



## **Ligações Aéreas com a Madeira**

Constrangimentos e perspectivas de crescimento

O efeito do binómio tempo/distância e o mercado *low cost*

Mestrado em Ciências Empresariais

Mestrando

Mário Gil Vieira Fernandes

Orientador: Professor Doutor Fernando Colmenero-Ferreira

Funchal, Fevereiro de 2013

Página em branco



*“... a ilha da Madeira...,  
ela dá de dez a zero em Cannes...  
como lugar, como beleza...”*

**Roberto Farias**

(Presidente da Academia Brasileira de Cinema, em 27/11/2011,  
numa entrevista à Antena 1 Madeira, conduzida por Patrícia Cassaca,  
no âmbito do VI Festival Internacional de Cinema do Funchal).

## **Dedicatória**

À Bárbara, ao João Pedro e ao Mário Gil, à Isabela, à Lígia Margarida, ao Sidónio Manuel e ao Francisco José, meus filhos e meus irmãos, por contribuírem todos os dias para a minha existência.

## **Agradecimentos**

Ao Professor Doutor Fernando Colmenero-Ferreira pela sua disponibilidade em orientar este trabalho e pela sublimidade do apoio prestado.

Ao Conselho de Administração da ANAM, SA, e de forma muito particular ao Engenheiro Duarte Ferreira, pelo apoio prestado e pela pressão saudável.

Ao Francisco José pelos doutos conselhos.

Ao Professor Doutor Carlos Colaço, pela sua disponibilidade e contributo.

Ao Paulo Nóbrega, à Márcia Baptista e ao Álvaro Duarte pela colaboração e informação prestada.

À Sónia Nunes pelo seu apoio e incentivo.

À Patrícia Nunes pelo repto lançado há muitos anos.

Aos colegas da Universidade da Madeira pela amizade e experiências partilhadas.

Aos professores da licenciatura em Ciências da Cultura e do mestrado em Ciências Empresariais, pelos ensinamentos prestados e conhecimentos transmitidos.

A todos os que, direta e indiretamente, contribuíram de forma decisiva para a concretização deste trabalho, **MUITO OBRIGADO!**

## **Índice Geral**

Dedicatória .....	II
Agradecimentos .....	III
Índice de Quadros .....	VIII
Índice de Gráficos .....	X
Índice de Figuras.....	XI
Resumo.....	XII
Abstract .....	XIII
Abreviaturas mais utilizadas.....	XIV
1 Apresentação .....	1
1.1 Razões justificativas globais.....	2
1.2 Razões justificativas regionais.....	12
1.3 Esquema geral do estudo.....	16
1.4 Sinopse do Capítulo I.....	17
2 Pergunta de partida .....	19
2.1 Mercados turísticos tradicionais .....	19
2.2 Análise geográfica das proveniências de passageiros.....	24
Fonte: ANAM, SA .....	25
Fonte: ANAM, SA .....	26
Fonte ANAM, SA.....	28
Gráfico de elaboração própria .....	29

2.3	Mercados tradicionais e mercados emergentes .....	29
2.4	Pergunta de partida .....	31
2.5	Sinopse do Capítulo II.....	32
3	Formulação e delimitação do problema .....	33
3.1	O Turismo em Portugal.....	33
3.2	O Turismo da Madeira .....	35
3.3	As infraestruturas aeroportuárias da Madeira .....	38
3.4	Destino Madeira .....	39
3.4.1	Principais características .....	39
3.4.2	Concorrência .....	45
3.4.3	Promoção.....	46
3.4.4	Taxas Aeroportuárias .....	48
3.5	Sinopse do capítulo III.....	50
4	Revisão da literatura, definição da problemática e dos objetivos.....	53
4.1	O conceito de turismo .....	53
4.1.1	Segundo a origem dos visitantes .....	55
4.1.2	Segundo as repercussões na balança de pagamentos.....	56
4.1.3	Segundo a duração da permanência.....	56
4.1.4	Segundo a natureza dos meios utilizados.....	56
4.1.5	Segundo o grau de liberdade administrativa .....	57
4.1.6	Segundo a organização da viagem.....	57
4.2	As referências programáticas ao Turismo .....	57
4.2.1	O Turismo no Programa do Governo Regional da Madeira, 2011/2015 .....	58
4.2.2	O Turismo no Programa de Desenvolvimento Económico e Social (2007/2013)	59

4.2.3	A Associação de Promoção da Madeira .....	60
4.3	Estudos Recentes sobre o Turismo Regional .....	60
4.3.1	A Evolução do Turismo na Madeira no período de 1975 a 2000.....	63
4.3.2	O Desenvolvimento do Turismo na Ilha do Porto Santo .....	64
4.3.3	Novo Perfil para o Turismo na Região Autónoma da Madeira.....	64
4.4	Mudanças no comportamento dos passageiros.....	65
4.5	A elasticidade na procura do produto turístico .....	67
4.6	Definição da Problemática .....	69
4.7	Definição dos objetivos.....	69
4.8	Sinopse do capítulo IV .....	71
5	Metodologia.....	73
6	Apresentação de dados e resultados.....	79
6.1	Exposição e tratamento dos dados .....	79
6.2	Estudo de <i>benchmarking</i> .....	97
6.2.1	Caracterização dos Arquipélagos da Madeira e das Canárias .....	97
6.2.1.1	Madeira .....	97
6.2.1.2	Canárias .....	98
6.2.2	Pressupostos e indicadores .....	99
6.2.3	Movimento Aeroportuário.....	101
6.2.3.1	Aeroporto da Madeira.....	101
6.2.3.2	Aeroportos das Canárias .....	104
6.2.4	Estabelecimento de comparações entre a Madeira e as Canárias .....	107
6.2.4.1	Análise dos indicadores de tráfego de passageiros .....	109
6.2.4.2	Taxas Aeroportuárias .....	113
6.2.4.3	O efeito <i>low cost</i> .....	115

6.2.4.4	Medidas de tendência central e de dispersão .....	118
6.2.4.5	Investigação e análise de correlações estatisticamente significativas .....	119
7	Resultados, Conclusões e Recomendações .....	123
7.1	Discussão de Resultados e Conclusões Gerais .....	123
7.2	Conclusões específicas.....	135
7.3	Recomendações .....	136
7.4	Futuras investigações .....	137
8	Bibliografia.....	139
9	Anexos .....	143
9.1	Análise de Mercados Verão IATA – Passageiros Desembarcados .....	144
9.2	Análise de Mercados Inverno IATA – Passageiros Desembarcados.....	145
9.3	Análise de Mercados Verão IATA – Movimentos - Aterragens .....	146
9.4	Análise de Mercados Inverno IATA – Movimentos - Aterragens .....	147
9.5	O Turismo no Programa do Governo Regional da Madeira (2011-2015) .....	148
9.6	O Turismo no Programa de Desenvolvimento Económico e Social (2007/2013) ..	153

## **Índice de Quadros**

Quadro 1 - Aeroportos de origem (2011) .....	20
Quadro 2 - Passageiros Aeroporto da Madeira, por origem, 2004/2011 .....	21
Quadro 3 - Voos chegados Inverno IATA 2011/12.....	25
Quadro 4 - Voos chegados Verão IATA 2011 .....	26
Quadro 5 - Variação Frequência Semanal de Voos.....	28
Quadro 6 - Mercados Estratégicos, segundo o PENT (2011) .....	30
Quadro 7 - Mercados em Crescimento, segundo o PENT (2011) .....	30
Quadro 8 - Mercados de Diversificação, segundo o PENT (2011) .....	31
Quadro 9 - Capital Social da ANAM, S.A. ....	38
Quadro 10 – Financiamento à promoção do destino Madeira.....	47
Quadro 11 - Taxas Aeroportuárias dos Aeroportos Portugueses .....	48
Quadro 12 - Taxas Aterragem (> 75 ton) e Passageiros (Schengen) .....	49
Quadro 13 - Custo operação A320 em taxas de aterragem e passageiros.....	49
Quadro 14 - Aeroportos de origem, distâncias e tempo de voo .....	80
Quadro 15 - Principais aeroportos e tempo de voo direto.....	82
Quadro 16 - Principais Mercados .....	83
Quadro 17 - Tempos de voo médios para Lisboa .....	83
Quadro 18 - Mapa comparativo voos diretos para a Madeira e para Lisboa.....	87
Quadro 19 – Dados de voo .....	89
Quadro 20 - Tempos médios Verão e Inverno .....	90
Quadro 21 - Tempo total de viagem com escala em Lisboa .....	91
Quadro 22 - Apuramento dos passageiros em escala, no período da amostra .....	91
Quadro 23 - Total passageiros que efetuam escala antes de chegar à Madeira.....	92
Quadro 24 - Peso relativo dos passageiros que efetuam escala.....	93
Quadro 25 - Comparação passageiros e hóspedes alojados, por nacionalidade .....	94
Quadro 26 – Madeira e Canárias – Demografia, Logística Hoteleira e Rendimento .....	100
Quadro 27 – Indicadores Portugal e Espanha.....	100
Quadro 28 – Passageiros totais e com exclusão dos passageiros ‘domésticos’ .....	100
Quadro 29 – Passageiros Chegados por Cama, com e sem ‘domésticos’ .....	101
Quadro 30 - Passageiros do próprio País que viajam para a Região Insular.....	101
Quadro 31 – Movimento de passageiros no Aeroporto do Madeira (2004 a 2011) .....	102

Quadro 32- Movimento de passageiros, Canárias (2004 a 2011).....	105
Quadro 33 - Tráfego médio, por origem, 2004/2011.....	108
Quadro 34 - Apuramento das divergências passageiros x hóspedes, Madeira, 2011 .....	110
Quadro 35 – Divergências passageiros chegados x hóspedes, Madeira 2011.....	110
Quadro 36 - Passageiros chegados às Canárias, 2011 .....	111
Quadro 37 - Divergências passageiros chegados x hóspedes Canárias 2011.....	111
Quadro 38 - Passageiros desembarcados, Madeira e Canárias, 2011 .....	112
Quadro 39 - Passageiros p/cama, p/habitante, p/km2 e p/US\$ do PIB pc .....	113
Quadro 40 - Taxas de Aterragem e de Passageiros Schengen.....	114
Quadro 41 - Peso dos passageiros <i>Low cost</i> (2011).....	115
Quadro 42 - Percentagem de <i>low cost</i> nos aeroportos portugueses (2011).....	116
Quadro 43 - Passageiros Totais Aeroporto do Porto (2004/2011) .....	116
Quadro 44 - Evolução TAP x <i>Low cost</i> (Porto, 2004/2011) .....	117
Quadro 45 - Medidas de Tendência Central.....	118
Quadro 46 - Tempos de viagem para a Madeira, com e sem escala.....	133

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1 – Turismo Visão 2020 .....	5
Gráfico 2 - Passageiros do Aeroporto da Madeira, por origem, 2010 e 2011 .....	21
Gráfico 3 - Aeroporto da Madeira - Principais origens .....	22
Gráfico 4 - Tendência dos mercados turísticos da Madeira .....	23
Gráfico 5 - Mercados Turísticos da Madeira, média 2004/2011 .....	24
Gráfico 6 - Comparação Verão/Inverno IATA.....	29
Gráfico 7 - Evolução do turismo em Portugal, 2006-2010 .....	34
Gráfico 8 - Mercados estratégicos - Evolução.....	35
Gráfico 9 - Madeira, previsão de hóspedes por tipo de mercado (PENT) .....	35
Gráfico 10 - Financiamento à promoção do destino Madeira .....	48
Gráfico 11- Custo operação A320 em taxas de aterragem e passageiros .....	50
Gráfico 12 - Evolução dos fluxos de passageiros (Madeira, 2004 a 2011).....	103
Gráfico 13 - Passageiros do AM, por origem (top 15), 2004 a 2011.....	103
Gráfico 14 - Movimento de passageiros no AM, (top 15), 2011.....	104
Gráfico 15 - Evolução dos fluxos de passageiros (Canárias, 2004 a 2011).....	106
Gráfico 16 - Passageiros das Canárias, por origem (top 15), 2004 a 2011 .....	107
Gráfico 17 - Principais origens de passageiros, Madeira e Canárias .....	108
Gráfico 18 - Passageiros e taxas aeroportuárias .....	114
Gráfico 19 – Percentagem passageiros <i>Low cost</i> (2011) .....	116
Gráfico 20 - Evolução passageiros totais Porto (2004/2011).....	117
Gráfico 21 - Evolução comparada TAP x <i>Low cost</i> (Porto).....	118

**Índice de Figuras**

Figura 1 - Análise geográfica voos Inverno IATA 2011-12 .....	27
Figura 2 - Análise geográfica voos Verão IATA 2011 .....	27
Figura 3 - Mapa da Madeira .....	98
Figura 4 - Mapa das Canárias .....	99

## **Resumo**

O transporte, neste caso o transporte aéreo para a Madeira, assume particular importância na atividade turística, para mais sendo esta uma região insular e ultraperiférica da Europa, em que a realidade socioeconómica tem como pedra basilar o Turismo que, por si só, representa 25% do PIB.

Frequentemente são apontados como “culpados” pelas cíclicas crises no sector, a promoção (ou a falta dela) e as opções tomadas, a concorrência de destinos mais baratos, o peso das taxas aeroportuárias, os fenómenos climáticos, os incentivos às companhias aéreas e aos operadores, o estímulo à operação *low cost*, as unidades hoteleiras e as camas disponíveis, a distância (tempo de voo) deste destino em relação ao norte da Europa e ao outro lado do Atlântico, a existência ou não de ligações aéreas diretas, um sem número de “razões” em que, provavelmente, todas elas, em maior ou menor percentagem, darão o seu contributo. As infraestruturas aeroportuárias, outrora também “culpadas” por não permitirem operações de longo curso, estão hoje habilitadas para receber voos intercontinentais.

A Madeira, não deixou de ser a “Pérola do Atlântico”, com um clima ameno e profilático, com as levadas e a floresta Laurissilva, com o Vinho Madeira; com a Festa do Fim do Ano, o Carnaval e a Festa da Flor, com as Paisagens únicas, o Mar e a Montanha, o Golf, o Rali da Madeira, atrativos que deveriam ser suficientes para ultrapassar os fatores “negativos” citados. Sê-lo-ão?

Sem a presunção de encontrar soluções milagrosas para algo que vem sendo estudado por profissionais e consultores, pretende-se possibilitar um olhar sob uma outra perspetiva, deixando pistas para uma abordagem diversa, em que se investigam os efeitos dos voos não diretos, o peso das operações *low cost* e se desenha um *benchmarking* com o destino concorrencial das Canárias.

Palavras-chave – Madeira, Turismo, Transportes, Distância, Promoção.

## **Abstract**

The transport, in this case the air transport to Madeira, is particularly important for tourism, even more in the case of Madeira Islands, an insular and outermost region of Europe, where the socio-economic reality depends on the cornerstone of tourism which, by itself, represents 25 % of GDP.

Often cited as "guilty" by the cyclical crises in the sector the promotion (or lack of it) and the options taken, competition from cheaper destinations, the weight of airport charges, the climatic events, incentives to airlines and operators, encouraging low cost operation, the hotel units and beds available, the distance (flight time) to this destination relative to northern Europe and across the Atlantic, the existence or absence of direct air links, a number of "reasons" that probably all of them, a greater or lesser extent, give their input. The airport infrastructure, formerly also "blamed" for not allowing long-course operations, are, nowadays entitled to receive intercontinental flights.

Moreover, Madeira, not ceased to be the "Pearl of the Atlantic", with a mild and prophylactic climate, the Laurel forest, the Madeira Wine, the Feast of the New Year, the Carnival and the Flowers Festival, their unique Landscapes, the Sea and the Mountain, the Golf, the Madeira Rally, all those attractions that should be more than enough to overcome the "negative" factors previously mentioned. Will it be?

Without having the presumption to find miracle cures for something that has been widely studied by various professionals and consultants, we intend to allow a look in a different perspective, leaving clues for a different approach, in which we investigate the effects of the non- direct flights, the share of low cost operations and draw a benchmarking analysis, with the competitive tourist destination of the Canary Islands.

Keywords – Madeira Island, Tourism, Transportation, Distance, Promotion.

### **Abreviaturas mais utilizadas**

AM – Aeroporto da Madeira

ANAM, SA – Aeroportos da Madeira, S.A.

APM – Associação de Promoção da Madeira

APS – Aeroporto do Porto Santo

GRM – Governo Regional da Madeira

IATA – International Air Transport Association

ICAO – International Civil Aviation Organization

IUOTO – União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens

MI – Meeting Industrie

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMT – Organização Mundial de Turismo (o m.q. WTO)

PDES – Plano de Desenvolvimento Económico e Social

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

RAM – Região Autónoma da Madeira

SARS – Severe Acute Respiratory Syndrome, ou síndrome respiratória aguda grave (pneumonia atípica).

UE – União Europeia

WTO – World Tourism Organization (o m.q. OMT ou UNWTO)





## 1 Apresentação

### Objetivos do Capítulo

*Este capítulo tem por objetivo desenvolver a justificação pessoal e institucional para a escolha do tema do estudo. Razões de ordem pessoal relacionadas com um longo percurso profissional ligado à gestão aeroportuária, aliadas ao interesse pelo fenómeno turístico, em particular no que se refere ao seu peso na economia da Região Autónoma da Madeira, levaram-nos a procurar sistematizar a informação disponível e a procurar detetar novas possibilidades estratégicas que possam contribuir para o incremento turístico e para a rentabilização da capacidade disponível, quer das infraestruturas aeroportuárias, quer da capacidade hoteleira existente.*

Ao propormo-nos desenvolver este estudo, assistem-nos um conjunto de razões pessoais que despertaram o nosso interesse pela temática, tendo presente a sua importância para uma Região que, do ponto de vista económico, recolhe no Turismo uma fatia importante do seu Produto Interno Bruto, induzindo à empregabilidade direta e indireta, e influenciando outros sectores da atividade económica, designadamente a hotelaria e seus similares, bem como a construção civil.

Estamos ligados à gestão aeroportuária desde 1981, inicialmente com funções de natureza administrativa, na gestão de aquisições. A partir de 1985 iniciámos uma carreira profissional relacionada com as Operações Aeroportuárias, assumindo a chefia do dito serviço em 1999, o qual compreendia a gestão da infraestrutura aeroportuária do Aeroporto da Madeira. A partir do ano 2002 assumimos, no seio da ANAM – Aeroportos da Madeira, S.A.

as funções de gestor operacional, as quais compreendem um conjunto de missões na gestão aeroportuária, designadamente as de natureza operacional, a que se lhe acrescentam as áreas de inovação, segurança, qualidade e ambiente.

Este percurso profissional criou, de forma natural, a apetência para a aquisição e aprofundamento de conhecimentos nesta área, canalizando para a investigação todo o capital de saberes adquiridos pela prática exercida ao longo de muitos anos, relacionando-o com o fenómeno turístico, procurando indagar as razões para a escolha da Região Autónoma da Madeira como destino turístico, a natureza das suas ofertas, os destinos concorrenciais e, de forma mais apurada, a eventual influência da distância entre os mercados originários e o destino turístico secular que a Madeira representa, quer para o turismo nacional, quer internacional, em particular analisando a problemática dos voos diretos e os voos com escala intermédia em Lisboa ou no Porto.

## **1.1 Razões justificativas globais**

Desde 1980 que o dia 27 de Setembro é considerado Dia Mundial do Turismo. Foi nesse dia que, em 1970, na Cidade do México, a IUOTO (União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens), criada após a II Guerra Mundial, aprovou os Estatutos da Organização Mundial de Turismo (OMT).

A Organização Mundial de Turismo, ou World Tourism Organization, com sede em Madrid, é uma agência especializada da ONU (UNWTO) conta atualmente com 155 estados membros (a que se acrescentam o Vaticano e a Palestina com estatuto de observadores), 7 territórios com estatuto de associados, (incluindo a Região Autónoma da Madeira, desde 1995), para além de algumas centenas de organizações das áreas do turismo e do ensino universitário, entre outras. Funciona como um fórum global para questões de políticas turísticas e como fonte de conhecimento prático sobre o turismo.

O ponto 1 do art.º 3º dos seus Estatutos determina que o objetivo principal da Organização é o de “promover e desenvolver o turismo com vista a contribuir para a expansão económica, a compreensão internacional, a paz, a prosperidade, bem como para o respeito universal e a observância dos direitos e liberdades humanas fundamentais, sem distinção de

raça, sexo, língua ou religião. A Organização propõe-se tomar todas as medidas necessárias para atingir este objetivo.”

Ao longo de décadas, o conceito de Turismo e outros que lhe estão adjacentes, têm vindo a ser aprimorados.

O termo *Turismo* poderá ter a sua origem nos *Grand Tour* realizados pelos aristocratas ingleses a partir da segunda metade do século XVIII, e a sua utilização na literatura terá tido início com Stendhal (1837) em *Mémoires d'un Touriste* .

Em 1937, o comité de estatística da Liga das Nações (antecessora da ONU) propôs considerar como Turismo qualquer viagem durante 24 horas ou mais por qualquer país que não aquele de residência habitual do viajante.

Em 1945, ano da sua criação, a ONU adotou o conceito de que Turismo seria uma viagem superior a 24 horas e até 1 ano, por qualquer país que não aquele da residência habitual do viajante.

No entanto, em 1963 a ONU e a UIOOT (antecessora da OMT), devido à necessidade de harmonizar as estatísticas, e pelo facto de o turismo ser já um fenómeno de massas, entenderam que *Turista* é qualquer pessoa que visita um país que não o do seu local normal de residência, por qualquer motivo desde que não seja decorrente de uma ocupação remunerada dentro do país visitado. Nesta conformidade, definiram dois tipos de visitantes: Turista, visitante temporário que permanece pelo menos 24h num país, e Excursionista, visitante temporário que permanece menos de 24h e não pernoita.

Em 1983 a ONU refinou as definições anteriores contemplando igualmente o turismo nacional.

Desde 1994, embora não haja uma definição única do que seja Turismo, as Recomendações da Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas sobre Estatísticas de Turismo, passaram a definir *Turismo* como as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período consecutivo de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros, e *Turista* como sendo um visitante que se desloca voluntariamente por um período de tempo igual ou superior a 24 horas para local diferente da sua residência e do seu trabalho, sem ter por motivação, a obtenção de lucro.

A opinião da WTO é bem elucidativa do peso atual do Turismo na economia mundial, quando refere que esta atividade constitui um fenómeno económico e social.

Ao longo de décadas o turismo tem experimentado um crescimento contínuo para se tornar um dos sectores económicos que mais cresce à escala mundial.

Segundo a OMT o turismo internacional moveu em 2011 quase 980 milhões de turistas. As previsões a longo prazo publicadas por aquela organização indicam que o número de turistas internacionais será de 1,6 bilhões<sup>1</sup> em 2020, o que implica uma taxa de crescimento anual da ordem dos 4%. O número de turistas no mundo aumentou 4,4% em 2011 em relação ao ano anterior, alcançando 980 milhões, dos quais 503 milhões chegaram à Europa, segundo dados divulgados em janeiro de 2011 pela OMT, não obstante a estagnação económica, as mudanças políticas no Médio Oriente e Norte de África e os desastres naturais, conforme referiu a este propósito Talef Rifai, o secretário-geral da Organização Mundial do Turismo, afirmando esperar que em 2012 seja alcançado 1 bilião<sup>2</sup> de turistas em todo o mundo. A Europa foi a região mundial que obteve melhores resultados em 2011, com um crescimento de 6%.

A Visão do Turismo 2020<sup>3</sup> é a previsão de longo prazo da Organização Mundial de Turismo e a avaliação do desenvolvimento do turismo até aos primeiros 20 anos do atual milénio. Um resultado essencial da Visão do Turismo 2020 é a previsão quantitativa cobrindo um período de 25 anos, tendo 1995 como o ano base e projetando as previsões para 2010 e 2020.

Embora a evolução do turismo nos últimos anos tenha sido irregular, a OMT mantém a sua previsão de longo prazo. Acredita a OMT que as tendências estruturais subjacentes à sua previsão não terão mudado significativamente. A experiência mostra que, no curto prazo, períodos de crescimento mais rápido (1995, 1996, 2000) se alternaram com períodos de crescimento lento (2001 a 2003).

Embora o ritmo de crescimento até 2000, na verdade, tenha ultrapassado a previsão de Turismo Visão 2020, é esperado que a atual desaceleração seja compensada a médio e longo prazo.

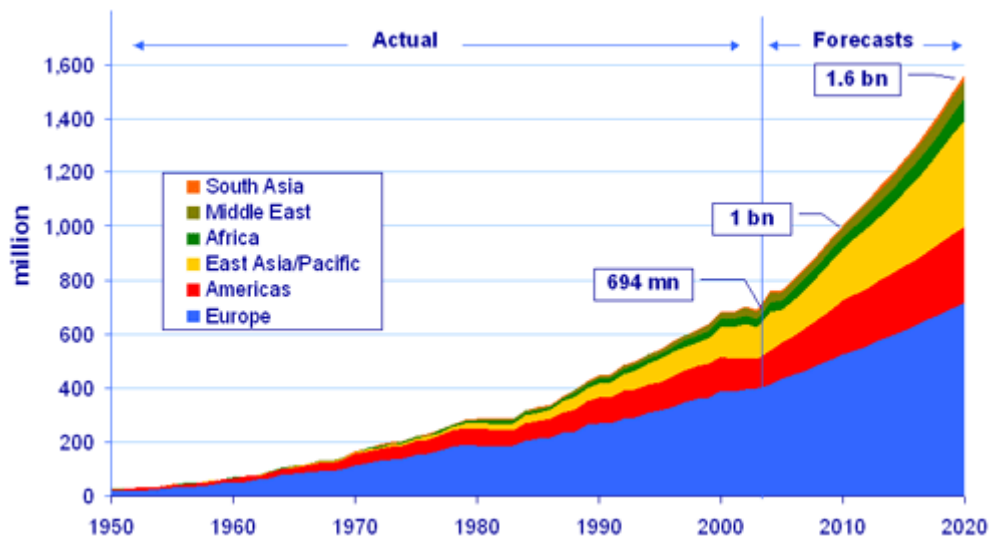
---

<sup>1</sup> É utilizada a ‘escala curta’, utilizada nos países de língua inglesa e no Brasil, em que ‘bilião’ tem o significado na ‘escala longa’ usada nos países europeus, de ‘mil milhões’.

<sup>2</sup> Idem

<sup>3</sup> <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>, captado em 30/08/2012.

Gráfico 1 – Turismo Visão 2020



Fonte: OMT, 2008

O Turismo moderno está intimamente ligado ao desenvolvimento e abrange um número crescente de novos destinos. Esta dinâmica tem transformado o turismo num fator-chave para o progresso socioeconómico.

Hoje, o volume de negócios do turismo iguala ou até supera o das exportações de petróleo, produtos alimentares ou automóveis. O turismo tornou-se um dos *players* principais no comércio internacional e representa, ao mesmo tempo, uma das principais fontes de rendimentos para muitos países em desenvolvimento. Este crescimento está de mãos dadas com uma crescente diversificação e concorrência entre os destinos.

A propagação global do turismo em países industrializados e desenvolvidos tem produzido benefícios económicos e de emprego em diversos sectores relacionados, da construção à agricultura ou às telecomunicações.

A contribuição do Turismo para o bem-estar económico depende da qualidade e das receitas da oferta turística. A UNWTO auxilia os destinos no sentido de um posicionamento sustentável nos, cada vez mais complexos, mercados nacional e internacional. Como agência da ONU dedicada ao turismo a OMT aponta que, em particular, os países em

desenvolvimento têm a beneficiar com o turismo sustentável e atua para ajudar a torná-lo uma realidade.

Conforme Fernandes & Ferreira (2012)<sup>4</sup>, a acessibilidade é um elemento chave no desenvolvimento do turismo, e a acessibilidade e conectividade são fundamentais na geração de receitas provenientes da atividade turística. Os serviços aéreos são um canal para a procura atual, e têm um papel capital na ajuda à conversão da procura latente de turismo em procura real (Raguraman, 1997). Contudo, a problemática dos benefícios económicos dos transportes aéreos é intensa. Primeiro, a recessão mundial de 2008/2009 foi responsável por reduções significativas de capacidade em muitos mercados. Segundo, a atenção crescente em direção às emissões de gases de efeito de estufa provenientes da aviação tem gerado interesses divergentes na mensuração desse valor. Porém, todas estas questões balançam o valor bruto económico dos transportes aéreos contra o custo das externalidades negativas resultantes de emissões associadas. Finalmente, os eventos vulcânicos em Abril de 2010 na Islândia serviram como um lembrete para o turismo e para as indústrias de transporte aéreo de que a operação de transporte aéreo pode estar sujeita a súbitos e múltiplos eventos extremos, como por exemplo a gripe suína no ano de 2008 e a SARS em 2004.

Prossegue o artigo que vimos citando, em relação à importância do transporte aéreo que, para um destino turístico, a frequência e a capacidade dos serviços aéreos desempenham um papel fundamental na facilitação de rota e de tráfego entre a origem e o destino. Esta situação facilmente é empolada no caso específico em que o destino turístico é uma ilha servida quase exclusivamente pelo transporte aéreo, como o caso específico da Madeira. E conclui afirmando que vários estudos examinam o alcance do valor dos transportes aéreos para o turismo. Papatheodorou & Lei (2006), por exemplo, utilizam a Grã-Bretanha como estudo de caso para ilustrar o impacto de três modelos de negócios-chave (companhias de bandeira, charter e *low cost*) em aeroportos regionais britânicos, concluindo que o modelo de baixo custo não foi apenas responsável pelo crescimento do tráfego. Noutro estudo, Graham & Dennis (2010) investigaram uma decisão chave do governo de Malta para incentivar os novos serviços de baixo custo, tendo os autores evidenciado que os novos serviços, com início em 2007, da Ryanair, da EasyJet e da Vueling (entre outros) fizeram crescer o mercado de visitantes a partir de origens como Luton, Pisa e Dublin. Da mesma forma, o trabalho de

---

<sup>4</sup> Fernandes, M. & Ferreira, F., *O efeito da disponibilidade de transporte para a Madeira nos visitantes internacionais*, in Revista Turismo e Desenvolvimento, n.º 17/18, 2012.

Donzelli (2010) sobre o sul da Itália demonstra que os modelos de transporte de baixo custo proporcionam padrões de amortecimento de sazonalidade nas chegadas dentro de um aumento global no número de passageiros.

Mason & Alamdari (2007) referem que as companhias aéreas da União Europeia sempre lutaram para conseguirem resultados financeiros positivos em rotas intraeuropeias. No entanto, a sua operação nestas rotas tem-se apresentado mais como essencial no sustento do tráfego nas suas rotas de longo curso, sendo estas realmente mais lucrativas. Porém, a rentabilidade das operações na Europa é uma questão importante para todas as operadoras da rede da UE, especialmente nos últimos anos em que têm estado a enfrentar uma concorrência muito dura por parte das companhias aéreas de baixo custo. A rentabilidade das rotas de longo curso tem incentivado as companhias na focalização nesse tipo de rotas.

Estabelecida esta breve nota introdutória, iremos complementá-la com a exposição de alguns números-chave<sup>5</sup> que importa ter em conta na apreciação da atividade turística:

A contribuição do turismo para a atividade económica em todo o mundo é estimada em cerca de 5%.

A contribuição do turismo para o emprego tende a ser ligeiramente superior e é estimada na ordem dos 6 a 7% do número total de empregos no mundo todo (direta e indiretamente).

De 1950 a 2010, as chegadas internacionais de turistas expandiram a uma taxa anual de 6,2%, crescendo de 25 milhões para 940 milhões.

Enquanto em 1950 os 15 principais destinos absorveram 88% das chegadas internacionais, já em 1970 a proporção foi de 75%, e de 55% em 2010, refletindo assim o surgimento de novos destinos, muitos deles sendo países em desenvolvimento.

Os 10 principais destinos turísticos do Mundo, são:

França – 79 M

Estados Unidos – 58 M

Espanha – 57 M

China – 53 M

Itália – 43 M

Reino Unido – 30 M

---

<sup>5</sup> OMT, 2008.

Ucrânia – 25 M

Turquia – 25 M

Alemanha – 25 M

México – 23 M

Como o crescimento tem sido particularmente rápido em regiões emergentes do mundo, a participação nas chegadas de turistas internacionais recebidos por países emergentes e em desenvolvimento tem aumentado constantemente, subindo de 32% em 1990 para 47% em 2010.

Previa-se um crescimento nas chegadas de turistas internacionais entre 4% e 5% para 2011, sendo que os dados oficiais da OMT vieram a revelar um aumento de 4,4% (de 939 milhões para 980 milhões).

Segundo um comunicado da OMT datado de 16 de Janeiro de 2012, fazendo o balanço do turismo mundial em 2011, as chegadas de turistas internacionais cresceu naquele ano mais de 4%, atingindo 980 milhões, de acordo com o mais recente Barómetro Mundial do Turismo daquela Organização.

Dada a previsão de que o crescimento iria continuar em 2012, embora a uma taxa ligeiramente mais baixa, as chegadas de turistas internacionais estão a caminho de atingir a marca de um bilhão durante o ano de 2012.

Como se referiu, a chegada de turistas internacionais cresceu 4,4% em 2011, atingindo um total de 980 milhões, em comparação com os 939 milhões alcançados em 2010, tendo o ano de 2011 sido caracterizado pela estagnação económica, pelas grandes mudanças políticas no Oriente Médio e Norte da África e pelos desastres naturais no Japão. Por região, a Europa (6%) teve o melhor desempenho, embora em sub-regiões foi a América do Sul (10%) que ficou em primeiro lugar. Ao contrário do que aconteceu em anos anteriores o crescimento foi maior nas economias avançadas (5,0%) do que nos mercados emergentes (3,8%), em grande parte devido aos bons resultados obtidos na Europa e as dificuldades Oriente Médio e Norte da África.

“O turismo internacional quebrou novos recordes em 2011 apesar das condições difíceis”, referiu o secretário-geral da OMT, Taleb Rifai a propósito da emissão do citado comunicado da OMT. "Para uma indústria que é diretamente responsável por 5% do PIB mundial, de 6% do total das exportações e que emprega uma em cada 12 pessoas em ambas as

economias avançadas e emergentes, os resultados são encorajadores, especialmente quando chegam num momento em que precisamos urgentemente de atividades que estimulem o crescimento e a criação de emprego.”

A Europa ultrapassou o valor de referência de 500 milhões em 2011. Apesar da incerteza económica continuar, o número de chegadas de turistas para a Europa atingiu os 503 milhões em 2011, captando 28 milhões dos 41 milhões de chegadas internacionais adicionais registradas no mundo. Os destinos da Europa Central e Leste, e do Mediterrâneo, (8% cada) foram os mais bem-sucedidos. Embora parte do crescimento na Europa do Sul fosse devido ao deslocamento de turismo que de outra forma teria ido para o Oriente Médio e Norte da África, os destinos do Mediterrâneo também beneficiaram de um aumento do fluxo de mercados emissores como a Escandinávia, a Alemanha e a Federação Russa.

A Ásia e o Pacífico (+6%) receberam mais de 11 milhões de chegadas em 2011, atingindo um total de 216 milhões de turistas internacionais. Ásia do Sul e Sudeste da Ásia (ambos com 9%) beneficiaram de um procura intrarregional forte, enquanto o crescimento foi comparativamente mais baixo no Nordeste da Ásia (4%) e Oceânia (0,3%), devido, em parte, à redução temporária do mercado emissor japonês.

Nas Américas (+4%) as chegadas cresceram 6 milhões, atingindo 156 milhões no total. A América do Sul, com um aumento de 10% pelo segundo ano consecutivo, continuou a liderar o crescimento. A América Central e o Caribe (ambos 4%) mantiveram as taxas de crescimento de 2010. A América do Norte, com um aumento de 3%, atingiu a marca de 100 milhões de turistas em 2011.

