16º Congresso da APDR

Universidade da Madeira, Funchal

Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 Julho 2010

ACTAS

Proceedings

ISBN 978-989-96353-1-9

APDR

TURISMO ACTIVO E LEVADAS: QUAIS OS ACTIVOS NA FRONTEIRA ENTRE O TURISMO E O DESPORTO?

António Alves (antoniompalves@gmail.com) - Universidade da Madeira
Jorge Soares (j.soares@uma.pt) - Universidade da Madeira
Centro de Investigação em Desporto, Saúde e Desenvolvimento Humano
António Almeida (amma@uma.pt) - Universidade da Madeira

Resumo

As pessoas viajam cada vez mais à procura de novas experiências, novas vivências associadas a diversas práticas activas. Conciliar a actividade física com a escolha do destino da viagem é uma prática cada vez mais comum entre os turistas, com a consequência que o desporto tem a necessidade de recorrer aos serviços e aos conhecimentos do turismo, e vice-versa, surgindo em consequência o turismo desportivo. O uso do desporto como uma mais-valia para o turismo tem vindo a aumentar desde a década de oitenta em linha com o surgimento de uma nova filosofia de gestão do conceito que combina "aventura", ecoturismo e os aspectos culturais do destino turístico – O Turismo Activo – uma forma de organização que põe a tónica na actividade do próprio turista.

O presente estudo decorre de um trabalho de campo realizado na Região Autónoma da Madeira relativo à percepção do turista activo (no geral) que procura em usufruir das levadas, ponto forte nos factores de atracção na região. Os objectivos do trabalho incidiam sobre um conjunto de itens tais como caracterizar o perfil do turista activo e do turista que procura as Levadas, perceber que motivações afectam a escolha do destino Madeira e perceber se o turista, quando opta pelo destino Madeira considera a prática de actividade física como um factor decisivo. Pretende-se também determinar de forma aproximada o impacto económico dos turistas das levadas no desenvolvimento da economia e do turismo da Madeira.

Nesse sentido aplicamos um questionário estruturado a um conjunto representativo de turistas que pratica as levadas. Baseado em análise multivariada identificamos o perfil representativo do turista activo e apaixonado pelas levadas. Concluímos também do impacto de variáveis sócio-demográficas nos índices de satisfação dos turistas. O

contributo desta comunicação no âmbito do turismo activo deriva do facto de se tratar de um trabalho pioneiro nesta área especifica e permitir estabelecer um roteiro de análise da problemática.

Palavras chave: Turismo Activo; Ecotursimo; Turismo; Desporto; Actividade Física; levadas.

INTRODUÇÃO

Mais do que sítios diferentes ou oportunidades de descanso, as pessoas viajam cada vez mais à procura de novas experiências, novas vivências associadas a diversas práticas activas. Conciliar a actividade física com a escolha do destino da viagem é uma prática cada vez mais comum entre os turistas.

O Desporto e o Turismo, constituem os dois grandes fenómenos sociais do século XX. A previsão é continuar a desenvolverem-se e a convergirem, tornando-se interdependentes.[2]

O turismo é considerado uma das fontes de riqueza principais a nível mundial, podendo gerar mais rendimentos que a própria Indústria, e o desporto está consolidado como a principal actividade físico-recreativo-lazer.

Naturalmente, uma questão que pode surgir em consideração às experiências do turismo desportivo é: «O que vai ser experimentado?". Aqui, Weed & Bull's (2004) conceptualizando o desporto turismo, como resultantes da interacção da actividade, as pessoas e o local poderão ser úteis. Weed (2005) sugeriu que qualquer um, ou todos esses três elementos, podem ser a parte fundamental da experiência, mas que alguma interacção entre eles é o que torna o desporto turismo uma experiência única, algo que está relacionado com algo mais, do que a simples soma do desporto e turismo. [11]

Com o Turismo e o Desporto associados, surgem três tipos de comportamentos[10]: 1º - desporto turismo activo – onde os participantes viajam para fazer parte de uma actividade física ou desportiva; 2º - desporto turismo de evento – onde os participantes viajam para assistir a um evento desportivo e por último, desporto turismo nostalgia, onde os participantes viajam para visitar atracções associadas a actividades físicas ou desportivas.

As relações entre, actividade física-desportiva-recreativa e turística aumentam cada vez mais, devido às transformações qualitativas e quantitativas do tempo livre, às alterações de valores que regulam a nossa sociedade, à adopção de estilos de vida saudáveis, à preocupação com a higiene e saúde, à valorização da imagem pessoal, entre outros factores.[2]

O Turismo de lazer, está determinado pela estrutura sócio económica, que condiciona o estilo de vida das pessoas e consequentemente o destino turístico. Nesta perspectiva, têm que surgir novas ofertas e diversificadas, há a necessidade de se adequar as ofertas aos novos "tipos" de clientes. [2]

A sociedade contemporânea surge de uma forma muito marcada com uma ligação da actividade física ao lazer, ou de uma cultura do corpo nas actividades de lazer.[3]

Conciliar a vertente desportiva, com a escolha do destino de viagem ou de férias é uma prática cada vez mais comum entre os turistas portugueses.

