

UM ESTUDO DA AFLUÊNCIA TURÍSTICA EM PORTUGAL E ESPANHA

A STUDY OF TOURIST AFFLUENCE IN PORTUGAL AND SPAIN

Ana Rita Garcia* (arita@esg.ipcb.pt) e
Sara Morgado Nunes** (sara@esg.ipcb.pt)

RESUMO

O Turismo é um sector importante na economia ibérica. Países como Portugal e Espanha fruem de uma localização geográfica privilegiada, com uma vasta oferta ao nível do património cultural, histórico e ambiental que, a juntar à facilidade de acesso e à estabilidade social e política, atrai anualmente milhares de turistas de determinados mercados turísticos internacionais. Neste trabalho procedemos a uma breve caracterização do turismo na zona referida, definindo os perfis das suas regiões-produto. Uma análise de índices de afluência turística por país de proveniência dos turistas permitiu detectar a existência de alguns factores comuns e específicos das regiões em estudo.

Palavras-Chave: Turismo; Afluência Turística; Análise de Correspondências.

ABSTRACT

Tourism is an important sector in the Iberian economy. Countries like Portugal and Spain enjoy a geographically-privileged location, with a vast offer of the cultural, historical and environmental heritage that, in addition to the ease of access as well as social and political stability, attracts thousands of tourists annually from certain international tourist markets. This paper will then briefly characterize tourism in Portugal and Spain, defining the profiles of their product regions. An analysis of rates of tourist affluence by country of origin of the tourists detected the existence of some common and specific factors of the regions studied.

Keywords: Tourism; Tourist Affluence, Correspondence Analysis.

* Licenciada em Sociologia pela FCSH da Universidade Nova de Lisboa. Professora-Adjunta da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

** Licenciada em Ensino da Matemática e Ciências da Natureza pela Escola Superior de Educação de Castelo Branco, possui o Mestrado em Matemática Aplicada pela Faculdade de Ciências da Universidade do Porto. Equiparada a Professora-Adjunta da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

1. INTRODUÇÃO

O significado que atribuímos ao vocábulo *turista* é relativamente recente. Não se conhece a data exacta do aparecimento da palavra; aceita-se que a origem radique nas viagens que os ingleses, oriundos de camadas sociais mais elevadas, se habituaram a realizar no continente europeu, na segunda metade do século XVIII, para complementarem a sua educação. Denominava-se *Grand Tour* ou, mais tarde, apenas *Tour*. As pessoas que empreendiam esta viagem - *Tour* - eram chamadas de *Tourists*. A viagem turística integrava, portanto, o desejo de conhecer as particularidades e a cultura de outros povos, as suas tradições, o exotismo, a descoberta de novas paisagens, da natureza e do carácter histórico de aldeias, vilas e cidades (Cunha, 2003).

Mathieson & Wall (1982) definem turismo como o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos, bem como as *facilities* criadas para satisfazer as suas necessidades. Esta definição enfatiza a complexidade da actividade turística e deixa perceber, implicitamente, as relações que envolve. Embora as referências ao turismo evidenciem, normalmente, o turismo internacional e seja esta dimensão a que vem à mente quando se fala em turismo, o facto é que os movimentos turísticos no interior de cada país são, regra geral, superiores aos fluxos internacionais.

O turismo passa, actualmente, por um processo de reestruturação, gerado pela procura de soluções de entretenimento alternativas. Trata-se da procura de viagens mais curtas, mais individualizadas (pequenos grupos), voltadas para o contacto com a natureza (turismo ecológico) e com as comunidades locais (turismo rural e cultural). Segundo a OMT (2003), enquanto o turismo de massas cresce a uma taxa anual média de 5%, o turismo segmentado (alternativo) mantém uma taxa anual de crescimento de 10%, nos últimos anos. Este novo perfil de procura turística exige dos operadores e dos gestores de áreas receptoras a criação de produtos especializados que permitam uma vivência mais activa aos interessados, e que favoreçam os contactos directos com os habitantes locais. O turista deixa, assim, de ser o invasor e passa a ser o *Convidado* para o habitante do lugar; com formações e informações culturais distintas, ambos apostam na troca mútua de experiências.

Com este trabalho pretendemos caracterizar sumariamente as regiões de Portugal e de Espanha, bem como efectuar uma análise da afluência turística ao mercado ibérico. Assim, numa primeira fase elaborámos uma revisão bibliográfica sobre a procura turística em Portugal e Espanha; descrevemos os principais destinos em Portugal e Espanha recorrendo a guias turísticos impressos e disponíveis *online*. Numa segunda fase, procedemos à análise de dados da afluência turística com base nas técnicas da Estatística Descritiva e com recurso à análise de correspondências.

2. A PROCURA TURÍSTICA EM PORTUGAL E ESPANHA

A Península Ibérica tem, neste domínio, capacidade competitiva. A acessibilidade é fácil, a estabilidade política e social é real, está afastado o temor de surtos epidémicos; acresce que não possui factores desmotivadores de turismo. Portugal e Espanha (Sul e Centro) têm períodos de exposição solar, por ano, dos mais elevados da Europa. A qualidade do património ambiental e natural é um factor de dinamização da criação de expectativas. A riqueza do património histórico e cultural é atractiva em ambos os países.