A África manteve as chegadas internacionais nos 50 milhões. O aumento de dois milhões registado nos destinos subsaarianos (7%) foi compensado por perdas na África do Norte (-12%). O Oriente Médio (-8%) perdeu, segundo estimativas, 5 milhões de chegadas de turistas internacionais, mantendo-se nos 55 milhões. No entanto, alguns destinos, como a Arábia Saudita, o Omã e os Emirados Árabes Unidos, mantiveram um crescimento constante.

Os dados disponíveis sobre as receitas e despesas do turismo internacional em 2011 estão em linha com a tendência positiva nas chegadas.

Entre os dez principais destinos turísticos, a receita cresceu significativamente nos Estados Unidos (12%), Espanha (9%), Hong Kong (China) (25%) e Reino Unido (7%). À

cabeça dos dez países com maior despesa turística ficaram os mercados emergentes: China (+38%), Rússia (+21%), Brasil (+32%) e Índia (32%), seguidos por mercados tradicionais, embora o aumento dos gastos de viajantes da Alemanha (4%) e EUA (5%) tenha excedido os níveis dos anos anteriores.

O Turismo Internacional, segundo o citado comunicado, encontrava-se, no início de 2012, no caminho certo para atingir um bilhão neste ano, segundo a OMT que esperava que o turismo internacional continuasse a crescer em 2012, embora a um ritmo mais lento, com as chegadas a aumentar entre 3% e 4%, atingindo a marca histórica de mil milhões até o final do ano de 2012. Previa-se que as economias emergentes recuperassem a liderança, com mais forte crescimento na Ásia-Pacífico e em África (4% a 6%), seguidas pelas Américas e Europa (2% a 4%). O Médio Oriente (de 0% a 5%) poderia começar a recuperar algumas de suas perdas a partir de 2011.

Tais perspetivas eram confirmadas pelo Índice de Confiança da OMT. O Painel da OMC, composto por 400 especialistas de todo o mundo, esperava que o setor do Turismo viesse a ter resultados positivos em 2012, embora ligeiramente inferiores ao do ano 2011.

À data de produção do presente estudo não eram ainda conhecidos os resultados do Turismo em 2012. No entanto, em comunicado da OMT<sup>6</sup>, datado de 12 de Setembro de 2012, era referido que “com um recorde de 467 milhões de turistas que viajaram no primeiro semestre de 2012, o turismo internacional permanece firmemente no caminho para chegar a um bilhão de turistas até o fim do ano.”

Em termos nacionais, segundo o Plano Estratégico Nacional do Turismo<sup>7</sup>, o Turismo em Portugal assistiu a um forte investimento por parte dos agentes públicos e privados a ele ligados, visando acompanhar as novas tendências da procura a nível internacional e a qualificação da própria oferta nas regiões e destinos. Esse investimento foi direcionado para os diversos componentes da oferta turística, tendo havido um claro enfoque na melhoria da sua qualidade. Em termos de infraestruturas e equipamentos verificou-se um esforço de qualificação de equipamentos e património público com interesse turístico, bem como da oferta hoteleira. Em particular, assistiu-se nos últimos anos à abertura de um conjunto

---

<sup>6</sup> PR 12051.

<sup>7</sup> Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT), Propostas para revisão no horizonte 2015, ver. 2.0, MEID, 2011.

relevante de unidades de quatro e cinco estrelas, em todo o país, mas com destaque para o Norte, Lisboa e Algarve.

O Turismo interno desenvolveu-se de forma sustentada desde o PENT, com os hóspedes a aumentarem em cerca de 800 mil e as dormidas em cerca de 1,4 milhões entre 2006 e 2010.

Numa apreciação ao setor turístico na Região Autónoma da Madeira, o estudo denominado *Contribuição do Sector do Turismo no PIB Regional (2000)* detetou um conjunto de tendências quanto aos efeitos do Turismo na economia regional, a saber:

- O Turismo tem vindo a aumentar de forma direta a sua quota-parte de responsabilidade de motor da economia regional. Embora não sendo possível quantificar de forma tecnicamente rigorosa e precisa esta constatação, estima-se que o Turismo consolidou a posição de principal motor da economia da Região Autónoma da Madeira;
- O Turismo origina impactes diretos e globais no PIB Regional que se situam entre os 25% e os 30%, já considerando uma análise a preços correntes e um valor regional do PIB a preços de mercado;
- O Turismo contribui para o PIB Regional em termos líquidos, isto é, expurgando aos diversos ramos turísticos as atividades destinadas a habitantes residentes em permanência ou a outros sectores económicos, entre 21% e 24%, considerando também aqui uma análise a preços correntes e um valor regional do PIB a preços de mercado;
- O Turismo, no momento presente, será responsável diretamente por cerca de 12% a 15% dos postos de trabalho existentes;
- O Turismo é responsável em cerca de 30% a 40% da cobertura do Saldo da Balança de Transações Correntes (sem Turismo) pelo Saldo da Balança Turística;
- O Turismo é, simultaneamente, o maior responsável pelo lançamento e execução dos principais projetos estruturantes do desenvolvimento humano, social e económico da Região Autónoma da Madeira, e está a ser o seu utilizador mais relevante, prevendo-se o crescimento tendencial desta situação a curto prazo;
- O Turismo é, na Região Autónoma da Madeira, o causador do aparecimento recente de atividades de valor acrescentado e da criação de meios adequados ao desenvolvimento da investigação e da formação dos recursos humanos;

O Turismo possui na Região Autónoma da Madeira diversos efeitos induzidos, quer na esfera económica, quer nos domínios do desenvolvimento humano e social, por agora impossíveis de quantificação, fruto da convivência da população residente em permanência com a população turística.

Em jeito de conclusão final, o estudo que vimos mencionando, embora reconhecendo que a escassez de informação neste domínio condicionou substancialmente as diversas análises, afirma que o Turismo representa um quarto, pelo menos, da economia regional e que esta tendência, longe de estar estabilizada, tende a crescer. Para tal crescimento, têm contribuído sobremaneira os relevantes investimentos estruturantes realizados em infraestruturas básicas, com destaque para as acessibilidades.

O mesmo estudo ao reconhecer que foi o Turismo o principal motor para o lançamento de tais acessibilidades, também releva que estas vieram criar condições adequadas à desconcentração do Turismo da cidade do Funchal, permitindo assim à Região Autónoma diversificar, desenvolver e sustentar o crescimento da atividade turística ao nível da globalidade do seu território e não só da cidade do Funchal.

## **1.2 Razões justificativas regionais**

O presente estudo tem, naturalmente, uma incidência regional, concretamente assente numa atenção para com o Turismo na Madeira, as acessibilidades, a importância fulcral do transporte aéreo e a natureza e qualidade do alojamento hoteleiro correspondente.

Não poderíamos, por isso, prosseguir sem uma breve referência à História do Turismo na Madeira, suportando-nos, quer por declarações proferidas por responsáveis governativos, quer mencionando estudos já produzidos.

Em recentes declarações, a responsável pela tutela política para o Turismo na Região Autónoma da Madeira, Conceição Estudante, aborda a história do Turismo na Madeira e lembra que as ilhas da Madeira e do Porto Santo “foram achadas ou descobertas pelos portugueses, navegadores do Infante D. Henrique, no dealbar do século XV, quando aportaram à baía abrigada da ilha do Porto Santo em consequência de um temporal. Cerca de um ano depois, aventuraram-se para ocidente, em direção à ilha maior do arquipélago, que

acabaria por lhe fornecer o nome, Madeira, e prossegue recordando que, desde os séculos XVIII e XIX, a Madeira se destacou pelas suas qualidades climatéricas e pelos seus efeitos terapêuticos, revelando-se, a partir da segunda metade do século XVIII, como estância para este fim em função das então consideradas qualidades profiláticas do seu clima, na cura da tuberculose”. E assim, continua Estudante, “até finais do século XIX o Funchal encontrava-se encerrado nas suas muralhas, num núcleo densamente construído, embora as encostas tenham sido rompidas pelas vias de acesso que ligavam pequenos núcleos nas zonas rurais. Só no século XX, com a desvalorização da economia rural, o desenvolvimento do turismo, dos serviços e do comércio, fez com que muita população rural fosse atraída para a cidade. Por outro lado, o avanço da ciência, com a consequente diminuição da mortalidade, fez aumentar expressivamente a população, acentuando a pressão imobiliária e fazendo aparecer inúmeras construções de tipologia unifamiliar, construídas em bairros, em parcelamentos ou de forma clandestina <sup>8</sup>.”

Silva (1985) refere que, percorrendo a História da Ilha desde a sua descoberta até aos nossos dias, podemos afirmar que o fenómeno do Turismo, em termos de duração, não é de origem recente. Nasce no séc. XV, introduzindo-se numa determinação estrutural pelos séculos posteriores, passando necessariamente por movimentos conjunturais que foram moldando a sua vocação primitiva. Segundo esta autora a história do turismo da Madeira está praticamente por fazer. A ausência de um estudo crítico, monográfico, faz colocar questões cujas respostas, para a autora, permanecem indefinidas, nomeadamente a caracterização, conceptualização e periodização do turismo madeirense. E prossegue referindo que nos resta um espólio bibliográfico considerável, múltiplo, mas que se encontra completamente por sistematizar. Nesta linha, constitui a literatura de viagens o manancial informativo mais consultado e inclui os relatos de viagens dos italianos (séc. XV-XVI), dos ingleses, cuja afirmação teve início já no séc. XVII, dominando no campo das publicações até o séc. XX, além dos franceses (séc. XVIII-XIX-XX) e alemães (séc. XIX-XX), sendo impossível, refere a autora, naquele breve estudo, enumerá-los. A completar, os jornais do séc. XIX e XX formam um valioso elemento de consulta, fornecedor de factos, dado o material informativo que contem. É a era do "turismo" terapêutico que depende também da conjuntura europeia de inícios do séc. XIX, em que as guerras liberais europeias bloquearam as vias de acesso às estâncias de cura do sul da Itália e da França, desviando para a Madeira o fluxo marítimo

---

<sup>8</sup> ESTUDANTE, C., O turismo na RAM (I) / Conceição Estudante, In: Jornal da Madeira. - Funchal, 01 de Junho de 2011. - p. 16.

destinado a tais áreas, integrando ingleses, americanos, alemães e russos. Estabelecida a paz, em 1815, o mercado turístico madeirense não se desfez perante os seus potenciais concorrentes, bem pelo contrário, dado que passou a absorver duas correntes turísticas: o turismo de inverno e o turismo terapêutico. Pena é que, reforça Silva (1985), os dados estatísticos sejam praticamente nulos, e que os que existem, extraídos da literatura de viagens, precisariam ser confrontados com outros mais seguros <sup>9</sup>.

Mais tarde no séc. XVII, segundo Fernandes & Ferreira (2012), comerciantes britânicos estabeleceram-se na ilha para se dedicarem à produção de vinho que, entretanto, passara a ser a principal atividade na ilha em detrimento do cultivo de cana-de-açúcar. Seguiu-se um período de forte influência britânica durante o qual a ilha continuou a ser um entreposto comercial muito conhecido e visitado. Durante o séc. XIX a Madeira era já um destino de férias apetecido e conhecido especialmente na Europa. Ilustres personalidades europeias e nacionais, entre políticos, nobres, pintores ou escritores, bem como outros viajantes menos conhecidos, visitavam a Madeira pela sua beleza e pelo clima ameno, uma característica que fez da Madeira o local ideal para recuperar de doenças comuns na época, como a tuberculose, ou simplesmente para escapar ao rigoroso inverno dos países situados principalmente no norte do continente Europeu.

Os visitantes eram, na sua maioria, pessoas com poder económico, pois era extremamente caro viajar na época, e apenas as pessoas de poder económico elevado podiam comportar a despesa inerente.

Segundo Silva & Teixeira (2011), citado por Fernandes & Ferreira (2012), a Madeira tem sido visitada por diversas razões. Desde o seu descobrimento e colonização no séc. XV, durante os primeiros dois séculos após, a ilha foi essencialmente uma região agrícola com a principal cultura a ser a cana-de-açúcar. Nesse período a Madeira foi um importante ponto de passagem na rota comercial do açúcar. Tendo sido visitada por inúmeros mercadores estrangeiros que ficavam encantados com a beleza natural da ilha e passavam essa imagem positiva aos seus conterrâneos quando regressavam aos seus países de origem. Assim começou a ser conhecida no mundo inteiro como uma ilha de excepcionais encantos naturais.

Segundo Costa (1988) o influxo turístico em progresso nas Ilhas Atlânticas dos Açores e da Madeira (nesta última com um percurso mais longo) revelou-se um fenómeno social de

---

<sup>9</sup> *A Madeira e o turismo: pequeno esboço histórico*, coordenação de Iolanda Silva, Funchal, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Direção Regional dos Assuntos Culturais, 1985, p. 57.

complexidade e implicações várias, especialmente nas áreas da economia e da cultura, cujas consequências em termos de mudança serão imprevisíveis, provavelmente ainda por mais algum tempo. A par das alterações de carácter económico, como sejam o aumento de postos de trabalho, a entrada de divisas, a ativação dos sistemas comerciais e o progresso económico em geral, o turismo surge entretanto como agente promotor de uma mudança psicossocial que, se por um lado se revela perturbadora e mesmo desintegradora das estruturas existentes (geradora de uma qualidade humana negativa no estabelecer da interação social), por outro, pode ser motivadora de uma revitalização de perspetivas e práticas estagnadas, através do processo da aculturação. O segredo da dosagem ideal dos elementos que poderão causar tais efeitos, e da canalização dos mesmos na direção desejada, está ainda encoberto em incógnitas que a psicossociologia e/ou a psicologia social poderão de futuro decifrar. A fase atual, prossegue Costa (1988), é ainda a da abordagem e caracterização do problema, do delinear dos seus possíveis contornos, especulando com a observação e procurando paralelos noutros estudos já feitos. Uma simples constatação destes factos leva à conclusão de que a área causadora de perturbação, e portanto de interesse num futuro estudo, parece centrar-se fundamentalmente em dois pontos: numa relação assimétrica que se estabelece entre o turista e determinado sector social local, e ao nível de *stress* e conflito interno existente nos indivíduos desse sector.

Referem Fernandes & Ferreira (2012) que a Madeira, com uma população de apenas 267.938 habitantes (INE, 2011), teve em 2008, o ano com os valores mais elevados da sua história: 1.013.281 hóspedes entrados nos estabelecimentos hoteleiros e 6.208.144 de dormidas em estabelecimentos hoteleiros (Direção Regional de Estatística, 2011). A Madeira, terceira região de Portugal com maior número de dormidas de turistas estrangeiros, apresenta um grau de dependência de 70% – o segundo mais elevado do país – com destaque para os mercados britânico e alemão que representam 61% das dormidas de estrangeiros. A Madeira é essencialmente um destino internacional, sendo o peso dos estrangeiros no total das dormidas, entre 2002 e 2005, de 86%, apresentando estadias médias bastante elevadas (5,6 dias), devido ao elevado peso dos voos *charter*. Em 2005, os voos *charter* constituíram uma parte importante do tráfego aéreo, com cerca de 300.000 chegadas de britânicos, 48.000 chegadas de suecos e 34.500 chegadas de espanhóis (MEI, 2006).

Ainda, segundo o MEID (2011), o Reino Unido, que representou 33% das dormidas de estrangeiros na Madeira, é o segundo país com as melhores acessibilidades por ligações

regulares, seguido da Alemanha – 28% das dormidas de estrangeiros em 2005 – que possui as melhores ligações à Região.

Efetivamente, no caso da Inglaterra temos 7 cidades servidas e 21 ligações semanais no verão e 26 no inverno e, quanto à Alemanha, são servidas 9 cidades, com 12 ligações semanais no verão e 13 no inverno.

Assim, o MEID (2011) considera que o desempenho de Portugal, em geral, tem sido condicionado por lacunas nas acessibilidades aéreas. Considerando que a Madeira só tem acesso aerotransportado, essas lacunas serão críticas quando o turismo assume uma parte significativa da economia desta região.

Segundo a Conta Satélite do Turismo da Madeira, no ano 2001 o contributo estimado do Turismo para o PIB era de 688 milhões de euros, representando 21.3% do PIB e 10.5% do VAB da Região Autónoma. Valores não muito diferentes dos assinalados por Weaver (2001). Segundo este autor, o turismo é o motor que impulsiona as economias de muitas ilhas, representando em muitos casos entre 20 a 50% do PIB e, em alguns casos, como nas Caraíbas, até 75%.

### **1.3 Esquema geral do estudo**

O estudo a que agora nos propomos está estruturado da seguinte forma:

Num primeiro capítulo, como introdução, foi feita a apresentação do estudo, e descrevemos um conjunto de razões que justificam o tema escolhido, fazendo, desde logo, um breve enquadramento do fenómeno turístico à escala mundial e o seu impacto na Região Autónoma da Madeira.

O segundo capítulo será dedicado à formulação da pergunta à qual procuraremos dar resposta no final do estudo.

O terceiro capítulo será reservado à formulação e delimitação do problema e o quarto capítulo será o espaço da revisão da literatura, definição da problemática do estudo e seus objetivos.

A metodologia ocupará o quinto capítulo, no qual abordaremos igualmente os procedimentos estatísticos utilizados;

O sexto capítulo ocupar-se-á da apresentação dos dados recolhidos relativamente às diversas variáveis estudadas, analisando a sua evolução.

O sétimo capítulo será reservado ao tratamento dos dados e ao cruzamento da informação recolhida e à apresentação das conclusões e recomendações.

Terminaremos com as referências bibliográficas e os anexos imprescindíveis ao estudo.

#### **1.4 Sinopse do Capítulo I**

Ocupou-se este primeiro capítulo em estabelecer uma visão geral sobre a atividade turística, vista à escala mundial, nacional e regional.

Revela-se inquestionável a sua importância económica, em particular quanto à Região Autónoma da Madeira que se pretende estudar, sendo considerável (cerca de 25%) o seu peso para o PIB regional.

Efetuuou-se também uma breve viagem histórica, na qual se procuram determinar as raízes e evolução do turismo para a Madeira, abordando-se as origens, apontando-se a evidência das principais dependências – Reino Unido e Alemanha – que são também as que representam a maior oferta de ligações aéreas.

Finalmente sintetizaram-se os caminhos que, ao longo do presente estudo, irão ser seguidos, com vista a obter conclusões.



## 2 Pergunta de partida

### Objetivos do Capítulo

*O segundo capítulo destina-se a formular a pergunta que irá nortear todo o trabalho de investigação e de cuja resposta depende o sucesso da pesquisa que encetámos. No fundo, o que nos move é um desejo de descoberta e de comprovação de que a distância a que se encontram os mercados geradores de fluxos turísticos para a Madeira é determinante para a escolha, e se a condicionante representada pela necessidade de efetuar uma escala e mudança de avião em Lisboa ou Porto é um fator influenciador das decisões e opções dos turistas ou, pelo contrário, se a oferta turística regional é capaz de superar os inconvenientes da distância e das escalas intermédias.*

*Para tal, importa definir com clareza a natureza dos mercados, a assiduidade dos voos, a regularidade das frequências, a importância e efeito dos períodos IATA e respetivas programações de tráfego aéreo por parte das companhias.*

### 2.1 Mercados turísticos tradicionais

A Madeira é procurada por turistas que iniciam a sua viagem em cerca de uma centena de diferentes aeroportos em todo o mundo, dos quais cerca de sete dezenas utilizam voos com escala intermédia em Lisboa ou no Porto.

Quadro 1 - Aeroportos de origem (2011)

<b>Alemanha</b>	HAM Hamburgo DUS Dusseldorf FRA Frankfurt MUC Munique
<b>Espanha</b>	PMI Palma de Maiorca SVQ Sevilha LCG Corunha BIO Bilbao AGP Málaga VLC Valência MAD Madrid BCN Barcelona
<b>Itália</b>	VCE Veneza BLQ Bolonha FCO Roma MXP Milão Malpensa LIN Milão Linate
<b>Suíça</b>	GVA Geneve ZRH Zurique
<b>Irlanda</b>	DUB Dublin
<b>Reino Unido</b>	LGW Londres Gatwick MAN Manchester LHR Londres, Heathrow
<b>França</b>	NCE Nice MRS Marselha LYS Lyon BOD Bordéus SXB Estrasburgo ORY Paris, Orly CDG Paris, Charles de Gaule TLS Toulouse
<b>Rússia</b>	DME Moscovo
<b>Ucrânia</b>	KBP Kiev
<b>Holanda</b>	AMS Amsterdam
<b>Suécia</b>	ARN Arlanda
<b>Polónia</b>	WAW Varsóvia
<b>Grécia</b>	ATH Atenas
<b>Noruega</b>	OSL Oslo
<b>Austria</b>	VIE Viena
<b>Hungria</b>	BUD Budapeste
<b>Bélgica</b>	BRU Bruxelas
<b>Dinamarca</b>	CPH Copenhaga
<b>Turquia</b>	IST Istambul
<b>Finlândia</b>	HEL Helsínquia
<b>Croácia</b>	ZAG Zagreb
<b>Rep. Checa</b>	PRG Praga
<b>Luxemburgo</b>	LUX Luxemburgo
<b>Brasil</b>	FOR Fortaleza POA Porto Alegre BSB Brasília REC Recife NAT Natal CNF Belo Horizonte GIG Rio de Janeiro SSA Salvador VCP São Paulo, Campinas GRU São Paulo, Guarulhos
<b>Venezuela</b>	CCS Caracas
<b>Estados Unidos</b>	BOS Boston EWR Newark MIA Miami PHL Philadelphia
<b>Canadá</b>	YYZ Toronto
<b>Cabo Verde</b>	RAI Praia SID Sal VXE São Vicente
<b>Angola</b>	LAD Luanda
<b>Marrocos</b>	CMN Casablanca
<b>Senegal</b>	DKR Dakar
<b>Moçambique</b>	MPM Maputo
<b>São Tomé</b>	TMS São Tomé
<b>Indonésia</b>	BDO Bandung
<b>Estónia</b>	QUF Talinn

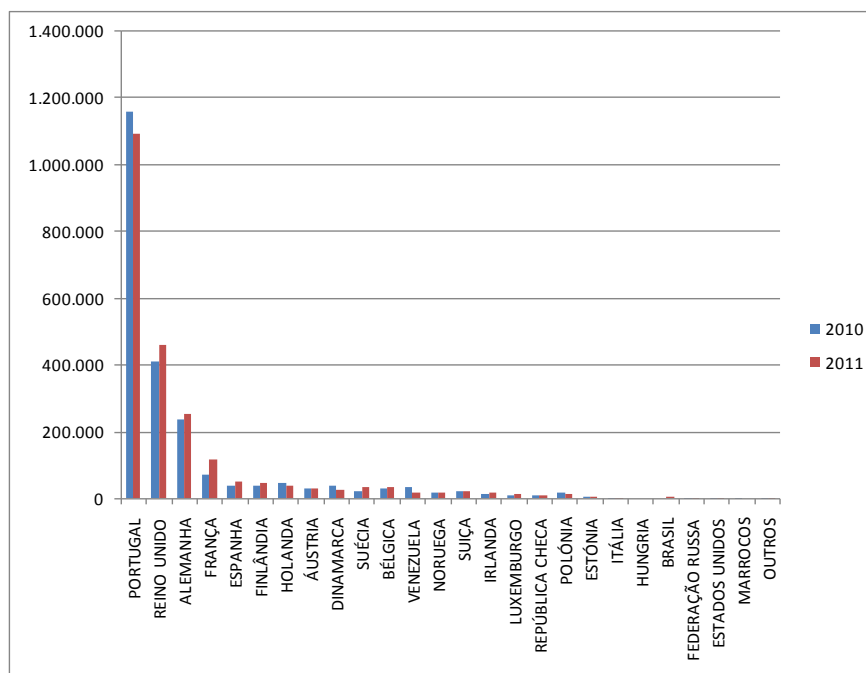
Tomando como base as origens dos voos que demandam o Aeroporto da Madeira, é possível efetuar uma primeira aproximação quanto à determinação dos mercados turísticos mais expressivos, a partir da observação estatística dos últimos 8 anos (2004-2011).

Quadro 2 - Passageiros Aeroporto da Madeira, por origem, 2004/2011

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 PORTUGAL	1.128.138	1.118.775	1.124.066	1.057.701	1.068.033	1.193.710	1.159.864	1.108.363
2 REINO UNIDO	448.657	450.206	446.927	503.034	587.501	428.785	410.381	461.353
3 ALEMANHA	261.790	283.478	312.561	329.061	287.413	266.518	236.600	251.039
4 FRANÇA	59.378	56.333	53.637	61.387	64.968	68.301	72.067	116.852
5 ESPANHA	58.936	79.427	74.829	72.477	53.194	43.142	38.435	45.479
6 FINLÂNDIA	66.484	57.265	53.964	43.365	50.758	43.010	39.284	44.085
7 HOLANDA	36.436	40.741	45.398	47.745	43.120	43.610	44.270	50.592
8 ÁUSTRIA	26.511	28.056	42.784	59.250	42.247	41.023	27.943	34.224
9 DINAMARCA	31.917	32.629	32.792	38.872	35.857	31.604	38.400	30.081
10 SUÉCIA	45.978	50.391	37.268	34.026	35.511	19.445	19.346	18.063
11 BÉLGICA	31.401	34.319	35.802	36.292	37.338	35.374	27.134	34.005
12 VENEZUELA	19.216	21.024	21.483	32.661	29.344	32.706	34.824	26.977
13 NORUEGA	21.233	22.279	26.394	36.664	15.262	20.274	14.664	17.336
14 SUIÇA	6.592	9.448	14.881	21.857	29.176	27.133	19.180	15.470
15 IRLANDA	9.893	10.026	11.673	14.221	16.977	10.262	11.586	10.989
16 LUXEMBURGO	8.315	9.344	9.951	9.382	9.766	9.750	8.685	7.775
17 REPÚBLICA CHECA	10.752	8.146	8.229	9.905	10.779	10.120	6.249	12.035
18 POLÓNIA	0	243	0	4.648	18.903	17.380	17.149	18.827
19 ESTÓNIA	0	0	0	841	6.735	2.093	6.018	3.410
20 ITÁLIA	40	982	1.112	3.188	906	1.645	874	526
21 HUNGRIA	0	2.893	4.113	825	4	103	0	8
22 BRASIL	12	2.338	2.195		3	264	0	17
23 FEDERAÇÃO RUSSA	0	60	32	19	2.129	102	32	2.953
24 ESTADOS UNIDOS	215	504	243		58	44	4	7
25 MARROCOS	2	88	291	482	12	15	34	0
26 OUTROS	616	758	260	586	930	236	501	914
TOTAL	2.272.512	2.319.753	2.360.885	2.418.489	2.446.924	2.346.649	2.233.524	2.311.380

Fonte: ANAM, SA.

Gráfico 2 - Passageiros do Aeroporto da Madeira, por origem, 2010 e 2011



Fonte: ANAM, SA.

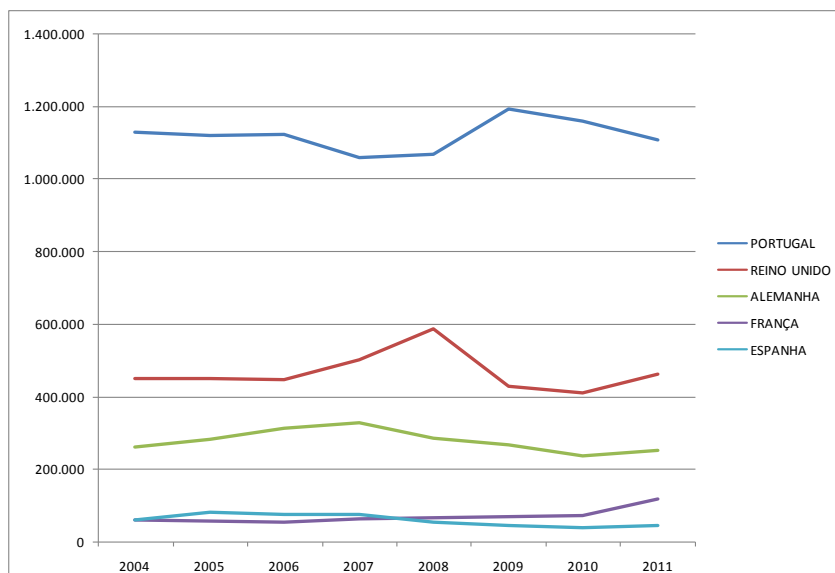
Em 2010, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais (não necessariamente passageiros de nacionalidade portuguesa como demonstraremos adiante) representaram 51,93% e, em 2011, 47,9%, o que pode ser explicado por um decréscimo do poder de compra dos passageiros nacionais, e pelo acréscimo de custos das viagens não-diretas.

De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência representou, em média, 47,88% do total dos passageiros movimentados no Aeroporto da Madeira, pelo que o ano de 2011, apesar de apresentar um decréscimo em relação ao ano anterior, se mantém ao nível da média dos últimos 8 anos.

Ainda em 2011, confirmando a grande regularidade constatada ao longo dos anos analisados, as duas origens não-nacionais mais representativas, foram o Reino Unido (19,96%) e a Alemanha (10,86%).

A alguma distância, seguem-se, a França (5,06%), a Holanda (2,19%), a Finlândia (1,91%), a Espanha (1,97%), a Áustria (1,48%) e a Dinamarca (1,30%). A este nível, mas sem repercussão na ocupação hoteleira, em virtude de se tratar de emigrantes madeirenses e seus descendentes, está a Venezuela com 26.977 passageiros (1,17%).

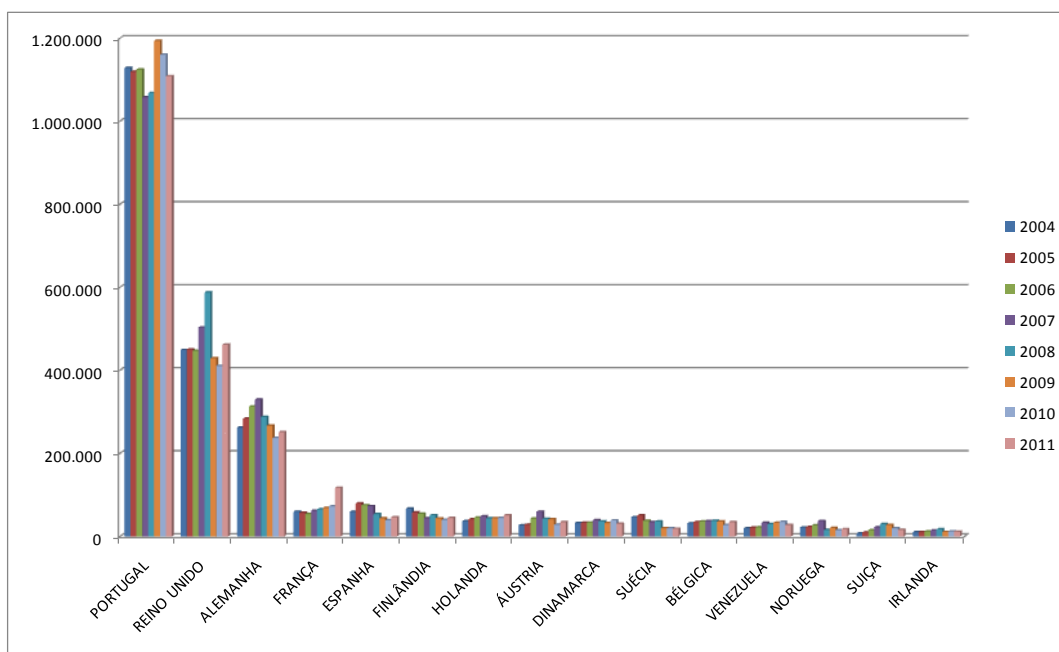
Gráfico 3 - Aeroporto da Madeira - Principais origens



Fonte: ANAM, SA.

Os principais fluxos, conforme se referiu anteriormente, confirmam que a tendência das preferências dos mercados turísticos pela Madeira é pautada por grande regularidade, como se pode verificar pela expressão gráfica das estatísticas recolhidas.

Gráfico 4 - Tendência dos mercados turísticos da Madeira

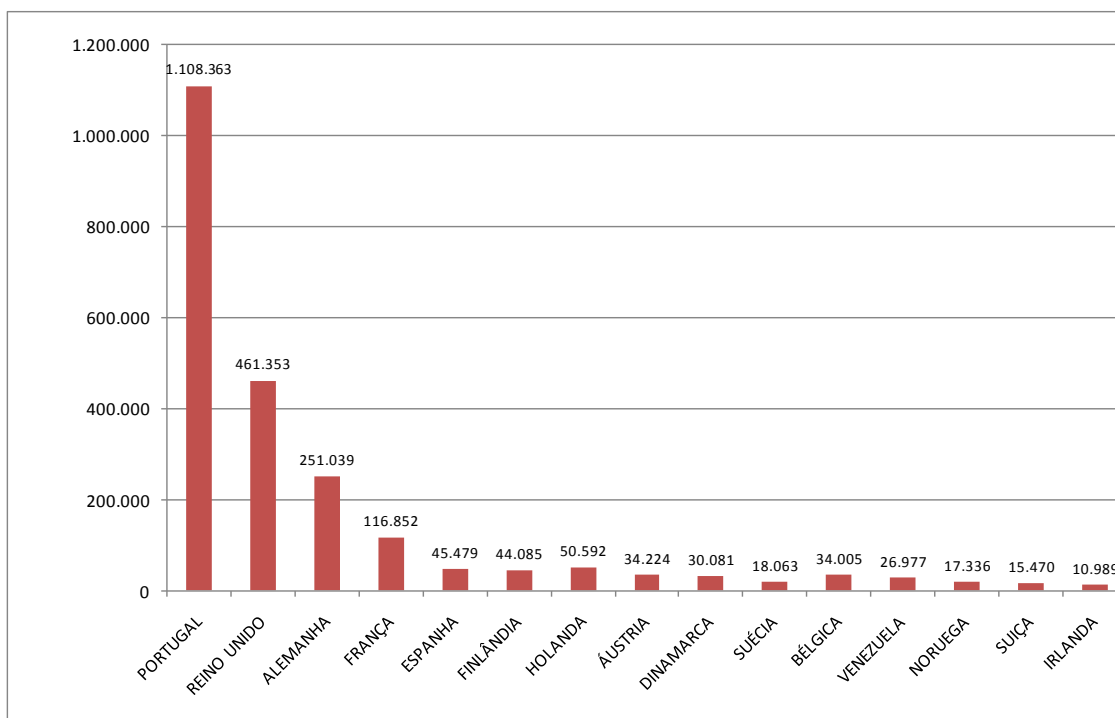


Fonte: ANAM, SA.

Ao longo dos anos mantem-se a primazia dos mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados estrangeiros – situando-se a França e a Espanha a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano, conforme se pode comprovar no gráfico anterior. Quer se fale dos grandes ou dos pequenos mercados, os níveis quantitativos são pouco variados ao longo dos 8 anos em análise.

Expressando graficamente o comportamento dos 15 maiores mercados turísticos no ano de 2011, podemos observar o peso dos maiores mercados e a pequena expressão de mercados como França, Espanha, Finlândia, Holanda, Áustria, Dinamarca, Suécia, Bélgica, Venezuela, Noruega, Suíça e Irlanda.

Gráfico 5 - Mercados Turísticos da Madeira, média 2004/2011



Fonte: ANAM, SA.

## 2.2 Análise geográfica das proveniências de passageiros

O comportamento dos mercados geradores de turismo para a Madeira é diverso quando se trata do Inverno ou Verão IATA.

O Verão IATA decorre desde o último domingo de Março até ao sábado anterior ao último domingo de Outubro.

O Inverno IATA decorre entre o último domingo de Outubro até ao último sábado de Março do ano seguinte.

Esta periodicidade é determinante na natureza e características do tráfego aeroportuário, pelo que importa efetuar a análise de cada um dos períodos, separadamente.