Face a todas estas exigências, e para se enquadrar no panorama descrito surge o Turismo Activo, uma forma de organização que põe a tónica na actividade do próprio turista. O que lhe é oferecido é um programa em que o fundamental não é o que lhe é dado, mas o que a actividade que ele desenvolve lhe permite descobrir.[4]

No Turismo Activo integram-se vários tipos de actividades, como por exemplo os passeios a pé, passeio de btt, safaris fotográficos, provas de orientação por carta e bússola, escalada em parede natural, canyoning, rotas temáticas como as gastronómicas.

Pode-se dizer, que um dos pontos mais marcantes, nesta alteração de paradigma do turismo, é a passagem de um turismo inactivo, em que o objectivo era "desligar" e isolarmo-nos do mundo, para um turismo activo onde o objectivo é também viver nos limites o contexto da viagem e retirar desta a maior quantidade e a melhor qualidade de vivências e experiências marcantes.[6]

Parece fora de dúvida que o Turismo Activo, é uma das tendências mais fortes do mundo actual, interessa perceber se este, pode contribuir no combate à sazonalidade.

Com actividades diversificadas, devidamente organizadas, adequadas aos interesses e necessidades dos turistas de forma a melhorar a imagem do destino, a satisfazer o cliente e consequentemente a fidelizar o cliente ao destino.

Três componentes caracterizam o turista/turismo activo: Activo**,** o turista tem de participar activamente no processo de visita. Ele está disposto a correr, andar, subir, nadar, e pular. Ele quer divertir-se e desfrutar. Social, o turista respeita a cultura e as tradições locais. Ele não vai para espalhar a sua própria cultura, mas ele quer aprender com a cultura estrangeira (do próprio local, as suas tradições, hábitos e costumes), por último temos a componente ecológica**,** onde o turista admira os valores da biodiversidade e protege activamente o meio ambiente.[7]

Este tipo de turismo, o Turismo Activo, vai ganhando cada vez mais adeptos, neste contexto, o turismo alternativo (de qualidade) surge como um segmento de extrema força, passando a ser visto como um tipo de turismo, que se opõe ao turismo de massas.[1]

Com a realização deste trabalho, pretende-se c*aracterizar o perfil do turista das levadas; determinar o* impacto económico dos turistas das levadas no desenvolvimento da economia e do turismo da Madeira; perceber se o turista, quando escolheu para as suas férias o destino Madeira, associou à mesma, a prática de actividade física; identificar quais os atributos das levadas mais valorizados pelos turistas; Quais as principais motivações que o/a levaram a escolher a Ilha da Madeira como destino turístico e finalmente identificar a predisposição dos turistas em pagar uma taxa ecológica, em benefício da natureza.

MATERIAL E MÉTODOS

Foi elaborado um questionário para o publico alvo – o turista das levadas. Para que o mesmo chegasse aos turistas contamos com a colaboração das unidades hoteleiras, das empresas de animação turística desportiva, dos guias de montanha e directamente *"in loco"* nas levadas. Para a validação do questionário recorremos a experts na matéria.

A análise estatística foi efectuada com o apoio do SPSS versão 18.0 para Windows

e ao programa Microsoft Office Excel 2007.

Nas hipóteses que se testaram utilizamos como referência para aceitar ou rejeitar a hipótese nula um nível de significância (α) $\leq 0{,}05$.

Utilizamos o teste de Mann-Whitney porque comparamos dois grupos em variáveis dependentes de tipo ordinal. Utilizou-se o coeficiente de correlação de Spearman porque

as variáveis são de tipo ordinal. Utilizou-se o teste de Kruskal-Wallis porque comparamos mais de dois grupos em variáveis dependentes de tipo ordinal. Nos casos em que encontrarmos diferenças significativas e porque o SPSS até à versão 18.0 não tem testes de comparação múltipla a posteriori para o teste de Kruskal-Wallis vamos proceder como descrito em Maroco (2007). Basicamente consiste em ordenar a variável dependente através do procedimento Rank Cases e depois utilizar os testes de comparação múltipla da Anova One-Way sobre a nova variável ordenada. Os testes de Qui-quadrado utilizaram-se nos casos em que se testava a independência de duas variáveis qualitativas.