Na verdade, os fluxos turísticos estão relacionados com o comportamento psicossocial do conjunto de turistas. Este comportamento é condicionado por: a) sazonalidade; b) destinos (núcleos receptores de turismo); c) segmentação da população e volume demográfico; d) tipo de oferta e qualidade dos serviços. As correntes turísticas podem modificar o comportamento, segundo mudanças ou oscilações conjunturais motivadas pela informação e persuasão da publicidade e do marketing dos destinos. Sabemos que os operadores turísticos desempenham um papel decisivo na "orientação" dos fluxos turísticos; através de políticas promocionais, dispõem da capacidade de potenciar ou condicionar um destino. Portugal está ainda muito dependente dos operadores turísticos. Uma análise comparativa dos catálogos promocionais dos destinos concorrentes – Espanha, Grécia e Itália - destinados ao Reino Unido e à Alemanha, efectuada pela Confederação do Turismo Português, em 2005, mostra que, quando se referem a Portugal, os operadores *Neckermann*, *Tui*, *Thomas Cook*, *Olimar* e *Cadojan* apenas indicam o Algarve, a Madeira e, pontualmente, os Açores e Lisboa. Em termos quantitativos, a oferta do destino turístico Espanha é esmagadora, quando comparada a Portugal (Confederação do Turismo Português, 2005).

Acresce que a duração da estada de um turista, numa dada região ou país, depende do objectivo da viagem, das condições existentes, das características do local visitado, dos preços praticados, da duração das férias e das motivações. Considerando um determinado turista, a sua permanência num país ou numa localidade decorrerá de condições susceptíveis de proporcionar uma estada atraente e agradável. Este aspecto é importante porquanto as receitas decorrentes do turismo dependem mais da duração da estada do que do número de turistas. A capacidade de retenção do turista numa região depende, pois, de múltiplos factores locais: uns ligados às condições naturais (paisagem, praias, termas, neve); outros aos investimentos realizados (infra-estruturas, alojamento, diversões, parques de atracção); e alguns emergem da capacidade criativa local (manifestações culturais, informações sobre a região, organização de actividades para ocupação de tempos livres).

Partindo dos pressupostos enunciados, pretendemos com este estudo definir sinteticamente os perfis das regiões-produto de Espanha e Portugal, perceber quais são as principais atracções turísticas, estabelecer comparações entre as ofertas promovidas, averiguar a existência de factores comuns e específicos das regiões em estudo, avaliar a preferência demonstrada por nacionais e estrangeiros relativamente a regiões seleccionadas para estadas de lazer.

3. O TURISMO EM ESPANHA

Espanha apresenta uma vasta oferta turística. Seguindo roteiros existentes no mercado (*American Express*, 2007; *Turismo de España* 2008, entre outros), de forma sumária, indicamos aspectos mais valorizados pelos autores dos referidos guias. Assim, a *Andalucía* é a região mais diversificada de Espanha. Na Costa do Sol, as praias atraem quem procura mar e sol. Já a área de *Almería* é a mais árida de toda a Europa. Os picos mais altos da Espanha continental estão na *Sierra Nevada*; a temperatura é muito baixa no Inverno, sendo acompanhada de precipitação abundante em forma de neve. Denominada por muitos como “a ponte entre continentes”, a “porta da Europa”, o “ponto de encontro entre mares”, foi palco de vivência de homens desde a pré-história até à actualidade. Os sucessivos invasores deixaram as marcas na região; os Romanos construíram cidades como *Córdoba* e *Itálica*; os Mouros reconstruíram e

aperfeiçoaram, deixando monumentos como a Mesquita de *Córdoba* e o Palácio de *Alambra*, em *Granada*. O mundo dos touros, do flamengo, do xerez, da literatura, da ópera (*Carmen*, *el Barbero de Sevilla*), são pilares de identidade na *Andalucía*.

Aragón incorpora, também, uma grande variedade de cenários, desde os picos cobertos de neve do *Parque Nacional de Ordesa*, nos Pirinéus, até às planícies secas do interior. As cidades de *Zaragoza* e *Teruel* contam com monumentos mudéjares e um vasto património que atrai turistas.

As *Asturias* são uma província e um principado, sob o patrocínio do herdeiro do trono de Espanha. Os cumes íngremes oferecem oportunidades para o alpinismo e para passeios pedestres; algumas áreas podem ser exploradas de carro ou de bicicleta. A costa oferece praias arenosas, para banhos. As principais cidades são *Oviedo*, capital da província, *Gijón*, *Avilés*, *Langreo* e *Mieres*, onde se concentra a maior parte da população, contrastando com as áreas de "vazio humano", que correspondem às regiões montanhosas.

A *Cantabria*, cuja capital é *Santander*, situa-se no norte da Península Ibérica. Destaca-se uma ampla oferta cultural, sobretudo no Verão. Museus, feiras taurinas, casino de jogos oferecem o ócio que visitantes procuram. O turismo rural é cada vez mais procurado, pela busca de contacto com a natureza. Encontramos numerosas aldeias que mantêm a paisagem, as tradições, os costumes, em suma, uma identidade rural.