## Quadro 3 - Voos chegados Inverno IATA 2011/12

**Chegadas Inverno IATA (30/10/2011 a 24/03/2012)**  
**Média semanal Inverno ( 21 semanas)**

	Inverno	Média Semana
Austria	12	1
Barbados	1	0
Belgium	21	1
Brazil	1	0
Bulgaria		0
Cape Verde		0
Czech Republic	1	0
Denmark	72	3
Estonia		0
Finland	51	2
France	129	6
Germany	340	16
Ghana	2	0
Gibraltar		0
Guinea-Bissau		0
Iceland		0
Ireland		0
Italy	1	0
Jordan		0
Latvia		0
Luxembourg	2	0
Morocco		0
Netherlands	42	2
Nigeria		0
Norway	42	2
Poland	21	1
Portugal	2.058	98
Russian Federation	1	0
Spain and Canary Islands	43	2
Sweden	40	2
Switzerland	22	1
United Kingdom	469	22
United States of America	1	0
Venezuela	20	1
<b>TOTAL</b>	<b>3.392</b>	<b>162</b>

Fonte: ANAM, SA

Quadro 4 - Voos chegados Verão IATA 2011

**Chegadas Verão IATA (27/03/2011 a 29/10/2011  
Média semanal Verão (31 semanas)**

	2011	Média Semana
Austria	101	3
Belarus		0
Belgium	103	3
Bermuda		0
Brazil		0
Bulgaria	1	0
Canada		0
Cape Verde		0
Czech Republic	51	2
Denmark	45	1
Estonia	11	0
Finland	50	2
France	500	16
Germany	455	15
Ghana	1	0
Guadeloupe		0
Hungary		0
Iceland		0
Ireland	31	1
Italy	4	0
Luxembourg	31	1
Malta		0
Mauritania		0
Morocco		0
Netherlands	125	4
Norway	31	1
Poland	32	1
Portugal	3.971	128
Romania	1	0
Russian Federation	16	1
Spain and Canary Islands	246	8
Sweden	21	1
Switzerland	37	1
Ukraine	3	0
United Kingdom	1.059	34
United States of America	1	0
Venezuela	39	1
<b>TOTAL</b>	<b>6.966</b>	<b>225</b>

Fonte: ANAM, SA

A fim de obter uma informação gráfica abstraímos-nos dos voos com partida em Portugal e não considerámos a especificidade de um voo semanal proveniente da Venezuela, por ter características muito específicas relacionadas com a emigração.

Figura 1 - Análise geográfica voos Inverno IATA 2011-12

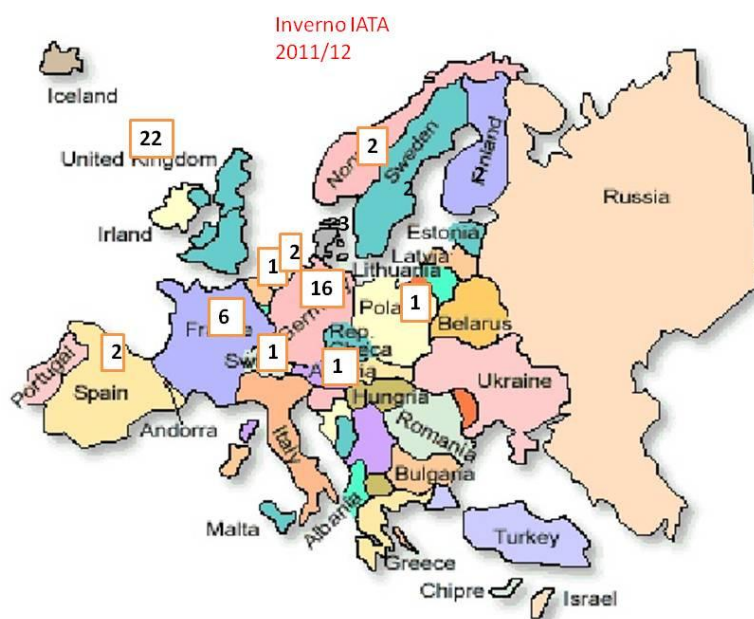
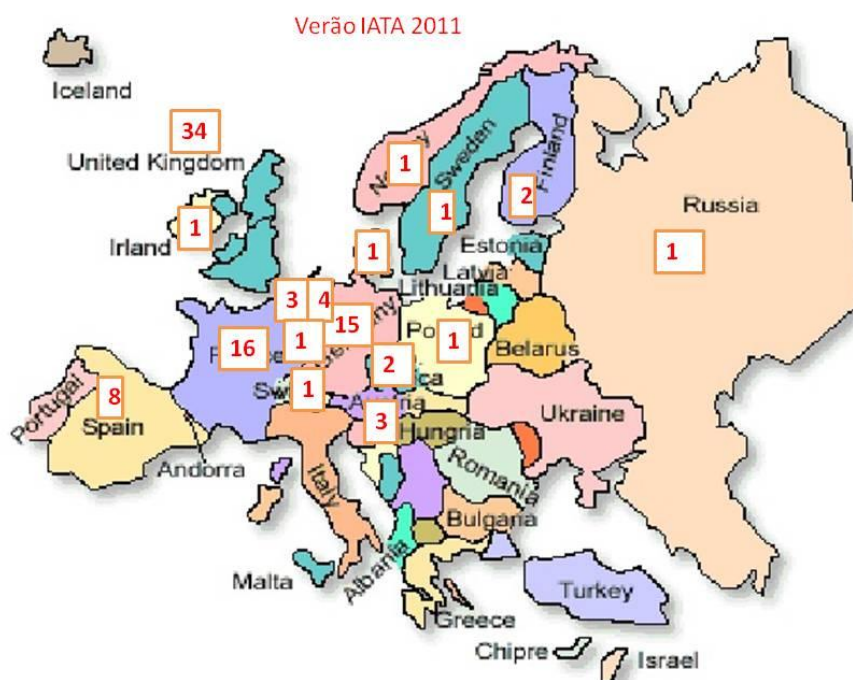


Figura 2 - Análise geográfica voos Verão IATA 2011



Verifica-se que o período de Verão apresenta uma frequência semanal de 95 voos provenientes de países europeus, enquanto no Inverno se fica pelos 61 voos (menos 36%).

Não existem voos diretos provenientes de outros continentes, à exceção da Venezuela (1 por semana, quer no Inverno, quer no Verão) o qual, como se referiu, resulta de uma circunstância específica relacionada com a emigração madeirense.

Ressalta aqui que um dos objetivos inerentes à ampliação da pista do Aeroporto do Funchal (captação de voos intercontinentais) ainda não está atingido, embora a pista esteja dimensionada para aeronaves tipo *widebody*<sup>10</sup>.

Quadro 5 - Variação Frequência Semanal de Voos

	Inverno	Verão	Redução %
			Verão/Inv
Reino Unido	22	34	-35,3
Alemanha	16	15	6,7
França	6	16	-62,5
Dinamarca	3	1	200,0
Espanha	2	8	-75,0
Finlândia	2	2	0,0
Suécia	2	1	100,0
Holanda	2	4	-50,0
Noruega	2	1	100,0
Austria	1	3	-66,7
Bélgica	1	3	-66,7
Suiça	1	1	0,0
Polónia	1	1	0,0
Rep Checa	0	2	-100,0
Irlanda	0	1	-100,0
Luxemburgo	0	1	-100,0
Russia	0	1	-100,0
	61	95	-35,8

Fonte ANAM, SA.

As maiores baixas entre os dois períodos, em termos quantitativos semanais, verificam-se com as proveniências do Reino Unido (menos 12 voos, -35,5%), de França (menos 10 voos, -62,5%) e de Espanha (menos 8 voos, -75%). E ainda, redução de 3 para 1 voo da Áustria e da Bélgica; aumento de 1 para 2 voos nos casos da Suécia e Noruega, e de 1

<sup>10</sup> Airbus A300, Airbus A310, Airbus A330, Airbus A340, Airbus A350, Airbus A380, Boeing 747, Boeing 767, Boeing 777, Boeing 787, Douglas DC-10, McDonnell Douglas MD-11, Ilyushin Il-86, Ilyushin Il-96, Lockheed L-1011 Tristar.

para 3, da Dinamarca. Mais estável é o mercado Alemão e, embora com dimensão mais reduzida, os da Finlândia, da Suíça e da Polónia.

Embora com pouca expressão quantitativa, registe-se que no Inverno não existem proveniências da República Checa, da Irlanda, do Luxemburgo e da Rússia.

Gráfico 6 - Comparação Verão/Inverno IATA

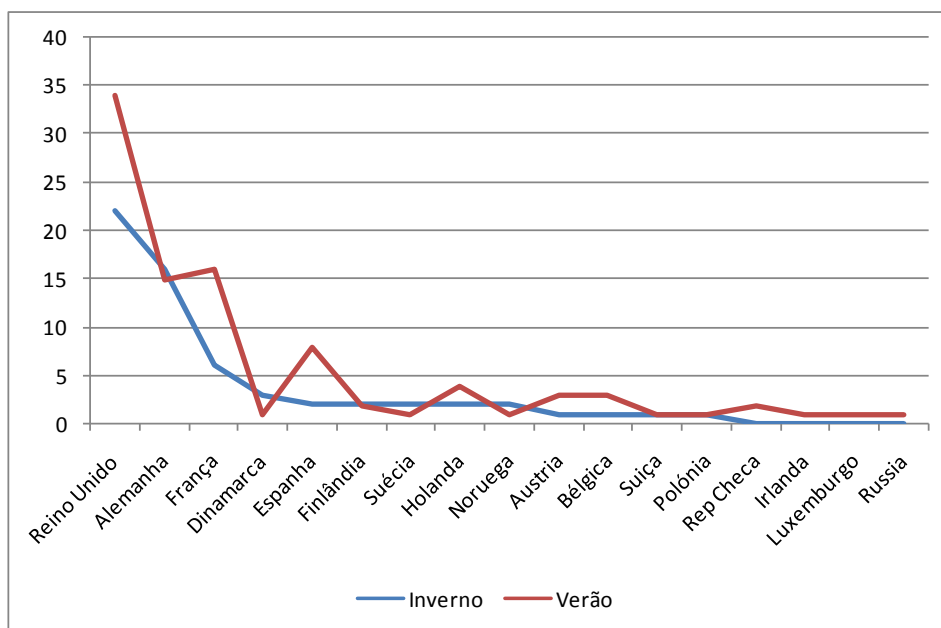


Gráfico de elaboração própria

Sendo a questão da distância um dos principais objetivos deste estudo analisaremos mais à frente a relação entre as frequências de voos e este fator.

### 2.3 Mercados tradicionais e mercados emergentes

De acordo com o já mencionado PENT, aquele estudo aponta para Portugal no seu todo, e como Mercados Estratégicos, a Espanha, o Reino Unido, a Alemanha e a França, os quais, como se pode verificar pelos dados antes expostos, correspondem às quatro maiores origens de turistas que visitam a Madeira, perfazendo 39,1 %. No entanto, enquanto o Reino

Unido representa 20,70 % e a Alemanha 11,20 %, já os mercados de França e Espanha representam, respetivamente, 5,20 % e 2,00 %<sup>11</sup>.

Quadro 6 - Mercados Estratégicos, segundo o PENT (2011)

Reino Unido	20,70
Alemanha	11,20
França	5,20
Espanha	2,00
	39,10

Considerando como mercados em crescimento, o referido Plano Nacional aponta a Escandinávia, a Holanda, a Itália, o Brasil, os EUA e a Irlanda, os quais, no seu conjunto, e no caso da Madeira, representam, 6,59 %, com as especificidades que se podem recolher do quadro seguinte. Note-se que, para a Madeira, o mercado Escandinavo, dada a sua tradição, é considerado estratégico.

Quadro 7 - Mercados em Crescimento, segundo o PENT (2011)

Dinamarca	1,45
Bélgica	1,45
Suécia	1,39
Noruega	0,93
Suiça	0,77
Irlanda	0,51
Itália	0,05
Brasil	0,03
EUA	0,01
	6,59

Já quanto aos Mercados de Diversificação, que representam novas oportunidades, são apontados os da Polónia, da Áustria, do Canadá, da República Checa e da Rússia que, no seu conjunto, para a Madeira, representam atualmente 2,05 % do total dos visitantes.

---

<sup>11</sup> Dados de 2011.

Quadro 8 - Mercados de Diversificação, segundo o PENT (2011)

Áustria	1,61
Canada	0,00
R. Checa	0,41
Rússia	0,03
	2,05

## 2.4 Pergunta de partida

Face a todo o exposto, estamos agora em condições de definir a pergunta de partida a cuja resposta o presente estudo se dirige e procura clarificar.

Nem todas as origens estão à mesma distância da Madeira, pois algumas têm essencialmente voos diretos, enquanto outras necessitam efetuar uma escala em Lisboa ou no Porto.

Origens não tão distantes e que beneficiam de voos diretos, são também afetadas pela questão das escalas, uma vez que, por imperativos derivados da oferta, são igualmente servidos por voos com escala em Lisboa ou no Porto.

Os tempos de escala são variáveis.

Tratando-se de voos provenientes da Europa a opção de voo direto é a mais provável. Já quanto a proveniências mais distantes, casos do Brasil e Estados Unidos, a generalidade são os voos com escala, devido ao fraco afluxo de visitantes dessas proveniências.

Estamos, portanto, perante as seguintes interrogações:

Existem diferenças significativas nas opções turísticas face aos tempos de voo?

Existem diferenças significativas nas opções turísticas face à existência de escalas intermédias?

Tratando-se de destinos concorrenciais, existem diferenças significativas entre as opções turísticas dos visitantes que demandam as Ilhas Canárias e a Ilha da Madeira?

O peso dos passageiros que efetuaram escala é proporcionalmente semelhante na Madeira e nas Canárias?

Este conjunto de interrogações, levou-nos à necessidade de afinar as questões principais deste estudo, formulando-as nos seguintes termos:

A escolha do “destino turístico Madeira” depende, de forma significativa, da existência de ligações aéreas diretas com o aeroporto da Madeira?

Existem diferenças significativas entre a atração turística pela Madeira e o destino concorrencial das Canárias?

## **2.5 Sinopse do Capítulo II**

Ao longo deste segundo capítulo procurámos caracterizar os principais mercados, quer os que tradicionalmente demandam a Madeira, quer aqueles que são considerados mercados potenciais ou emergentes.

Investigámos os aeroportos de origem, a evolução do tráfego e as suas tendências num período de 8 anos, entre 2004 e 2011.

Tratando-se a distância de uma das questões que pretendemos investigar, preocupámo-nos em localizar geograficamente as principais origens, avaliando os tempos de voo e, no caso da necessidade de escala em Lisboa ou Porto, o peso desse acréscimo de tempo de viagem mais tempo de espera, quando comparado com o tempo de uma viagem direta.

De posse de todos estes elementos, pudemos formular a questão que irá nortear o estudo, isto é, se a escolha do “destino turístico Madeira” depende, de forma significativa, da existência de ligações aéreas diretas com o aeroporto da Madeira, a par de uma análise comparativa com o destino concorrencial geograficamente mais próximo, as Ilhas Canárias, focando a nossa observação dos seus cinco principais aeroportos: Las Palmas de Grã Canária, Tenerife Norte e Tenerife Sul, Furteventura e Lanzarote.

### 3 Formulação e delimitação do problema

#### Objetivos do Capítulo

*Pretende-se ao longo deste capítulo efetuar uma explanação relacionada com a temática do estudo, quer para Portugal, quer para a Madeira, e uma abordagem dos pontos fortes do 'destino turístico Madeira', enquanto elementos diferenciadores que podem potenciar este destino em relação a destinos alternativos.*

#### 3.1 O Turismo em Portugal

Segundo o Plano Estratégico Nacional para o Turismo (2011), o Turismo interno em Portugal desenvolveu-se de forma sustentada, mas o contexto da crise económica internacional, marcado pela forte contração da procura nos principais mercados emissores, levou em 2009 a uma deterioração da performance do Turismo externo.

Ainda assim, entre 2006 e 2010 Portugal ganhou quota nos mercados emissores Espanha, França e Brasil e conseguiu um bom desempenho ao nível do Turismo interno, embora tenha sofrido com a conjuntura depressiva dos mercados do Reino Unido, Alemanha e Irlanda.

Ainda de acordo com o documento referido este período ficou também marcado pela consolidação de um conjunto de tendências estruturais que produziram impactos na estratégia que Portugal deverá seguir nos próximos anos enquanto destino turístico, nomeadamente de forma a aproveitar a recuperação dos nossos principais mercados emissores e retomar o caminho de crescimento que se vinha a registar antes da crise de 2009. No conjunto de evoluções recentes do contexto, destacam-se (i) a afirmação definitiva da internet enquanto canal de pesquisa e transação, emergindo as redes sociais e as comunidades *online* como importantes instrumentos de promoção e interação com os turistas, (ii) o reforço da tendência

de desenvolvimento do peso das companhias aéreas *low cost* e dos efeitos que estas induzem no setor (sobretudo ao nível da potenciação dos *short breaks*), (iii) a emergência de consumidores mais abertos a oportunidades de última hora, mais exigentes no valor recebido pelo que pagam e cada vez mais focados na diversidade e qualidade das experiências; e (iv) o reforço da concorrência entre destinos, em particular pela afirmação de novos destinos de rápido crescimento, como a Turquia, o Egito e Marrocos.

Prosseguindo a sua análise, o PENT refere que o Turismo em Portugal assistiu a um forte investimento por parte dos agentes públicos e privados ligados a si, visando acompanhar as novas tendências da procura a nível internacional e a qualificação da própria oferta nas regiões e destinos. Esse investimento foi direcionado para os diversos componentes da oferta turística, tendo havido um claro enfoque na melhoria da sua qualidade. Em termos de infraestruturas e equipamentos verificou-se um esforço de qualificação de equipamentos e património público com interesse turístico bem como da oferta hoteleira.

O Turismo interno desenvolveu-se de forma sustentada desde o PENT, com os hóspedes a aumentarem em cerca de 800 mil e as dormidas em cerca de 1,4 milhões entre 2006 e 2010. Este fator potenciou o desenvolvimento sustentado das regiões e polos, num contexto económico difícil.

Gráfico 7 - Evolução do turismo em Portugal, 2006-2010

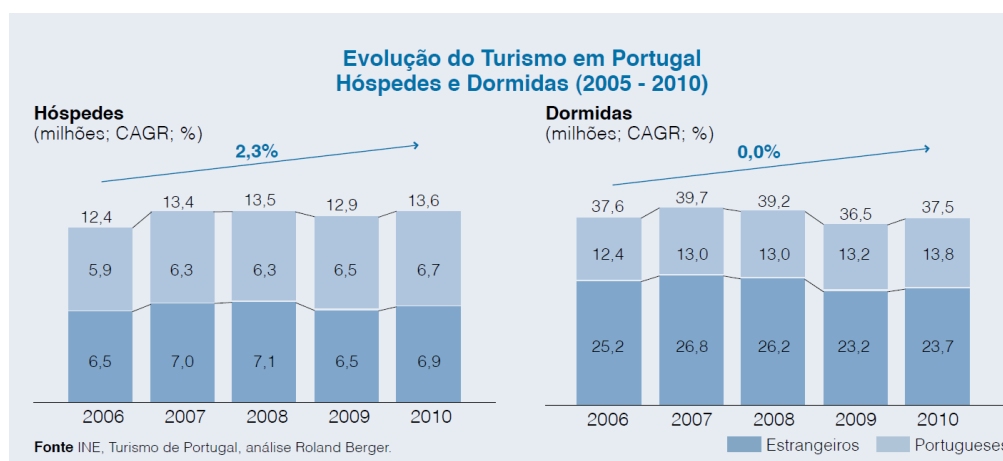
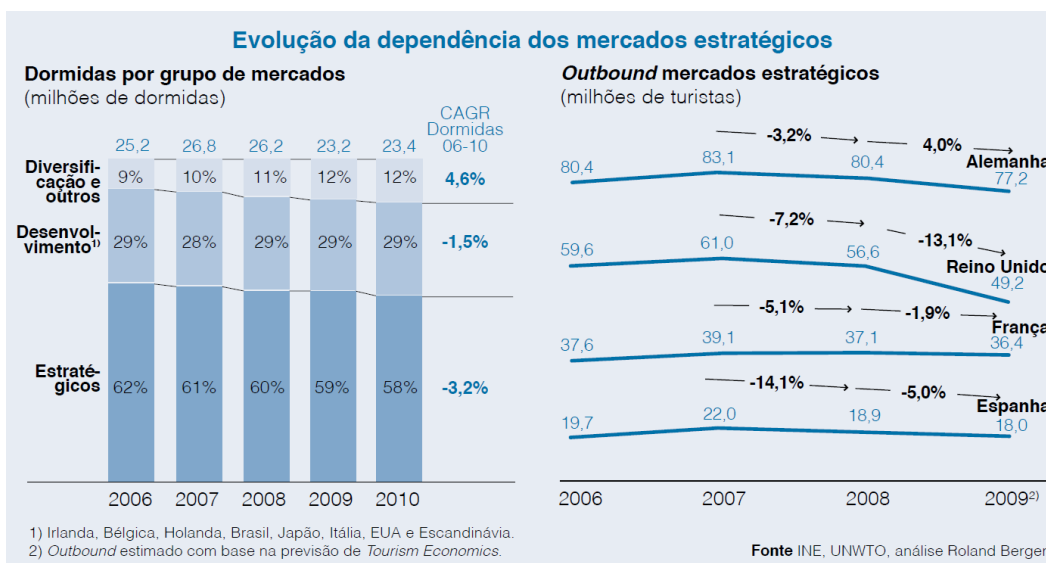


Gráfico 8 - Mercados estratégicos - Evolução

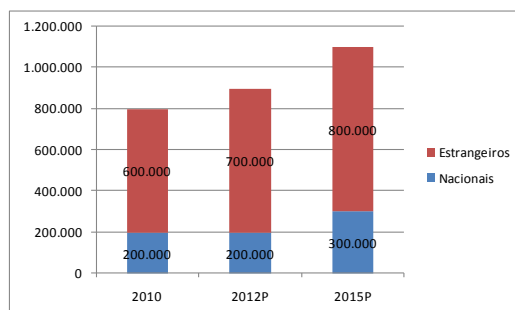


### 3.2 O Turismo da Madeira

De acordo com o PENT, a Região da Madeira deverá atingir 1,1 milhões de hóspedes em 2015, dos quais 800 mil estrangeiros e 300 mil nacionais, em resultado de crescimentos anuais de, respetivamente, 5,5% e 1,9%.

Ao nível das dormidas, os crescimentos anuais médios deverão chegar a 3,9% para as dormidas de estrangeiros e 1,6% para as de nacionais, elevando-as para, respetivamente, 4,5 milhões e 900 mil.

Gráfico 9 - Madeira, previsão de hóspedes por tipo de mercado (PENT)



Fonte: PENT 2011, ver 2.0

Em 2009 foi divulgado um estudo<sup>12</sup>, com base no qual o destino Madeira foi certificado por parâmetros internacionais pela excelência da sua qualidade, desenvolvido pelo CED (Centro Mundial de Excelência de Destinos) da OMT, que avaliou o destino Madeira em função de 15 parâmetros, a saber:

Quanto à sustentabilidade do destino

Ambiente e Paisagem

Cultura e Património

Quanto à Governação

Estrutura

Marketing e Vendas

Informação e Receção

Segurança

Atividades

Mergulho

Montanha

Comércio

Bem-estar e SPA

Praias

Serviços

Transportes

Acomodação

Comidas e bebidas

Serviços de apoio

Tratando-se de uma entidade externa e isenta julgámos adequado basearmo-nos neste estudo para analisar a qualidade do destino Madeira, o qual, em fase conclusiva, classificou a Madeira como de *Excellent Performance* quanto à Montanha e Paisagem, à Segurança, à Acomodação, à Cultura e ao Património, ao Comércio e ao Mergulho. Já com a classificação de *High Performance*, apontou o Ambiente e a Paisagem, os Transportes, a Estrutura, a Informação e a Receção, o Bem-estar, o SPA e os Serviços de Apoio. Finalmente, com a classificação de *Medium Performance*, temos o Marketing e as Vendas, a Comida e a Bebida, e as Praias.

---

<sup>12</sup> CED –World Centre of Excellence for Destinations, *System of Measures for Excellence in Destinations*, Madeira, 2009

Segundo os *Indicadores de Actividade Económica*<sup>13</sup>, e com base nos dados disponibilizados à data pela Organização Mundial do Turismo, aponta-se para um crescimento de 4,6% na entrada de turistas internacionais no ano de 2011, em termos mundiais. Na Europa, a evolução foi ainda mais positiva (+6,1%). Em Portugal, os dados mais recentes do Instituto Nacional de Estatística indicam para o mesmo período, um crescimento nas dormidas nos estabelecimentos hoteleiros em torno dos 5,8%. A atividade turística na Região Autónoma da Madeira, no ano de 2011, acompanhou a tendência mundial e nacional com acréscimos nos principais indicadores. Os proveitos totais e as dormidas nos estabelecimentos hoteleiros aumentaram ambos 11,5%. Os meses de janeiro, dezembro, fevereiro e novembro evidenciaram variações negativas nas dormidas (-10,4%; -3,6%; -3,2% e -2,3%, respetivamente), enquanto nos restantes meses se registaram aumentos homólogos, com destaque para maio, abril e junho, meses em que o crescimento se fixou em 33,4%, 21,0% e 20,2%, respetivamente.

Ainda segundo o mesmo documento oficial, em 2011 a oferta turística disponível no conjunto dos meios de alojamento recenseados era de 29.635 camas, sendo 95,8% em estabelecimentos hoteleiros, 2,0% em turismo em espaço rural, 1,3% em colónias de férias e pousadas da juventude e 0,9% em moradias turísticas. As dormidas no conjunto dos meios de alojamento rondaram os 5,7 milhões, representando uma variação positiva de 11,0%, em comparação com o ano anterior. Os residentes em Portugal contribuíram com cerca de 762,8 mil dormidas, traduzindo-se num decréscimo em relação ao período homólogo de 17,0%, enquanto os estrangeiros não residentes originaram mais de 4,9 milhões de dormidas, correspondendo a um aumento de 17,2% nesta variável. A estada média nos meios de alojamento coletivo da Região Autónoma da Madeira, em 2011, aumentou ligeiramente comparando com o ano anterior (de 5,1 para 5,3 noites). Considerando o tipo de alojamento, observou-se a estada média mais elevada nas moradias turísticas (5,7 noites), nos estabelecimentos hoteleiros (5,4 noites) e no turismo em espaço rural (4,5 noites). Pelo contrário, os parques de campismo e as colónias de férias e pousadas de juventude apresentaram a estada média mais baixa (3,2 noites).

---

<sup>13</sup> Estatísticas do Turismo da Região Autónoma da Madeira, SREM 2011.

### 3.3 As infraestruturas aeroportuárias da Madeira

A entidade gestora dos Aeroportos da Madeira é, atualmente, a ANAM – Aeroportos da Madeira, S.A., constituída em Dezembro de 1991 por Decreto-Lei<sup>14</sup>, mediante concessão da Assembleia Legislativa da Madeira<sup>15</sup>, tendo como objeto social o estudo, planeamento, construção, gestão e exploração dos Aeroportos da Madeira e, como missão, prestar um serviço de qualidade aos seus clientes, salvaguardar os interesses dos acionistas, promover a valorização dos colaboradores por forma a garantir uma gestão aeroportuária eficiente, e ser considerado um parceiro atrativo potenciando novas oportunidades de negócio, contribuindo assim para o desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira. A empresa pretende ser reconhecida pela segurança da operação, pela excelência e competitividade nos serviços prestados e pela sustentabilidade da sua atividade.

A ANAM, S.A. é uma sociedade de capitais exclusivamente públicos, distribuídos por três entidades de natureza pública.

Quadro 9 - Capital Social da ANAM, S.A.

Capital Social de 67.500 (M€)		
ANA,SA	70%	47.250
RAM	20%	13.500
Estado Português	10%	6.750

O Governo Regional da Madeira concessionou à ANAM, S.A. a gestão e exploração dos Aeroportos da Madeira e do Porto Santo, entre 1993 e 2033, estando em curso a negociação para uma eventual prorrogação, a par de um processo de privatização do seu

<sup>14</sup> Decreto-Lei n.º 453/91, de 11 de Dezembro.

<sup>15</sup> Decreto Legislativo Regional n.º 8/92/M. D.R. n.º 93, Série I-A de 1992-04-21

principal acionista, facto que não deixará de ter reflexos na gestão dos Aeroportos da Madeira.

O Aeroporto da Madeira foi inaugurado a 8 de Julho de 1964, com a denominação de Aeroporto do Funchal, tendo na altura uma pista com um comprimento total de 1 600 m. Atualmente a pista tem um comprimento de 2 781 m., após terem sido acrescentados 3.400.000 m<sup>3</sup> de aterro sob a parte da nova pista e feitos 180 pilares com diâmetro de 3m e altura máxima de 50m, assentes em fundações que atingem na maior parte os 70 m. A capacidade para operação de aeronaves vai até 400 ton. PMD (caso, p.e., do Boeing 747-400).

### 3.4 Destino Madeira

#### 3.4.1 Principais características

O estudo antes referido elencou como pontos fortes do destino Madeira, os seguintes:

Montanha e Paisagem:

Proteção e conservação proactiva do património natural e cultural.

Património Natural Mundial da UNESCO.

Valor económico como primeira atração da Madeira.

Educação e interpretação.

Apoio a atividades como observação de aves.

Empenho no sentido de encorajar os Madeirenses a valorizar a sua cultura local e o meio ambiente.

Informação disponível em relação às caminhadas, observação de aves, *trekking*<sup>16</sup>, etc.

Segurança

Boa perceção de segurança.

Bom sistema de saúde.

Forças de segurança e vigilância bem treinadas e disponíveis.

Não existem animais nem insetos perigosos.

A segurança alimentar é controlada pelas autoridades regionais de saúde.

---

<sup>16</sup> Modalidade desportiva de origem sul-africana que significa seguir um trilho ou o chamado percurso pedestre e fazê-lo a pé. Como desporto está inserido na modalidade de pedestrianismo. Difere da caminhada por ser mais competitiva e mais longa.

O sistema de transportes é seguro.

Informações de segurança disponíveis para os praticantes de caminhadas e *trekking* nas montanhas.

Todos os hotéis respeitam as medidas de segurança recomendadas da Proteção Civil.

#### Acomodação

Atualmente, a Madeira tem um conjunto equilibrado de tipos de acomodação.

Financeiramente é um destino justo e comparável com outros locais semelhantes.

Os hotéis oferecem uma boa e apropriada variedade de serviços, instalações e equipamentos.

A maioria dos hotéis aparenta estar limpa, bem gerida e em boas condições de conservação.

Pessoal hospitaleiro, aparenta ser profissional e estar bem treinado.

Alguns hotéis e quintas da Madeira são, eles próprios, destinos.

Os hotéis dão indicações de estarem interessados nas questões ambientais.

Centro Internacional de Feiras e Congressos de classe Mundial.

#### Cultura e Património

Fim-do-ano, Carnaval, Festa da Flor e do Vinho, Festival Colombo, Rali Vinho Madeira e outras festividades religiosas.

A rede viária é artística.

Adegas e caves de vinho e os *city-tours*.

Os edifícios antigos, as igrejas e os cemitérios estão bem conservados.

O artesanato, particularmente o bordado, a tapeçaria e o vime são feitos na Região, prontamente disponíveis e certificados.

Os jardins são um local de aprendizagem em relação à biodiversidade da Ilha.

Os museus são ricos e apelativos.

As levadas são extensas revelando vislumbres de formações rochosas vulcânicas antigas, agricultura de terraço, estábulos, cascatas e palheiros.

#### Comércio

Acompanhar a fabrico do artesanato madeirense e comprá-lo é um dos prazeres dos visitantes da Ilha.

As adegas de vinho são um importante chamariz e atraem os conhecedores de vinho para estudarem, provarem e comprarem o Vinho Madeira.

Existência do selo de certificação do IVBAM.

Os vendedores não pressionam os visitantes a comprar, algo muito apreciado.

Vasta escolha em relação a sabores e preços.

O Mercado do Funchal e outras lojas de comida oferecem especificidades locais.

### Mergulho

Locais singulares e próximos para o mercado europeu.

O destino oferece uma grande variedade de atividades de mergulho.

Equipamento atual de acordo com as medidas de segurança internacionais.

A profundidade média dos locais de mergulho varia entre 10 e 25 metros.

Câmara hiperbárica para emergências e serviços tradicionais de saúde e emergência para tratar situações resultantes da actividade.

### Ambiente e Paisagem

Dois terços da Ilha da Madeira são reserva natural.

Cidades e Vilas limpas.

Garantia de proteção e gestão das áreas costeiras e dos recursos marinhos.

O conceito de desenvolvimento sustentável é forte, embora apenas algumas empresas se tenham comprometido com o meio ambiente.

Os fundos da União Europeia são investidos na melhoria das infraestruturas, particularmente na gestão das águas, resíduos, esgotos e no tratamento das águas residuais.

O Aeroporto da Madeira foi o primeiro em Portugal a receber o Certificado de Qualidade e Meio Ambiente através da Associação Portuguesa de Certificação.

A Associação Bandeira Azul da Europa certificou 16 praias e 2 marinas na Ilha da Madeira.

### Transportes

O Aeroporto da Madeira tem a capacidade para 3,5 milhões de pessoas, o que é considerado suficiente a médio prazo.

A Direção do Aeroporto negocia com os *Tour Operators* para aumentar o número de voos.

Todas as instalações de transportes são consideradas excelentes.

Estão a ser introduzidos gradualmente os autocarros elétricos.

Modernização do Porto do Funchal concluída em 2011.

Negociações em curso sobre a retoma de uma ligação marítima Madeira/Canárias.

Melhoria nas estradas reduziu o tempo de viagem e aumentou a segurança.

O teleférico como atração e meio de transporte.

Carros-de-cesto do Monte.

Apoio para novas ligações aéreas e marítimas.

#### Estrutura

O DMO (*Destination Marketing Organization*) prepara um plano estratégico para o destino.

O DMO cria a sua própria identidade, logotipo e marca. A marca e o *slogan* da Madeira são sistematicamente apresentados em todos os materiais promocionais.

Mais de 200 jornalistas internacionais visitam a Madeira todos os anos para escreverem artigos sobre a Ilha numa média de 25 viagens/ano.

O DMO promove o destino através de diversos meios de comunicação, como a televisão, a imprensa, as revistas, a internet e *outdoors*.

A indústria tem programas motivacionais, como a Medalha de Mérito Turístico e o Distintivo Turístico Ambiental.

A Região implementa uma política ambiental verde ainda que nem todas as partes interessadas a respeitem.

O DMO organiza eventos tanto para locais como para turistas.

#### Informação e receção

A maioria dos visitantes obtém informação através da internet, a bordo dos cruzeiros, agências de viagem ou operadores turísticos.

Todos os centros de informação estão apetrechados com brochuras, mapas, etc.

Os agentes são conhecedores e capazes de ajudar os visitantes internacionais.

A maior parte dos hotéis assegura ajuda adicional através dos serviços de portaria, painéis com brochuras e pessoal local.

Muitas empresas de turismo dispõem de informação para visitantes.

População amigável e hospitaleira.

A limpeza e a atratividade da Ilha transmitem sensação de bem-estar.

#### Bem-estar e SPA

Relação histórica com turismo saudável.

As características climáticas e naturais da Ilha transmitem uma imagem holística e saudável.

Os visitantes apreciam os aspetos refinados e relaxantes do spa life.

Existência de um projeto de marketing de spa.

Ligações com o património cultural, principalmente através das Quintas da Madeira.

Forte e crescente solicitação de serviços.

O slogan “*Body, Mind, Madeira*” está de harmonia com a oferta de bem-estar e spa.

#### Serviços de Apoio

Os Madeirenses são hospitaleiros e estão habituados ao turismo.

Em determinados serviços de apoio, os clientes podem dispor de comunicação e informação em várias línguas.

