslocam-se sobretudo pela cultura, património e gastronomia.

Apesar de não se ter detetado associação estatisticamente significativa entre a proveniência do turista e o motivo da visita, observa-se que, os inquiridos que se deslocam em férias/lazer residem maioritariamente em Lisboa; os que chegam atraídos pela Natureza, Desporto ou Cinegética vêm sobretudo de Espanha. Da mesma forma, não havendo associação estatisticamente significativa entre a situação profissional do turista e o motivo da visita, registámos que, os inquiridos com emprego visitam o concelho, na maior parte das vezes, em férias/lazer; os aposentados privilegiam X a Natureza, Desporto ou Cinegética.

Relativamente às habilitações literárias dos inquiridos, observa-se que o grupo dos que têm Ensino Básico visitam Idanha maioritariamente pela Natureza, Desporto ou Cinegética; os restantes viajam sobretudo em férias ou lazer (ainda assim, esta associação não se revelou estatisticamente significativa). No que diz respeito ao rendimento mensal, confirmámos que são os que auferem salários mensais líquidos inferiores a 700€, que escolhem o concelho prefe-

rencialmente pela Natureza, Desporto ou Cinegética enquanto os restantes viajam sobretudo em férias ou lazer ($p=0,004$).

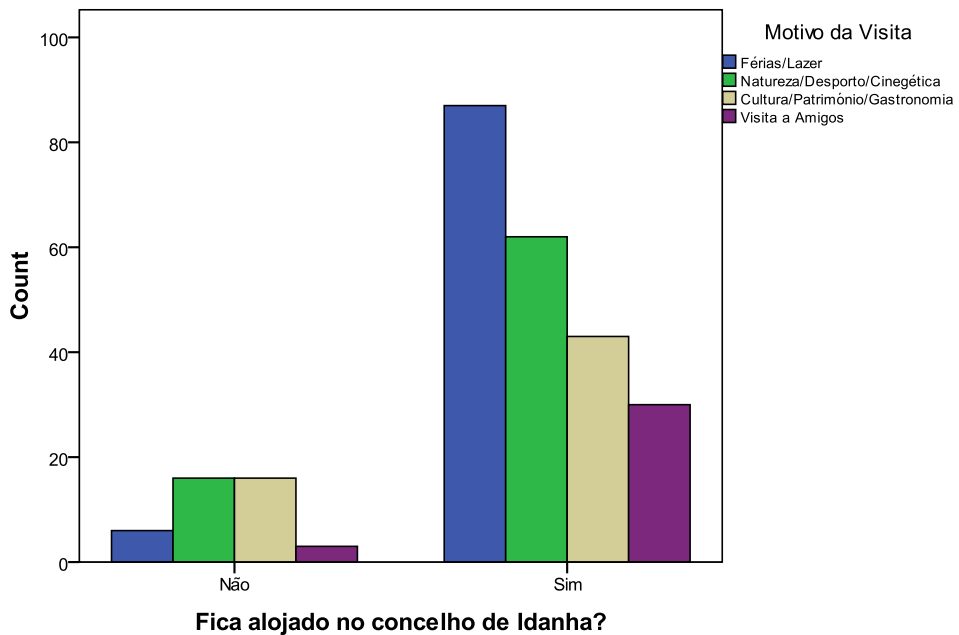


Fig.4 Alojamento no concelho de Idanha-a-Nova em função do motivo da visita.

6. Considerações Finais

Ao tentar traçar o perfil do turista que visita as terras raianas encontrámos diferentes características em função dos motivos que atraem visitantes que ali chegam.

Os turistas que visitam o concelho de Idanha em **férias ou lazer** viajam maioritariamente com o cônjuge/companheiro (53,7%), visitam o concelho pela primeira vez (45,3%), tiveram acesso a informação através de familiares e amigos (52,5%), não consideraram alternativas a esta visita (52,5%), não têm ascendência neste concelho (84,9%), referem que o que mais lhes agradou foi a Natureza (60,2%), pensam voltar no próximo ano (78,5%), recomendariam o concelho (100%), avaliam que as expectativas relativamente a esta visita foram totalmente superadas (62,4%), dizem-se satisfeitos (50,5%) ou muito satisfeitos (39,8%) com a visita, pensam gastar entre 100 e 250€ (51,1%), ficam alojados no concelho uma noite (32,6%), têm entre 20 e 40 anos (45,6%) ou entre 41 e 50 anos (25%), residem no distrito de Lisboa (32,6%), têm emprego (81,1%), Ensino Superior (50,5%) e auferem entre 700 e 1200€ (30,9%).

Os turistas que visitam o concelho de Idanha pela **Natureza, Desporto ou Cinegética** viajam também com o cônjuge/companheiro (38%), visitam o concelho pela primeira vez (45,6%), tiveram acesso à informação através de familiares e amigos (53,2%), não ponderaram alternativas a esta visita (84,6%), não têm ascendentes no concelho (79,5%), referem que o que mais lhes agradou foi a Natureza (65,4%), pensam voltar (67,1%), recomendariam o concelho (98,7%), consideram que as expectativas relativamente a esta visita foram totalmente superadas (61,5%), dizem-se satisfeitos (52,6%) ou muito satisfeitos (32,1%) com a visita, pensam gastar menos de 100€ (41%) ou entre 100 e 250€ (39,7%), ficam alojados no concelho uma noite (37,1%), têm entre 20 e 40 anos (40,6%) ou entre 41 e 50 anos (21,5%), residem no distrito de Lisboa (29,1%), têm emprego (60,8%), Ensino Secundário (39,2%) ou Superior (38%) e auferem menos de 700€ (47%).