RESULTADOS

- **Perfil do turista das levadas**

Feminino – 51,6%; **Casado** – 46,5%; **Idade** (50-59) – 23,9%; **Nacionalidade** – **Alemã** – 24,5%; **Licenciatura** – 35,5%; **Funcionário Publico** – 29,7%; **Hotel 3*** -** 34,8%.

Fig.1

Um dos objectivos a que nos propomos é a caracterização do turista activo das levadas, podemos verificar que embora a diferença não seja muito acentuada predominam as Mulheres com 51,6%.

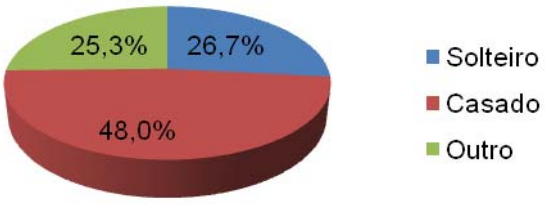

Fig.2

Em relação ao estado civil, os resultados mostram uma superioridade significativa para o turista casado com 48%, o solteiro com 26,7% e outros, onde podemos incluir viúvos, divorciados com 25,3%

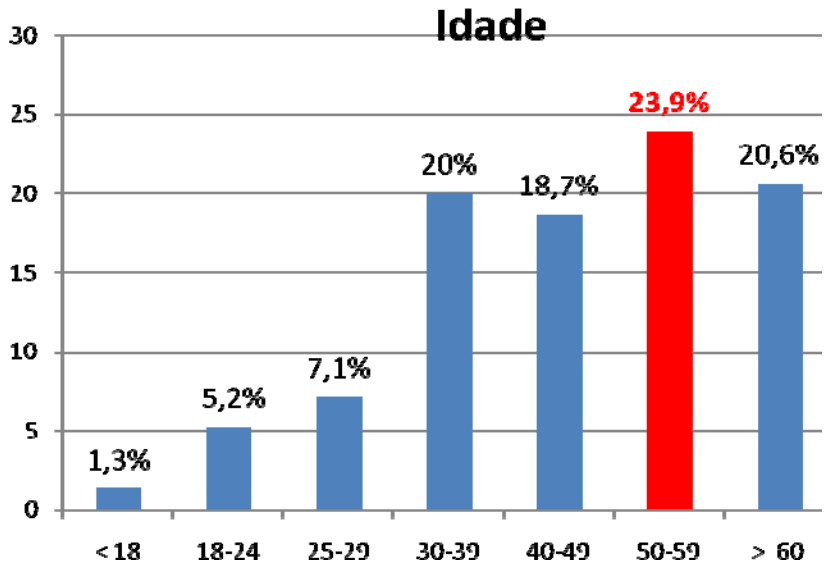

Fig.3

Em relação à idade, o turista das Levadas/Veredas situa-se entre os 50-59 anos, com 23,9%, com 20,6% temos os turistas com mais de 60 anos e com 20% temos os turistas com a idade compreendida entre os 30-39 anos.

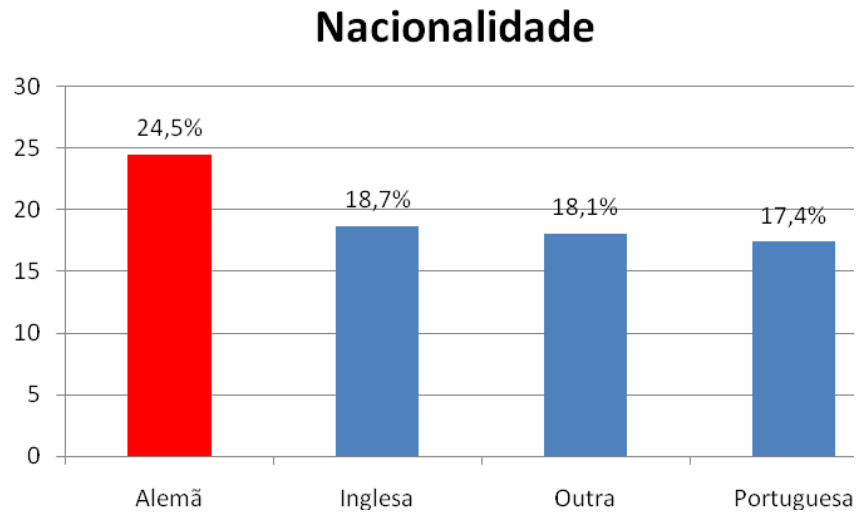

Fig.4

A nacionalidade Alemã é a que predomina com 24,5%, depois temos a Inglaterra com 18,7%, com 18,1% tivemos vários turistas que seleccionaram a opção "outras" e não referiram a sua nacionalidade, dentro dos que referiram podemos incluir países como: Noruega, Áustria e Itália. Em 4º lugar o pais que mais procura a região é Portugal com 17,4%.