Muitos países dispõem de um consulado na Madeira.

A maioria das lojas e serviços estão abertos das 09h00 às 21h00.

Embora seja difícil avaliar o exato impacto do turismo, a indústria do turismo definitivamente tem uma influência positiva nas atividades não-turísticas regionais, como a agricultura, os transportes, os serviços e o comércio. Criando ainda mais postos de trabalho.

A medição do impacto do turismo no PIB está feita.

#### Marketing e Vendas

A Natureza seja em terra ou no oceano, é o trunfo da Ilha da Madeira, ainda que cultura e património sejam igualmente significantes.

A preservação de edifícios históricos representa um fator diferenciador, tal como todas as reservas naturais.

O slogan “*Body, Mind, Madeir*” começa a enraizar-se.

A Madeira está representada nas maiores mostras turísticas mundiais.

Uma ampla variedade de comunicação social é utilizada na promoção deste destino.

Informações sobre a Madeira estão disponíveis na internet.

Um programa *online* de marketing está em desenvolvimento.

A Madeira é conhecida como um excelente destino, designadamente para o mercado Português.

Um recente programa popular de televisão, transmitido em Portugal, foi filmado na Madeira.

#### Comidas e bebidas

A Madeira tem uma cozinha distintiva baseada no peixe, fruta fresca, legumes e também na tradicional cozinha portuguesa.

Oferta variada de cozinhas, desde a tradicional à internacional ou até *fusion style*.

A gastronomia madeirense é influenciada pelas suas tradições, história e geografia.

O turismo gastronómico e do vinho são um nicho de mercado em expansão.

É proibido fumar nos bares e restaurantes.

Menus em inglês e noutras línguas estão disponíveis na maioria dos restaurantes da Madeira e do Porto Santo.

Os restaurantes utilizam os produtos regionais.

Existe uma lista de restaurantes no *site* do DMO.

#### Praias

São oferecidas muitas atividades: banhos de sol, natação, desportos aquáticos, passeios de barco, avistamento de baleias e golfinhos, surf, mergulho, etc.

Segundo as autoridades não há nenhum perigo ecológico em nenhuma praia.

Sobrelotação não é um problema.

Todas as praias disponibilizam informações acerca da segurança, temperatura e níveis de maré com sinalização oficial.

Todas as praias incluem parques de estacionamento, casas de banho, restaurantes, centro de primeiros-socorros e cabines de informação.

### 3.4.2 Concorrência

Aspeto de particular importância na caracterização do contexto do presente estudo é o da concorrência. Pese embora as especificidades que o destino Madeira apresenta, há sempre condições que são comuns a outros destinos e que têm a ver com, por exemplo, o tempo de voo, as ligações diretas, o custo da viagem, o custo do alojamento, aspetos de natureza cultural ou linguística, património, história, ambiente, praia, montanha, etc.

Por isso, eleger alguns destinos como sendo concorrenciais levanta dificuldades acrescidas tratando-se de um destino insular.

Efetivamente, tendo as ilhas, designadamente as ilhas europeias, ou ligadas constitucionalmente a países europeus ainda que localizadas em outros continentes, como traço comum o mar, a natureza e o clima ameno, a vocação turística e a hospitalidade, como sua marca, importa fundamentar a escolha em condições como o tempo de viagem e o custo dos *packages* de férias.

Num estudo realizado por Gavin Eccles (Neoturis) em 2011<sup>17</sup>, estes consultores de turismo estabelecem a partir de dados disponibilizados pela Thomson Holidays um *ranking* para um *package* de 7 dias em cinco destinos considerados concorrenciais, para turistas oriundos de Londres<sup>18</sup>, no qual a Madeira é apresentada como um destino acessível do ponto de vista do custo do *package* incluindo viagem mais alojamento.

Seguindo o mesmo *Tour Operator*<sup>19</sup>, verificámos que, à data do presente estudo, e com a devida reserva de que estas análises são fortemente influenciadas pelo tipo de unidade hoteleira que é selecionado, acrescido da circunstância de nem todos os países usarem o mesmo tipo de classificação hoteleira, verificámos que a Madeira se apresenta como um destino de custo superior a alguns destinos alternativos utilizados, mas que se encontra ao nível das Canárias para unidades hoteleiras de qualidade idêntica.

Baleares      € 307

Malta            € 458

<sup>17</sup> Airlines & Islands – ‘Thoughts & Understandings’ – case of Madeira

<sup>18</sup> Madeira, Malta, Mikonos, Santorini e Cyprus.

<sup>19</sup> <http://www.thomson.co.uk/>, captado em 10 de Janeiro de 2012.

Santorini	€ 485
Chipre	€ 544
Madeira	€ 957
Canárias	€ 998

### **3.4.3 Promoção**

Na Região Autónoma da Madeira a promoção destinada ao mercado turístico estrangeiro está a cargo da Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira (AP Madeira), uma associação sem fins lucrativos, fundada em Agosto de 2004, associando a Direção Regional de Turismo e a Associação Comercial e Industrial do Funchal. A AP Madeira resultou da necessidade de criar uma entidade que, em colaboração com a Direção Regional de Turismo, trabalhasse exclusivamente na promoção do destino Madeira. Do seu núcleo de associados fazem parte Hotéis, Agências de Viagem, Rent-a-Car, Organismos Oficiais e Empresas de Animação Turística.

De acordo com o seu *site* oficial<sup>20</sup>, a Associação de Promoção da Madeira tem como objetivo promover e divulgar o destino Madeira no exterior, junto dos consumidores finais e, principalmente, junto do *trade*, sendo que a sua missão é a de criar oportunidades para os respetivos associados, com particular incidência em novos e diferenciados fluxos turísticos, através do investimento em relações públicas, apoio a eventos, congressos e incentivos, ações promocionais e parcerias, designadamente junto de mercados considerados estratégicos como o Reino Unido, a Alemanha, a França, a Espanha, a Itália, a Escandinávia, a Áustria, a Suíça, a Holanda e a Bélgica.

A ação da SP Madeira está dirigida à aquisição e negociação de novos voos com companhias aéreas dos principais mercados, ao apoio a projetos e ações de operadores turísticos e associados, ao desenvolvimento de um plano estratégico de promoção do destino, que passa por campanhas de publicidade em vários suportes comunicacionais e na realização de publi-reportagens nos principais meios de comunicação da Europa, realização de *press trips* e *fam trips*, bem como o apoio a eventos, congressos e incentivos.

---

<sup>20</sup> [www.ap-madeira.pt](http://www.ap-madeira.pt), captado em 9 de janeiro de 2013.

O conceito *Body.Mind.Madeira* assenta num posicionamento inovador de bem-estar e de descoberta do indivíduo como um todo. Este posicionamento, com uma carga emocional muito forte, conduziu ao conceito que revela a Madeira como uma ilha holística, em que esta surge como muito mais do que uma ilha, antes um lugar místico, de culto e de tranquilidade. Um lugar onde se descobre a natureza, ao mesmo tempo que o indivíduo se descobre a si próprio na dualidade de corpo e alma, em que a Madeira surge feita de contrastes entre o oceano profundo e as montanhas altas, o sol e a neve, o azul calmo do mar e as cores exuberantes das flores. É nesta paisagem de contrastes da Madeira, em perfeita harmonia, que é proposto ao visitante que encontre o equilíbrio tão desejado entre o corpo e a mente.

Este novo posicionamento da Marca Madeira reflete-se numa imagem rejuvenescida e inspiradora.

Os recursos utilizados na promoção são oriundos das várias fontes, a saber, o Turismo de Portugal, a Direção Regional de Turismo/Governo Regional e os demais associados da AP, quer pela via da contratualização direta, quer através do Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo (PIQTUR), e a ANAM, SA.

Quadro 10 – Financiamento à promoção do destino Madeira

	2008	2009	2010
Turismo de Portugal	2.565.000,00 €	2.565.000,00 €	2.565.000,00 €
DRT	1.590.303,00 €	1.611.349,00 €	1.341.250,00 €
Privados	641.250,00 €	641.250,00 €	641.250,00 €
ANAM	416.854 €	760.339 €	921.175 €
Total	5.213.407,15 €	5.577.938,00 €	5.468.674,98 €

Fontes: AP Madeira, DRT, ANAM,SA

Gráfico 10 - Financiamento à promoção do destino Madeira

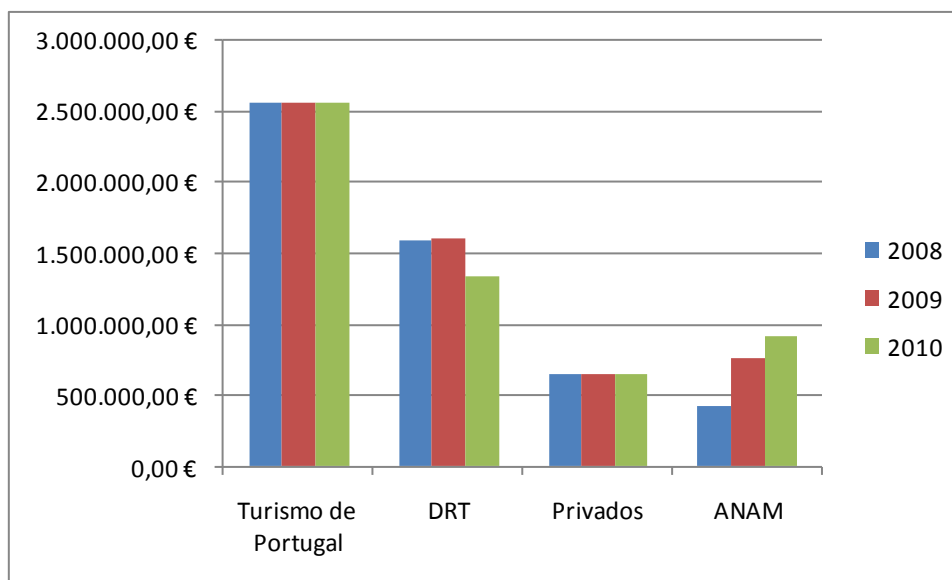


Gráfico de elaboração própria

Fontes: AP Madeira, DRT, ANAM,SA

### 3.4.4 Taxas Aeroportuárias

As tarifas aplicáveis aos aeroportos de 187 estados e territórios membros da International Civil Aviation Organization (ICAO), entre os quais os aeroportos portugueses<sup>21</sup>, encontram-se descritas no documento *Tariffs for Airports and Air Navigation Services*.

De forma resumida, e quanto às principais taxas aeroportuárias dos Aeroportos Portugueses, temos:

Quadro 11 - Taxas Aeroportuárias dos Aeroportos Portugueses

	Lisboa	Porto	Faro	Açores	Funchal	Porto Santo
<b>Aterragem/Descolagem</b>						
Até 25 ton	4,30	4,30	4,30	3,01	9,02	9,02
Entre 25 e 75 ton	5,23	5,23	5,23	3,68	10,95	10,95
Mais de 75 ton	6,15	6,15	6,15	4,33	12,88	12,88
<b>Passageiros</b>						
Espaço Schengen	7,30	7,28	7,10	5,83	14,27	14,27
Fora do espaço Schengen	9,30	9,26	9,00	9,28	17,86	17,86
Internacional	12,40	12,36	12,07	12,38	23,81	23,81

Fonte: Doc 7100 (ICAO), 2010

<sup>21</sup> Tariffs for Airports and Air Navigation Services, Doc. 7100, ICAO (2010), pp:20,21

As taxas praticadas na Madeira foram influenciadas em alta no âmbito de uma condição inerente ao financiamento da ampliação do Aeroporto da Madeira através do Fundo de Coesão. Nesta circunstância, a União Europeia deliberou: “... as taxas aeroportuárias serão aumentadas com uma progressão linear a partir de 1 de Janeiro de 1998, a fim de alcançar uma duplicação em termos reais no ano de 2006, relativamente à situação atual”.

Conforme destaca o Relatório Final do Grupo de Trabalho para a Avaliação da Situação do Transporte Aéreo (2006)<sup>22</sup> a utilização das infraestruturas da Madeira é mais onerosa do que a das congéneres nacionais.

Considerando como mais significativas para efeitos de avaliação do respetivo impacto, dada a sua aplicação à maior fatia do tráfego, temos as tarifas de aterragem/descolagem para aeronaves com porte acima das 75 toneladas e os passageiros do espaço Schengen.

Quadro 12 - Taxas Aterragem (> 75 ton) e Passageiros (Schengen)

	Lisboa	Porto	Faro	Açores	Funchal	Porto Santo
Aterragem/Descolagem	6,15	6,15	6,15	4,33	12,88	12,88
Passageiros	7,30	7,28	7,10	5,83	14,27	14,27

Fonte: Doc 7100 (ICAO), 2010

Nesta conformidade, o custo de operação na Madeira de uma aeronave tipo A320, com destino Schengen, colocando-se em paralelo com os casos de Lisboa, Porto e Faro, apresenta uma divergência considerável, que pode ser apreciada no quadro e gráfico abaixo.

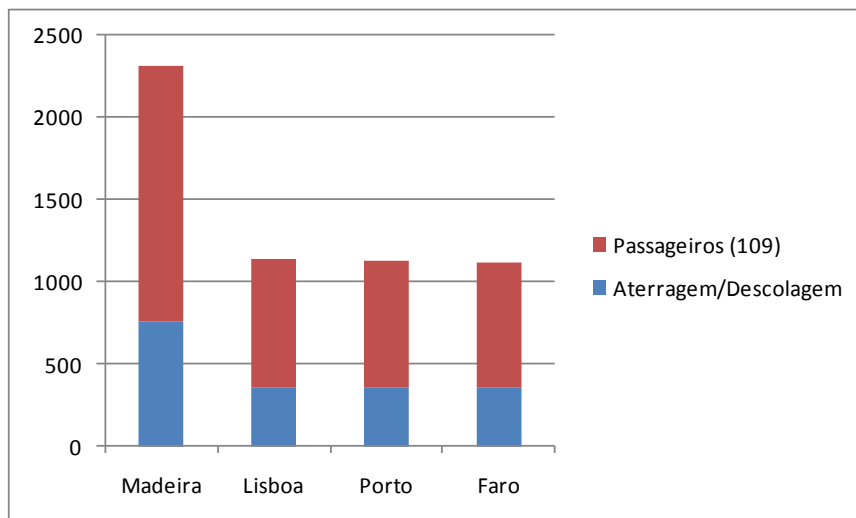
Quadro 13 - Custo operação A320 em taxas de aterragem e passageiros

	Madeira	Lisboa	Porto	Faro
Aterragem/Descolagem	762,05	356,13	356,13	356,13
Passageiros (109)	1555,43	780,44	778,26	759,73
Total	2317,48	1136,57	1134,39	1115,86

Fonte: Doc 7100 (ICAO), 2010

<sup>22</sup> Grupo criado pela Resolução do Conselho do Governo Regional da Madeira, n.º 1817/2005, de 20 de Dezembro, envolvendo representantes da Secretaria Regional do Equipamento Social e Transportes (Eng.º Duarte Ferreira e Dr. Roberto Gomes), da Secretaria Regional do Turismo e Cultura (Dr. Dinarte Camacho), da Agência de Promoção da Madeira (Dr.ª Filipa Fernandes), da ACIF (Dr. João Welsh) e do Conselho Empresarial da Madeira (Dr. Carlos Rodrigues).

Gráfico 11- Custo operação A320 em taxas de aterragem e passageiros



### 3.5 Sinopse do capítulo III

Segundo o Plano Estratégico Nacional para o Turismo (2011), o Turismo interno em Portugal desenvolveu-se de forma sustentada, mas o contexto da crise económica internacional, marcado pela forte contração da procura nos principais mercados emissores, levou em 2009 a uma deterioração da performance do Turismo externo.

O Turismo interno desenvolveu-se de forma sustentada desde o PENT, com os hóspedes a aumentarem em cerca de 800 mil e as dormidas em cerca de 1,4 milhões entre 2006 e 2010. Este fator potenciou o desenvolvimento sustentado das regiões e polos, num contexto económico difícil.

O destino Madeira apresenta os seguintes pontos fortes:

Montanha e Paisagem:

Segurança

Acomodação

Cultura e Património

Comércio

Mergulho

Ambiente e Paisagem

Transportes

Estrutura  
Informação e receção  
Bem-estar e SPA  
Serviços de Apoio  
Marketing e Vendas  
Comidas e bebidas  
Praias

Pesem embora as especificidades que o destino Madeira apresenta, há sempre condições que são comuns a outros destinos e que têm a ver com, por exemplo, o tempo de voo, as ligações diretas, o custo da viagem, o custo do alojamento, aspetos de natureza cultural ou linguística, património, história, ambiente, praia, montanha, etc.

As taxas aeroportuárias praticadas no Aeroporto da Madeira foram influenciadas em alta no âmbito de uma condição inerente ao financiamento da ampliação do Aeroporto da Madeira através do Fundo de Coesão.

O custo de operação na Madeira de uma aeronave tipo A320, com destino Schengen, colocando-se em paralelo com os casos de Lisboa, Porto e Faro, apresenta uma divergência considerável.



## 4 Revisão da literatura, definição da problemática e dos objetivos

### Objetivos do Capítulo IV

*O presente capítulo é dedicado à revisão da literatura, aqui se incluindo uma abordagem aos estudos publicados recentemente.*

*Por outro lado, o presente capítulo expõe a revisão da literatura concernente aos conceitos de turismo nas suas várias vertentes, desde o lazer, a saúde, a aventura, o turismo científico, etc.*

*É ainda neste capítulo que, face à investigação efetuada, definiremos a problemática relacionada com as questões de partida anteriormente colocadas, e definiremos os objetivos do estudo.*

#### 4.1 O conceito de turismo

Embora, como se viu anteriormente, não exista um conceito único que defina o que se entendeu chamar *turismo*, importa assentar num conjunto de princípios terminológicos comumente aceites pelos investigadores e pelos profissionais do sector. É nesse sentido que se encontram as diversas classificações, consoante a origem dos visitantes, conforme o seu peso na balança de pagamentos, segundo a duração da permanência, a natureza dos meios utilizados, o grau de liberdade administrativa e o tipo de organização da viagem.

Antes, porém, atentemos na evolução do conceito em si próprio e a sua evolução ao longo do tempo, sendo certo que, desde sempre, a prática do turismo se associou ao prazer de viajar e de conhecer outras realidades sociais, culturais, climáticas, ambientais, etc.

Uma das definições mais remotas, *teoria e prática de viajar por prazer* (Oxford British Dictionary, 1811) assim o atesta, embora seja a definição do economista austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen (1911) de que o turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída de um turista de um determinado município, país ou estado, que é considerada, num contexto moderno, a aceção basilar deste conceito.

Autor de referência nesta temática, Luiz Fernández de Fuster (1967) refere que em 1929 surgem as primeiras definições da chamada “escola berlinesa” onde pontua Glügsman R. (1939), segundo o qual, o turismo é um vencimento do espaço por pessoas que vão para um local no qual não têm residência fixa.

Segundo Barreto, M. (2008), quem interpreta o turismo como um problema de transporte, confunde este com o tráfego de turistas. O turismo começa onde o tráfego termina, no porto de turismo, no lugar de hospedagem. O tráfego de viajantes conduz ao turismo, porém, não é turismo, nem sequer em parte. Turismo é a soma das relações existentes entre pessoas que se encontram temporariamente num lugar e os naturais desse local.

Continuando a citar a recolha de Barreto, M. (2008)<sup>23</sup> surgem várias definições nesta ‘escola’, designadamente a que é proposta por Strader, J. (1917), como sendo o tráfego de viajantes de luxo (aqueles que têm condução própria) que se detêm num local fora do seu lugar fixo de residência, e com a sua presença naquele país não perseguem nenhum propósito económico, mas buscam a satisfação de uma necessidade de luxo.

Já para Schwink (1929), trata-se do movimento de pessoas que abandonam temporariamente o lugar de residência permanente por qualquer motivo relacionado com o espírito, o corpo ou a profissão.

Para Morgenroth (1929) é o tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência para deter-se em outro local com o objetivo de satisfazer as suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens económicos e culturais e, para Benschmidt, W. (1929), é o conjunto de

---

<sup>23</sup> *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. São Paulo, Brasil: Papirus Editora, 17.<sup>a</sup> edição)

relações pacíficas e esporádicas entre viajantes que visitam um local por motivos não-profissionais e os naturais desse local.

Finalmente para Bormann (1930), será o conjunto de viagens cujo objeto é o prazer ou por motivos comerciais ou profissionais ou outros análogos, e durante os quais a ausência da residência habitual é temporária. Não são incluídas em turismo as viagens realizadas para ir para o local de trabalho.

Importa igualmente conhecer os conceitos da Organização Mundial do Turismo (OMT)<sup>24</sup> enquanto principal organização internacional no domínio do turismo e fórum global para questões de política de turismo e fonte prática de conhecimentos neste campo, desempenhando um papel central e decisivo na promoção do desenvolvimento de um turismo responsável, sustentável e acessível para todos, com especial atenção para os interesses dos países em desenvolvimento.

#### 4.1.1 Segundo a origem dos visitantes

Turismo doméstico ou interno – O que resulta das deslocações dos residentes de um país, que tenham nacionalidade ou não desse país, viajando apenas dentro do próprio país.

Turismo recetor (*inbound tourism*) – abrange as visitas a um país por não residentes.

Turismo emissor (*outbound tourism*) – resulta das visitas de residentes de um país a outro ou outros países.

Turismo interior – abrange o turismo realizado dentro das fronteiras de um país e compreende o turismo doméstico e o recetor.

Turismo nacional – refere-se aos movimentos dos residentes de um dado país e compreende o turismo doméstico e emissor.

Turismo internacional – abrange unicamente as deslocações que obrigam atravessar uma fronteira, consiste no turismo recetor adicionado do emissor.

---

<sup>24</sup> <http://unwto.org/>, captado em 19/12/2011, 14:41.

#### **4.1.2 Segundo as repercussões na balança de pagamentos**

As entradas de visitantes estrangeiros contribuem para o ativo da balança de pagamentos de um país, na medida em que provocam a entrada de divisas. As saídas de residentes nesse país têm um efeito passivo sobre a balança de pagamentos, por provocarem a saída de divisas (turismo externo ativo e turismo externo passivo).

Turismo de importação – turismo de residentes, praticado no estrangeiro (*outgoing*).

Turismo de exportação – turismo de residentes no estrangeiro praticado no país visitado (*incoming*).

#### **4.1.3 Segundo a duração da permanência**

Turismo de passagem – efetuado apenas pelo período de tempo necessário para se alcançar uma outra localidade ou país, objeto da viagem.

Turismo de permanência – realizado numa localidade ou num país, objetivo da viagem, por um período de tempo variável que, porém, exigirá pelo menos uma dormida.

Este depende do objetivo da viagem, das condições existentes e características do local visitado (condições naturais, investimentos realizados, capacidade criativa), do país de origem, da duração das férias e das motivações do turista.

#### **4.1.4 Segundo a natureza dos meios utilizados**

Segundo as vias utilizadas, podemos distinguir turismo terrestre, náutico e aéreo.

De acordo com os meios utilizados distinguimos o turismo por caminho-de-ferro, por barco, por ar e de automóvel.

#### 4.1.5 Segundo o grau de liberdade administrativa

Turismo dirigido – se existir regulamentação que limite a liberdade de deslocação dos turistas.

Turismo livre – se existir inteira liberdade de movimentos.

Os países emissores, em situações de dificuldade das respetivas balanças de pagamentos ou por razões políticas, podem limitar as saídas dos seus nacionais por vários meios: limitações na aquisição de divisas, lançamento de impostos, obrigação da constituição, prévia à saída, de um depósito de uma certa quantia de dinheiro, obrigação de vistos, restrições na concessão de passaportes, etc.

Os países emissores também limitam, sobretudo por razões políticas, as entradas de estrangeiros ou as suas deslocações no interior do país.

#### 4.1.6 Segundo a organização da viagem

Turismo individual – quando uma pessoa ou um grupo de pessoas parte para uma viagem cujo programa é por elas próprias fixado, podendo modificá-lo livremente, com ou sem intervenção de uma agência de viagens.

Turismo coletivo ou de grupo (*forfait* ou *package*) – quando um operador turístico ou uma agência de viagens oferece a qualquer pessoa, contra o pagamento de uma importância que cobre a totalidade do programa oferecido, a participação numa viagem para um determinado destino, segundo um programa previamente fixado para todo o grupo.

### 4.2 As referências programáticas ao Turismo

Dada a responsabilidade, em termos promocionais, de garantias de acessibilidade e de construção e manutenção de infraestruturas que cabem aos poderes regionais, importa recolher aquilo que, em termos programáticos, é defendido pelo Governo Regional da Madeira, em particular o que vem prescrito no atual Programa de Governo, mandato 2011/2015, que abaixo se resume.

#### **4.2.1 O Turismo no Programa do Governo Regional da Madeira, 2011/2015**

Dada a importância económica do setor turístico para a Região Autónoma da Madeira é natural que as orientações programáticas do Governo Regional abordem de forma exaustiva esta problemática, pelo que, em Anexo, as transcrevemos na sua totalidade.

É reconhecido programaticamente que o Turismo tem uma importância vital para o desenvolvimento e para a estabilidade económica e social da Região Autónoma da Madeira, e motor da sua economia. Assim, as linhas estratégicas assentam na valorização do potencial turístico da Madeira, numa perspetiva integrada, sustentável e de consolidação das características de destino de qualidade, diferenciado no quadro da competitividade nacional e internacional.

Releva-se a excelência do destino designadamente no plano das infraestruturas turísticas, dos equipamentos, das atividades de animação e dos sistemas de informação.

Deste modo, a estratégia pública está atenta à atual conjuntura económica internacional, nacional e regional, obrigando a que a intervenção pública, em matéria de desenvolvimento turístico regional, atenda à situação económico-financeira das empresas do sector.

Sendo certo que as atividades associadas ao turismo correspondem a um dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM, é também certo que estas atividades são conduzidas e concretizadas por agentes privados, cabendo às entidades públicas as funções supletivas de orientação, de enquadramento, de facilitação e de promoção institucional, assim como o papel regulador e coordenador das políticas.

Este diagnóstico aponta para um conjunto de orientações fundamentais, a saber, a diversificação e a requalificação dos produtos, a promoção, o uso das novas tecnologias e dos sistemas de informação e animação turística, bem como a qualificação e a formação profissionais

#### **4.2.2 O Turismo no Programa de Desenvolvimento Económico e Social (2007/2013)**

No PDES 2007/2013, de entre as prioridades de natureza temática, o Turismo surge como a primeira dessas prioridades, seguindo-se a Agricultura e o Desenvolvimento Rural, a Pesca, a Indústria, o Comércio e os Serviços; depois as Infraestruturas Públicas e os Equipamentos Coletivos e, finalmente, a Governação Regional e Sub-Regional.

Este documento orientador dedica um largo espaço aos objetivos e às Orientações Estratégicas para o Turismo, transcritas integralmente em Anexo.

Refere este documento orientador que as atividades associadas à temática do turismo correspondem a um dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM, são de forma intrínseca conduzidas e concretizadas por agentes privados, cabendo às autoridades regionais a responsabilidade pelo desempenho de funções supletivas de orientação, de enquadramento, de facilitação e de promoção, onde se enquadram importantes realizações conduzidas pela administração regional e municipal, onde relevam os investimentos realizados em infraestruturas públicas, em equipamentos coletivos e no que respeita à formação e qualificação dos recursos humanos.

Especificamente no que respeita à área temática do turismo no horizonte 2013 são tidas em conta um conjunto de orientações fundamentais, tais como a diversificação da oferta turística, a valorização da natureza e da respetiva diversidade, a focalização das atuações públicas e empresariais e a desconcentração da oferta.

Assim, foi definido um objetivo para o horizonte 2013, o qual assenta em três Eixos Estratégicos de Desenvolvimento, a saber, a consolidação do produto dominante, o desenvolvimento da segmentação turística e o desenvolvimento da formatação da rede de oferta complementar, explorando a diversidade dos recursos e qualificando a oferta existente.

A concretização deste Modelo Turístico da RAM no quadro do PDES 2007-2013 tem consequências territoriais muito significativas, cujos traços essenciais são os seguintes: potenciar o mar como recurso turístico e de lazer, com grande capacidade de carga; posicionar o Funchal como o grande centro urbano-turístico da Região e a sua principal porta de articulação com o mar; desconcentrar territorialmente a oferta e reposicionar o interior da Ilha da Madeira e a Costa Norte na oferta turística e de lazer.

São ainda apontadas medidas consideradas relevantes como o aumento da notoriedade da marca ‘Madeira’, a promoção e divulgação do destino Madeira no mercado interno, a diferenciação entre a oferta de alojamento tradicional e as novas tipologias, o desenvolvimento e disseminação das novas tecnologias, a consolidação dos segmentos de mercado relacionados com o binómio turismo-desporto, a captação de negócio, a motivação do interesse pela atividade turística, a aferição, medição e controlo de variáveis e indicadores do sector e a atenuação da sazonalidade através da valorização do património cultural.

#### **4.2.3 A Associação de Promoção da Madeira**

A Associação de Promoção da Madeira (APM)<sup>25</sup> tem como objetivo promover e divulgar o destino Madeira no exterior, junto dos consumidores finais e, com especial incidência, junto do *trade*. Desenvolve ações como campanhas de imprensa, *outdoor*, televisão e *online*, diretamente ou através de parcerias.

Produz brochuras e outro material promocional, divulga artigos e reportagens publicados na imprensa internacional.

Na base da promoção está a divulgação da oferta regional, pelo que destaca a Natureza, o Golfe, as Quintas da Madeira, os Hotéis *Wellness & Spa*, a Ilha do Porto Santo, assim como as facilidades de apoio à *Meetings Industry*.

### **4.3 Estudos Recentes sobre o Turismo Regional**

Não obstante a não existência de um curso de nível superior para a área do Turismo na Universidade da Madeira (UMa), esta não deixou de, ao nível da pós-graduação, dedicar atenção ao setor, consciente da sua importância estratégica.

No ano de 2006 o Departamento de Economia e Gestão da UMa, desenvolveu um mestrado em Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo, no qual foram defendidas nove teses. O principal objetivo do referido mestrado foi o de “contribuir por meio da realização de trabalhos de investigação para um melhor conhecimento das diferentes

---

<sup>25</sup> <http://www.ap-madeira.pt>, captado em 19/12/2011, às 15:40.

realidades do turismo regional, fornecendo ferramentas de discussão a políticos e tomadores de decisões. Prova deste intuito é a diversidade das temáticas e metodologias abordadas nos trabalhos apresentados<sup>26</sup>”.

Em 2008, a realização no Funchal do XVI Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (APDR) – a experiência de desenvolvimento socioeconómico regional: uma abordagem multidisciplinar sobre a Madeira – representou uma oportunidade para o desenvolvimento de investigação pertinente sobre a problemática do Turismo. Neste âmbito foi apresentado um conjunto de comunicações<sup>27</sup> que importa analisar em relação aos pontos de contato com o presente estudo.

Segundo Sousa, R. (2006)<sup>28</sup> as principais conclusões sobre o destino turístico representado pela Ilha do Porto Santo, apontam para a necessidade imperiosa de se trabalhar em função da qualidade global, ainda relativamente débil na ilha. No entanto, aponta para o facto de persistirem carências ao nível das infraestruturas de apoio ao turista nas zonas balneares.

Freitas, C. (2006)<sup>29</sup> ao debruçar-se sobre as questões da motivação, releva a evidência de que os líderes da indústria hoteleira da RAM são participativos e preocupados com as pessoas, tendo uma influência significativa na motivação dos seus empregados, com conseqüências quer no seu empenho, quer no seu desempenho, destacando a liderança nos hotéis como um dos fatores críticos de sucesso mais importante.

No campo das preocupações ambientais, para Fonseca, A. (2006)<sup>30</sup> fica evidente que a oferta turística da RAM está de acordo com as necessidades do sector do turismo, apresentando uma enorme diversidade de elementos, globalmente de boa qualidade, e que a relação existente entre o ambiente e o turismo na Região é bastante complexa, estando o turismo muito dependente do ambiente e do seu estado de conservação.

---

<sup>26</sup> [http://www3.uma.pt/Unidades/DGE/index\\_ficheiros/Mestrado\\_ficheiros/Teses.htm](http://www3.uma.pt/Unidades/DGE/index_ficheiros/Mestrado_ficheiros/Teses.htm), captado em 22/01/2013.

<sup>27</sup> Modelação da Procura Turística na Madeira (Daniel & Rodrigues); Nova abordagem da metodologia de redes neuronais artificiais para a previsão de séries temporais de turismo (Teixeira & Odete); O Turismo na sustentabilidade regional e local – análise das respostas de turistas: o caso prático do Porto Santo (Rocha); Turismo Ativo e Levadas (Aeves, Soares & Almeirda) e Turismo Rural e diversificação de mercados (Almeida).

<sup>28</sup> Tese Mestrado “A sustentabilidade do destino turístico no Porto Santo”.

<sup>29</sup> Tese de Mestrado “Estudo da motivação e da liderança na indústria hoteleira da RAM”.

<sup>30</sup> Tese de Mestrado “A oferta turística da região autónoma da Madeira e sua relação com o ambiente”.

Teles, S. (2006)<sup>31</sup> dedicou especial atenção às questões relacionadas com a estratégia das companhias aéreas, tornando evidente que a formulação da estratégia de uma transportadora aérea depende em boa medida das condições económico-financeiras que a envolvem, bem como questões políticas de transporte aéreo, nomeadamente de eliminação de barreiras no acesso aos mercados, da caracterização sociodemográfica dos mercados emissores e das políticas definidas pelos parceiros das alianças estratégicas, não descurando o ambiente competitivo em geral.

Camacho, E. (2006)<sup>32</sup>, abordando o retorno do investimento, defende que o estabelecimento de objetivos específicos para cada mercado/produto, em concordância com os objetivos estratégicos irão permitir uma análise prévia de cada ação incluída no plano de promoção, criando-se também indicadores de monitorização e avaliação das campanhas efetuadas. Este processo contínuo irá contribuir de forma positiva para a análise futura das ações de promoção a efetuar, possibilitando assim uma seleção natural das melhores práticas por mercado e por produto.

Costa, M. (2006)<sup>33</sup> debruçando-se sobre as questões do turista com deficiência chega à conclusão de que a quase totalidade das facilidades/características consideradas com interesse para a população com deficiência é já observada, embora de forma dispersa. As adaptações mais comuns são as que se destinam ao utilizador de cadeira de rodas.

Conceição, N. (2006)<sup>34</sup>, abordando a problemática da formação profissional revela que a necessidade de resposta às novas exigências do mercado, exige uma permanente adequação de competências por parte dos profissionais de hotelaria.

Na mesma área, Figueira, M. (2006)<sup>35</sup>, verifica que a produtividade dos trabalhadores das empresas que promovem ações de formação é superior à das empresas que não as promovem e a produtividade dos trabalhadores das empresas que promovem formação em maior número de anos, isto é promovem formação com carácter regular, é superior à dos trabalhadores das empresas que as promoveram em menor número de anos.

---

<sup>31</sup> Tese de Mestrado “Factores determinantes na definição da estratégia de uma companhia aérea”.

<sup>32</sup> Tese de Mestrado “Modelo de avaliação do retorno do investimento da promoção turística na Região Autónoma da Madeira”.

<sup>33</sup> Tese de Mestrado “O turismo e o cidadão deficiente”.

<sup>34</sup> Tese de Mestrado “Perfis de competências na hotelaria de categoria elevada da RAM”.

<sup>35</sup> Tese de Mestrado “Formação profissional e produtividade no sector hoteleiro – Um problema para o desenvolvimento sustentável da Madeira”.

Pestana, S. (2006)<sup>36</sup>, abordando a organização interna das agências de viagens, realça a importância da internet na divulgação de informação.