A comunidade de *Castilla-La Mancha* é herdeira da região histórica de *Castilla la Nueva*. Visitar as suas cidades e povos, apreciar monumentos, saber a história, saborear a gastronomia tradicional ou participar em festas populares são atractivos desta comunidade. O Românico do norte de *Guadalajara*, a rota de *D. Quijote de la Mancha*, as *Lagunas*, as covas e abrigos pré-históricos de *Los Casares* são atractivos da região. Esta província oferece, ainda, a possibilidade de usufruir o turismo de saúde: ali se encontram os balneários de estâncias termais, antigas *Casas de Baños*, hoje convertidas em alojamentos rurais e centros spa.

Os reinos de *Castilla y León* desempenharam um papel histórico importantíssimo na Idade Média e na Reconquista. Desde esta época até aos nossos dias, o Homem deixou mostras da arte e cultura no território; *Castilla y León* herdou um conjunto histórico e artístico que apreciamos nas ruas, nas cidades (*Salamanca*, *Burgos*). Os castelos revelam o passado histórico desta comunidade; omnipresentes na paisagem, singulares na localização, plantados por toda a geografia regional, não há monte que não mostre imponentes fortificações que

monumentais. O *Cabo de Finisterra* é atracção para muitos turistas. O interior é essencialmente montanhoso e no litoral, sulcado por numerosas rias, sente-se a acção moderada do mar; as *Rías Baixas* são a área mais quente do Norte.

Madrid, localizada no centro do país, é a capital de Espanha; caracteriza-se por uma vida cultural activa; bibliotecas, universidades, museus, exposições e todo o tipo de actos culturais enriquecem a vida na cidade. O ócio está garantido através de uma ampla oferta de teatros, óperas, zarzuelas e concertos, ao longo do ano. As festas populares e as feiras taurinas são outros aspectos atractivos a ter em conta.

A região de *Murcia*, comunidade autónoma, tem a capital em *Murcia*, ainda que *Cartagena* seja a capital legislativa. O folclore combina manifestações religiosas de larga tradição com festejos de corte laico e raiz pagã. A costa, com cerca de 200 praias, nos mares *Mediterrâneo* e *Mar Menor*, converteu-se numa das mais importantes concentrações turísticas da Costa Cálida.

A *Comunidad Foral de Navarra* tem como capital *Pamplona*. O artesanato e o folclore são muito ricos, manifestando-se em todas as festas populares. A de *San Fermín* é a mais conhecida internacionalmente, que se realiza em *Pamplona* entre o 6 e o 14 de Julho, ou os Carnavais Navarros, com os seus típicos *Zanpantzarak*.

O *País Vasco* possui "nacionalidade histórica" reconhecida pela Constituição Espanhola; está dividido em três províncias: *Álava (Araba)*, *Vizcaya (Bizkaia)* e *Guipúzcoa (Gipuzkoa)*. Além das montanhas com paisagens maravilhosas, os atractivos desta comunidade prendem-se com a possibilidade de praticar desportos relacionados com a montanha. A riqueza da cultura tradicional deriva da sua situação estratégica a partir da qual os marinheiros bascos alcançaram as longínquas costas da *Terra Nova* e da Gronelândia. O *País Vasco* possui um folclore muito peculiar, visível nas festas populares e nos desportos autóctones, como o conhecido jogo da *Pelota Vasca*.

A *Comunidad Valenciana*, banhada pelo mar Mediterrâneo, integra as províncias de *Alicante*, *Castellón* e *Valencia*. As festas, como *Las Fallas*, cuja origem se perde no tempo, ou as *Fiestas de Moros y Cristianos*, declaradas de interesse turístico internacional, que comemoram as batalhas que foram tão frequentes neste litoral, são ofertas turísticas incontornáveis. O artesanato, rico e abundante nas suas manifestações, pode ser apreciado em Feiras como *La Mostra d'Artesanía de Altea*.

Em suma, a oferta é múltipla e contempla um leque de opções susceptíveis de interessar turistas das mais variadas classes sociais e com os mais diversos interesses.

4. TURISMO EM PORTUGAL

Do ponto de vista promocional, existem diversas regiões-produto (áreas promocionais), que apresentam características homogéneas de oferta. Pela Região Norte, solares da antiga nobreza abrem as portas ao turismo de habitação. Entre as atracções da Região Norte, destaca-se a cidade do Porto, que deu o nome a Portugal. Possui um centro histórico com um conjunto arquitectónico de excepcional valor e é Património da Humanidade. Destaca-se, ainda, a cidade de Guimarães, conhecida como o berço da nação; a impressionante paisagem desenhada pelo rio Douro, inscrita também no Património da Humanidade, uma gastronomia única, a par do Vinho do Porto, são ofertas que muitos turistas escolhem. Também o Parque Nacional da Peneda-Gerês é lugar de paisagem deslumbrante e de práticas desportivas alternativas.