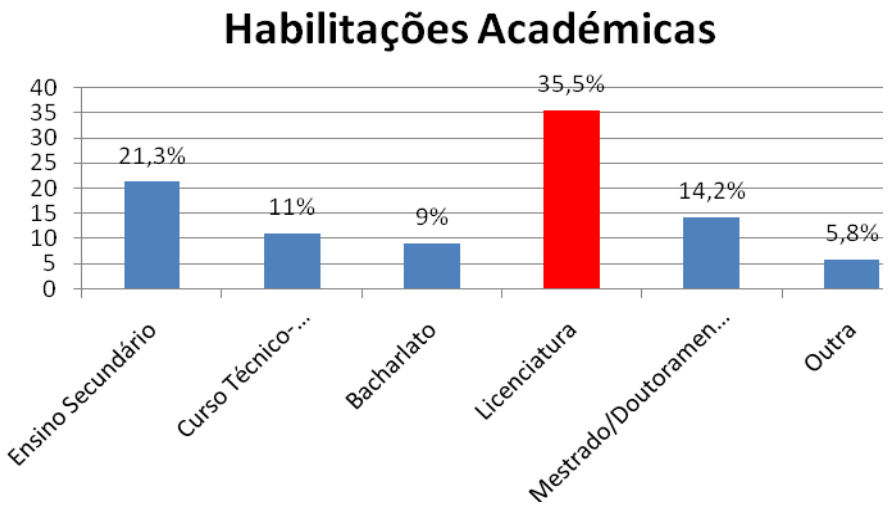

Fig.5

No que diz respeito às habilitações académicas dos turistas das levadas a licenciatura destaca-se com 35,5% e relativamente à profissão dos turistas com 29,7% os resultados indicam-nos que são funcionários públicos.