Daniel, A. & Rodrigues, P. (2008)<sup>37</sup> realçam a importância dos estudos previsionais para os principais mercados geradores de turistas para a Madeira, enquanto Teixeira, J. & Odete, P. (2008)<sup>38</sup> alertam para o facto de que a globalização implica uma maior pressão sobre os destinos clássicos, lançando para a ribalta novos pontos de interesse turístico.

Alves, A., Soares, J. & Almeida, A. (2008)<sup>39</sup>, abordam a questão do turismo ativo onde sobressai o questão do contato com a natureza como um fator motivacional para um segmento de mercado maduro, proveniente de quadros médios-superiores oriundos de países como a Alemanha, o Reino Unido e Portugal.

O turismo rural é uma área de interesse para a investigação de Almeida A. (2008)<sup>40</sup> que conclui que a análise dos fatores condicionantes da procura dirigida a este nicho sugere resultados similares aos constatados noutros destinos em especial no que concerne aos fatores de relaxamento e fruição da vivência rural/agrícola.

Outros estudos académicos se têm sido produzidos sobre o turismo da Madeira e do Porto Santo. A título exemplificativo, e com vénia aos seus autores, transcrevem-se as principais conclusões de três desses estudos.

#### **4.3.1 A Evolução do Turismo na Madeira no período de 1975 a 2000<sup>41</sup>**

O estudo de Baptista (2005) aponta um conjunto de linhas a seguir que, segundo o autor, seriam determinantes para o crescimento e evolução do Turismo na Madeira, designadamente:

Centralização da informação estatística numa única entidade;

Diversificação dos produtos turísticos;

---

<sup>36</sup> Tese de Mestrado “Apoio à tomada de decisão em empresas de serviços de turismo: um estudo de caso em agência de viagens”.

<sup>37</sup> Artigo “Modelação da Procura Turística na Madeira”.

<sup>38</sup> Artigo “Nova abordagem da metodologia de redes neuronais artificiais para a previsão de séries temporais de turismo”.

<sup>39</sup> Artigo “Turismo Ativo e Levadas”.

<sup>40</sup> Artigo “Turismo Rural e diversificação de mercados”.

<sup>41</sup> João Manuel Lemos Baptista (2005).

- Melhorar a qualidade da informação turística;
- Monitorização permanente do sector;
- Realização periódica de estudos;
- Entendimento entre os sectores público e privado;
- Reforçar a promoção do destino turístico;
- Conciliar a trilogia produto/promoção/pessoal;
- Desenvolvimento sustentado, baseado na aprovação do Plano de Ordenamento Turístico.

#### **4.3.2 O Desenvolvimento do Turismo na Ilha do Porto Santo<sup>42</sup>**

Dantas (2005), referindo-se ao Porto Santo, aponta um conjunto de caminhos que a promoção turística daquela Ilha deveria seguir:

- Aposta nos Planos de Pormenor e de Urbanização para sobreposição dos interesses da Ilha, sobre os interesses privados;
- Construção de um modelo de desenvolvimento turístico adequado à realidade local e aos nichos de mercado específicos;
- Valorização das diferenças, transformando-as em vantagens competitivas;
- Modelo de gestão turística proactivo;
- Desenvolvimento que promova o equilíbrio com as questões sociais e culturais locais;
- Maximização e sinergias entre entidades públicas e privadas.

#### **4.3.3 Novo Perfil para o Turismo na Região Autónoma da Madeira<sup>43</sup>**

Por sua vez Belo (2002), em estudo de caso no Porto Santo, mas com extrapolação para a Região Autónoma no seu todo, aponta:

- O projeto golfe poderá tornar-se na *driving force* do desenvolvimento sustentável;
- O envolvimento de todos, condição essencial para o sucesso;
- Criação de uma ‘Agenda 21’ local;

---

<sup>42</sup> Maria Gilda de Andrade Fernandes Dantas, 2005.

<sup>43</sup> António José de Matos Belo, 2002.

Participação social;  
Envolvimento dos vários níveis de governação;  
Adequação da oferta aos perfis da procura;  
Associação da “agricultura biológica”;  
Associação de ambiente e produtos naturais;

#### **4.4 Mudanças no comportamento dos passageiros**

O crescimento económico, a confiança nas empresas, o desejo das pessoas em viajar e os preços mais acessíveis, foram os principais impulsionadores da procura por viajar nas últimas décadas. O aumento da globalização e da livre circulação de pessoas e bens dentro e entre regiões foram fatores que se apresentaram como enormemente positivos para a procura.

Tudo indica que as viagens de lazer passaram a ter um crescimento mais rápido do que viagens de negócios. Por exemplo, Mason & Alamdari (2007) mostram que as viagens de lazer dentro e fora de seis principais aeroportos do Reino Unido para uma série de países europeus crescem mais rapidamente do que as viagens de negócios. Segundo os autores, em 1996 o mercado de lazer representava 55,8% dos passageiros; porém, ao longo de um período de sete anos, as viagens de lazer cresceram mais rapidamente, a um nível de 9,4%/ano, ao passo que as viagens de negócios cresceram apenas a um nível de 2,5%/ano e, em 2003, o mercado de lazer já representou 66,6% do total de mercado. Estas mudanças na estrutura de mercado são atribuídas principalmente ao crescimento das companhias aéreas de baixo custo, o que levou a uma queda no rendimento do setor aéreo tradicional.

O mercado de viagens de negócios tem sofrido uma mudança acentuada nos últimos anos, mas continua a ser um ator principal na deslocação entre uma origem e um destino. As companhias aéreas tradicionais têm já há muitos anos sustentado os seus lucros com o mercado de viagens de negócios. Embora as companhias aéreas apenas tenham 15% da sua capacidade alocada à Classe Executiva, esse valor, porém, é responsável por 28% da receita total. Mais importante ainda é saber-se que, por exemplo em 2002, a margem de lucro operacional da Classe Executiva foi de 29% em comparação com apenas 5% da classe económica (IATA, 2003).

A partir de 2000, no entanto, a proporção de viajantes na Classe Executiva tem vindo a diminuir. Um declínio na aceitação de bilhetes de classe executiva e uma alteração no comportamento do consumidor, pela maior adoção de compra nos outros segmentos, mostrou que a elasticidade na procura/preço não se observou no mercado de negócios. Isso tem sido particularmente evidente no mercado de curta distância com o advento das companhias aéreas de baixo custo. O número de passageiros de negócios, que viajam na classe executiva num conjunto significativo de companhias aéreas europeias, declinou.

A realidade atual é que uma grande proporção de passageiros passou a centrar a sua decisão no preço ao invés do serviço. Segundo Mason & Alamdari (2007), com as viagens de curta distância na Classe Executiva a cair, os autores adiantam que a proporção de passageiros de negócios que usaram transportadoras de baixo custo para viagens de negócios subiu para 71% em 2004/5 em comparação com apenas 28% em 1998/9. Mostrando, ainda, que esse facto não é devido apenas a tarifas mais baixas, mas que os viajantes de negócios encontram mais opções de destinos através das companhias aéreas de baixo custo.

Segundo a IATA (2004) o preço tornou-se o principal determinante para os viajantes de negócios de curta distância, seguido do sistema de Passageiro Freqüente (*Frequent Flyer Program* - FFP), e a conveniência de horário. No caso das viagens de longo curso, o conforto da cadeira de viagem, o preço e o sistema de Passageiro Freqüente são os fatores principais de compra, embora o preço apareça como relativamente menos importante comparado com as viagens de curta distância.

Na maior parte dos países europeus gozam-se um significativo número de dias de férias anuais remuneradas. Uma grande proporção da população aproveita o seu direito de férias para se deslocar, com um impacto positivo sobre as viagens aéreas dentro dos países de origem e na Europa. Observa-se que nos últimos anos, os viajantes europeus tem tido uma tendência para um número maior de viagens, porém com duração por viagem cada vez mais curta. Tradicionalmente, a norma era um único e longo período de férias em cada ano. No entanto, estabeleceu-se uma tendência crescente para a divisão das férias anuais em mais que um período, porém com intervalos mais curtos. Na maioria dos países europeus, as pausas curtas são cada vez mais populares.

Segundo Mason & Alamdari (2007), nos últimos anos tem havido um maior crescimento das viagens dentro da Europa do que para países fora da Europa. Por exemplo,

em 2003, o tráfego do Reino Unido para a Europa aumentou 8,9% em comparação com um aumento de 2,5% em viagens de longo curso. No período entre 1993 e 2000 a taxa de crescimento anual foi de 7,3% para a Europa e 6,9% no longo curso. Note-se porém, que nos últimos anos, o crescimento mais reduzido no tráfego em rotas de longa distância pode também ser explicado pelas preocupações com a saúde, nomeadamente pelas várias epidemias surgidas, com o terrorismo e com a segurança.

A *internet* teve também um profundo impacto na forma como os consumidores procuram e reservam as suas férias. O facto de a maioria das reservas com as companhias aéreas de baixo custo serem apenas realizadas através da Internet tem levado ao crescimento da popularidade deste canal de venda e, por sua vez, tornou a comparação dos preços das viagens de avião muito mais fácil. Sabe-se que este é um dos fatores que contribuíram para o abaixamento nos preços médios de viagem. A tendência nos passageiros de lazer indica que eles esperam, e vão continuar a esperar, tarifas baixas. O principal estímulo para o crescimento das viagens de lazer têm sido as tarifas baixas, com os viajantes de lazer sempre preparados para mudar de destino perante boas promoções.

A tecnologia de comunicação eletrónica e por satélite é vista como tendo um impacto de substituição acentuado na procura por viagens de negócios. A capacidade proporcionada pela tecnologia para se comunicar eficazmente com parceiros de negócios e clientes em qualquer lugar do mundo é entendida como condutora de um crescimento em viagens de negócios para lugares cada vez mais distantes. No entanto, a capacidade de se realizar negócios efetivamente com tecnologias baseadas no protocolo IP da *Internet*, com *webcams*, partilha de arquivos, vídeo e teleconferência, podem suprimir a necessidade de se ter de viajar para materializar um negócio. É claro que reuniões face a face, envolvendo transações como compra e venda, não são suscetíveis de serem facilmente substituídas por comunicação eletrónica, porém, outro tipo de reuniões, envolvendo trabalho de projeto, são mais propensos a serem realizadas *on-line*.

#### **4.5 A elasticidade na procura do produto turístico**

A procura por um determinado bem ou serviço depende de uma grande variedade de fatores. Entre as principais influências incluem-se os gostos dos consumidores, os níveis de

rendimento destes, o preço e a qualidade do produto em causa, e os preços de outros bens, especialmente os bens que podem ser considerados substitutos próximos. Para se obter estimativas úteis da sensibilidade do preço da procura de um produto, deve-se controlar cuidadosamente todos os fatores que podem afetar essa procura.

Regra geral, de um preço mais elevado de um produto resulta uma menor quantidade procurada quando outras influências sobre a procura permanecem inalteradas. No entanto, a resposta ao preço por parte da procura varia de um bem para outro ou de um mercado para outro mercado. A elasticidade ao preço da procura mede a capacidade de resposta ou sensibilidade da procura de um bem a mudanças no seu preço, quando outras influências sobre a procura permanecem constantes. Sintetizando, é definida como a variação percentual na quantidade procurada resultante de uma dada variação percentual no preço.

Gillen, Morrison e Stewart (2003) afirmam que a disponibilidade de meios de transporte alternativos que sejam considerados substitutos razoáveis para o transporte aéreo diminui com a distância percorrida. Consequentemente, a procura por transporte aéreo será menos elástica para voos mais longos do que para voos mais curtos. Além disso, as viagens de longo percurso tendem a ser oferecidas em intervalos entre voos mais longos do que as viagens de percurso curto, de modo que a passagem aérea é uma proporção menor do custo total da viagem, o que torna as viagens de longo curso menos sensíveis a alterações nos preços do bilhete. Além disso, os viajantes de lazer são mais propensos a adiar as viagens para locais específicos em resposta a tarifas mais elevadas, ou a comprar a viagem para locais alternativos que possam oferecer tarifas mais acessíveis. Consequentemente é esperado que a procura por transporte aéreo por motivos de lazer seja mais elástica do que no caso das viagens de negócios.

A elasticidade do preço da procura por um bem está diretamente relacionada com as possibilidades de substituição desse bem. Um número relativamente grande de substitutos implicará uma elasticidade de preço elevada, ao passo que a falta de substitutos provavelmente forçará a procura a tornar-se mais rígida, assim, a procura por esse bem pode tornar-se inelástica.

Destinos diferentes, mas com características suficientemente semelhantes ao destino inicialmente pretendido, podem assumir o papel de substitutos. Segundo Brons *et al.* (2002), uma forma útil de olhar para esse fenómeno é adotar um ponto de vista hedonista. O

consumidor racional é sujeito a considerações de um determinado orçamento, assumindo tentar maximizar a utilidade global, ou seja, de escolher um destino que gera o maior nível de utilidade. Se o nível de tarifa relativa para esse destino aumenta, o consumidor poderá reconsiderar a sua escolha e pode iniciar uma procura por destinos mais baratos e com (quase) os mesmos resultados de utilidade ou para destinos dentro da mesma classe/preço, mas que proporcionam um nível mais elevado de utilidade.

#### **4.6 Definição da Problemática**

Face à investigação efetuada relativamente às questões do Turismo em geral e do destino turístico da Madeira, em particular, não se descortinou a existência de uma área de investigação que se preocupasse expressamente com as questões do binómio distância/tempo de viagem e, de forma específica, à existência de escalas intermédias, bem como ao efeito que estas poderiam ter nas opções dos turistas quanto às escolhas dos seus destinos, quando existem alternativas geograficamente próximas.

Assim, seguiremos um caminho de abordagem de indicadores, quer do tráfego aeroportuário, quer da oferta turística e de outros índices com estes relacionados, comparando os dados obtidos com os dados referentes às Ilhas Canárias, destino concorrente e geograficamente próximo.

Deste modo obteremos um manancial de informação relativamente às duas regiões que nos permitirão estabelecer comparações e tirar conclusões através do relacionamento das diferentes variáveis.

#### **4.7 Definição dos objetivos**

De posse dos conceitos fundamentais, é o momento de nos situarmos sobre os principais objetivos que o presente estudo pretende abordar.

Assim, estamos perante dois espaços territoriais de natureza insular, nos quais se desenvolvem determinados processos relacionados com o Turismo e com a Atividade de Transporte Aéreo que, face aos dados disponíveis, parecem conduzir a diferentes resultados,

aos quais não deverão ser alheias as condições e disponibilidades de transporte que são proporcionadas pelas companhias aéreas aos que as demandam com o objetivo de aceder as estas regiões insulares.

As características e potencialidades de cada um dos territórios divergem, a sua dimensão geográfica e populacional é diversa, as infraestruturas disponíveis não são idênticas, a disponibilidade de camas hoteleiras é muito diferente, etc.

Por outro lado, pretendemos analisar o efeito das escalas intermédias e o peso que estas representam no total de tráfego.

Sem deixar de lado uma comparação entre os indicadores encontrados, não deixaremos de efetuar uma aferição destes através de métodos que tenham em consideração as especificidades de cada oferta.

Finalmente, e não menos importante, existe um objetivo global do qual não nos podemos abstrair: face ao peso que o setor representa quer em termos de contribuição para o PIB e na empregabilidade, quer como motor de desenvolvimento económico e social, queremos contribuir para o encontrar de caminhos no sentido de aumentar a afluência de turistas à Madeira, já que, como fica demonstrado pela ocupação hoteleira e para disponibilidade da infraestrutura aeroportuária, existe uma margem apreciável para crescimento, com todas as vantagens económico-sociais inerentes.

No sentido de responder às perguntas formuladas, e tendo em atenção as delimitações apontadas anteriormente, o presente estudo tem como objetivo:

- Efetuar o levantamento e a análise dos indicadores de tráfego, origem dos passageiros, valores absolutos e relativos de cada proveniência;
- Regularidade dos indicadores no espaço de 8 anos;
- Descrever conceitos que serão utilizados ao longo do trabalho;
- Explorar os referenciais bibliográficos atinentes a esta área do conhecimento e os estudos específicos mais recentes abordando o Turismo da Madeira;
- Explanar os princípios programáticos que norteiam as entidades públicas na sua relação com o setor do Turismo;
- Proceder ao levantamento de indicadores de forma a obtermos conclusões quanto à situação do turismo em cada um dos territórios;

- Descortinar a existência de relações estatisticamente significativas entre as diversas variáveis;
- Estabelecer análises aos resultados e conclusões obtidas;
- Tecer conclusões;
- Formular propostas.

#### 4.8 Sinopse do capítulo IV

Não existe um conceito único que defina o que se entendeu chamar *turismo*, pelo que importa assentar num conjunto de princípios terminológicos comumente aceites pelos investigadores e pelos profissionais do sector. É nesse sentido que se encontraram as diversas classificações, consoante a origem dos visitantes, conforme o seu peso na balança de pagamentos, segundo a duração da permanência, a natureza dos meios utilizados, o grau de liberdade administrativa e o tipo de organização da viagem.

Dada a importância económica do setor turístico para a Região Autónoma da Madeira as orientações programáticas do Governo Regional e o Plano de Desenvolvimento Económico e Social (2007/2013) abordam de forma exaustiva esta problemática.

No PDES 2007/2013, de entre as prioridades de natureza temática, o Turismo surge como a primeira dessas prioridades.

A Associação de Promoção da Madeira, tem como objetivo promover e divulgar o destino Madeira no exterior, junto dos consumidores finais e, com especial incidência, junto do *trade*.

O crescimento económico, a confiança nas empresas, o desejo das pessoas em viajar e os preços mais acessíveis, foram os principais impulsionadores da procura por viajar nas últimas décadas. O aumento da globalização e da livre circulação de pessoas e bens dentro e entre regiões foram fatores que se apresentaram como enormemente positivos para a procura.

Não se descortinou a existência de uma área de investigação que se preocupasse expressamente com as questões do binómio distância/tempo de viagem e, de forma específica, à existência de escalas intermédias, bem como ao efeito que estas poderiam ter nas opções dos

turistas quanto às escolhas dos seus destinos, quando existem alternativas geograficamente próximas.

Assim, seguiremos um caminho de abordagem de indicadores, quer do tráfego aeroportuário, quer da oferta turística e de outros índices com estes relacionados, comparando os dados obtidos com os dados referentes às Ilhas Canárias, destino concorrente e geograficamente próximo.

No sentido de responder às perguntas formuladas, e tendo em atenção as delimitações apontadas anteriormente, foram definidos os objetivos do estudo, designadamente:

- O levantamento e a análise dos indicadores de tráfego aeroportuário;
- E evolução e regularidade dos indicadores num horizonte temporal de oito anos, entre 2004 e 2011;
- Definição de conceitos;
- Abordagem de referenciais turísticos à escala internacional, nacional e regional, planos estratégicos e perspectivas de crescimento;
- Exploração dos referenciais bibliográficos e investigação produzida nos anos mais recentes;
- Explanação dos princípios programáticos e linhas estratégicas seguidas pelas entidades regionais a quem compete a tutela e a promoção turística da Madeira;
- Levantamento de indicadores de natureza aeroportuária e turística;
- Abordagem conclusiva e comparativa entre os indicadores das regiões da Madeira e das Canárias;
- Procura sobre a existência de correlações estatisticamente significativas entre diversas variáveis;
- Estabelecimento de análise aos resultados e às conclusões parcelares obtidas ao longo do estudo;
- Estabelecimento de conclusões;
- Formulação de propostas;
- Perspetivação de ulteriores estudos.

## 5 Metodologia

### Objetivos do Capítulo

*Neste capítulo explanaremos a metodologia seguida para a obtenção dos resultados procurados.*

*Assim, começaremos por explicar os dados recolhidos, identificando as respetivas fontes e os indicadores calculados, que serão usados ao longo do estudo, estabelecendo os critérios necessários para tal, definindo os pressupostos utilizados e as tecnologias escolhidas para a sua análise.*

Após a integração de ideias e conceitos provenientes da literatura revista, que se tentou que fosse a mais adequada ao tipo de fenómeno plurifacetado em estudo, objetivou-se de uma forma mais fina o problema objeto de estudo: Qual o efeito da disponibilidade de transporte aéreo direto para a Madeira nos visitantes internacionais ou, de outro modo dito, se a existência de uma escala em Lisboa ou Porto, com o inerente aumento do tempo global de viagem, geram alguma influência nas opções dos turistas e se tal se reflete de forma significativa nas estatísticas de tráfego. Assim, procurou-se encontrar pistas que lançassem a pesquisa empírica, tendo sempre em conta o carácter multidisciplinar do tema e os diversos domínios mediadores.

Por outro lado, a existência, geograficamente próxima, do destino turístico das Canárias, levanta interrogações quando se analisa a situação atual de afluência de turistas e a evolução que os principais indicadores revelam em relação ao período estudado quando comparado com a Madeira.

Deste modo, sendo um dos objetivos deste estudo apurar a influência do tempo/distância a percorrer pelos turistas para atingir o destino Madeira, começaremos por determinar as principais origens e tempo de ligação direta com o Aeroporto da Madeira.

Nesta fase inicial de abordagem do problema, a pesquisa apresentar-se-á com um carácter muito descritivo, registando, de forma sistemática, padrões de comportamento, objetos e eventos, para obter informações sobre o fenómeno de interesse (Malhotra, 2001). No mesmo sentido, apresenta um carácter exploratório, procurando conhecer as características do problema para, de seguida, encontrar explicações que possam determinar as causas e efeitos desse fenómeno em estudo, porém, não podendo ser concretizados em generalizações (Bryman, 2008). Essa é mesmo uma crítica muito usual aos dados derivados das pesquisas qualitativas por estes não se poderem comprometer como conclusivos. Supõe-se, isso sim, que a análise qualitativa conduz a outras descobertas e a novas integrações teóricas, permitindo ao investigador passar para além das suas hipóteses e quadros conceptuais iniciais (Miles & Huberman, 1994).

Nesta fase da abordagem ao problema desta pesquisa não é fundamento do estudo materializar sínteses, mas sim, com a natureza da pesquisa e o seu resultado, aguçar o apetite para um estudo mais afirmativo.

Os elementos recolhidos têm a natureza de dados secundários, partindo de informações operacionais existentes da empresa de *handling* Groundforce, recolhidos do controle de movimento de passageiros e bagagens nos Aeroportos de Lisboa e Madeira, naturalmente utilizados com um objetivo diferente daquele que foi a sua aplicação a este estudo.

Recolheram-se dados referentes a dois períodos diferentes do ano. O primeiro momento centrado no período de maior afluência anual à Madeira, nomeadamente no mês de Julho de 2011, e o segundo momento centrado no mês Dezembro de 2011, incidindo, respetivamente, nos períodos de Verão IATA e Inverno IATA. O tratamento qualitativo destes dados recolhidos providenciou-nos uma análise estruturada em redor de elementos quantitativos, da qual vamos ilustrar e examinar a sua natureza. Segundo Zipf (1949) o recurso à integração de elementos qualitativos na validade da construção quantitativa, e tão decantada pelos estudiosos da metodologia científica, reforça a fiabilidade da análise. Patton (1990) também defende que é provável que os elementos quantitativos e qualitativos acabem por responder em conjunto a perguntas que não se obtêm facilmente, para fornecer uma imagem única e bem integrada da situação.

Para os efeitos pretendidos, e uma vez que o total de passageiros nacionais é largamente influenciado pelos passageiros naturais da Madeira que fazem os percursos entre

Lisboa e Madeira e entre Porto e Madeira, retiraremos esses passageiros desta análise. Por outro lado, tornar-se-á necessário agrupar as origens por país, dado que se pretende uma apreciação por nacionalidades e não por aeroportos.

Todavia, algumas origens não têm significado estatístico, já que o número de passageiros é muito reduzido. Assim, iremos limitar a nossa análise às origens com maior representatividade, considerando os respetivos países e tempos médios de voo direto até ao Aeroporto da Madeira, de voo direto até Lisboa, acrescido do voo complementar entre Lisboa e a Madeira, para os casos em que é efetuada uma escala.

De seguida, proceder-se-á ao apuramento dos passageiros com estas origens e que necessitaram fazer escala em território nacional para chegar à Madeira.

Nesta fase de apuramento de dados, consideraremos representativa, devido à normalidade dos programas de voo das companhias aéreas, a análise de duas semanas-tipo no Verão IATA<sup>44</sup> e duas semanas-tipo no Inverno-IATA<sup>45</sup>, as quais serão, no primeiro período, as semanas de 12 a 25 de Julho de 2011 e, para o segundo período, as semanas de 6 a 19 de Dezembro de 2011.

Há que ter em conta que o *handler* da TAP Air Portugal (Groundforce), apenas conserva este tipo de informação durante dois dias, pelo que foi preciso obter esta colaboração pontual, não sendo possível, posteriormente, obter para o período em análise, outros elementos.

Para efeitos deste estudo não consideraremos, numa fase inicial, os passageiros que fizeram escala no Aeroporto do Porto, os quais representam 24,9% dos passageiros ‘nacionais’ que chegaram ao Aeroporto da Madeira no período em análise, efetuando o necessário ajustamento numa fase posterior de tratamento dos dados.

Assim, trabalharemos uma amostra de duas em trinta semanas do Verão e de duas em vinte e duas semanas do Inverno, tendo em consideração a regularidade dos horários praticados para TAP Air Portugal.

Para este efeito utilizámos os registos da Groundforce, já referidos.

De posse destes elementos determinaremos, não só o tempo de escala médio consoante as várias origens, em cada um dos períodos anuais, mas também o número de passageiros, por

---

<sup>44</sup> Abril a Outubro.

<sup>45</sup> Novembro a Março

origem, que efetuaram o percurso e a escala, nas duas semanas-tipo consideradas no Inverno e no Verão de 2011.

Obtido este quantitativo de passageiros, iremos extrapolar para os dois períodos anuais, tendo presente a sua dimensão: 21 semanas de ‘Inverno’ e 31 semanas de ‘Verão’.

Ao tempo de escala, adicionaremos o tempo de voo entre a origem inicial e o aeroporto de Lisboa e, ainda, o tempo de voo entre Lisboa e Madeira, obtendo assim o tempo total que um passageiro internacional tem de percorrer para chegar ao destino Madeira, incluindo o tempo de escala em Lisboa.

Apuraremos, de seguida, o número de passageiros, por origem, que efetuaram o percurso e a escala, conforme os formulários cedidos pelo *handler*, nas duas semanas-tipo consideradas no Inverno e no Verão.

Todavia, como antes referimos, houve que afinar estes valores tendo presente duas realidades: a primeira derivada do facto de irmos trabalhar com uma percentagem entre 67% e 80% dos voos realizados, os quais, no Verão transportaram 70% dos passageiros e, no Inverno, 78% dos passageiros e, a segunda, por não termos considerado os passageiros que fizeram escala no Porto.

No caso do Porto, tendo em atenção que este aeroporto é, como se referiu, ponto de origem para cerca de 25% dos passageiros que demandam a Madeira a partir de origens internacionais, iremos considerar que a percentagem de passageiros oriundos do Porto, e cujo voo se iniciou no estrangeiro, será de 25% do total dos passageiros que passam por aquele aeroporto, em escala para a Madeira.

Deste modo, tendo em atenção estas duas correções, apurámos o número de passageiros que efetuaram uma escala em território nacional antes de atingirem o seu destino final no Aeroporto da Madeira

Não obstante a conclusão a que possamos chegar, e uma vez que iremos usar determinados pressupostos, como referido, designadamente e extrapolação para o total via Lisboa e a correção dos passageiros que escalaram o Aeroporto do Porto, utilizaremos também um apuramento alternativo que ajude a confirmar esta base de trabalho.

Assim, iremos averiguar as nacionalidades dos hóspedes que demandam a hotelaria madeirense, as quais constam das informações mensais e anuais da Direção Regional de Estatística da Madeira, documentos referenciados como “Indicadores de Actividade

Económica – Estatísticas do Turismo da Região Autónoma da Madeira”, analisando eventuais ‘divergências’ entre os registos hoteleiros e o dados do movimento aeroportuário, tendo como base os elementos do ano 2011, o mesmo ano a que se referem as semanas-tipo que estão na base dos cálculos anteriores.

Neste caso, vamos considerar os passageiros cuja origem são os aeroportos nacionais de Lisboa e Porto, isto porque estão ali incluídos os turistas continentais que viajam para a Madeira, acumulados com os passageiros madeirenses que, naturalmente, não têm reflexo na hotelaria e, por isso, não podem influenciar as conclusões.

Por motivo semelhante, não se irão incluir os passageiros oriundos da Venezuela, por se tratar de um destino habitual da emigração madeirense, os quais, em férias na Madeira, usam casa própria ou de familiares não se refletindo a sua presença na hotelaria.

Há ainda que considerar o movimento de passageiros entre a Madeira e as Canárias, dado que se trata de um destino turístico tradicional da população madeirense, num quantitativo que se estima em 20.000 passageiros/ano.

Desta forma será possível apurar o número de visitantes oriundos de países estrangeiros que efetuaram escala em Lisboa para aceder à Madeira.

A conclusão de que os dois métodos não apresentam uma diferença significativa vai permitir-nos fazer uma abordagem de *benchmarking* entre o aeroporto da Madeira e os Aeroportos de Canárias, dos quais não conhecemos, nem temos possibilidade de aceder às estatísticas aeroportuárias de cada voo.

Para este efeito procedemos à explanação dos passageiros dos aeroportos das duas regiões, aproveitando o ensejo para referir os dados dos oito anos mais recentes (2004 a 2011), apurando médias em função de cada origem e clarificando a coincidência de origem de turistas nos dois arquipélagos.

No caso da Madeira usaram-se os dados estatísticos do Aeroporto da Madeira e, no caso das Canárias, dos aeroportos de Gran Canária, Tenerife Norte, Tenerife Sul, Lanzarote e Fuerteventura.

De posse destes elementos, far-se-á a análise dos dados das ligações diretas versus ligações com escala.

Com o objetivo de avaliar o “efeito da escala” nas opções de escolha dos destinos turísticos, e tendo presente a diferença de dimensão entre os dois destinos – número de aeroportos, número de camas, população e território – optou-se por adaptar as unidades de tráfego a outras dimensões do destino, trabalhando com a unidade “turistas por habitante” e “turistas por cama” de modo a dispormos de elementos comparáveis e suscetíveis de tratamento estatístico.

Em matéria de tratamento de dados, será efetuada uma análise estatística descritiva, relativa aos indicadores de tendência central (média, mediana), de dispersão (desvio padrão, valores mínimos e máximos, e coeficiente de variação) e alguns indicadores referenciais.

Será igualmente investigada a correlação entre algumas variáveis a fim de detetar a existência ou não de correlações significativas. Para tal será usado o Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

## 6 Apresentação de dados e resultados

### Objetivos do Capítulo

*Este capítulo está destinado à apresentação dos resultados obtidos e tratados ao longo do estudo. Efetuadas as buscas de informação e o seu tratamento estatístico, o presente capítulo irá ocupar-se da exposição desses dados e seu tratamento descritivo e analítico.*

#### 6.1 Exposição e tratamento dos dados

Conforme explanado no capítulo reservado à metodologia, e sendo um dos objetivos deste estudo apurar a influência do tempo/distância a percorrer pelos turistas para atingir o “destino Madeira”, começámos por determinar as principais origens e tempo de ligação direta com o Aeroporto da Madeira, tendo como base os 128 diferentes aeroportos de onde provêm turistas com destino à Madeira.

Por uma questão de nomenclatura aeronáutica, optámos por identificar os aeroportos pela sua codificação internacional IATA, seguida da sua designação oficial.

As distâncias são as que constam dos manuais técnicos aplicáveis e os tempos de percurso resultam da aplicação da velocidade de cruzeiro do tipo de aeronave mais comum, e que ronda os 800 km/hora.

Em bom rigor haveria que adicionar a estes tempos, o tempo de circulação em placa e em pista, mas o seu efeito, por ser comum a todos os voos, seria nulo.

Quadro 14 - Aeroportos de origem, distâncias e tempo de voo

	Código	Aeroporto	Milhas	Quilómetros	Tempo H
1	LIS	Lisboa	600	966	1:12
2	OPO	Porto, Francisco Sa Carneiro	739	1189	1:29
3	LGW	London, Gatwick	1526	2456	3:03
4	STN	London, Stansted	1577	2538	3:09
5	MAN	Manchester	1597	2570	3:12
6	PXO	Porto Santo	36	58	0:04
7	AMS	Amsterdam/Schiphol	1730	2784	3:28
8	HEL	Helsinki	2678	4310	5:21
9	BRS	Bristol	1473	2371	2:57
10	CCS	Caracas/Simon Bolivar	3529	5679	7:03
11	MUC	Munich, Franz Joseph Strauss	1834	2952	3:40
12	NUE	Nuremberg	1841	2963	3:41
13	CPH	Copenhagen	2123	3417	4:15
14	FRA	Frankfurt	1763	2837	3:32
15	DUS	Dusseldorf	1750	2816	3:30
16	BRU	Brussels	1656	2665	3:19
17	CDG	Paris, Charles de Gaulle	1505	2422	3:01
18	STR	Stuttgart	1740	2800	3:29
19	VIE	Vienna	2032	3270	4:04
20	GLA	Glasgow Intern	1707	2747	3:25
21	BHX	Birmingham	1557	2506	3:07
22	PDL	Ponta Delgada, Joao Paulo II	612	985	1:13
23	HAM	Hamburg	1956	3148	3:55
24	ORY	Paris, Orly	1486	2391	2:58
25	TXL	Berlin/Tegeel	2029	3265	4:04
26	WAW	Warsaw	2311	3719	4:37
27	ZRH	Zurich	1669	2686	3:20
28	LPA	Las Palmas, Gran Canaria	339	546	0:41
29	NTE	Nantes	1277	2055	2:33
30	OSL	Oslo, Gardermoen	2283	3674	4:34
31	HAJ	Hannover	1898	3055	3:48
32	ARN	Stockholm, Arlanda	2444	3933	4:53
33	EXT	Exeter	1419	2284	2:50
34	CGN	Cologne Bonn/Konrad Adenauer	1745	2808	3:29
35	DUB	Dublin	1523	2451	3:03
36	JER	Jersey	1366	2198	2:44
37	LUX	Luxembourg	1661	2673	3:19
38	DRS	Dresden	1999	3217	4:00
39	LTN	London, Luton International	1560	2511	3:07
40	NCL	Newcastle	1708	2749	3:25
41	LEJ	Leipzig	1951	3140	3:54
42	PRG	Prague	1987	3198	3:58
43	TLL	Tallinn	2647	4260	5:18
44	GOT	Gothenburg, Landvetter	2199	3539	4:24
45	LYS	Lyon, Satolas	1469	2364	2:56
46	AAR	Aarhus	2090	3364	4:11
47	MAD	Madrid/Barajas	908	1461	1:49
48	ACE	Lanzarote	320	515	0:38
49	EMA	Nottingham, East Midlands	1589	2557	3:11
50	GRZ	Graz	1957	3149	3:55
51	FAO	Faro	582	937	1:10
52	TLS	Toulouse, Blagnac	1238	1992	2:29
53	BOH	Bournemouth	1461	2351	2:55
54	TFS	Tenerife Sur, Reina Sofia	321	517	0:38
55	BSL	Basel/Mulhouse	1635	2631	3:16
56	LNZ	Linz	1932	3109	3:52
57	MLH	Mulhouse/Basel	1635	2631	3:16
58	NWI	Norwich	1647	2651	3:18
59	BLL	Billund	2028	3264	4:03
60	TFN	Tenerife Norte, Los Rodeos	292	470	0:35
61	BIO	Bilbao	1055	1698	2:06
62	VLC	Valencia	1023	1646	2:03

(...)

(...)