No Centro, os castelos de fronteira são monumentos que ajudam a compreender a cultura e a vivência dos antepassados. Na sua maioria classificados como monumentos nacionais, são, maioritariamente, construções dos séculos XI, XII e XIII; tiveram vocação militar de defesa e permitiram a consolidação do território nacional. A região, de história rica e diversa, ostenta marcas culturais específicas. Nas grandes cidades, são os monumentos que falam dos grandes momentos da evolução histórica do país. Os centros históricos das cidades, as Sés de Aveiro, Coimbra, Viseu e Guarda chamam turistas. As colecções de arte dos museus, como o de Aveiro, instalado no Convento de Jesus, o Museu Grão Vasco, em Viseu, são espaços que convidam à visita. Em Castelo Branco, o Jardim do Paço chama visitantes. Conímbriga expõe 2000 anos de história no preservado conjunto de ruínas romanas. Coimbra é o local para conhecer os amores proibidos de Pedro e Inês, na Quinta das Lágrimas. Esta cidade é, aliás, das mais famosas do país; a Universidade, as tradições estudantis, o Fado de Coimbra povoam o imaginário nacional e interessam visitantes. A Serra da Estrela oferece óptimas oportunidades para montanhismo e escalada. Subir aos 1991 metros na Primavera, percorrer a pé 375 km de trilhos entre lagoas graníticas e vales

profundos, tal como poder fazer *rappel*, *slide* ou BTT são actividades convidativas.

Lisboa, situada à beira do Tejo, é uma das poucas capitais europeias com rio e mar. A cidade desde sempre se abriu, acolhedora, às muitas chegadas e partidas; teve como ponto alto a época dos Descobrimentos e foi das praias do Tejo que partiram caravelas e naus para chegar por mar até à distante Índia. À beira rio, dois grandes monumentos, entre outros, assinalam este período: a Torre de Belém e o Mosteiro dos Jerónimos. Após o terramoto de 1755, a Baixa Pombalina foi reconstruída, mas muitos dos bairros medievais permanecem. A pé, de eléctrico, de barco num passeio no Tejo, ou mesmo de metro, são meios possíveis para descobrir a diversidade cultural que Lisboa oferece. Em Sintra, os passeios de coche, os mistérios da Serra e da Quinta da Regaleira e a riqueza de um património arquitectónico único, de que o Palácio da Pena é *ex-libris*, convidam o visitante a permanecer nestas paragens. Situada junto ao mar, Cascais tornou-se, a partir da 2ª metade do séc. XIX, uma estância de veraneio preferida pela aristocracia.

O Alentejo possui planícies a perder de vista que combinam sol e calor. No interior, a planura, as searas; no litoral, praias selvagens. O litoral reúne agradáveis praias concorridas e outras em estado selvagem; entre a foz do Sado e o Algarve, um paraíso natural de areia e mar avança por Porto Covo, Milfontes, Almogrove e Zambujeira do Mar. Mas nem só de praia vive esta costa. Há muito mais para fazer: *surf*, mergulho. Passeie-se pelos castelos e aldeias do Alentejo. O pretexto para a viagem é visitar aldeias e pequenas vilas que ainda mantêm costumes tradicionais e produtos regionais de qualidade.

O Algarve é conhecido pelo agradável clima, ao longo de todo o ano, pela orla costeira repleta de praias fabulosas que convidam aos desportos náuticos, pelos campos de golfe e pelas sofisticadas estruturas hoteleiras.

Nos Açores, em pleno Atlântico, a natureza encontra-se, em alguns espaços, em estado puro, de vegetação intocada. São nove os lugares de aventura que convidam ao mergulho, ao montanhismo e à observação da fauna marinha. Na Ilha do Faial, passam mais de 24 espécies, desde a baleia azul, o maior animal da Terra, aos cachalotes e golfinhos. É denominada "ilha azul"; as hortênsias prolongam os caminhos até ao mar. A capital, Horta, tem uma marina, ícone para quem cruza o Atlântico; é conhecida entre os navegantes de todo o mundo. A pesca de alto mar, o mergulho, a espeleologia, a escalada, o parapente, o *rapell* ou voos de ultraleve são algumas das actividades que pode praticar nos Açores. Ali se encontra, também, um rico

património histórico; sobressaem os templos e as artes de baleação. Na Terceira, Angra do Heroísmo é Património Mundial graças ao centro histórico renascentista. Merecem atenção bonitas casas de arquitectura tradicional, a Sé, a Igreja maneirista de Nossa Senhora da Guia e o Museu de Angra, bem como o Palácio dos Capitães-Generais.

A Madeira é propícia ao turismo activo, oferecendo desportos de aventura na terra e no mar: asa delta, parapente, mergulho, *surf*, *rappel*, *trekking* e passeios pedestres que possibilitam o contacto directo com a natureza. Detém um património natural de elevada importância científica, destacando-se a floresta indígena denominada *Laurissilva*, que foi reconhecida pela UNESCO como Património Natural Mundial (*American Express* 2005; *Turismo de Portugal* 2008, entre outros).