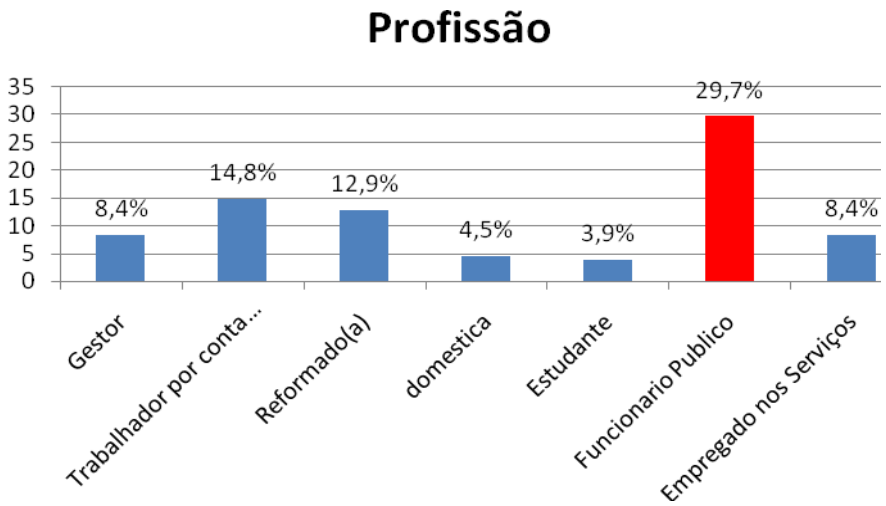

Fig.6

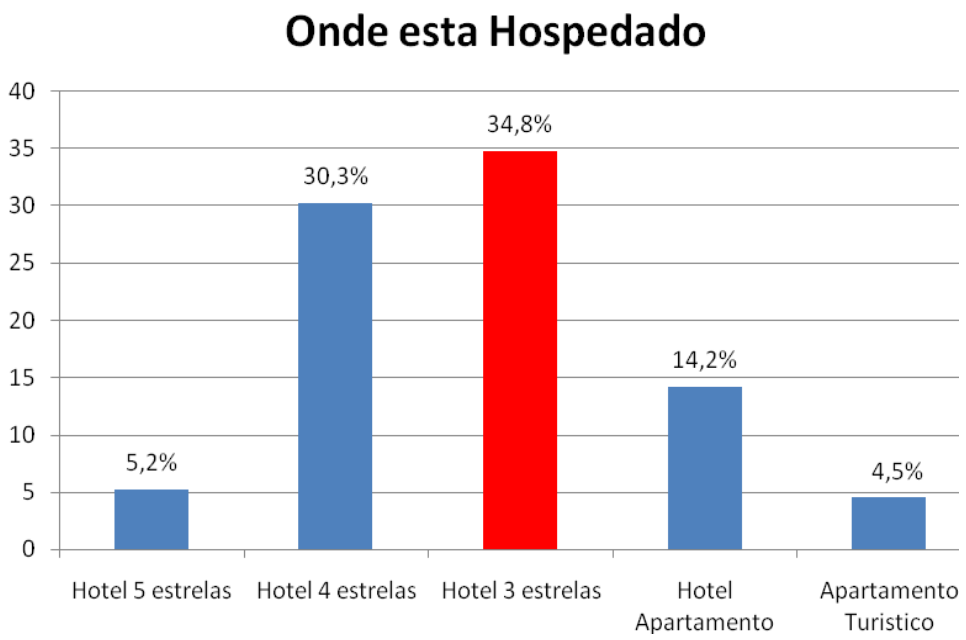

Fig.7

Em relação ao alojamento o turistas das levadas opta pelos Hoteis de 3*** com 34,8%. Podemos dizer que não haverá uma relação directa dos turista das levadas com as unidades hoteleiras superiores. Tendo em conta que o estilo de vida em ferias do turista activo é conhecer desfrutar ao máximo, actividade constate, e o tempo para aproveitar o que a unidade hoteleira lhe tem para oferecer escasseia. Nesta perspectiva interessa a relação qualidade preço.

- **Determinar o impacto económico dos turistas das levadas no desenvolvimento da economia e do turismo da Madeira.**

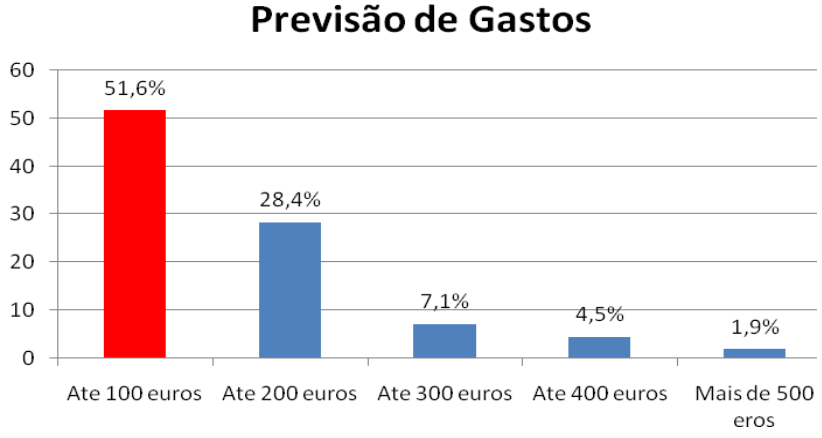

Fig.8

Relativamente aos gastos diários dos turistas das levadas, excluído alojamento e viagem situam-se nos 100 euros com 51,6%, metade dos inquiridos.

Podemos verificar também que os mesmo são gastos em, Alimentação 24,3%, Tours/Excursões 22,1%, Aluguer de Automóvel 10,2%, Actividades Culturais 10%, Actividades Desportivas 9,1%.

- **perceber se o turista, quando escolheu para as suas férias o destino Madeira, associou à mesma, a prática de actividade física**

Numa classificação onde 1 nada dependente e 5 muito dependente, 31% dos turistas atribui a classificação de 4.

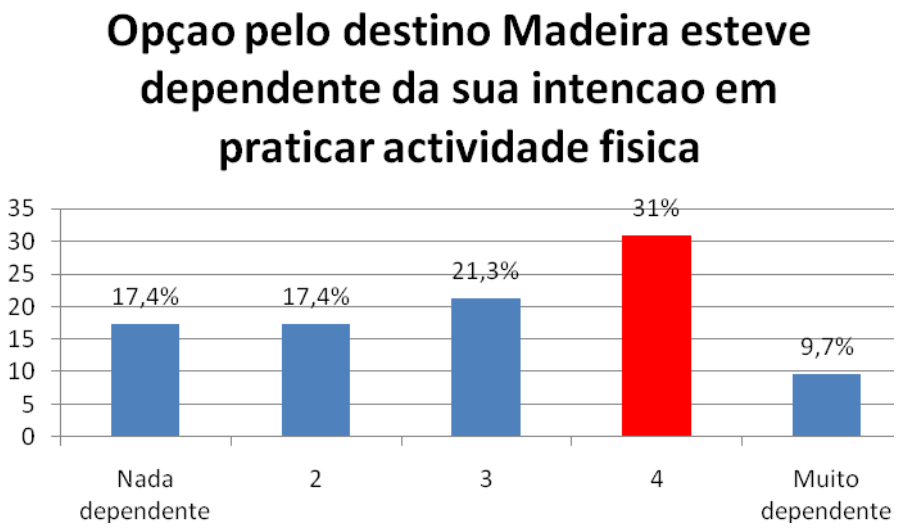

Fig.9

Verificamos que numa escala em que 1 é Nada Dependente a 5 Muito dependente, 31% dos inquiridos optou pelo posição 4. Podemos referir que relação actividade física, no caso, as levadas/veredas, com a Madeira, existe.