66	DOL	Deauville	1444	2324	2:53
67	CFE	Clemon-Ferrand/Auvergne	1393	2242	2:47
68	FUE	Fuerteventura	340	547	0:41
69	ETZ	Metz/Nancy	1636	2633	3:16
70	MRS	Marseille	1403	2258	2:48
71	BOD	Bordeaux	1201	1933	2:24
72	KLU	Klagenfurt	1899	3056	3:48
73	DIJ	Dijon	1526	2456	3:03
74	SOF	Sofia	2283	3674	4:34
75	INV	Inverness	1818	2926	3:38
76	IOM	Isle of Man	1593	2564	3:11
77	ABZ	Aberdeen	1828	2942	3:39
78	AGP	Malaga	750	1207	1:30
79	XRY	Jerez De La Frontera	670	1078	1:20
80	NQY	Newquay Cornwall Airport	1634	2630	2:44
81	MPL	Montpellier	1350	2173	2:42
82	LIG	Limoges	1318	2121	2:38
83	PUF	Pau, Uzein	1153	1856	2:18
84	INN	Innsbruck	1784	2871	3:34
85	MSQ	Minsk International	2628	4229	5:15
86	XXC	Cascais	585	941	1:10
87	VKO	Moscow, Vnukovo	3014	4851	6:02
88	RAK	Marrakech	518	834	1:02
89	TOJ	Madrid/Torrejon	913	1469	1:50
90	LBG	Paris, Le Bourget	1500	2414	3:00
91	ACC	Accra/Kotoka	2150	3460	4:18
92	CAS	Casablanca/Mohamed V	531	855	1:04
93	GVA	Geneva	1530	2462	3:04
94	LYN	Lyon, Bron	1464	2356	2:56
95	NCE	Nice	1501	2416	3:00
96	SID	Sal	1164	1873	2:20
97	SMA	Santa Maria	560	901	1:07
98	BIQ	Biarritz	1112	1790	2:13
99	SVQ	Sevilla	696	1120	1:24
100	OXB	Bissau	1433	2306	2:52
101	BLQ	Bologna	1712	2755	3:25
102	FLR	Florence, Peretola	1692	2723	3:23
103	IBZ	Ibiza	1102	1773	2:12
104	LOS	Lagos	2214	3563	4:26
105	NKC	Nouakchott	1006	1619	2:01
106	YYT	St John s	2135	3436	4:16
107	TEB	Teterboro	3170	5102	6:20
108	AOI	Ancona	1793	2886	3:35
109	AGA	Agadir	464	747	0:56
110	BDA	Bermuda	2772	4461	5:33
111	BLK	Blackpool	1605	2583	3:13
112	BRE	Bremen	1892	3045	3:47
113	DKR	Dakar	1237	1991	2:28
114	MJV	Murcia/San Javier	967	1556	1:56
115	PKV	Pskov	2721	4379	5:27
116	SOU	Southampton	1483	2387	2:58
117	ANR	Antwerp	1669	2686	3:20
118	CAG	Cagliari	1510	2430	3:01
119	FKB	Karlsruhe/Baden Baden	1699	2734	3:24
120	LCG	La Coruna	862	1387	1:43
121	FAB	Farnborough	1517	2441	3:02
122	OXF	Oxford	1530	2462	3:04
123	PMI	Palma Mallorca	1186	1909	2:22
124	PTP	Pointe-a-Pitre	3010	4844	6:01
125	RBA	Rabat	587	945	1:10
126	RIX	Riga	2547	4099	5:06
127	SGE	Siegen, Siegerland	1772	2852	3:33
128	VGO	Vigo	795	1279	1:35

(Quadro de elaboração própria)

Para os efeitos pretendidos, e uma vez que o quantitativo de passageiros nacionais é largamente influenciado pelos passageiros naturais da Madeira que fazem os percursos entre Lisboa e Madeira e entre Porto e Madeira, e vice-versa, retirámos esses passageiros desta análise. Por outro lado, tornou-se necessário agrupar as origens por país e não por aeroporto,

dado que se pretende uma apreciação por nacionalidades, desta feita contabilizando o tempo de voo até Lisboa

Quadro 15 - Principais aeroportos e tempo de voo direto

<b>Alemanha</b>	HAM Hamburgo	02:44
	DUS Dusseldorf	02:19
	FRA Frankfurt	02:20
	MUC Munique	02:28
<b>Espanha</b>	PMI Palma de Maiorca	01:17
	SVQ Sevilha	00:24
	LCG Corunha	00:38
	BIO Bilbau	00:54
	AGP Málaga	01:30
	VLC Valência	00:56
	MAD Madrid	00:38
	BCN Barcelona	01:14
<b>Itália</b>	VCE Veneza	02:23
	BLQ Bolonha	02:15
	FCO Roma	02:18
	MPX Milão Malpensa	02:03
	LIN Milão Linate	02:06
<b>Suíça</b>	GVA Geneve	01:52
	ZRH Zurique	02:09
<b>Irlanda</b>	DUB Dublin	02:03
<b>Reino Unido</b>	LGW Londres Gatwick	01:55
	MAN Manchester	02:07
	LHR Londres, Heathrow	01:57
<b>França</b>	NCE Nice	01:50
	MRS Marselha	01:38
	LYS Lyon	01:44
	BOD Bordéus	01:12
	SXB Estrasburgo	02:09
	ORY Paris, Orly	01:47
	CDG Paris, Charles de Gaulle	01:50
	TLS Toulouse	01:17
<b>Rússia</b>	DME Moscovo	04:52
<b>Ucrânia</b>	KBP Kiev	04:12
<b>Holanda</b>	AMS Amsterdam	02:18
<b>Suécia</b>	ARN Arlanda	03:44
<b>Polónia</b>	WAW Varsóvia	03:25
<b>Grécia</b>	ATH Atenas	03:35
<b>Noruega</b>	OSL Oslo	03:27
<b>Austria</b>	VIE Viena	02:52
<b>Hungria</b>	BUD Budapeste	03:05
<b>Bélgica</b>	BRU Bruxelas	02:08
<b>Dinamarca</b>	CPH Copenhaga	03:04
<b>Turquia</b>	IST Istambul	04:01
<b>Finlândia</b>	HEL Helsinquia	04:11
<b>Croácia</b>	ZAG Zagreb	02:45
<b>Rep. Checa</b>	PRG Praga	02:47
<b>Luxemburgo</b>	LUX Luxemburgo	02:08
<b>Brasil</b>	FOR Fortaleza	06:57
	POA Porto Alegre	10:54
	BSB Brasília	09:02
	REC Recife	07:15
	NAT Natal	07:00
	CNF Belo Horizonte	09:13
	GIG Rio de Janeiro	09:33
	SSA Salvador	08:03
VCP São Paulo, Campinas	09:49	
GRU São Paulo, Guarulhos	09:50	
<b>Venezuela</b>	CCS Caracas	08:05
<b>Estados Unidos</b>	BOS Boston	06:23
	EWR Newark	06:46
	MIA Miami	08:19
	PHL Philadelphia	06:55

(Quadro de elaboração própria)

Todavia, algumas origens não têm significado estatístico, já que o número de passageiros delas provenientes é muito reduzido. Assim, limitámos a nossa análise às vinte e uma origens com maior representatividade, conforme se pode verificar no quadro seguinte:

Quadro 16 - Principais Mercados

REINO UNIDO
ALEMANHA
FRANÇA
ESPAÑA
FINLÂNDIA
HOLANDA
ÁUSTRIA
DINAMARCA
SUÉCIA
BÉLGICA
NORUEGA
SUIÇA
IRLANDA
LUXEMBURGO
REPÚBLICA CHECA
POLÓNIA
ITÁLIA
HUNGRIA
BRASIL
FEDERAÇÃO RUSSA
ESTADOS UNIDOS

(Quadro de elaboração própria)

Deste modo, considerámos este conjunto de países e, para cada um deles, os seus aeroportos e o tempo que os separa do Aeroporto da Lisboa, em ligação direta, para passarmos a trabalhar com o tempo médio do conjunto dos aeroportos de cada país.

Quadro 17 - Tempos de voo médios para Lisboa

<b>Reino Unido</b>	LGW Londres Gatwick	01:55	01:59
	MAN Manchester	02:07	
	LHR Londres, Heathrow	01:57	
<b>Alemanha</b>	HAM Hamburgo	02:44	02:27
	DUS Dusseldorf	02:19	
	FRA Frankfurt	02:20	
	MUC Munique	02:28	

<b>França</b>	NCE Nice	01:50	01:40
	MRS Marselha	01:38	
	LYS Lyon	01:44	
	BOD Bordéus	01:12	
	SXB Estrasburgo	02:09	
	ORY Paris, Orly	01:47	
	CDG Paris, Charles de Gaulle	01:50	
	TLS Toulouse	01:17	
<b>Espanha</b>	PMI Palma de Maiorca	01:17	00:56
	SVQ Sevilha	00:24	
	LCG Corunha	00:38	
	BIO Bilbao	00:54	
	AGP Málaga	01:30	
	VLC Valência	00:56	
	MAD Madrid	00:38	
	BCN Barcelona	01:14	
<b>Finlândia</b>	HEL Helsínquia	04:11	04:11
<b>Holanda</b>	AMS Amsterdam	02:18	02:18
<b>Austria</b>	VIE Viena	02:52	02:52
<b>Dinamarca</b>	CPH Copenhaga	03:04	03:04
<b>Suécia</b>	ARN Arlanda	03:44	03:44

<b>Bélgica</b>	BRU Bruxelas	02:08	02:08
<b>Noruega</b>	OSL Oslo	03:27	03:27
<b>Suíça</b>	GVA Geneve	01:52	02:00
	ZRH Zurique	02:09	
<b>Irlanda</b>	DUB Dublin	02:03	02:03
<b>Luxemburgo</b>	LUX Luxemburgo	02:08	02:08
<b>Rep. Checa</b>	PRG Praga	02:47	02:47
<b>Polónia</b>	WAW Varsóvia	03:25	03:25
<b>Itália</b>	VCE Veneza	02:23	02:13
	BLQ Bolonha	02:15	
	FCO Roma	02:18	
	MXP Milão Malpensa	02:03	
	LIN Milão Linate	02:06	
<b>Hungria</b>	BUD Budapeste	03:05	03:05

*Ligações Aéreas com a Madeira*

<b>Brasil</b>	FOR Fortaleza	06:57	
	POA Porto Alegre	10:54	
	BSB Brasília	09:02	
	REC Recife	07:15	
	NAT Natal	07:00	
	CNF Belo Horizonte	09:13	
	GIG Rio de Janeiro	09:33	
	SSA Salvador	08:03	
	VCP São Paulo, Campinas	09:49	
	GRU São Paulo, Guarulhos	09:50	08:45

<b>Rússia</b>	DME Moscovo	04:52	04:52
---------------	-------------	-------	-------

<b>Estados Unidos</b>	BOS Boston	06:23	
	EWR Newark	06:46	
	MIA Miami	08:19	
	PHL Philadelphia	06:55	07:05

(Quadro de elaboração própria)

Em resumo, temos:

Quadro 18 - Mapa comparativo voos directos para a Madeira e para Lisboa

	tempo voo directo	tempo voo para Lisboa
REINO UNIDO	03:06	01:59
ALEMANHA	03:39	02:27
FRANÇA	02:52	01:40
ESPAÑA	01:55	00:56
FINLÂNDIA	05:21	04:11
HOLANDA	03:28	02:18
ÁUSTRIA	04:04	02:52
DINAMARCA	04:15	03:04
SUÉCIA	04:43	03:44
BÉLGICA	03:19	02:08
NORUEGA	04:34	03:27
SUIÇA	03:12	02:00
IRLANDA	03:03	02:03
LUXEMBURGO	03:19	02:08
REPÚBLICA CHECA	03:58	02:47
POLÓNIA	04:37	03:25
ITÁLIA	03:23	02:13
HUNGRIA	04:16	03:05
BRASIL	07:35	08:45
FEDERAÇÃO RUSSA	02:52	04:52
ESTADOS UNIDOS	06:51	07:05

(Quadro de elaboração própria)

De seguida procedeu-se ao apuramento dos passageiros com estas origens e que necessitam fazer escala em território nacional para chegar à Madeira, de acordo com os registos disponibilizados pelo *handler* Groundforce.

Nesta fase de apuramento de dados, entendemos como representativo, dada a constância da programação das companhias aéreas, a análise de duas semanas-tipo no Verão IATA<sup>46</sup> e duas semanas-tipo no Inverno-IATA<sup>47</sup>.

Para o primeiro período as semanas de 12 a 25 de Julho de 2011 e, para o segundo período, as semanas de 6 a 19 de Dezembro de 2011.

Nas duas semanas analisadas do período Verão IATA, realizaram-se 104 voos entre Lisboa e Madeira. Destes foram seleccionados, diariamente, os voos – TP 1615, TP 1621, TP

<sup>46</sup> 27/março/2011 a 29/outubro/2011 – 31 semanas.

<sup>47</sup> 30/outubro/2011 a 24/março/2012 - 21 semanas.

1627, TP, 1639 e TP 1685 – os quais transportaram 7 742 passageiros. Esta amostra parcial corresponde a 70 voos, 67 % do total, e 70% dos passageiros transportados.

Nas duas semanas analisadas do período Inverno-IATA, realizaram-se 88 voos, entre Lisboa e Madeira. Destes foram selecionados, diariamente, 5 voos – TP 1615, TP 1625, TP 1627, TP, 1639 e TP 1693 – os quais transportaram 6 745 passageiros. Esta amostra parcial corresponde a 70 voos, 80 % do total, e 78 % dos passageiros transportados.

Há que ter em conta, voltamos a referir, que o *handler* da operadora aérea nacional apenas conserva este tipo de informação durante dois dias.

Para efeitos deste estudo não considerámos em pormenor, por terem menor representatividade, os passageiros que fizeram escala no Aeroporto do Porto, os quais representam apenas 24,9% dos passageiros ‘nacionais’ que chegam ao Aeroporto da Madeira, usando, porém, este indicador percentual para o ajustamento dos valores finais de passageiros em escala para a Madeira.

Assim, trabalhámos uma amostra de duas em trinta e uma semanas do Verão e duas em vinte e uma semanas do Inverno, tendo em consideração a regularidade dos horários praticados para TAP Air Portugal e pelas companhias internacionais que trazem passageiros com destino final à Madeira.

A título de exemplo apresentamos um formulário-tipo dos registos da TAP Air Portugal no qual se podem observar as origens de passageiros que viajaram no voo TP 1615, do dia 12 de Julho de 2011, entre Lisboa e Madeira e cujo percurso se iniciou em aeroportos de outros países.

Face ao número de origens dos passageiros que foram transportados nestes voos, estimamos ter recolhido informação de 1500 a 2000 voos internacionais que chegaram ao aeroporto de Lisboa e transportavam passageiros cujo destino final era a Madeira, estimando-se que, em cada ano, haverá cerca de 25 000 voos passando em Lisboa que trazem passageiros que pretendem chegar à Madeira, número que, como adiante veremos, atinge os 140 000 passageiros/ano.

Tomemos, como exemplo, os elementos de um voo do dia 12/07/2011

Quadro 19 – Dados de voo

Connection	ETA	STA	Time	Actual		Customer Categories		Total	C	Y	Total	Bags	Dest.	Term.	Gate
				Connect	Booked	Accepted	Final								
Connection OK															
1	TP565 HAM-LIS	08:25	1h09	0	15	15	0	15	15	15	FNC				
2	TP553 MUC-LIS	08:20	1h14	0	12	12	0	12	12	12	FNC				
3	TP571 FRA-LIS	08:20	1h14	0	10	10	0	10	10	11	FNC				
4	TP611 BRU-LIS	08:05	1h29	0	11	11	0	11	11	12	FNC				
5	TP475 LYS-LIS	07:55	1h39	0	4	4	0	4	4	2	FNC				
6	TP166 FOR-LIS	07:00+1	2h34	0	6	6	0	6	6	6	FNC				
7	TP196 GRU-LIS	06:55+1	2h39	0	1	1	0	1	1	1	FNC				
8	TP1900 FAO-LIS	06:50	2h44	0	3	3	0	3	3	3	FNC				

De posse destes elementos determinámos não só o tempo de escala médio consoante as várias origens, em cada um dos períodos anuais, mas também o número de passageiros, por origem, que efetuaram o percurso e a escala, nas duas semanas-tipo consideradas.

Obtida a dimensão horária das escalas e tendo presentes os dois períodos anuais – 21 semanas de ‘Inverno’ e 31 semanas de ‘Verão’- determinámos o tempo de escala médio em função de cada origem, seja no Verão, seja no Inverno.

Quadro 20 - Tempos médios Verão e Inverno

	tempo voo directo	tempo voo para Lisboa	tempo médio escala Verão	tempo médio escala Inverno
REINO UNIDO	03:06	01:59	02:53	03:22
ALEMANHA	03:39	02:27	02:27	03:25
FRANÇA	02:52	01:40	02:28	02:40
ESPAÑA	01:55	00:56	02:14	02:34
FINLÂNDIA	05:21	04:11	02:47	02:37
HOLANDA	03:28	02:18	03:06	04:14
ÁUSTRIA	04:04	02:52	04:05	03:28
DINAMARCA	04:15	03:04	02:06	02:47
SUÉCIA	04:43	03:44	05:05	03:47
BÉLGICA	03:19	02:08	02:28	04:17
NORUEGA	04:34	03:27	03:22	04:29
SUIÇA	03:12	02:00	02:27	03:54
IRLANDA	03:03	02:03	02:07	01:48
LUXEMBURGO	03:19	02:08	02:49	01:58
REPÚBLICA CHECA	03:58	02:47	03:07	04:15
POLÓNIA	04:37	03:25	03:20	01:15
ITÁLIA	03:23	02:13	03:37	01:52
HUNGRIA	04:16	03:05	02:56	03:38
BRASIL	07:35	08:45	07:03	03:58
FEDERAÇÃO RUSSA	02:52	04:52	02:50	02:32
ESTADOS UNIDOS	06:51	07:05	03:57	03:34

(Quadro de elaboração própria)

Ao tempo de escala, adicionámos o tempo de voo entre a origem inicial e o aeroporto de Lisboa e, ainda, o tempo de voo entre Lisboa e Madeira, obtendo assim o tempo total que um passageiro internacional tem de percorrer para chegar ao destino Madeira, nos casos em que tenha que efetuar escala em Lisboa.

Quadro 21 - Tempo total de viagem com escala em Lisboa

	tempo voo directo	tempo voo para Lisboa	tempo médio escala Verão	tempo médio escala Inverno	Tempo médio escala	Tempo voo LIS/FNC	tempo 2 voos mais escala
REINO UNIDO	03:06	01:59	02:53	03:22	03:05	01:12	06:16
ALEMANHA	03:39	02:27	02:27	03:25	02:51	01:12	06:30
FRANÇA	02:52	01:40	02:28	02:40	02:33	01:12	05:25
ESPAÑA	01:55	00:56	02:14	02:34	02:22	01:12	04:30
FINLÂNDIA	05:21	04:11	02:47	02:37	02:42	01:12	08:05
HOLANDA	03:28	02:18	03:06	04:14	03:34	01:12	07:04
ÁUSTRIA	04:04	02:52	04:05	03:28	03:49	01:12	07:53
DINAMARCA	04:15	03:04	02:06	02:47	02:23	01:12	06:39
SUÉCIA	04:43	03:44	05:05	03:47	04:32	01:12	09:28
BÉLGICA	03:19	02:08	02:28	04:17	03:14	01:12	06:34
NORUEGA	04:34	03:27	03:22	04:29	03:50	01:12	08:29
SUIÇA	03:12	02:00	02:27	03:54	03:03	01:12	06:15
IRLANDA	03:03	02:03	02:07	01:48	01:58	01:12	05:13
LUXEMBURGO	03:19	02:08	02:49	01:58	02:27	01:12	05:47
REPÚBLICA CHECA	03:58	02:47	03:07	04:15	03:35	01:12	07:34
POLÓNIA	04:37	03:25	03:20	01:15	02:27	01:12	07:04
ITÁLIA	03:23	02:13	03:37	01:52	02:52	01:12	06:17
HUNGRIA	04:16	03:05	02:56	03:38	03:13	01:12	07:30
BRASIL	07:35	08:45	07:03	03:58	05:44	01:12	15:41
FEDERAÇÃO RUSSA	02:52	04:52	02:50	02:32	02:42	01:12	08:46
ESTADOS UNIDOS	06:51	07:05	03:57	03:34	03:47	01:12	12:04

(Quadro de elaboração própria)

Apurámos, de seguida, o número de passageiros, por origem, que efetuaram o percurso e a escala, conforme o registo de dados de voo cedidos pela *Groundforce* nas duas semanas-tipo consideradas. Obtido este quantitativo de passageiros, extrapolámos para os dois períodos anuais, tendo presente a sua dimensão: 21 semanas de ‘Inverno’ e 31 semanas de ‘Verão’.

Quadro 22 - Apuramento dos passageiros em escala, no período da amostra

	2 semanas tipo		Verão IATA (31s)	Inverno IATA (21s)	Total Passageiros Amostra
	Passageiros escala Verão	Passageiros escala Inverno	Passageiros Escala	Passageiros Escala	
REINO UNIDO	239	306	3.585	3.366	6.951
ALEMANHA	589	323	8.835	3.553	12.388
FRANÇA	684	266	10.260	2.926	13.186
ESPAÑA	866	289	12.990	3.179	16.169
FINLÂNDIA	28	41	420	451	871
HOLANDA	157	26	2.355	286	2.641
ÁUSTRIA	79	20	1.185	220	1.405
DINAMARCA	66	50	990	550	1.540
SUÉCIA	54	17	810	187	997
BÉLGICA	215	23	3.225	253	3.478
NORUEGA	51	18	765	198	963
SUIÇA	193	84	2.895	924	3.819
IRLANDA	212	2	3.180	22	3.202
LUXEMBURGO	14	18	210	198	408
REPÚBLICA CHECA	23	17	345	187	532
POLÓNIA	22	53	330	583	913
ITÁLIA	161	74	2.415	814	3.229
HUNGRIA	146	46	2.190	506	2.696
BRASIL	290	78	4.350	858	5.208
FEDERAÇÃO RUSSA	29	33	435	363	798
ESTADOS UNIDOS	25	73	375	803	1.178
	4.143	1.857	62.145	20.427	82.572

(Quadro de elaboração própria)

Todavia, houve que afinar estes valores tendo presente duas realidades: a primeira derivada do facto de irmos trabalhar com uma percentagem entre 67% e 80% dos voos realizados, os quais, no Verão transportaram 70% dos passageiros e, no Inverno, 78% dos passageiros e, a segunda, por não termos considerado os passageiros que fizeram escala no Porto.

No caso do Porto, tendo em atenção que este aeroporto é ponto de origem para cerca de 25% dos passageiros que demandam a Madeira a partir de origens internacionais, iremos considerar que a percentagem de passageiros oriundos do Porto, e cujo voo se iniciou no estrangeiro, será de 25% do total dos passageiros que passam por aquele aeroporto, em escala para a Madeira.

Assim, tendo em atenção estas duas correções, apurámos o número de passageiros que efetuaram uma escala em território nacional antes de atingirem o seu destino final no Aeroporto da Madeira.

Quadro 23 - Total passageiros que efetuam escala antes de chegar à Madeira

	2 semanas tipo		Verão IATA (30s)	Inverno IATA (22s)	Total Passageiros Amostra	Correção para 100% Lisboa	Correção Porto	Total Passageiros em escala
	Passageiros escala Verão	Passageiros escala Inverno	Passageiros Escala	Passageiros Escala				
REINO UNIDO	239	306	3.585	3.366	6.951	10.025	2.406	12.431
ALEMANHA	589	323	8.835	3.553	12.388	17.058	4.094	21.151
FRANÇA	684	266	10.260	2.926	13.186	17.873	4.290	22.163
ESPAÑA	866	289	12.990	3.179	16.169	21.781	5.228	27.009
FINLÂNDIA	28	41	420	451	871	1.266	304	1.570
HOLANDA	157	26	2.355	286	2.641	3.481	835	4.316
ÁUSTRIA	79	20	1.185	220	1.405	1.874	450	2.324
DINAMARCA	66	50	990	550	1.540	2.156	518	2.674
SUÉCIA	54	17	810	187	997	1.340	322	1.662
BÉLGICA	215	23	3.225	253	3.478	4.543	1.090	5.633
NORUEGA	51	18	765	198	963	1.300	312	1.612
SUIÇA	193	84	2.895	924	3.819	5.202	1.248	6.450
IRLANDA	212	2	3.180	22	3.202	4.112	987	5.099
LUXEMBURGO	14	18	210	198	408	589	141	730
REPÚBLICA CHECA	23	17	345	187	532	744	179	922
POLÓNIA	22	53	330	583	913	1.363	327	1.691
ITÁLIA	161	74	2.415	814	3.229	4.409	1.058	5.467
HUNGRIA	146	46	2.190	506	2.696	3.624	870	4.494
BRASIL	290	78	4.350	858	5.208	6.961	1.671	8.631
FEDERAÇÃO RUSSA	29	33	435	363	798	1.143	274	1.418
ESTADOS UNIDOS	25	73	375	803	1.178	1.776	426	2.202
	4.143	1.857	62.145	20.427	82.572	112.620	27.029	139.649

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 24 - Peso relativo dos passageiros que efetuam escala

Origem dos voos	Passageiros por origem dos voos	2 semanas tipo		Verão IATA (30s) Passageiros Escala	Inverno IATA (22s) Passageiros Escala	Total Passageiros Amostra	Correção para 100% Lisboa	Correção Porto	Total Passageiros em escala	Total Passageiros por origem	% passageiros em Escala
		Passageiros escala Verão	Passageiros escala Inverno								
REINO UNIDO	229.505	239	306	3585	3366	6951	10025	2406	12431	241.936	5,14
ALEMANHA	126.570	589	323	8835	3553	12388	17058	4094	21151	147.721	14,32
FRANÇA	57.992	684	266	10260	2926	13186	17873	4290	22163	80.155	27,65
ESPAÑHA	19.618	866	289	12990	3179	16169	21781	5228	27009	46.627	57,93
FINLÁNDIA	21.907	28	41	420	451	871	1266	304	1570	23.477	6,69
HOLANDA	25.339	157	26	2355	286	2641	3481	835	4316	29.655	14,55
ÁUSTRIA	17.037	79	20	1185	220	1405	1874	450	2324	19.361	12,00
DINAMARCA	15.028	66	50	990	550	1540	2156	518	2674	17.702	15,10
SUÉCIA	9.094	54	17	810	187	997	1340	322	1662	10.756	15,45
BÉLGICA	16.458	215	23	3225	253	3478	4543	1090	5633	22.091	25,50
NORUEGA	8.811	51	18	765	198	963	1300	312	1612	10.423	15,47
SUIÇA	7.885	193	84	2895	924	3819	5202	1248	6450	14.335	45,00
IRLANDA	5.422	212	2	3180	22	3202	4112	987	5099	10.521	48,47
LUXEMBURGO	3.862	14	18	210	198	408	589	141	730	4.592	15,89
REPÚBLICA CHECA	6.046	23	17	345	187	532	744	179	922	6.968	13,24
POLÓNIA	9.424	22	53	330	583	913	1363	327	1691	11.115	15,21
ITÁLIA	188	161	74	2415	814	3229	4409	1058	5467	5.655	96,68
HUNGRIA	0	146	46	2190	506	2696	3624	870	4494	4.494	100,00
BRASIL	9	290	78	4350	858	5208	6961	1671	8631	8.640	99,90
FEDERAÇÃO RUSSA	1.528	29	33	435	363	798	1143	274	1418	2.946	48,12
ESTADOS UNIDOS	7	25	73	375	803	1178	1776	426	2202	2.209	99,68
	581.730	4143	1857	62145	20427	82572	112620	27029	139649	721.379	19,36

(Quadro de elaboração própria)

Como se pode verificar, cerca de 20% dos passageiros provenientes de países estrangeiros efetuam escala para chegar à Madeira. Esta realidade é muitas vezes esquecida, já que estes passageiros surgem ‘estatisticamente mascarados’ de passageiros domésticos.

Não obstante esta conclusão preliminar, e uma vez que usámos determinados pressupostos, designadamente a extrapolação para o total ‘via Lisboa’ e a correção dos que escalaram o Aeroporto do Porto, decidimos procurar um apuramento por outra via que ajudasse a confirmar esta base de trabalho.

Para este efeito, averiguámos a nacionalidade dos hóspedes que demandaram a hotelaria madeirense, a qual consta das informações mensais e anuais da Direção Regional de Estatística da Madeira, documentos referenciados como “Indicadores de Actividade Económica – Estatísticas do Turismo da Região Autónoma da Madeira”, tendo procurado explicar as ‘divergências’ encontradas entre os registos hoteleiros e os dados do movimento aeroportuário, tendo como base os elementos do ano 2011, ano a que se referem as semanas-tipo que estão na base dos cálculos anteriores.

Quadro 25 - Comparação passageiros e hóspedes alojados, por nacionalidade

Países de Embarque	Passageiros Entrados	Hóspedes Registrados	Divergência Detectada
PORTUGAL	547.478	214.822	332.656
REINO UNIDO	229.505	168.407	61.098
ALEMANHA	126.570	140.703	-14.133
FRANÇA	57.992	90.342	-32.350
ESPAÑA	25.339	33.919	-8.580
FINLÂNDIA	21.907	20.602	1.305
HOLANDA	19.618	33.465	-13.847
ÁUSTRIA	15.028	18.133	-3.105
DINAMARCA	11.584	14.477	-2.893
SUÉCIA	17.037	12.713	4.324
BÉLGICA	16.458	19.056	-2.598
NORUEGA	7.885	10.726	-2.841
SUIÇA	9.424	16.529	-7.105
IRLANDA	8.811	6.588	2.223
LUXEMBURGO	5.422	1.760	3.662
REPÚBLICA CHECA	3.862	9.159	-5.297
POLÓNIA	6.046	15.877	-9.831
ITÁLIA	188	11.016	-10.828
HUNGRIA	0	3.302	-3.302
BRASIL	1.528	5.109	-3.581
FEDERAÇÃO RUSSA	7	12.673	-12.666
OUTROS	11.206	19.115	-7.909
ESTADOS UNIDOS	9	4.716	-4.707
TOTAL	1.142.904	883.209	259.695

(Quadro de elaboração própria)

Neste caso, por razões que de seguida se explicitam, vamos considerar os passageiros cuja origem são os aeroportos nacionais, isto porque estão aqui incluídos os turistas continentais que viajam para a Madeira acumulados com os passageiros madeirenses que, naturalmente, não têm reflexo na hotelaria e, por isso, não podem influenciar as conclusões.

Por motivo semelhante, como se referiu na definição dos princípios metodológicos, não se incluíram os passageiros oriundos da Venezuela, por se tratar de um destino habitual da emigração madeirense, os quais, em férias na Madeira, usam casa própria ou de familiares não se refletindo a sua presença na hotelaria.

Uma primeira verificação deste quadro leva-nos a concluir que a divergência positiva de 332.656 passageiros de origem “Portugal” corresponde ao conjunto de passageiros do Continente (e Açores, via Lisboa ou Porto) acrescidos dos naturais da Madeira que viajam

entre a Região Autónoma e o Continente, e dos passageiros internacionais que fizeram escala em Lisboa ou Porto.

Estes últimos podem ser avaliados pelas diferenças entre os passageiros das diversas origens internacionais revelados pelas estatísticas aeroportuárias e as estatísticas do turismo determinadas pelo registo da nacionalidade dos hóspedes.

Como antes referimos, há ainda que considerar o movimento de passageiros madeirenses entre a Madeira e as Canárias, dado que estas se tratam de um destino turístico tradicional da população madeirense, num quantitativo que se estima em 20.000 passageiros/ano.

Podem, desde já, ser alinhadas as seguintes conclusões:

O movimento de passageiros madeirenses com as Ilhas Canárias ronda os 20.000 passageiros/ano;

Detetam-se 14.133 hóspedes de nacionalidade Alemã, que não foram provenientes de aeroportos da Alemanha o que indicia tratar-se de hóspedes que tiveram que efetuar escala em Lisboa ou no Porto, para chegar à Madeira;

Idem no caso de França, 32.350 hóspedes;

Idem no caso de Espanha, 8.580 hóspedes;

Idem no caso de Holanda, 13.847 hóspedes;

Idem no caso da Áustria, 3.105 hóspedes;

Idem no caso da Dinamarca, 2.893 hóspedes

Idem no caso da Bélgica, 2.589 hóspedes;

Idem no caso da Noruega, 2.841 hóspedes:

Idem no caso da Suíça, 7.105 hóspedes;

Idem no caso da República Checa, 5.297 hóspedes;

Idem no caso da Polónia, 9.831 hóspedes;

Idem no caso da Itália, 10.821 hóspedes;

Idem no caso da Hungria, 3.302 hóspedes;

Idem no caso do Brasil, 3.581 hóspedes;

Idem no caso da Federação Russa, 12.666 hóspedes;

Idem no caso dos Estados Unidos, 4.707 hóspedes;

Idem de Outros Países, 7.909.

Desta forma é possível apurar o número de visitantes oriundos de países estrangeiros que efetuaram escala em Lisboa para aceder à Madeira, os quais, segundo o método seguido a partir das estatísticas dos voos da amostra é de 139.649 e, segundo o método de registo nas unidades hoteleiras, é de 145.573. Esta diferença de 4% não se reveste de significância relevante, pelo que podemos deduzir que a utilização de um ou outro método é indiferente.

Esta conclusão de que os dois métodos não apresentam uma diferença significativa vai permitir-nos fazer uma abordagem de *benchmarking* entre os aeroportos da Madeira e os Aeroportos de Canárias, dos quais não conhecemos nem temos possibilidade de aceder às estatísticas aeroportuárias de cada voo, mas estão disponíveis os dados das hospedagens.

Para este efeito procedemos à explanação das estatísticas de passageiros dos aeroportos das duas regiões, aproveitando o ensejo para referir os dados dos oito anos mais recentes (2004 a 2011), apurando médias em função de cada origem e clarificando a coincidência de origem de turistas nos dois arquipélagos.

No caso da Madeira usaram-se os dados estatísticos do Aeroporto da Madeira e, no caso das Canárias, dos aeroportos de Gran Canária, Tenerife Norte, Tenerife Sul, Lanzarote e Fuerteventura.

De posse destes elementos fez-se a análise dos dados das ligações diretas versus ligações com escala.

Com o objetivo de avaliar o “efeito escala” nas opções de escolha dos destinos turísticos, e tendo presente a diferença de dimensão entre os dois destinos – número de aeroportos, número de camas, população e território – optou-se por adaptar o tráfego de passageiros a outras dimensões do destino, trabalhando índices tais como turistas/habitante e turistas/cama de modo a dispor de elementos comparáveis e suscetíveis de tratamento estatístico.

## 6.2 Estudo de *benchmarking*

### 6.2.1 Caracterização dos Arquipélagos da Madeira e das Canárias

#### 6.2.1.1 Madeira

Superfície. 736 km<sup>2</sup>.

População: 267.939 habitantes (2010).

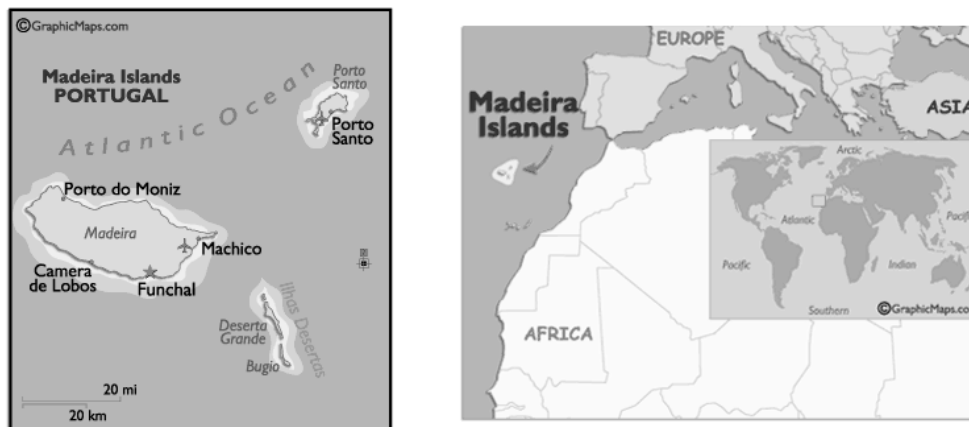
Principais cidades: Funchal, Machico, C<sup>a</sup> de Lobos, Santa Cruz, Santana

A cerca de 900 km de Lisboa, ao largo de Marrocos, a Madeira é um arquipélago de origem vulcânica, composto por uma ilha principal, Madeira, a ilha do Porto Santo e dois grupos de ilhas desabitadas, as Ilhas Desertas e as Ilhas Selvagens e seus ilhéus, abrangendo ainda o mar circundante e seus fundos, designadamente as águas territoriais e a zona económica exclusiva.