Os turistas que visitam o concelho de Idanha pela **Cultura, Património ou Gastronomia** viajam tendencialmente com o cônjuge/companheiro (32,8%) ou num grupo de adultos (31,1%), visitam o concelho pela primeira vez (37,7%) ou já o visitaram pelo menos 3 vezes (27,9%), tiveram acesso à informação através de familiares e amigos (42,6%), não analisaram alternativas a esta visita (71,2%), não têm ascendência neste concelho (83,6%), referem que o que mais lhes agradou foi o Património Histórico e Cultural (47,5%), pensam voltar no próximo ano (72,1%), recomendariam o concelho (100%), consideram que as expetativas relativamente a esta visita foram totalmente superadas (63,9%), dizem-se satisfeitos (52,5%) ou muito satisfeitos (37,7%) com a visita, pensam gastar menos de 100€ (44,3%) ou entre 100 e 250€ (37,7%), ficam alojados no concelho uma noite (37,3%) ou duas (29,4%), têm entre 61 e 70 anos (25%) ou entre 51 e 60 anos (21,7%), residem em distritos muito variados, têm emprego (69,5%), Ensino Secundário (45%) ou Superior (43,3%) e auferem menos de 700€ (34,6%) ou entre 700 e 1200€ (30,8%).

Os turistas que se deslocam ao concelho de Idanha para **visitar amigos ou familiares** viajam tendencialmente com o cônjuge/companheiro (40%) ou em família com menores (34,3%); já visitaram o concelho pelo menos 3 vezes (68,6%), tiveram acesso à informação através de familiares e amigos (97,1%), não consideraram alternativas a esta visita (85,3%), têm ascendência neste concelho (54,3%), referem que o que mais lhes agradou foi a Natureza (41,2%) e a Hospitalidade (41,2%), pensam voltar no próximo ano (94,3%), recomendariam o concelho (97,1%), consideram que as expetativas relativamente a esta visita foram totalmente superadas (61,8%), dizem-se muito satisfeitos (45,7%) ou satisfeitos (42,9%) com a visita, pensam gastar menos de 100€ (45,7%) ou entre 100 e 250€ (40%), ficam alojados no concelho duas noites (31,4%) ou três (27,6%), têm entre 31 e 40 anos (28,6%) ou entre 41 e 50 anos (20%), residem maioritariamente nos distritos de Lisboa (22,9%) e Setúbal (20%), têm emprego (74,3%), Ensino Secundário (54,3%) ou Superior (28,6%) e auferem entre 700 e 1200 € (48,5%).

Analisando os dados, cremos que urge construir uma oferta que induza os visitantes a permanecer no concelho durante um período de tempo mais alargado. Na verdade, apesar de todos os esforços locais e do empenho de muitos, verificamos que a passagem pelo concelho é breve, tendo em mente a diversidade de atividades que, nos domínios referidos, podem desenvolver-se.

Todavia, como dissemos, só uma atividade concertada entre diversas organizações poderá potenciar as “qualidades” do território. Desde logo, a informação/divulgação a que os turistas têm acesso, como mostram as respostas dos inquiridos, é pobre, veiculada rapidamente, sem apoio de estudos que “encantem” a viagem. A verdade é que, quem visita, quer voltar, sentiu-se bem, em terras raianas. O que fazer? A formação de equipas multidisciplinares, para a elaboração de materiais de divulgação da oferta, para a criação de eventos em torno de temas essenciais da região; o enriquecimento das rotas com narrativas que lhes serviram de pilar, seriam, entre muitas outras, tarefas a dinamizar.

O património material e imaterial é muito valioso e, comparativamente, quão reduzido é o número de turistas que visitam a Raia. As viagens motivadas por razões diversificadas, realizadas de acordo com as idiossincrasias individuais, poder económico necessitam de suportes informativos que guiem e transformem o deambular pelo concelho de Idanha-a-Nova em maior conhecimento da História e das estórias dos guardiães da memória.

Bibliografia

- Alegre, J. & Cladera, M., (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing*, Vol. 43 Iss: 5/6, pp.670 – 685.
- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S, Gilbert, D. & Shepherd, R. (2003). *Turismo, Princípios e Práticas*. 2ª Edição, São Paulo: Bookman.

- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.
- Cunha, L., (2003). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Gray, P. (1970). *International Travel-International Trade*. Lexington, Massachussets: Lexington Books.
- Kotler, P., (2006). *Administração de marketing: análise, planeamento, implementação e controle*. São Paulo: Pearson.
- Kotler, P. ; Bowen, J. &, Makens, J., (2005). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Leiper, N. (1990), Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17, 367-384.
- Meng, F.; Tepanon, Y. & Uysal, M. (2005). Destination performance and motivation in measuring visitor satisfaction for a nature-based resort. 36th *Travel and Tourism Research Association (TTRA) Annual Conference Proceedings*, New Orleans, Louisiana, USA.
- Naturtejo (2012). *Naturtejo Geo-Park* em <http://www.naturtejo.com/> consultado a 30 de Maio de 2012.

Contactos:
anarita@ipcb.pt
sara@ipcb.pt