- **Identificar quais os atributos das levadas mais valorizados pelos turistas**

1º contacto com a natureza (72,5%);

2º observação de paisagens deslumbrantes (62,2%).

3º Desfrutar de uma sensação de liberdade e bem estar que a natureza proporciona (58,8%)

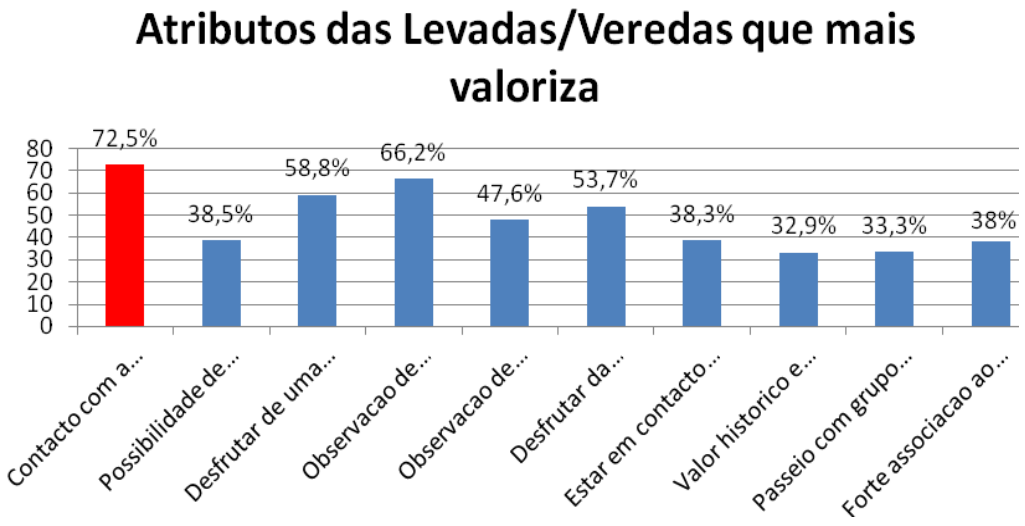

Fig.10

Em relação aos atributos que os turistas mais valorizam nas levadas/veredas temos com 72,5% o contacto com a natureza, observação de paisagens deslumbrantes com 66,2% e com 58,8% desfrutar de uma sensação de liberdade e bem estar que a natureza proporciona, de referir que a resposta a esta questão entra na classificação onde 1é nada dependente e 5 muito dependente. Aos atributos referidos anteriormente todos os turistas deram a classificação de 5.

- **Quais as principais motivações que o/a levaram a escolher a Ilha da Madeira como destino turístico**