Entre mar e nuvens, a vegetação exuberante, que compõe a floresta Laurissilva, Património da Humanidade (UNESCO), as montanhas violentamente escarpadas, as flores de perfume inebriante, fazem do arquipélago uma verdadeira musa, uma fonte inesgotável de inspiração. A ilha da Madeira conta com cerca de 2.500 km de ‘levadas’ (canais de irrigação) cuja construção se iniciou no século XV, e que são, sem dúvida, um dos segredos da sua vegetação luxuriante.

A Lei n.º 130/99, de 21 de Agosto, constitui a primeira revisão do Estatuto Político-Administrativo da Região Autónoma da Madeira, segundo o qual o arquipélago da Madeira constitui uma Região Autónoma da República Portuguesa, dotada de Estatuto Político-Administrativo e de órgãos de governo próprio.

Figura 3 - Mapa da Madeira



Fonte: GraphicMaps.com

### 6.2.1.2 Canárias

Superfície: 7.447 km<sup>2</sup>.

População: 2.118.519 habitantes (2010).

Principais cidades: Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife, Arrecife.

As sete ilhas deste arquipélago vulcânico, situado ao largo do Sahara, convidam-nos à descoberta e ao sonho. Verdadeiro tesouro natural, as Canárias abrigam florestas de loureiros gigantes, de pinheiros canários, as dunas de Corralejo e as praias com as cores dos mares do sul, em Fuerteventura. A história e a cultura, as florestas e os vulcões, o sol e o calor de Inverno, respondem a todos os desejos dos visitantes. O vulcão do Pico Teide, em Tenerife, ascende a 3.718 m, sendo o ponto mais alto de Espanha.

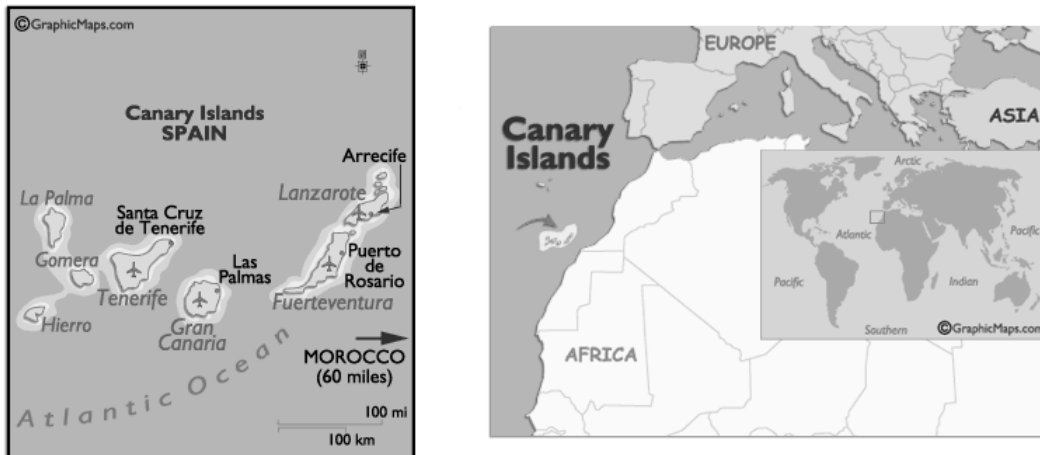
O estatuto autonómico das Canárias foi aprovado pela Ley 27/2002 e, segundo o mesmo, os poderes da *Comunidad Autónoma de Canarias* exercem-se através do Parlamento, do Governo e do seu Presidente.

As Canárias, como expressão da sua identidade singular, e no exercício do direito à auto-governança que a Constituição reconhece a todas as nacionalidades, constituiu-se em Comunidade Autónoma, tendo como limite a unidade da Nação Espanhola, de acordo com o disposto na Constituição e no Estatuto que é a sua norma institucional básica.

O âmbito territorial da Comunidade Autónoma compreende o Arquipélago Canário, integrado por sete ilhas: Hierro, Fuerteventura, Gran Canaria, La Gomera, Lanzarote, La

Palma e Tenerife, assim como as Ilhas de Alegranza, La Graciosa, Lobos e Montaña Clara, Roque do Este e Roque do Oeste, agregadas administrativamente a Lanzarote, exceto a de Lobos, que está ligada a Fuerteventura.

Figura 4 - Mapa das Canárias



Fonte: GraphicMaps.com

## 6.2.2 Pressupostos e indicadores

Para efeitos da análise que se pretende efetuar, há que considerar um conjunto de indicadores de natureza demográfica e logística, que podem ser usados na quantificação de indicadores e índices relacionados com o Turismo.

Deste modo, importa estabelecer comparações que envolvam a dimensão populacional, o número de camas e de estabelecimentos hoteleiros e o PIBpc da população residente.

A par destes elementos registámos a população dos respetivos países, importante para avaliar o peso relativo do tráfego de origem nacional, e os números globais de passageiros desembarcados.

Em termos índices e relações, calculou-se o número de passageiros desembarcados por cama, por habitante, por km<sup>2</sup> e por US\$ do PIB.

Quadro 26 – Madeira e Canárias – Demografia, Logística Hoteleira e Rendimento

<b>Indicador</b>	<b>Madeira</b>	<b>Canárias</b>
População (1)	267.939	2.118.519
N.º camas Turismo (2)	28.530	429.110
Estabelecimentos Hoteleiros (3)	197	3.036
PIBpc (4)	26.525	23.274

Fontes:

- (1) Census 2011.
- (2) Madeira: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM; Canárias: Turidata.
- (3) Madeira: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM.  
Canárias: Gobierno de Canárias, Consejería e Turismo.
- (4) Eurostat, 2010, Anual Report

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 27 – Indicadores Portugal e Espanha

<b>Indicador</b>	<b>Portugal</b>	<b>Espanha</b>
População (1)	10.726.965	46.754.784
PIBpc (2)	23.000	29.875

Fontes:

- (1) Census 2011
- (2) Eurostat

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 28 – Passageiros totais e com exclusão dos passageiros ‘domésticos’.

<b>Passageiros Chegados</b>	<b>Madeira</b>	<b>Canárias</b>
Incluindo Domésticos	1.116.762	14.719.211
Excluindo Domésticos	536.830	8.477.984

Fonte: ANAM, SA e AENA

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 29 – Passageiros Chegados por Cama, com e sem ‘domésticos’

<b>Passageiros/Camas</b>	<b>Madeira</b>	<b>Canárias</b>
Incluindo Domésticos	1.116.762	14.719.211
Excluindo Domésticos	536.830	8.477.984
Camas	28.530	429.110
Pas./cama, c/ Domésticos	39	34
Pas./cama, s/ Domésticos	19	20

Fonte: ANAM, SA e AENA

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 30 - Passageiros do próprio País que viajam para a Região Insular.

<b>Pas.Dom./População País</b>	<b>Portugal</b>	<b>Espanha</b>
População Total	10.726.965	46.754.784
Passageiros Domésticos	579.932	6.241.277
Pas.Dom/População País	5	13

(Quadro de elaboração própria)

## 6.2.3 Movimento Aeroportuário

### 6.2.3.1 Aeroporto da Madeira

No âmbito da análise das estatísticas de tráfego aeroportuário, considerou-se essencial recolher uma série estatística referente a oito anos (2004 a 2011), não só com os números globais, mas segundo a proveniência dos vários países geradores de fluxos turísticos.

Quadro 31 – Movimento de passageiros no Aeroporto do Madeira (2004 a 2011)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TT 2004 a 2011	Média
1 PORTUGAL	1.128.138	1.118.775	1.124.066	1.057.701	1.068.033	1.193.710	1.159.864	1.108.363	8.958.650	1.119.831
2 REINO UNIDO	448.657	450.206	446.927	503.034	587.501	428.785	410.381	461.353	3.736.844	467.106
3 ALEMANHA	261.790	283.478	312.561	329.061	287.413	266.518	236.600	251.039	2.228.460	278.558
4 FRANÇA	59.378	56.333	53.637	61.387	64.968	68.301	72.067	116.852	552.923	69.115
5 ESPANHA	58.936	79.427	74.829	72.477	53.194	43.142	38.435	45.479	465.919	58.240
6 FINLÂNDIA	66.484	57.265	53.964	43.365	50.758	43.010	39.284	44.085	398.215	49.777
7 HOLANDA	36.436	40.741	45.398	47.745	43.120	43.610	44.270	50.592	351.912	43.989
8 ÁUSTRIA	26.511	28.056	42.784	59.250	42.247	41.023	27.943	34.224	302.038	37.755
9 DINAMARCA	31.917	32.629	32.792	38.872	35.857	31.604	38.400	30.081	272.152	34.019
10 SUÉCIA	45.978	50.391	37.268	34.026	35.511	19.445	19.346	18.063	260.028	32.504
11 BÉLGICA	31.401	34.319	35.802	36.292	37.338	35.374	27.134	34.005	271.665	33.958
12 VENEZUELA	19.216	21.024	21.483	32.661	29.344	32.706	34.824	26.977	218.235	27.279
13 NORUEGA	21.233	22.279	26.394	36.664	15.262	20.274	14.664	17.336	174.106	21.763
14 SUIÇA	6.592	9.448	14.881	21.857	29.176	27.133	19.180	15.470	143.737	17.967
15 IRLANDA	9.893	10.026	11.673	14.221	16.977	10.262	11.586	10.989	95.627	11.953
16 LUXEMBURGO	8.315	9.344	9.951	9.382	9.766	9.750	8.685	7.775	72.968	9.121
17 REPÚBLICA CHECA	10.752	8.146	8.229	9.905	10.779	10.120	6.249	12.035	76.215	9.527
18 POLÓNIA	0	243	0	4.648	18.903	17.380	17.149	18.827	77.150	9.644
19 ESTÓNIA	0	0	0	841	6.735	2.093	6.018	3.410	19.097	2.387
20 ITÁLIA	40	982	1.112	3.188	906	1.645	874	526	9.273	1.159
21 HUNGRIA	0	2.893	4.113	825	4	103	0	8	7.946	993
22 BRASIL	12	2.338	2.195		3	264	0	17	4.829	604
23 FEDERAÇÃO RUSSA	0	60	32	19	2.129	102	32	2.953	5.327	666
24 ESTADOS UNIDOS	215	504	243		58	44	4	7	1.075	134
25 MARROCOS	2	88	291	482	12	15	34	0	924	116
26 OUTROS	616	758	260	586	930	236	501	914	4.801	600
TOTAL	2.272.512	2.319.753	2.360.885	2.418.489	2.446.924	2.346.649	2.233.524	2.311.380	18.710.116	2.338.765

(Quadro de elaboração própria)

Em 2010, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais representaram 51,93%. De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2010, esta proveniência representou 47,87% do total dos passageiros movimentados no Aeroporto da Madeira.

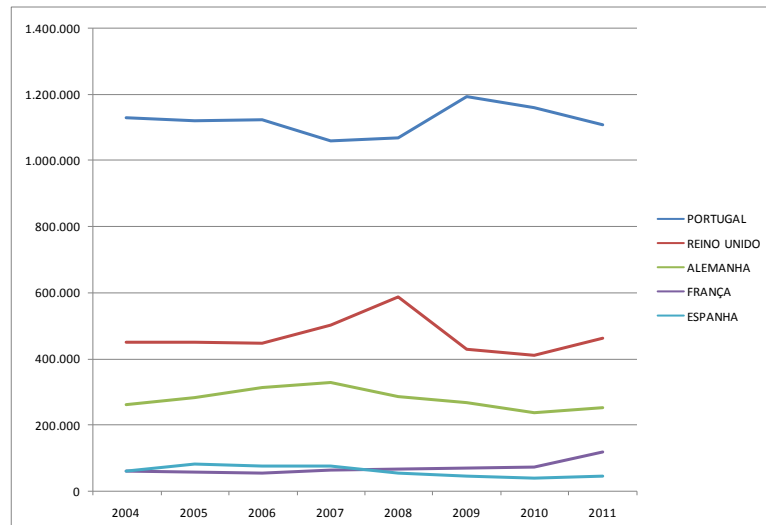
Ainda em 2010, embora exista grande regularidade ao longo dos anos analisados, as duas origens não-nacionais mais representativas, foram o Reino Unido (18,37%) e a Alemanha (10,59%).

A alguma distância, seguem-se, a França (3,23%), a Holanda (1,98%), a Finlândia (1,76%), e a Espanha e Dinamarca (1,72%). A este nível, mas sem repercussão na ocupação hoteleira, em virtude de se tratar de emigrantes madeirenses e seus descendentes, está a Venezuela com 34.824 passageiros (1,56%).

Em 2011, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais representaram 47,94%. De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência representou 47,88% do total dos passageiros movimentados no Aeroporto da Madeira.

Ainda em 2011, embora exista grande regularidade ao longo dos anos analisados, as duas origens não-nacionais mais representativas, foram o Reino Unido (19,95%) e a Alemanha (10,86%).

Gráfico 12 - Evolução dos fluxos de passageiros (Madeira, 2004 a 2011)

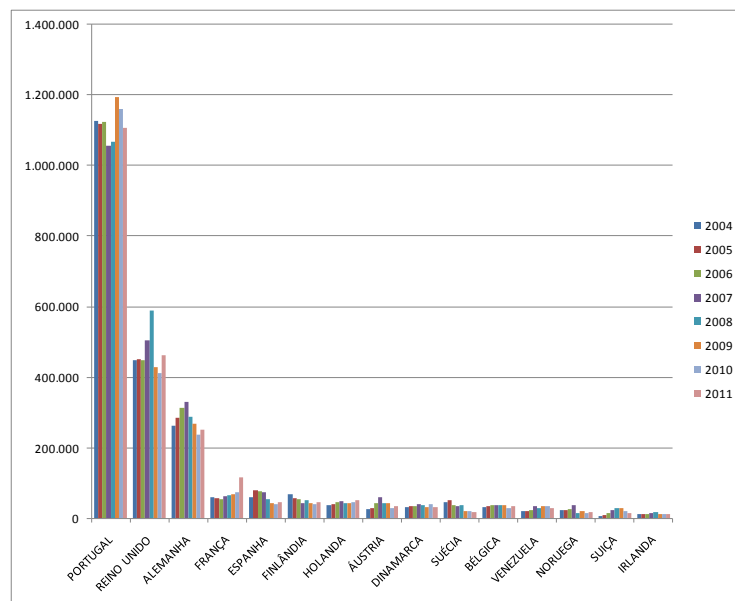


(Gráfico de elaboração própria)

Conforme se referiu no comentário anterior, a tendência das preferências dos mercados turísticos pela Madeira, é pautada por grande normalidade, como se pode verificar pela expressão gráfica das estatísticas.

Ao longo dos anos mantém a primazia dos mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados estrangeiros – situando-se a França e a Espanha a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano.

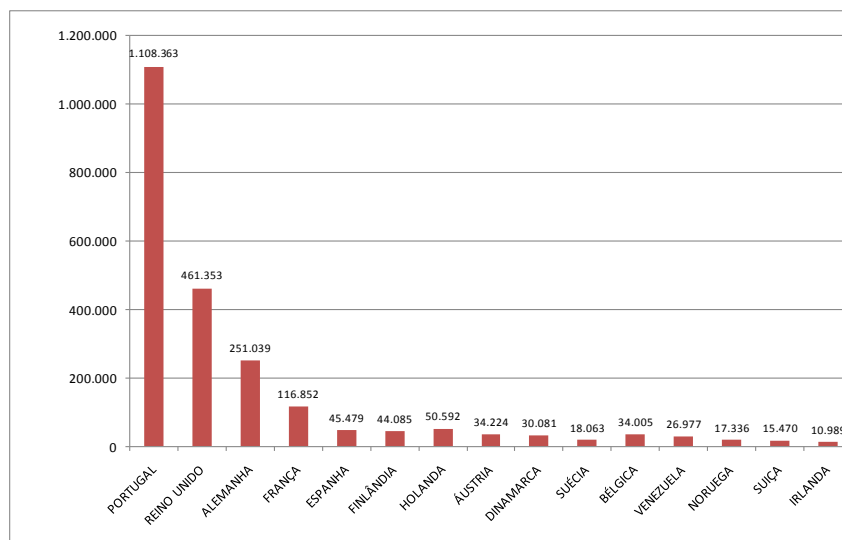
Gráfico 13 - Passageiros do AM, por origem (top 15), 2004 a 2011



(Gráfico de elaboração própria)

A normalidade que se referiu fica bem expressa neste gráfico. Quer se fale dos grandes ou dos pequenos mercados, os níveis quantitativos são pouco variados ao longo dos oito anos em análise.

Gráfico 14 - Movimento de passageiros no AM, (top 15), 2011



(Gráfico de elaboração própria)

Desta forma se expressa graficamente o comportamento dos 15 maiores mercados turísticos no ano de 2011, podendo ver-se o peso dos maiores mercados e a pequena expressão de mercados como França, Espanha, Finlândia, Holanda, Áustria, Dinamarca, Suécia, Bélgica, Venezuela, Noruega, Suíça e Irlanda.

### 6.2.3.2 Aeroportos das Canárias

Seguindo a mesma metodologia utilizada quanto à Madeira, temos:

Quadro 32- Movimento de passageiros, Canárias (2004 a 2011)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TT 2004 a 2011	Média
1 ESPANHA	11.367.530	12.475.105	13.283.172	13.940.151	13.713.573	12.332.102	12.482.553	12.871.120	102.465.306	12.808.163
2 REINO UNIDO	7.783.749	7.291.545	7.326.365	6.956.571	6.708.196	5.649.860	6.342.462	7.229.017	55.287.765	6.910.971
3 ALEMANHA	4.969.791	5.051.285	5.187.894	5.036.452	4.866.885	4.335.065	4.509.912	5.298.509	39.255.793	4.906.974
4 IRLANDA	814.975	833.759	838.337	953.940	986.045	749.027	689.446	808.037	6.673.566	834.196
5 HOLANDA	849.914	832.780	857.555	806.269	743.368	642.667	622.799	787.183	6.142.535	767.817
6 SUÉCIA	707.690	705.410	672.633	715.241	755.706	699.272	722.449	886.885	5.865.286	733.161
7 NORUEGA	604.415	648.544	656.553	660.648	747.535	703.343	691.210	871.508	5.583.756	697.970
8 DINAMARCA	459.967	500.651	550.491	559.422	549.860	505.730	517.600	639.133	4.282.854	535.357
9 BÉLGICA	443.283	448.110	486.313	495.153	497.910	501.091	630.704	703.907	4.206.471	525.809
10 FINLÂNDIA	449.681	479.732	500.075	470.280	472.605	457.602	414.761	534.360	3.779.096	472.387
11 ITÁLIA	365.371	408.734	467.831	439.426	354.168	238.819	326.202	593.831	3.194.382	399.298
12 SUÍÇA	196.202	144.968	237.744	297.939	373.007	313.258	326.318	420.474	2.309.910	288.739
13 ÁUSTRIA	281.716	245.080	244.462	225.953	210.621	178.401	186.643	220.781	1.793.657	224.207
14 FRANÇA	237.360	239.760	218.549	200.964	177.343	146.664	205.570	392.832	1.819.042	227.380
15 PORTUGAL	101.163	126.877	121.255	113.692	116.062	97.556	155.473	125.565	957.643	119.705
16 POLÓNIA	38.950	36.954	46.895	81.380	136.137	136.734	161.053	294.306	932.409	116.551
17 REPÚBLICA CHECA	94.880	88.499	91.879	92.853	91.532	79.912	63.475	73.005	676.035	84.504
18 FEDERAÇÃO RUSSA	86.102	71.364	80.237	85.904	100.239	79.749	90.023	136.997	730.615	91.327
19 LUXEMBURGO	92.681	92.389	93.259	90.423	92.793	70.898	55.513	99.738	687.694	85.962
20 MARROCOS	31.929	42.698	52.359	57.789	53.034	56.221	52.603	62.201	408.834	51.104
21 ISLÂNDIA	22.998	37.155	65.204	63.001	60.730	24.960	23.480	26.336	323.864	40.483
22 VENEZUELA	30.172	28.868	27.752	25.759	20.061	26.118	32.841	25.606	217.177	27.147
23 HUNGRIA	25.961	22.788	29.614	27.307	26.902	21.112	19.330	16.067	189.081	23.635
24 MAURITANIA	21.653	22.138	22.544	23.116	24.043	27.969	27.559	19.694	188.716	23.590
25 ESTÓNIA	7.531	11.963	17.672	26.793	32.837	17.090	9.053	13.465	136.404	17.051
26 OUTROS	48.282	55.664	85.276	56.062	61.365	69.829	79.209	148.067	603.754	75.469
TOTAL	30.133.946	30.942.820	32.261.920	32.502.488	31.972.557	28.161.049	29.438.241	33.298.624	248.711.645	31.088.956

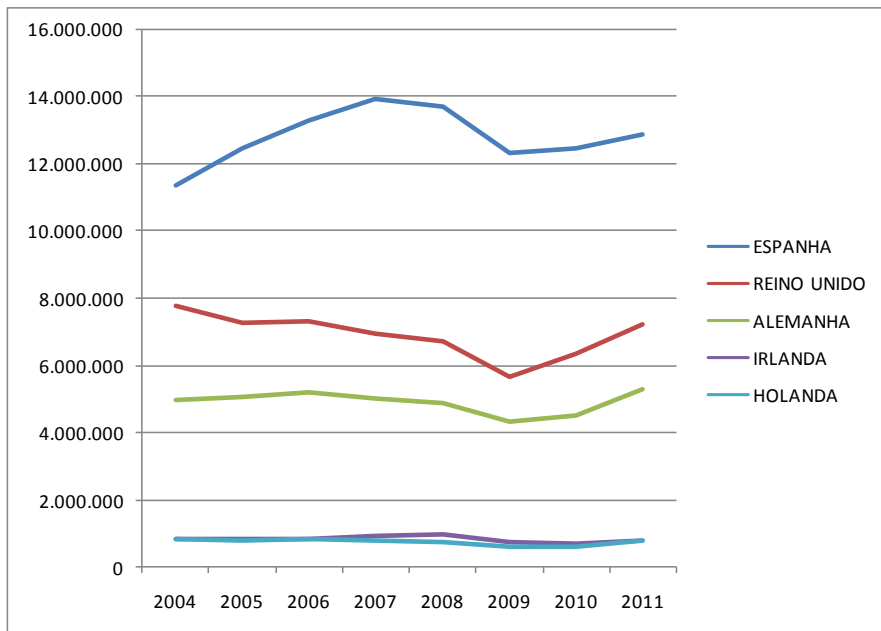
(Quadro de elaboração própria)

Em 2011, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais espanhóis representaram 38,65% (no ano anterior haviam sido 42,4%). De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência teve um peso média acima do último ano, representando 41,19% do total dos passageiros movimentados no conjunto dos aeroportos das Ilhas Canárias.

Ainda em 2011, embora exista grande regularidade ao longo dos anos analisados, as duas origens não-espanholas mais representativas, foram o Reino Unido (21,92%) e a Alemanha (15,91%).

A uma distância considerável seguem-se, a Irlanda (2,43%), a Suécia (2,66%), a Noruega (2,62%) e a Holanda (2,36%). Com pouca expressão está o mercado Português que representa apenas 0,38%, mesmo assim com um número absoluto de passageiros de 125 565.

Gráfico 15 - Evolução dos fluxos de passageiros (Canárias, 2004 a 2011)

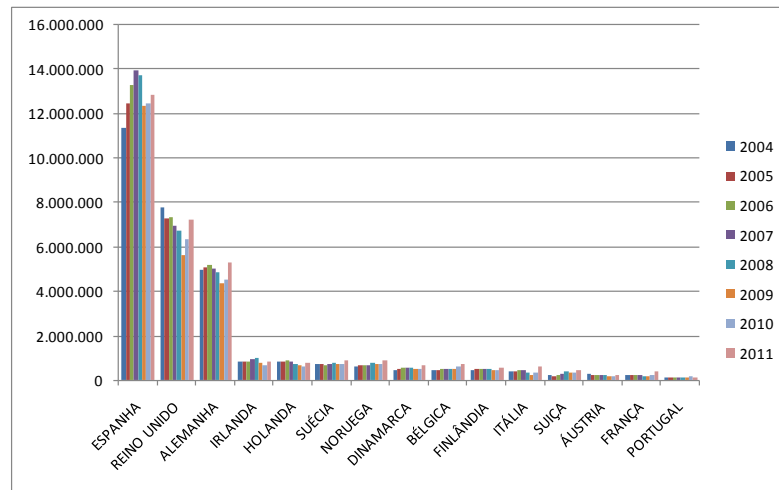


(Gráfico de elaboração própria)

Conforme se referiu no comentário anterior, a tendência das preferências dos mercados turísticos pelas Canárias, é pautada por grande regularidade, como se pode verificar pela expressão gráfica das estatísticas.

Ao longo dos anos, tal como no caso da Madeira, mantêm a primazia os mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados não-espanhóis – situando-se a Irlanda e a Holanda a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano.

Gráfico 16 - Passageiros das Canárias, por origem (top 15), 2004 a 2011



(Gráfico de elaboração própria)

Esta representação pretende expressar de forma gráfica a diferença de peso entre os principais mercados do Reino Unido e da Alemanha, face à Irlanda e Holanda e aos que se lhes sucedem.

A regularidade que se referiu anteriormente fica bem expressa neste gráfico. Quer se fale dos grandes ou dos pequenos mercados, os níveis quantitativos são pouco variados ao longo dos 8 anos em análise, embora se verifique um pequeno decréscimo nos mercados do Reino Unido e da Alemanha, certamente circunstancial e sem que tal corresponda a um desvio de fluxos para outros mercados.

#### 6.2.4 Estabelecimento de comparações entre a Madeira e as Canárias

Estamos perante origens de tráfego similares, se nos abstrairmos dos números referentes aos aeroportos nacionais de cada país.

A fim de melhor avaliar esta coincidência, trabalhamos com a média do número de passageiros verificada entre 2004 e 2011.

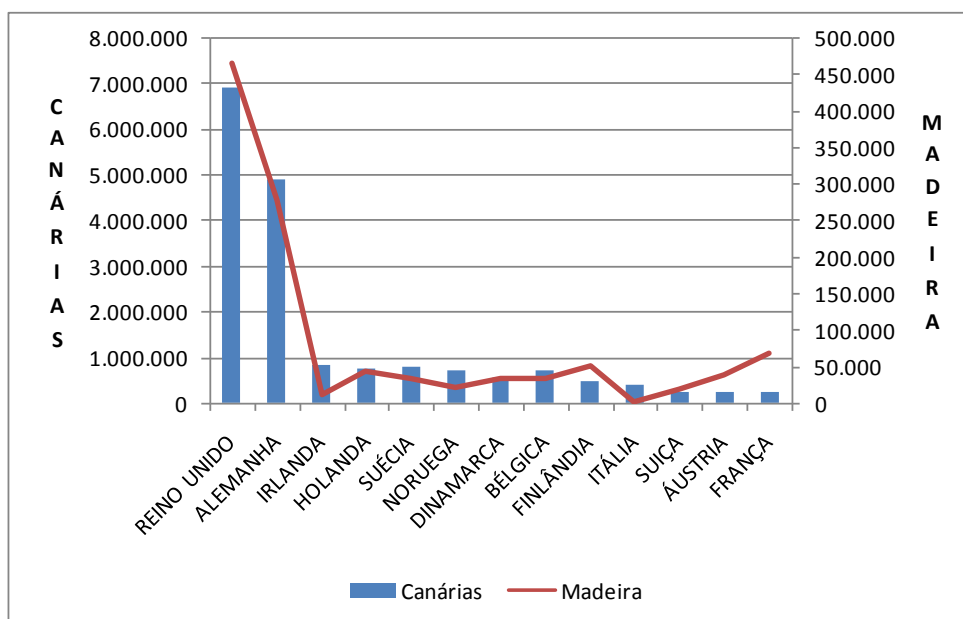
Quadro 33 - Tráfego médio, por origem, 2004/2011

	Canárias	Madeira
REINO UNIDO	6.910.971	467.106
ALEMANHA	4.906.974	278.558
IRLANDA	834.196	11.953
HOLANDA	767.817	43.989
SUÉCIA	773.161	32.504
NORUEGA	697.970	21.763
DINAMARCA	535.357	34.019
BÉLGICA	703.907	33.958
FINLÂNDIA	472.378	49.777
ITÁLIA	399.298	1.159
SUIÇA	228.739	17.967
ÁUSTRIA	224.207	37.755
FRANÇA	227.380	69.115

(Quadro de elaboração própria)

A fim de permitir uma melhor avaliação comparativa entre o tráfego de passageiros para as Canárias e para a Madeira, optou-se por uma representação gráfica de dupla escala, dada a significativa diferença de valores absolutos verificados entre os dois destinos. Como se pode verificar pelo gráfico seguinte, não obstante a distância quantitativa, as origens são muito semelhantes, ou seja, o Reino Unido e a Alemanha dominam.

Gráfico 17 - Principais origens de passageiros, Madeira e Canárias



(Gráfico de elaboração própria)

#### 6.2.4.1 Análise dos indicadores de tráfego de passageiros

A fim de estabelecermos comparações, começámos por expor o peso de cada origem de passageiros, numa e noutra Região. Para este efeito, não levámos em consideração o caso dos passageiros provenientes de Portugal e de Espanha, dado o peso das populações residentes nesta estatística, bem como não considerámos os passageiros da Venezuela que, no caso da Madeira, são influenciados pelo facto de se tratar de um destino de emigração madeirense.

Dada a grande diferença dos valores absolutos, optámos por uma representação gráfica com duas escalas, que nos permitiu detetar um assinalável paralelismo das preferências turísticas pelos dois arquipélagos.

Usando o método do registo de hóspedes que, como se viu no caso da Madeira, não difere substancialmente dos dados obtidos através dos registos de voo, e uma vez que, no caso das Canárias, tais dados não estão acessíveis, iremos determinar os passageiros em escala através dos registos turísticos.

Retomando os dados já apresentados sobre a Madeira, passamos a apurar as divergências negativas entre os passageiros chegados por nacionalidade do voo, e os hóspedes registados, também por nacionalidade.

Quadro 34 - Apuramento das divergências passageiros x hóspedes, Madeira, 2011

Países de Embarque	Passageiros Entrados	Hóspedes Registrados	Divergência Detectada	Divergências Negativas
PORTUGAL	547.478	214.822	332.656	
REINO UNIDO	229.505	168.407	61.098	
ALEMANHA	126.570	140.703	-14.133	-14.133
FRANÇA	57.992	90.342	-32.350	-32.350
ESPAÑA	25.339	33.919	-8.580	-8.580
FINLÁNDIA	21.907	20.602	1.305	
HOLANDA	19.618	33.465	-13.847	-13.847
ÁUSTRIA	15.028	18.133	-3.105	-3.105
DINAMARCA	11.584	14.477	-2.893	-2.893
SUÉCIA	17.037	12.713	4.324	
BÉLGICA	16.458	19.056	-2.598	-2.598
NORUEGA	7.885	10.726	-2.841	-2.841
SUIÇA	9.424	16.529	-7.105	-7.105
IRLÁNDIA	8.811	6.588	2.223	
LUXEMBURGO	5.422	1.760	3.662	
REPÚBLICA CHECA	3.862	9.159	-5.297	-5.297
POLÓNIA	6.046	15.877	-9.831	-9.831
ITÁLIA	188	11.016	-10.828	-10.828
HUNGRIA	0	3.302	-3.302	-3.302
BRASIL	1.528	5.109	-3.581	-3.581
FEDERAÇÃO RUSSA	7	12.673	-12.666	-12.666
OUTROS	11.206	19.115	-7.909	-7.909
ESTADOS UNIDOS	9	4.716	-4.707	-4.707
TOTAL	1.142.904	883.209	259.695	-145.573

(Quadro de elaboração própria)

Agora de forma mais sintética, para permitir as comparações com as Canárias, temos:

Quadro 35 – Divergências passageiros chegados x hóspedes, Madeira 2011

Países de Embarque	Passageiros Entrados	Pass. Nacionais e Estrangeiros	Hóspedes Registrados	Hosp.Nacionais e Estrangeiros	Divergência Total	Divergência Estrangeiros
PORTUGAL	547.478	547.478	214.822	214.822	332.656	
REINO UNIDO	229.505		168.407			
ALEMANHA	126.570		140.703			
FRANÇA	57.992		90.342			
ESPAÑA	25.339		33.919			
FINLÁNDIA	21.907		20.602			
HOLANDA	19.618		33.465			
ÁUSTRIA	15.028		18.133			
DINAMARCA	11.584		14.477			
SUÉCIA	17.037		12.713			
BÉLGICA	16.458		19.056			
NORUEGA	7.885		10.726			
SUIÇA	9.424		16.529			
IRLÁNDIA	8.811		6.588			
LUXEMBURGO	5.422		1.760			
REPÚBLICA CHECA	3.862		9.159			
POLÓNIA	6.046		15.877			
ITÁLIA	188		11.016			
HUNGRIA	0		3.302			
BRASIL	1.528		5.109			
FEDERAÇÃO RUSSA	7		12.673			
OUTROS	11.206		19.115			
ESTADOS UNIDOS	9	595.426	4.716	668.387	-72.961	-145.573
TOTAL	1.142.904	1.142.904	883.209	883.209	259.695	-145.573

(Quadro de elaboração própria)

Usando o mesmo critério, vejamos os resultados encontrados nas Canárias, começando por expor a nacionalidade dos passageiros chegados aos cinco aeroportos que recebem tráfego internacional: Gran Canaria, Tenerife Norte, Tenerife Sul, Lanzarote e Fuerteventura.