A análise sintética que efectuámos das diferentes regiões turísticas de Portugal e de Espanha permitiu verificar que são múltiplos os tipos de turismo que a Ibéria proporciona. A semelhança entre os dois países é visível, no âmbito da oferta turística. A maior diferença, óbvia, situa-se na dimensão e na promoção dos destinos. Em suma, de acordo com os roteiros consultados, percebemos que os autores têm como objectivo oferecer uma descrição das diferentes regiões/comunidades que motive a deslocação/estada nos vários locais. Reconhecemos, também, que o turista recorre habitualmente a guias para programar as suas viagens. Assim, poderá estabelecer-se, depois, um pacto entre a obra e aquele que visita ou gerar-se antagonismo entre autor e leitor pelo facto de as expectativas serem defraudadas.

Qual é, então, a proveniência geográfica dos turistas? Que regiões escolhem? Quais as mais visitadas?

5. METODOLOGIA

As medidas estatísticas da procura turística podem ser avaliadas, fundamentalmente, através de: a) entradas pelas fronteiras; b) registo de hóspedes nos meios de alojamento; c) gastos efectuados pelos visitantes. Neste estudo, optámos pelo indicador “*dormidas em estabelecimentos hoteleiros*”, por permitir avaliar quer os movimentos turísticos dos não residentes (turismo receptor), quer o dos residentes (turismo doméstico); acresce que o registo do turista é feito pelo país de residência.

Recorremos, assim, aos sítios do Instituto Nacional de Estatística Português (<http://www.ine.pt>) e do Instituto Nacional de Estatística Espanhol (<http://www.ine.es>) e analisámos o número de turistas que visitaram Portugal e Espanha (por número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros), durante o ano de 2006, segundo a proveniência geográfica: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Irlanda, Itália, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Suécia, Outros Países da União Europeia (UE), Outros Países da Europa e Estados Unidos da América (EUA).

6. RESULTADOS OBTIDOS

A análise estatística dos dados realizou-se com a versão 15.0 do software SPSS.

Tabela 1: Número de turistas que visitaram Portugal e Espanha (por número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros) durante o ano de 2006, segundo o país de proveniência.

País de Proveniência	Portugal	Espanha	Total
Portugal	12.350.000	1.248.932	13.598.932
Espanha	3.194.900	47.444.139	50.639.039
Alemanha	3.862.800	7.106.809	10.969.609
Áustria	325.000	287.056	612.056
Bélgica	556.400	1.015.059	1.571.459
Dinamarca	490.000	322.586	812.586
Finlândia	371.500	173.624	545.124
França	1.241.100	3.387.318	4.628.418
Irlanda	967.300	533.470	1.500.770
Itália	953.300	2.483.812	3.437.112
Países Baixos	1.795.300	1.212.412	3.007.712
Polónia	167.500	192.103	359.603
Reino Unido	7.257.600	7.979.996	15.237.596
República Checa	70.400	154.560	224.960
Suécia	553.100	467.787	1.020.887
Outros Países - UE	236.800	228.016	464.816
Outros Países - Europa	1.042.400	736.685	1.779.085
EUA	623.700	1.595.831	2.219.531

Em 2006, Portugal e Espanha receberam mais de 112 milhões de visitantes provenientes dos países atrás referidos; os espanhóis,

seguidos dos ingleses, portugueses e alemães, são os mais representativos no que respeita à afluência turística (Tabela 1).

Uma primeira análise descritiva dos índices de afluência turística, por região, permitiu destacar aspectos importantes. A observação dos valores percentuais mais representativos, no que respeita à proveniência dos turistas que visitam Portugal, evidencia que, nalgumas zonas, a afluência turística dominante é a de portugueses. Assim, 75,3% dos turistas que visitam o Alentejo, 67,7% dos visitantes da região Centro, 63,0% dos que visitam a região Norte e 44,7% dos turistas que se deslocam aos Açores são portugueses. Aos turistas espanhóis deve-se 13,5% da afluência turística na região Norte, 10,8% na região Centro e 7,3% no Alentejo. No caso do arquipélago dos Açores, os visitantes dinamarqueses e suecos representam, respectivamente, 12,1% e 9,5% da afluência turística. Lisboa recebe 32,4% de visitantes portugueses, 18,2% de turistas espanhóis; também os visitantes alemães (7,5%), italianos (6,7%), ingleses (6,5%) e franceses (6,0%) apresentam uma expressão importante no total dos que visitam a capital portuguesa. Por outro lado, a maior parte dos turistas que optam pelo Algarve são provenientes do Reino Unido (36,3%), Portugal (23,9%), Alemanha (11,4%) e Países Baixos (8,9%). Também os visitantes do arquipélago da Madeira são sobretudo ingleses (25,2%) e alemães (24,8%); os turistas nacionais constituem 14,4% da afluência.

Relativamente ao turismo em Espanha, a afluência é, também, essencialmente dominada pelos espanhóis, que representam, para todas as regiões consideradas (excepção das *Baleares*, *Canarias*, *Andalucía* e *Cataluña*), mais de 70% dos visitantes. É nas ilhas *Baleares* e *Canarias* que os turistas estrangeiros assumem maior importância; destacam-se os visitantes alemães, que representam respectivamente 38,4% e 25,2%, e os ingleses que se situam nos 25,3% e 20,3%, respectivamente. Além dos 66,7% de visitantes espanhóis, a *Andalucía* recebe 9,5% de turistas ingleses e 6,4% de alemães. A *Cataluña* é também visitada maioritariamente por espanhóis (48,8%); recebe ainda 11,4% de turistas ingleses, 10,8% de franceses e 6,2% de italianos.