Beleza/paisagem – 4,46%

Levadas/Veredas – 4,36%

Clima – 4,25

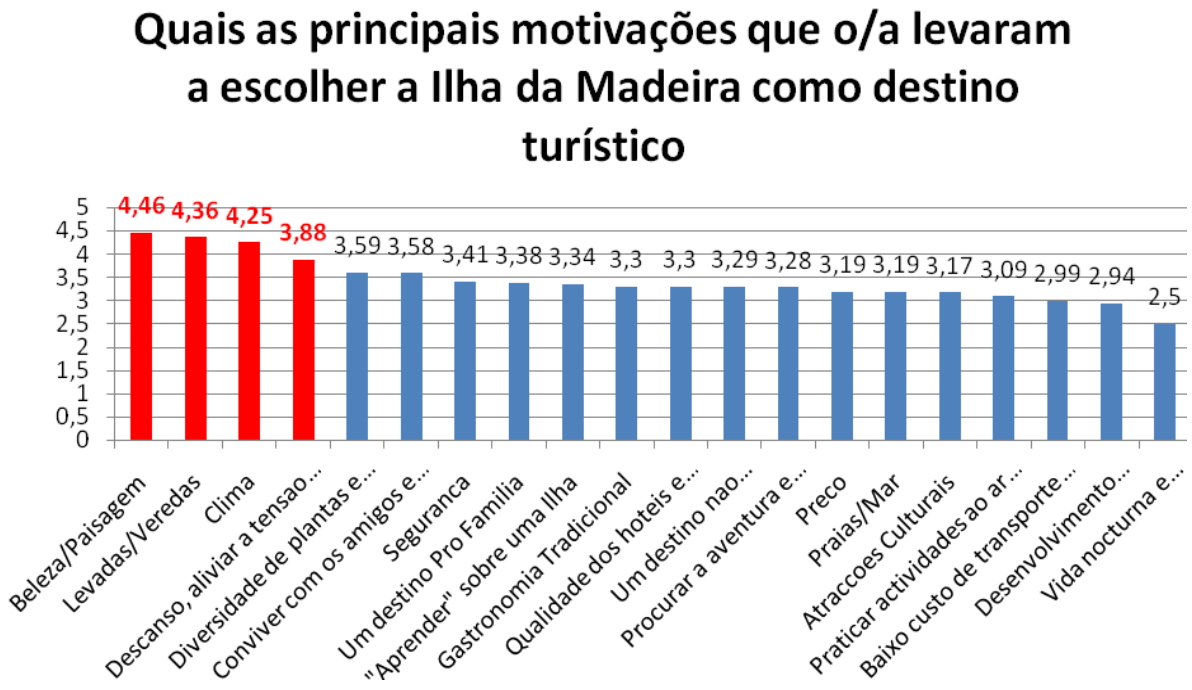

Fig.11

Muitos dos turistas inquiridos diziam que a melhor forma de conhecer a Madeira era através das levadas. Os resultados obtidos assim o provam. Temos a beleza/paisagem com 4,46%, as levadas com 4,36%, e o clima com 4,25% como as três principais razões porque os turistas escolhem a Madeira para as suas ferias.

- **Identificar a predisposição dos turistas em pagar uma taxa ecológica, em benefício da natureza.**

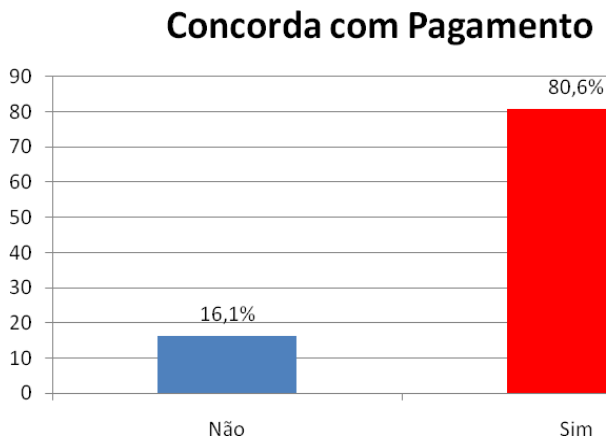

Fig.12

Verificamos que os turistas estão disponíveis para contribuir para uma taxa ecológica 80.6%. Sendo a quantia de 1 euro, a opção escolhida por quase metade do inquiridos, 45,8%.

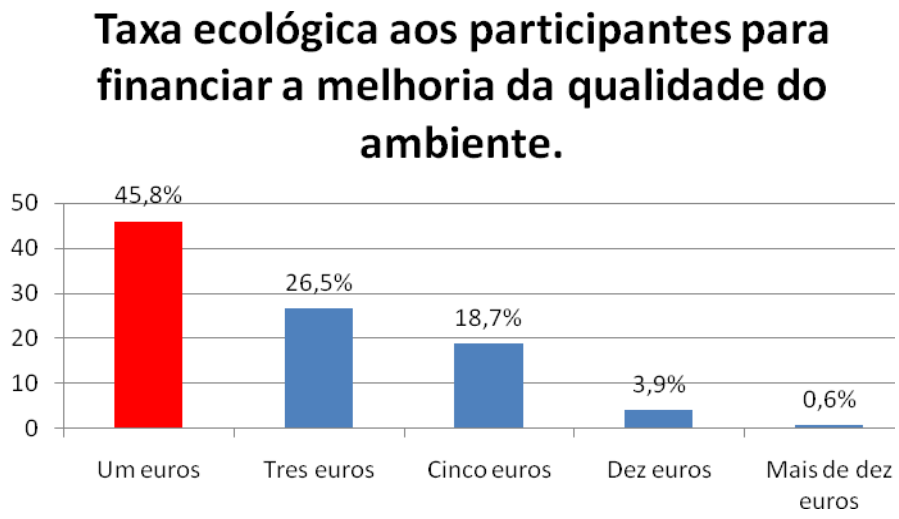

Fig.13

DISCUSSÃO

Os dados obtidos revelam-nos um turista do sexo feminino, casada e que opta por estar sem os seus filhos durante a sua estadia. Constatámos uma fraca procura do destino na faixa etária inferior aos 30 anos, mas verificámos que na faixa etária dos 30 a 39 é a segunda mais predominante. Temos os turistas com a idade compreendida entre os 50 e os 59 os que mais procuram a região. Um aspecto que achamos pertinente é o facto de os turistas apresentarem dados elevados entre os 30 e 39 e os 50 e 59 e entre este intervalo dos 40 aos 49 haver um declínio, ainda que reduzido, de preferência.

Outro ponto de nos suscitou interesse foi o facto de não constatarmos uma relação directa entre os turistas das levadas e o turismo rural. Os turistas continuam a preferir as grandes unidades hoteleiras no centro do Funchal em detrimento do turismo rural.(1,3%)

Em relação aos serviços ou produtos onde o turista gastou o dinheiro, em nove hipóteses de escolha, as actividades desportivas, aparecem como a 5º opção com 9,1%, os Tours/excursões aparecem em 2º lugar, com 22,1%. Em ambos os casos podemos dizer que pode existir uma relação com as levadas. O turista quando procura um

tour/excursão pode ser uma viagem organizada a uma levada, através de uma empresa, se optar ir a uma levada de forma autónoma, podemos associar à opção actividade desportiva.

Uma questão que podemos levantar, é se as levadas não deveriam ser pagas. Quando um turista recorre a uma empresa, para ir à Levada das 25 Fontes, por exemplo, a empresa vai cobrar um valor ao turista, quando a mesma não tem despesa com o produto que vende.

Constatámos que não existe relação nem influencia, entre a imagem que os turistas tem das levadas com a imagem do destino.

As motivações que levaram os turistas a escolher a Ilha da Madeira como destino turístico devido às Levadas/Veredas variam significativamente em função dos países, $\chi^2_{KW} = 8{,}995$, p=0,029.

A análise do teste de comparação múltipla a posteriori indica-nos que os Ingleses são os turistas que atribuem mais importância às Levadas/Veredas e os Portugueses os que lhes atribuem menos importância como factor de motivação para escolher a ilha da Madeira.

Relativamente ao contributo ecológico, não há diferenças estatisticamente significativas na sensibilidade à taxa ecológica entre os diferentes países, $\chi^2_{KW} = 4{,}084$, p=0,252. Apesar de as diferenças não serem significativas os Ingleses são os mais receptivos à taxa ecológica e os Franceses os menos receptivos.

Quando caracterizamos o perfil do turista activo das levadas, numa análise meramente estatística, a idade do nosso turista situava-se entre os 50-59. Num relação entre quais as principais motivações que levaram a escolher a Ilha da Madeira como destino turístico e a idade, verificamos que não há diferenças estatisticamente significativas na procura das Levadas em função da idade, $\chi^2_{KW} = 3{,}210$, p=0,523. Apesar de as diferenças não serem significativas os mais idosos (+ 60 anos) são os que procuram mais as Levadas (o.m.=76,27) e os sujeitos do escalão 50-59 os que menos procuram (62,64).

CONCLUSÃO

A maioria dos turistas, referiram ter sido a primeira vez que estavam na Madeira, (88,4%) referiu que já conhecia e tinha frequentado levadas.

Os turistas quando escolhem a Madeira para as suas ferias, a prática de actividade física, tem uma forte ponderação na tomada de decisão.

A larga maioria dos turistas concordam em contribuir com uma taxa que reverta para a preservação da natureza. O valor mais referido para a taxa foi de 1€ por participante/visitante.

A maioria dos turistas refere que têm um gasto diário de €100, repartindo esse valor principalmente por alimentação, tours e aluguer de automóvel.

As razões mais fortes para a escolha do destino Madeira parecem estar ligadas ao clima favorável, à beleza natural e às levadas e veredas.

O contacto com a natureza a observação de paisagens deslumbrantes e o desfrutar de uma sensação de liberdade e bem estar que a natureza proporciona são os atributos que o turista mais valoriza nas levadas/veredas.

Podemos falar então, na existência de um segmento de mercado de turista activo das levadas e que contribui para o desenvolvimento da economia e do turismo da Madeira.

REFERÊNCIAS

Avila, M. Maio (2003). O lazer ativo como fator de atraçao turística para a cidade de Florianópolis. **Erro! A referência da hiperligação não é válida.** Digital. (Ano 9. No.60)

Gallegos, A. Julio (2007). Líneas de investigación de las actividades físico-desportivas y recreativas en la naturaleza. **Erro! A referência da hiperligação não é válida.** Digital. (Ano 12. No.110)

Mota, J. (2001). Actividade Física e Lazer – contextos actuais e ideias futuras. Revista Portuguesa de Ciências do Desporto. (vol.1, nº1, 124-129)

Barbosa, A. Associação empresarial de Portugal (AEP). Novas estratégias para o turismo – Seminário. 25,26; 27,29; 31; 99,131; 133,165; 167,212; 361,368.

Pires, G. - Agôn Gestão do Desporto. O Jogo de Zeus.

Lourenço e Carvalho (2008).“Turismo de Prática Desportiva: Um Segmento do Mercado do Turismo Desportivo”

http://www.active-tourism.com/index.html

http://www.wttc.org/index.php?LANG=eng

http://www.unwto.org/index.php#

Gibson, H. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. Sport Management Review, 1, 45-76.

Weed,M. (2008). Journal of Sport & Tourism: Sports Tourism Experiences. Vol. 13, No. 1, pp. 1–4.