Regiões como *Aragón*, *Asturias*, *Cantabria*, *Castilla León* y *Castilla-La Mancha* caracterizam-se pela afluência dos turistas nacionais; representam respectivamente 87,2%, 91,4%, 88%, 84,8% e 88,6% do turismo nestas regiões. Na *Comunidad Valenciana*, o turismo nacional tem um peso de 72,7%; os visitantes ingleses representam 13,6% do turismo nesta região.

Na *Extremadura* e *Galicia*, os visitantes espanhóis representam

89,7% e 84,6%, respectivamente, da afluência turística, contribuindo os portugueses em 5,8% para o turismo na *Galícia*. Além dos 82,8% de espanhóis, *Navarra* recebe 5,1% de turistas franceses e 3% de alemães. A capital espanhola é visitada por turistas das mais variadas proveniências; no entanto, 70,5% desta afluência é constituída pelos próprios espanhóis, registando-se 5,7% de turistas dos EUA e 4,6% do Reino Unido.

Os resultados obtidos indicam que os turistas espanhóis constituem 45% de toda a afluência turística em Portugal e Espanha, os portugueses representam 12,1%, os ingleses 13,5% e os alemães 9,7%. Analisando agora as regiões portuguesas e espanholas cuja afluência tem mais peso no turismo ibérico, constata-se que:

a) dos turistas portugueses, 24,5% prefere o Algarve; 17,5% opta por visitar a região de Lisboa; 16,9 % escolhe o Norte; 16,9% selecciona o Centro de Portugal e 6% viaja pelo arquipélago da Madeira; demonstram, pois, preferência pelo turismo interno ou doméstico;

b) os turistas espanhóis dão preferência à região da *Andalucía* (19,1%), *Cataluña* (12,5%), *Comunidad Valenciana* (10,4%), *Madrid* (10,3%), às *Islas Canarias* (4,6%) e *Baleares* (3,3%);

c) os ingleses optam, preferencialmente, pelo Algarve (33,1%), *Baleares* (13,5%), Madeira (9,4%), *Cataluña* (9,7%) *Andalucía* (9,0%), *Canárias* (8,7%) e *Comunidad Valenciana* (6,4%);

d) os alemães visitam prioritariamente as ilhas *Baleares* (28,4%), as *Islas Canarias* (15,1%), o Algarve (14,5%) e o arquipélago da Madeira (12,8%).

As regiões mais representativas no turismo ibérico são a *Andalucía* (12,8%), o Algarve (12,4%) e a *Cataluña* (11,5%).

Ao conjunto de dados em análise, aplicou-se a técnica de Análise de Correspondências. Na representação, o primeiro eixo recolhe 51,9% da variabilidade dos dados e o segundo eixo 27,8%, o que perfaz um total de 79,8%, indicando que é possível obter uma representação bidimensional com uma boa qualidade. O Teste do Qui-Quadrado para a independência ($p\text{-value} < 0,001$) indica a existência de uma relação clara entre as regiões portuguesas e espanholas visitadas pelos turistas e o país de proveniência.

Na projecção das regiões em estudo no espaço bidimensional (Fig.1), as contribuições relativas dos pontos à inércia das dimensões indicam que o Algarve é a categoria que mais contribui para o posicionamento do eixo 1 (com uma contribuição relativa de 0,212), sendo as *Islas Baleares* a que mais contribui para o posicionamento do eixo 2 (com uma contribuição relativa de 0,263), seguidas do Centro e

do Norte de Portugal (com contribuições relativas de 0,175 e 0,151, respectivamente). Assim, o eixo 1 parece opor o turismo português ao turismo espanhol, enquanto o eixo 2 opõe um turismo caracterizado pela busca de sol e praia, típico do Algarve, Madeira, *Baleares* e *Canarias*, a um turismo de natureza mais cultural, que as restantes regiões oferecem.

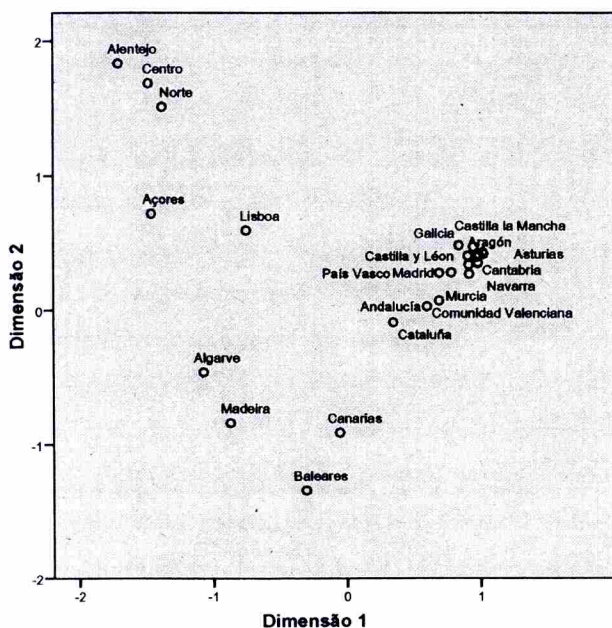


Fig.1: Representação das regiões em estudo no espaço bidimensional.

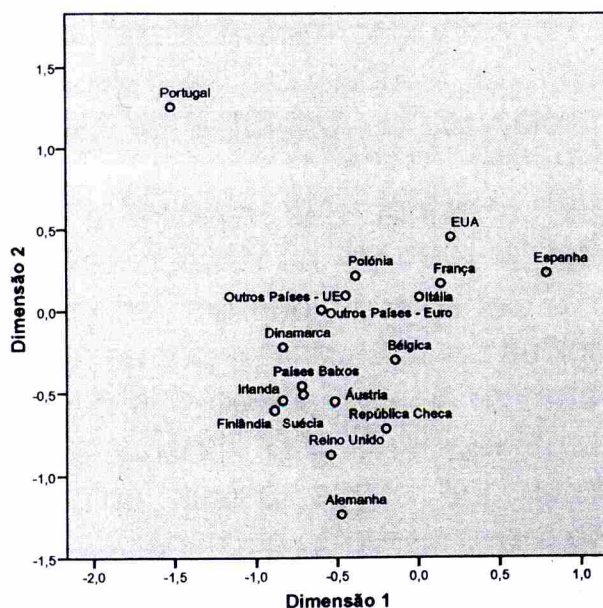


Fig.2: Representação dos países de proveniência dos turistas em estudo no espaço bidimensional.

É também importante observar as contribuições relativas das dimensões à inércia dos pontos, que traduzem não só a quantidade de variância de cada categoria que é explicada por cada dimensão, como dão também indicação acerca da qualidade de representação dos pontos na solução final. Assim, associadas ao eixo 1 temos a *Andalucía* (com uma contribuição relativa deste eixo de 0,981) e as regiões de *Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Comunidad Valenciana, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja e Ceuta y Melilla* (todas elas com contribuições relativas do eixo 1 superiores a 0,8). Ao eixo 2 surgem sobretudo associadas as ilhas *Canarias* e *Baleares* (com contribuições relativas deste eixo de 0,862 e 0,708, respectivamente).

Por sua vez, na projecção dos países de proveniência em estudo no espaço bidimensional (Fig.2), as contribuições relativas dos pontos à inércia das dimensões indicam que Espanha e Portugal são as categorias que mais contribuem para o posicionamento do eixo 1 (com contribuições relativas de 0,423 e 0,415, respectivamente), sendo também Portugal, Alemanha e Reino Unido que mais contribuem para o posicionamento do eixo 2 (contribuições relativas de 0,389, 0,303 e 0,210, respectivamente). Assim, o eixo 1, parece opor os turistas portugueses aos turistas espanhóis, enquanto o eixo 2 evidencia o facto de os principais clientes do turismo português serem provenientes da Alemanha e Reino Unido.

Assim, associados ao eixo 1 temos sobretudo os turistas espanhóis (com uma contribuição relativa deste eixo de 0,926) e os portugueses (com uma contribuição relativa deste eixo de 0,658). Ao eixo 2 surgem sobretudo associados os alemães (com uma contribuição relativa deste eixo de 0,642) e os ingleses (com uma contribuição relativa deste eixo de 0,541).

A representação conjunta das regiões e dos países de proveniência dos turistas em estudo no espaço bidimensional (Fig.3) sugere que o Alentejo, o Centro e o Norte de Portugal se diferenciam. Em particular, estas regiões caracterizam-se por uma afluência turística sobretudo nacional. Também no arquipélago dos Açores os visitantes nacionais assumem uma representação importante, em termos de afluência turística, ainda que outros países europeus constituam mercados emissores de relevo na região açoriana.

No Algarve, Ilhas da Madeira, *Canarias* e *Baleares* encontra-se um tipo de turismo semelhante, apreciado pelos turistas do Reino Unido, Irlanda, Alemanha, Finlândia, Países Baixos, Suécia, Áustria e República Checa.

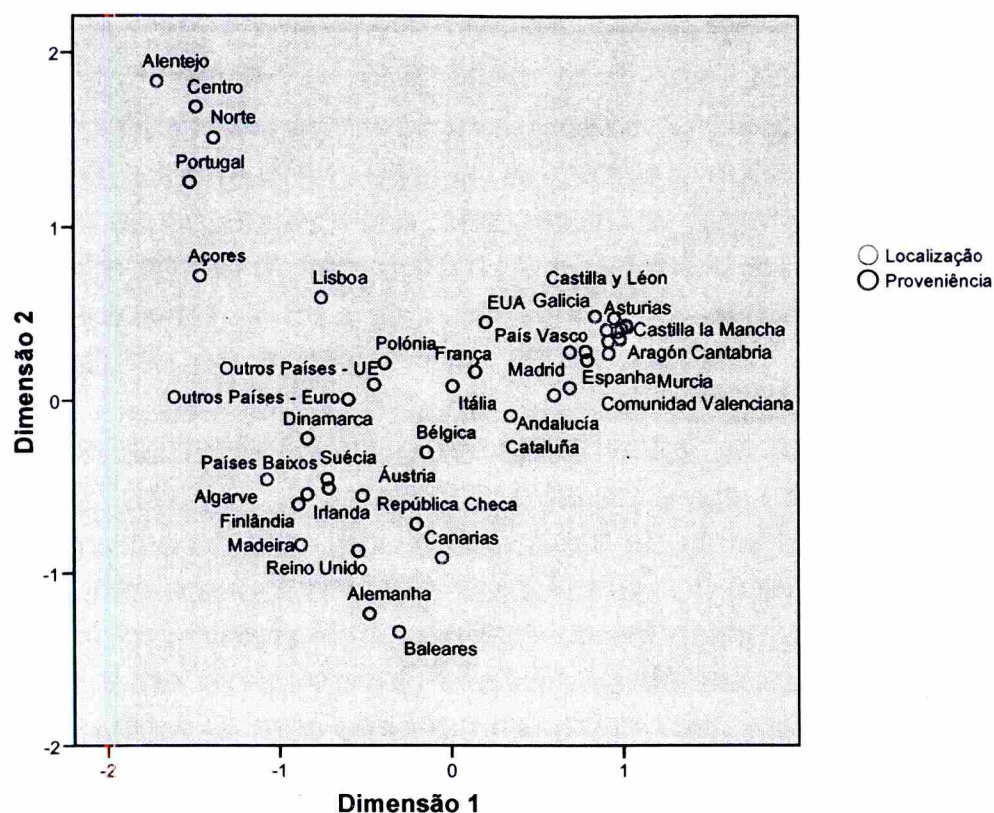


Fig.3. Representação conjunta das regiões e dos países de proveniência dos turistas em estudo no espaço bidimensional.

As regiões da *Cataluña*, *Andalucía*, *Comunidad Valenciana*, bem como as capitais portuguesa e espanhola, distinguem-se das restantes pela diversidade de turistas que recebem, provenientes dos mais variados países. Por sua vez, *Aragón*, *Asturias*, *Cantabria*, *Castilla y León*, *Castilla-La Mancha* são regiões visitadas sobretudo por espanhóis, ou seja, o turismo interno assume grande importância.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível identificar a existência de um eixo comum ao desenvolvimento do Turismo em Portugal e Espanha. Como factores que favoreceram a procura, destacam-se aspectos como as condições naturais e climatéricas, o elevado grau de competitividade em termos de preços, o sentido de hospitalidade, a peculiaridade das culturas e as acessibilidades. Na verdade, a afluência turística dominante na Ibéria é

maioritariamente portuguesa e espanhola. Todavia, a Península atrai visitantes doutros países, de acordo com os interesses e necessidades dos mesmos.

Em Espanha desenvolve-se, hoje, um turismo de massas, mais forte e mais sólido, enquanto actividade económica, do que o dominante no contexto português. Em Portugal vive-se o desafio da diversificação. O seu equilíbrio e o seu crescimento sustentado dependem fortemente de factores como: a diversificação de mercados; o desenvolvimento de produtos e de motivações, a par da adopção de estratégias empresariais baseadas na inovação e na divulgação; o desenvolvimento e na resposta às motivações e necessidades dos clientes.

Actualmente, as vulnerabilidades mais significativas no turismo português decorrem da excessiva concentração: *a) em termos de mercado de origem* (mais de metade das dormidas de estrangeiros na hotelaria global provém do Reino Unido e da Alemanha e cerca de dois terços de dormidas em todos os meios de alojamento provém destes dois países e da Espanha); *b) territorial* (só o Algarve detém mais de 40% da oferta turística nacional e, em conjunto com a Costa de Lisboa, absorve 70% de todas as dormidas de estrangeiros); *c) em atractivos e motivações* (o sol e o mar são a base essencial de oferta; aposta-se fundamentalmente nas motivações que estão na origem da procura do sol e do mar).

Algumas regiões portuguesas, embora disponham de condições naturais e culturais susceptíveis de reterem os visitantes, apesar de serem atravessadas por importantes correntes turísticas, permanecem meras zonas de passagem; não possuem equipamentos adequados nem revelam capacidade para criar condições mínimas de retenção.

BIBLIOGRAFIA

- American Express (2007); *Guia American Express Espanha*, Dorling Kindersley; Civilização Editores; Lisboa.
- American Express (2005); *Guia American Express Portugal*, Dorling Kindersley; Civilização Editores; Lisboa.
- Confederação do Turismo Português (2005); *Reinventando o Turismo em Portugal: estratégia do desenvolvimento turístico português no 1.º quartel do século XXI*, Confederação do Turismo Português; Lisboa.
- Cunha, L. (2003); *Introdução ao Turismo*, Verbo, Lisboa.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982); *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman; London,.

Organização Mundial de Turismo (2003); *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*, Porto Alegre: Bookman.

Turismo de Portugal, Destinos. Retirado a 20 de Janeiro de 2008 de <http://www.visitportugal.com/Cultures/pt-PT/default.html>

Turismo de Espanha, Comunidades Autónomas. Retirado a 20 de Janeiro de 2008 de <http://www.spain.info/TourSpain/Destinos/mapas/sus+Comunidades+Autonomas.htm?Language=es>.