Quadro 36 - Passageiros chegados às Canárias, 2011

Pais de Embarque	Gran Canaria	Tenerife N	Tenerife S	Fuerteventura	Lanzarote	Total
ESPAÑA	2.269.553	2.014.603	503.972	649.872	1.007.380	6.445.380
REINO UNIDO	539.545	6	1.679.872	487.523	906.251	3.613.197
ALEMANHA	816.311	5.012	767.031	745.372	311.613	2.645.339
IRLANDA	90.041		82.474	54.308	176.378	403.201
HOLANDA	178.459		112.089	44.525	59.588	394.661
SUÉCIA	256.393		109.791	43.326	31.724	441.234
NORUEGA	301.903		91.158	9.311	35.032	437.404
DINAMARCA	151.852	1	104.592	38.127	26.743	321.315
BÉLGICA	87.726		194.897	28.135	38.316	349.074
FINLÂNDIA	134.336	5.416	99.056	10.500	17.943	267.251
ITÁLIA	45.898		112.256	102.436	37.486	298.076
SUIÇA	93.274		58.202	38.290	22.294	212.060
ÁUSTRIA	37.079		44.531	18.097	7.291	106.998
FRANÇA	3.270	683	91.454	98.339	3.400	197.146
PORTUGAL	27.489	582	24.340	5.472	5.428	63.311
POLÓNIA	25.339		48.717	57.169	16.095	147.320
REPÚBLICA CHECA	14.571		11.099	6.356	4.107	36.133
FEDERAÇÃO RUSSA	1.682		67.308	0	0	68.990
LUXEMBURGO	12.933		17.281	7.918	10.167	48.299
MARROCOS	29.775	57	18	0	1.093	30.943
ISLÂNDIA	4.476		8.833	0	0	13.309
VENEZUELA	5	12.973	195	0	0	13.173
HUNGRIA	1.515		6.116	0	0	7.631
MAURITÂNIA	10.203	2	1	0	0	10.206
ESTÓNIA	840		5.906	0	0	6.746
OUTROS	48.198	43	20.450	2.236	3.861	74.788
	5.182.666	2.039.378	4.261.639	2.447.312	2.722.190	16.653.185

(Quadro de elaboração própria)

Quadro 37 - Divergências passageiros chegados x hóspedes Canárias 2011

Pais de Embarque	Passageiros Entrados	Pass. Nacionais e Estrangeiros	Hóspedes Nac. e Estrangeiros	Divergência Total	Divergência Estrangeiros
ESPAÑA	6.445.380	6.445.380	2.971.874	3.473.506	
REINO UNIDO	3.613.197				
ALEMANHA	2.645.339				
IRLANDA	403.201				
HOLANDA	394.661				
SUÉCIA	441.234				
NORUEGA	437.404				
DINAMARCA	321.315				
BÉLGICA	349.074				
FINLÂNDIA	267.251				
ITÁLIA	298.076				
SUIÇA	212.060				
ÁUSTRIA	106.998				
FRANÇA	197.146				
PORTUGAL	63.311				
POLÓNIA	147.320				
REPÚBLICA CHECA	36.133				
FEDERAÇÃO RUSSA	68.990				
LUXEMBURGO	48.299				
MARROCOS	30.943				
ISLÂNDIA	13.309				
VENEZUELA	13.173				
HUNGRIA	7.631				
MAURITÂNIA	10.206				
ESTÓNIA	6.746				
OUTROS	74.788	10.207.805	8.658.186	1.549.619	0
	16.653.185	16.653.185	11.630.060	5.023.125	0

(Gráfico de elaboração própria)

Como se pode verificar nos quadro acima, não se vislumbra o mesmo tipo de situação que se verifica na Madeira, i.e., que os hóspedes registados nas unidades hoteleiras nas Canárias sejam em número superior ao quantitativo registado de passageiros desembarcados por nacionalidades. A divergência encontrada – menos hóspedes do que passageiros – pode ser explicada por um conjunto de razões, designadamente, o número de estrangeiros (principalmente Ingleses e Alemães) que possuem habitação nas Canárias (casa, apartamento ou time-sharing) e que, neste caso, não ficam incluídos nos registos da hotelaria. A divergência relativamente aos passageiros nacionais resulta do elevado número de passageiros naturais das Canárias e que se deslocam entre o arquipélago e o continente espanhol.

Como se tem vindo a verificar, estamos perante duas realidades bastante diversas quando se tratam de números absolutos. Importa por isso, criar um indicador que faça atenuar esta diferença. Na nossa opinião poderíamos invocar a área geográfica, o número de camas ou a população, criando índices como o número de turistas por cama<sup>48</sup>, o número de turistas por habitante<sup>49</sup>, o número de turistas por m<sup>2</sup> e o número de turista por US\$ do PIB pc<sup>50</sup>.

Quadro 38 - Passageiros desembarcados, Madeira e Canárias, 2011

Países de Embarque	Canárias	Madeira
	Passageiros Entrados	Passageiros Entrados
ESPAÑHA	6.445.380	25.339
REINO UNIDO	3.613.197	229.505
ALEMANHA	2.645.339	126.570
IRLANDA	403.201	8.811
HOLANDA	394.661	19.618
SUÉCIA	441.234	17.037
NORUEGA	437.404	7.885
DINAMARCA	321.315	11.584
BÉLGICA	349.074	16.458
FINLÂNDIA	267.251	21.907
ITÁLIA	298.076	188
SUIÇA	212.060	9.424
ÁUSTRIA	106.998	15.028
FRANÇA	197.146	57.992
PORTUGAL	63.311	547.478
POLÓNIA	147.320	6.046
REPÚBLICA CHECA	36.133	3.862
FEDERAÇÃO RUSSA	68.990	7
LUXEMBURGO	48.299	5.244
MARROCOS	30.943	0
ISLANDIA	13.309	0
VENEZUELA	13.173	0
HUNGRIA	7.631	0
MAURITANIA	10.206	0
ESTÓNIA	6.746	0
OUTROS	74.788	18.921
	16.653.185	1.148.904

(Quadro de elaboração própria)

<sup>48</sup> Madeira: Estatísticas do Turismo da RAM (DREM), 2011; Canárias: Turidata, 2011.

<sup>49</sup> Census 2011.

<sup>50</sup> Eurostat, 2001, Anual Report.

A fim de evitar qualquer desvio conclusivo devido à inclusão dos passageiros residentes na Madeira e nas Canárias, viajando entre o Continente e as respetivas Ilhas, retirámos as parcelas de Portugal e Espanha, mantendo apenas os países estrangeiros, e calculando os rácios referidos, pelo que esta circunstância deve ser tida em conta quando se abordam os valores globais dos rácios.

Quadro 39 - Passageiros p/cama, p/habitante, p/km2 e p/US\$ do PIB pc

Países de Embarque	Canárias	Madeira	Passageiros por cama hoteleira		Passageiros por habitante		Passageiros por m2		Passageiros por US\$ do PIB pc	
	Passageiros Entrados	Passageiros Entrados	429.110	28.530	2.118.519	267.939	7.447.000	736.000	523.274	526.525
			Canárias	Madeira	Canárias	Madeira	Canárias	Madeira	Canárias	Madeira
REINO UNIDO	3.613.197	229.505	8,42	8,04	170,55	85,66	48,5	31,2	15.525	865
ALEMANHA	2.645.339	126.570	6,16	4,44	124,87	47,24	35,5	17,2	11.366	477
IRLANDA	403.201	8.811	0,94	0,31	19,03	3,29	5,4	1,2	1.732	33
HOLANDA	394.661	19.618	0,92	0,69	18,63	7,32	5,3	2,7	1.696	74
SUÉCIA	441.234	17.037	1,03	0,60	20,83	6,36	5,9	2,3	1.896	64
NORUEGA	437.404	7.885	1,02	0,28	20,65	2,94	5,9	1,1	1.879	30
DINAMARCA	321.315	11.584	0,75	0,41	15,17	4,32	4,3	1,6	1.381	44
BÉLGICA	349.074	16.458	0,81	0,58	16,48	6,14	4,7	2,2	1.500	62
FINLÂNDIA	267.251	21.907	0,62	0,77	12,61	8,18	3,6	3,0	1.148	83
ITALIA	298.076	188	0,69	0,01	14,07	0,07	4,0	0,0	1.281	1
SUIÇA	212.060	9.424	0,49	0,33	10,01	3,52	2,8	1,3	911	36
ÁUSTRIA	106.998	15.028	0,25	0,53	5,05	5,61	1,4	2,0	460	57
FRANÇA	197.146	57.992	0,46	2,03	9,31	21,64	2,6	7,9	847	219
POLÓNIA	147.320	6.046	0,34	0,21	6,95	2,26	2,0	0,8	633	23
REPÚBLICA CHECA	36.133	3.862	0,08	0,14	1,71	1,44	0,5	0,5	155	15
FEDERAÇÃO RUSSA	68.990	7	0,16	0,00	3,26	0,00	0,9	0,0	296	0
LUXEMBURGO	48.299	5.244	0,11	0,18	2,28	1,96	0,6	0,7	208	20
MARROCOS	30.943	0	0,07	0,00	1,46	0,00	0,4	0,0	133	0
ISLÂNDIA	13.309	0	0,03	0,00	0,63	0,00	0,2	0,0	57	0
VENEZUELA	13.173	0	0,03	0,00	0,62	0,00	0,2	0,0	57	0
HUNGRIA	7.631	0	0,02	0,00	0,36	0,00	0,1	0,0	33	0
MAURITANIA	10.206	0	0,02	0,00	0,48	0,00	0,1	0,0	44	0
ESTÓNIA	6.746	0	0,02	0,00	0,32	0,00	0,1	0,0	29	0
OUTROS	74.788	18.921	0,17	0,66	3,53	7,06	1,0	2,6	321	71
Total	10.144.494	576.087	24	20	479	215	136,2	78,3	43.587	2.172

(Quadro de elaboração própria)

#### 6.2.4.2 Taxas Aeroportuárias

Efetuada o levantamento das taxas aeroportuárias em vigor nos dois destinos em análise, relevámos apenas as taxas de aterragem e as taxas de passageiros oriundos da União Europeia (espaço Schengen), tendo apurado o que em resumo se mostra no quadro seguinte.

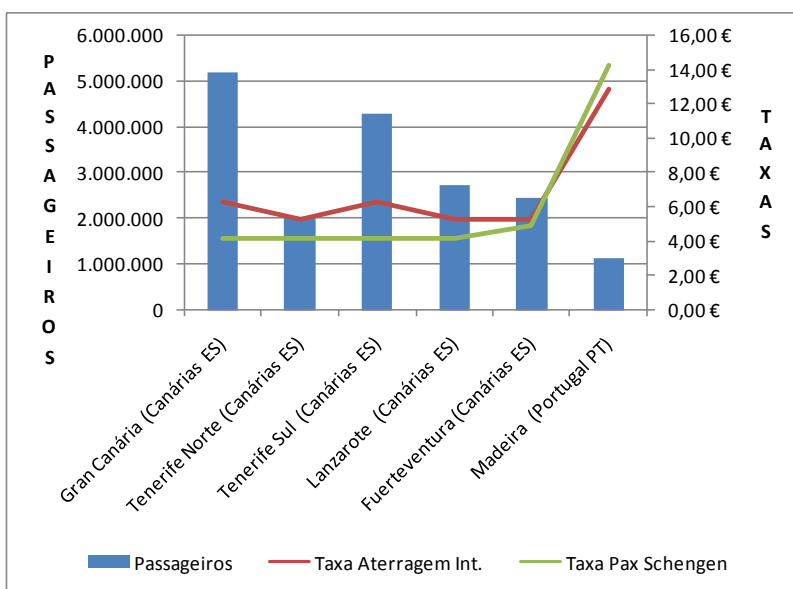
Quadro 40 - Taxas de Aterragem e de Passageiros Schengen

Aeropostos	Passageiros	Taxa Aterragem Int.	Taxa Pax Schengen
Gran Canária (Canárias ES)	5.185.998	6,31 €	4,14 €
Tenerife Norte (Canárias ES)	2.041.203	5,29 €	4,87 €
Tenerife Sul (Canárias ES)	4.292.148	6,31 €	4,87 €
Lanzarote (Canárias ES)	2.723.517	5,29 €	4,87 €
Fuerteventura (Canárias ES)	2.447.788	5,29 €	4,87 €
Madeira (Portugal PT)	1.159.309	12,88 €	14,27 €

(Quadro de elaboração própria)

Com o objetivo de procurar a existência de alguma relação entre o volume de tráfego (passageiros desembarcados) e o montante de taxas cobradas pelos aeroportos (aterragem/descolagem e passageiros embarcados), usámos uma representação gráfica de dupla escala.

Gráfico 18 - Passageiros e taxas aeroportuárias



(Gráfico de elaboração própria)

Numa análise à representação gráfica supra fica evidente o desvio em alta das taxas praticadas na Madeira, quando comparadas com as taxas médias dos aeroportos das Canárias. Atente-se, por exemplo, no facto de as mais altas taxas corresponderem ao aeroporto de menor tráfego.

No caso dos passageiros do ‘espaço Schengen’, tendo como referência as taxas do principal aeroporto das Canárias (Gran Canária) a diferença é entre 14,27 € e 4,14 € e, no caso

das taxas de aterragem (tendo como base a taxa por tonelada aplicável às aeronaves com mais de 75 toneladas), a diferença é entre 12,88 € e 6,31 €.

Não se podendo inferir que, de uma redução de taxas resulte um aumento automático de tráfego, uma eventual redução não deixaria de ter efeitos positivos como incentivo às companhias aéreas.

### 6.2.4.3 O efeito *low cost*

A presença de companhias denominadas *low cost* não pode ser ignorada dado o peso que representam no volume de tráfego dos aeroportos com maior movimento de passageiros.

Uma opinião da consultora McKinsey & Company, citada por Gavin Eccles<sup>51</sup>, apontava como perspectiva ‘provável’ que a penetração *low cost* atingiria, na Europa, em 2010, um índice de 25% do total de passageiros transportados por via aérea. No mesmo estudo é citada uma perspectiva ‘otimista’ da consultora Mercer (subsidiária da Marsh & McLennan Companies) que aponta para uma penetração de 30%.

Existem duas *low cost* na Europa: Ryanair e EasyJet. As demais companhias que se aproximam deste conceito são consideradas híbridos (casos da Jet2, Air-Berlin, Transavia, Thomson Fly, Norwegian, Germanwings, Aerlingus, TUIfly, ...).

Importa, por isso, analisar o peso que aquelas duas companhias representam para o total de passageiros recebidos pelos aeroportos sobre os quais nos vimos debruçando, acrescentando-lhes os aeroportos de Porto e Faro, por se revestirem de especial interesse no quadro da ‘rede aeroportuária’ que se perspectiva com a privatização da ANA, SA.

Assim, com dados de 2011, temos:

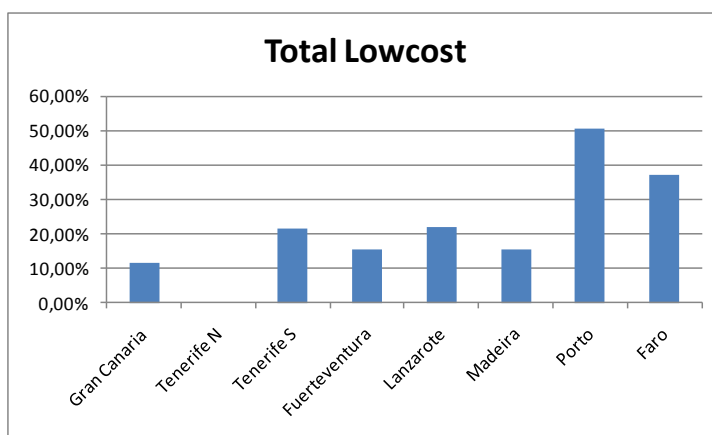
Quadro 41 - Peso dos passageiros *Low cost* (2011)

	Gran Canaria	Tenerife N	Tenerife S	Fuerteventura	Lanzarote	Madeira	Porto	Faro
Ryanair	10,80%	0,00%	17,90%	13,20%	19,30%		37,96%	27,35%
EasyJet	1,00%	0,00%	3,80%	2,40%	2,80%	15,60%	12,55%	9,64%
Total Lowcost	11,80%	0,00%	21,70%	15,60%	22,10%	15,60%	50,51%	36,99%

Fonte: ANA e AENA

<sup>51</sup> Airlines & Islands – Thoughts Understandings (Case of Madeira), 2011.

Gráfico 19 – Percentagem passageiros *Low cost* (2011)



Conforme se pode verificar a Madeira apresenta uma das mais baixas taxas de passageiros *low cost* de entre os aeroportos considerados, em particular os aeroportos portugueses.

Quadro 42 - Percentagem de *low cost* nos aeroportos portugueses (2011)

	Madeira	Porto	Faro
Ryanair	0,00%	37,96%	27,35%
EasyJet	15,60%	12,55%	9,64%
Total Low-Cost	15,60%	50,51%	36,99%

Fonte: ANA, SA

De notar que, em relação a 2012, a percentagem no caso da Madeira baixou de 15,60% para 13,46%, enquanto Faro baixou de 36,99% para 35,90% e o Porto aumentou de 50,51% para 50,76%.

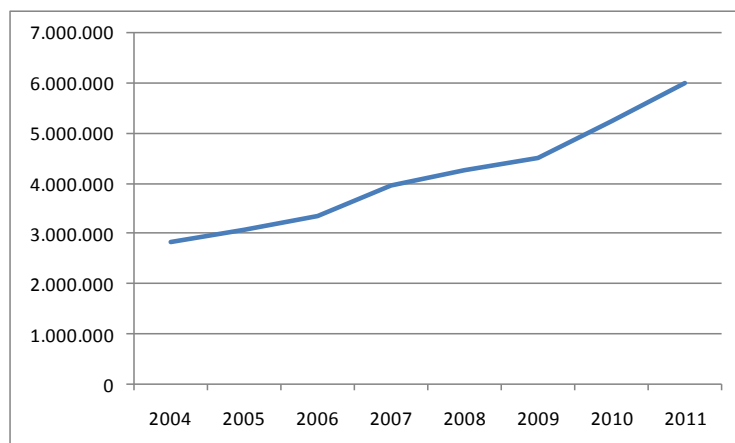
Estes valores levam-nos a analisar com mais pormenor o caso do Aeroporto do Porto, cuja evolução nos últimos anos foi a seguinte:

Quadro 43 - Passageiros Totais Aeroporto do Porto (2004/2011)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Total Passageiros	2.848.514	3.106.085	3.369.164	3.980.246	4.279.672	4.508.330	5.254.129	6.003.408

Fonte: ANA, SA – quadro de elaboração própria

Gráfico 20 - Evolução passageiros totais Porto (2004/2011)



Como se pode verificar, os passageiros totais do aeroporto do Porto cresceram 110% em 8 anos, de 2,5 milhões para 6,0 milhões.

Analisando o efeito das companhias *low cost* (Ryanair e EasyJet) estas passaram de 0% em 2004 para mais de 50% do total de passageiros em 2011, representando, só neste último ano, mais de 3 milhões de passageiros.

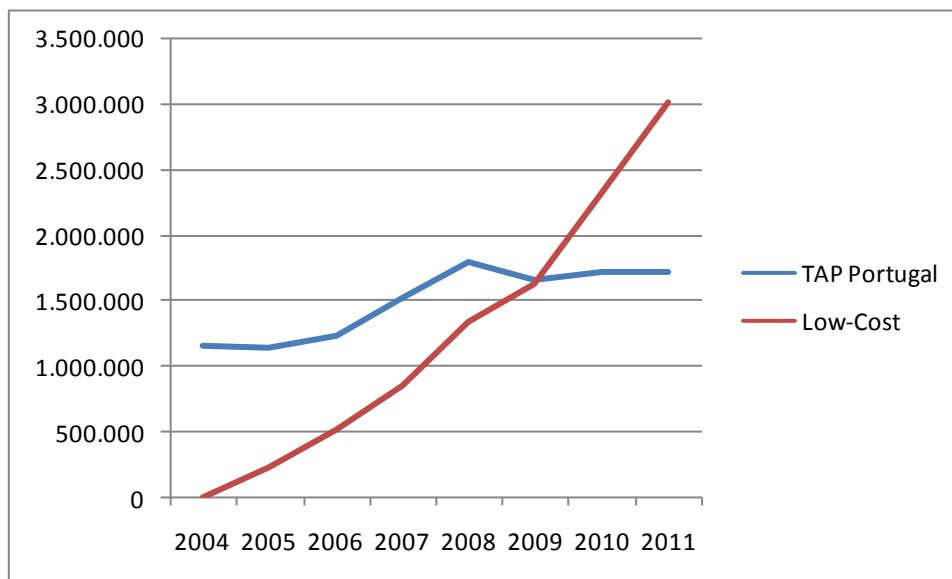
Comparando com os passageiros transportados pela TAP Air Portugal, verificamos uma inversão do peso relativo, bem expressa no quadro e gráfico seguinte.

Quadro 44 - Evolução TAP x *Low cost* (Porto, 2004/2011)

Operador	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TAP Portugal	1.156.105	1.146.947	1.231.695	1.526.297	1.796.806	1.667.959	1.720.206	1.714.606
Low-Cost	0	234.327	521.475	855.807	1.341.275	1.630.589	2.335.566	3.018.954

Fonte: ANA, SA – quadro de elaboração própria

Gráfico 21 - Evolução comparada TAP x Low cost (Porto)



#### 6.2.4.4 Medidas de tendência central e de dispersão

A fim de facilitar a análise comparativa do tráfego de passageiros totais, calcularam-se algumas medidas de tendência central, designadamente a Média, a Mediana, os Valores Máximo e Mínimo e o Desvio Padrão.

Quadro 45 - Medidas de Tendência Central

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Média	Mediana	Valor Máximo	Valor Mínimo	Desvio Padrão
PORTUGAL	1.128.138	1.118.775	1.124.066	1.057.701	1.068.033	1.193.710	1.159.864	1.108.363	1.119.831	1.121.421	1.193.710	1.057.701	44.439
REINO UNIDO	448.657	450.206	446.927	503.034	587.501	428.785	410.381	461.353	467.106	449.432	587.501	410.381	55.470
ALEMANHA	261.790	283.478	312.561	329.061	287.413	266.518	236.600	251.039	278.558	274.998	329.061	236.600	31.060
FRANÇA	59.378	56.333	53.637	61.387	64.968	68.301	72.067	116.852	69.115	63.178	116.852	53.637	20.223
ESPAÑA	58.936	79.427	74.829	72.477	53.194	43.142	38.435	45.479	58.240	56.065	79.427	38.435	15.747
FINLÂNDIA	66.484	57.265	53.964	43.365	50.758	43.010	39.284	44.085	49.777	47.422	66.484	39.284	9.127
HOLANDA	36.436	40.741	45.398	47.745	43.120	43.610	44.270	50.592	43.989	43.940	50.592	36.436	4.281
ÁUSTRIA	26.511	28.056	42.784	59.250	42.247	41.023	27.943	34.224	37.755	37.624	59.250	26.511	11.003
DINAMARCA	31.917	32.629	32.792	38.872	35.857	31.604	38.400	30.081	34.019	32.711	38.872	30.081	3.280
SUÉCIA	45.978	50.391	37.268	34.026	35.511	19.445	19.346	18.063	32.504	34.769	50.391	18.063	12.466
BÉLGICA	31.401	34.319	35.802	36.292	37.338	35.374	27.134	34.005	33.958	34.847	37.338	27.134	3.284
VENEZUELA	19.216	21.024	21.483	32.661	29.344	32.706	34.824	26.977	27.279	28.161	34.824	19.216	6.064
NORUEGA	21.233	22.279	26.394	36.664	15.262	20.274	14.664	17.336	21.763	20.754	36.664	14.664	7.156
SUIÇA	6.592	9.448	14.881	21.857	29.176	27.133	19.180	15.470	17.967	17.325	29.176	6.592	7.964
IRLANDA	9.893	10.026	11.673	14.221	16.977	10.262	11.586	10.989	11.953	11.288	16.977	9.893	2.459
LUXEMBURGO	8.315	9.344	9.951	9.382	9.766	9.750	8.685	7.775	9.121	9.363	9.951	7.775	781
REPÚBLICA CHECA	10.752	8.146	8.229	9.905	10.779	10.120	6.249	12.035	9.527	10.013	12.035	6.249	1.859
POLÓNIA	0	243	0	4.648	18.903	17.380	17.149	18.827	9.644	10.899	18.903	0	9.146
ESTÓNIA	0	0	0	841	6.735	2.093	6.018	3.410	2.387	1.467	6.735	0	2.744
ITÁLIA	40	982	1.112	3.188	906	1.645	874	526	1.159	944	3.188	40	940
HUNGRIA	0	2.893	4.113	825	4	103	0	8	993	56	4.113	0	1.607
BRASIL	12	2.338	2.195	3	264	0	17	690	17	2.338	0	0	1.082
FEDERAÇÃO RUS	0	60	32	19	2.129	102	32	2.953	666	46	2.953	0	1.179
ESTADOS UNIDOS	215	504	243	58	44	4	7	154	58	504	4	182	
MARROCOS	2	88	291	482	12	15	34	0	116	25	482	0	177
OUTROS	616	758	260	586	930	236	501	914	600	601	930	236	265
TOTAL	2.272.512	2.319.753	2.360.885	2.418.489	2.446.924	2.346.649	2.233.524	2.311.380	2.338.765	2.333.201	2.446.924	2.233.524	70.895

Da análise destas medidas confirma-se a conclusão de que o tráfego apresenta uma grande regularidade ao longo dos anos, quer quanto a valores, quer quanto à origem dos mercados principais, sem desvios apreciáveis.

#### 6.2.4.5 Investigação e análise de correlações estatisticamente significativas

Conforme resulta dos dados expostos, estamos perante um conjunto de variáveis cuja interdependência ou correlação estatística importa averiguar.

Assim, temos, por um lado, as séries estatísticas de passageiros chegados à Madeira e às Canárias, num horizonte temporal entre 2004 e 2011 e, por outro, o tempo de viagem destes desde os aeroportos de origem até cada um dos destinos.

Deste modo procurámos detetar a existência de uma relação significativa entre os passageiros chegados à Madeira e às Canárias, em função das séries estatísticas de dados de 2004 a 2011, discriminadas em função das diferentes origens, separando, para efeito de conclusões, os mercados considerados estratégicos, de crescimento e de diversificação.

Mercados Estratégicos

<b>Correlations</b>			
		Passageiros Chegados Canárias 2011	Passageiros Chegados Madeira 2011
Passageiros Chegados Canárias 2011	Pearson Correlation	1	-,117
	Sig. (2-tailed)		,883
	N	4	4
Passageiros Chegados Madeira 2011	Pearson Correlation	-,117	1
	Sig. (2-tailed)	,883	
	N	4	4

Mercados de Crescimento

**Correlations**

		Passageiros Chegados Canárias 2011	Passageiros Chegados Madeira 2011
Passageiros Chegados Canárias 2011	Pearson Correlation	1	,264
	Sig. (2-tailed)		,433
	N	11	11
Passageiros Chegados Madeira 2011	Pearson Correlation	,264	1
	Sig. (2-tailed)	,433	
	N	11	11

Mercados de Diversificação

**Correlations**

		Passageiros Chegados Canárias 2011	Passageiros Chegados Madeira 2011
Passageiros Chegados Canárias 2011	Pearson Correlation	1	,736
	Sig. (2-tailed)		,473
	N	3	3
Passageiros Chegados Madeira 2011	Pearson Correlation	,736	1
	Sig. (2-tailed)	,473	
	N	3	3

Analisados os resultados, não se encontraram correlações significativas entre os dois destinos turísticos, no que toca às origens dos mercados.

Procurou-se igualmente averiguar a existência de correlações significativas entre os passageiros que chegam aos dois destinos em análise e os respetivos tempos de viagem, quer na opção de voo direto, quer, no caso da Madeira, na circunstância de voo com escala em Lisboa ou Porto.

**Correlations**

		Média Canárias 2004-2011	Tempo Viagem Direta Canárias
Média Canárias 2004-2011	Pearson Correlation	1	-,435
	Sig. (2-tailed)		,063
	N	20	19
Tempo Viagem Direta Canárias	Pearson Correlation	-,435	1
	Sig. (2-tailed)	,063	
	N	19	19

**Correlations**

		Média Madeira 2004-2011	Tempo Viagem Direta Madeira
Média Madeira 2004-2011	Pearson Correlation	1	-,401
	Sig. (2-tailed)		,089
	N	20	19
Tempo Viagem Direta Madeira	Pearson Correlation	-,401	1
	Sig. (2-tailed)	,089	
	N	19	19

**Correlations**

		Média Madeira 2004-2011	Tempo Viagem para Madeira com Escala Lisboa
Média Madeira 2004-2011	Pearson Correlation	1	-,176
	Sig. (2-tailed)		,484
	N	20	18
Tempo Viagem para Madeira com Escala Lisboa	Pearson Correlation	-,176	1
	Sig. (2-tailed)	,484	
	N	18	18

**Correlations**

		Tempo Viagem para Madeira com Escala Lisboa	Passageiros com Escala para Madeira 2011
Tempo Viagem para Madeira com Escala Lisboa	Pearson Correlation	1	-,630**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	18	18
Passageiros com Escala para Madeira 2011	Pearson Correlation	-,630**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	18	18

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Em relação a este grupo de correlações, verificamos que, em relação à pesquisa entre a média de passageiros chegados às Canárias e o tempo de viagem para aquele destino não existe uma correlação significativa entre as duas variáveis, mas o valor de (Sig)  $p=0.063$ ,

associado ao valor da correlação  $r = - 0.435$ , ainda que não seja significativo (pois para o ser deveria encontrar-se um  $p$  menor ou igual a  $0,05$ ), está já muito próximo, o que nos leva a constatar que haverá uma tendência para que possa vir a ser significativo se, por exemplo, aumentar o  $N$ . Saliente-se, porém, que se trata de uma correlação inversa, i.e, quando uma variável tem os seus valores a aumentar, na outra eles estão a diminuir, o que denota uma natural preferência dos passageiros por viagens de menor duração.

No entanto, não encontrámos correlações significativas quando abordamos a média de passageiros para a Madeira e o tempo de viagem com e sem escala.

Já quando comparamos o tempo de viagem para a Madeira com escala em Lisboa e Porto, com os passageiros que se vêm obrigados a efetuar este tipo de percurso, encontramos uma relação significativa entre as duas variáveis, com (Sig)  $p = 0,0005$ , associado a  $r = - 0,630$ , numa indicação de correlação inversa, ou seja, a um maior tempo de viagem, corresponde uma menor afluência de passageiros.

## 7 Resultados, Conclusões e Recomendações

### Objetivos do Capítulo.

*Trata-se de um capítulo reservado à discussão dos resultados, ao estabelecimento de relações significativas entre eles, com o objetivo que vimos perseguindo de determinação sobre a existência de influência, ou não, do fator distância/tempo, nas opções dos turistas na escolha do destino Madeira.*

*Será também um capítulo onde trataremos de explicar as conclusões finais do estudo, concluindo com algumas sugestões no sentido da melhoria dos resultados encontrados, as quais resultam, não só da leitura dos indicadores apurados, mas são consequência da experiência acumulada na gestão aeroportuária.*

### 7.1 Discussão de Resultados e Conclusões Gerais

Segundo a OMT o turismo internacional moveu em 2011 quase 980 milhões de turistas. As previsões a longo prazo publicadas pela Organização Mundial de Turismo indicam que o número de turistas internacionais será de 1,6 mil milhões em 2020, o que implica uma taxa de crescimento anual da ordem dos 4%. O número de turistas no mundo aumentou 4,4% em 2011 em relação ao ano anterior, alcançando 980 milhões, dos quais 503 milhões chegaram à Europa, segundo dados divulgados em janeiro de 2012 pela OMT, não obstante a estagnação económica, as mudanças políticas no Médio Oriente e Norte de África e os desastres naturais, conforme referiu a este propósito Talef Rifai, o secretário-geral da Organização Mundial do Turismo, o qual disse esperar que em 2012 fosse alcançado o patamar dos mil milhões de turistas em todo o mundo. A Europa foi a região mundial que obteve melhores resultados em 2011, com um crescimento de 6%.

O Turismo moderno está intimamente ligado ao desenvolvimento e abrange um número crescente de novos destinos. Esta dinâmica tem transformado o turismo num fator-chave para o progresso socioeconómico.

Conforme Fernandes & Ferreira (2012), a acessibilidade é um elemento chave no desenvolvimento do turismo, e a acessibilidade e conectividade são fundamentais na geração de receitas provenientes da atividade turística. Os serviços aéreos são um canal para a procura atual, e têm um papel capital na ajuda à conversão da procura latente de turismo em procura real (Raguraman, 1997).

O desejo das pessoas em viajar aumentou nas últimas décadas, tendo uma grande proporção de consumidores centrado a sua decisão no preço, onde a *internet* proporcionou um profundo impacto na alteração da forma como esses consumidores procuram e reservam as suas férias. Porém, quando as decisões dos consumidores são compensatórias, uma decisão de compra de um bem pode, muito rapidamente, ser mudada pela existência de um bem substituto, não idêntico, mas que apresente outros atributos que possam compensar a decisão de não comprar o bem inicial. Destinos diferentes, mas com características suficientemente semelhantes ao destino inicialmente pretendido podem assumir o papel de substitutos.

Consequentemente, no desempenho económico desse destino turístico, que no caso específico da Madeira, uma ilha, servida quase exclusivamente pelo transporte aéreo. Contudo, o próprio sector aéreo vive uma realidade de extrema competição, pressionado pela necessidade de maximizar a rentabilidade, que na sua generalidade é obtida das rotas de longo curso. No caso da Madeira, a sua situação geográfica, situa-a em rotas que vão do curto ao médio curso.

A contribuição do turismo para a atividade económica em todo o mundo é estimada em cerca de 5%. Já quanto ao emprego a contribuição do turismo tende a ser ligeiramente superior e é estimada na ordem de 6 a 7% do número total de empregos no mundo todo (direta e indiretamente).

Em termos nacionais, segundo o Plano Estratégico Nacional do Turismo, o Turismo em Portugal assistiu a um forte investimento por parte dos agentes públicos e privados a ele ligados, visando acompanhar as novas tendências da procura a nível internacional e a qualificação da própria oferta nas regiões e destinos. Esse investimento foi direcionado para

os diversos componentes da oferta turística, tendo havido um claro enfoque na melhoria da sua qualidade.

No caso da Madeira, o Turismo tem vindo a aumentar de forma direta a sua quota-parte de responsabilidade de motor da economia regional. Embora não sendo possível quantificar de forma tecnicamente rigorosa e precisa esta constatação, estima-se que o Turismo consolidou a posição de principal motor da economia da Região Autónoma da Madeira, originando impactes diretos e globais no PIB Regional que se situam entre os 25% e os 30% já considerando uma análise a preços correntes e um valor regional do PIB a preços de mercado.

Segundo a Conta Satélite do Turismo da Madeira, no ano 2001 o contributo estimado do Turismo para o PIB foi de 688 milhões de euros, representando 21.3% do PIB e 10.5% do VAB da Região Autónoma. Valores não muito diferentes dos assinalados por Weaver (2001). Segundo este autor, o turismo é o motor que impulsiona as economias de muitas ilhas, representando em muitos casos entre 20 a 50% do PIB, e em alguns casos, como nas Caraíbas, até 75%.

A Madeira é procurada por turistas que iniciam a sua viagem em cerca de cento e trinta diferentes aeroportos espalhados pelo mundo, dos quais cerca de sete dezenas promovem voos com escala intermédia em Lisboa ou no Porto.

Em 2010, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais (não necessariamente passageiros de nacionalidade portuguesa como ficou demonstrado) representaram 51,93% e, em 2011, 47,9%, redução que pode ser explicada por um decréscimo do poder de compra dos passageiros nacionais, e pelo acréscimo de custos das viagens não-diretas. De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência representou, em média, 47,88% do total dos passageiros movimentados no Aeroporto da Madeira, pelo que o ano de 2011, apesar de apresentar um decréscimo em relação ao ano anterior, se mantém ao nível da média dos últimos 8 anos.

Ainda em 2011, confirmando a grande regularidade constatada ao longo dos anos analisados, as duas origens não-nacionais mais representativas, foram o Reino Unido (19,96%) e a Alemanha (10,86%).

Os principais fluxos, conforme se referiu, confirmam que a tendência das preferências dos mercados turísticos pela Madeira é pautada por grande regularidade,

Ao longo dos anos verificou-se a primazia dos mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados estrangeiros – situando-se a França e a Espanha a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano. Quer se fale dos grandes ou dos pequenos mercados, os níveis quantitativos são pouco variados ao longo dos oito anos analisados.

Verificou-se que o período de Verão apresenta uma frequência semanal de 95 voos provenientes de países europeus, enquanto no Inverno se fica pelos 61 voos (menos 36%).

Não existem voos provenientes de outros continentes, à exceção da Venezuela (um voo por semana, quer no Inverno, quer no Verão) o qual resulta de uma circunstância específica relacionada com a emigração madeirense.

Um dos objetivos inerentes à ampliação da pista do Aeroporto da Madeira (captação de voos intercontinentais) ainda não está atingido, embora a pista esteja dimensionada para aeronaves tipo *widebody*.

Em 2009 foi divulgado um estudo<sup>52</sup>, com base no qual o destino Madeira foi certificado por parâmetros internacionais pela Excelência da sua qualidade, o qual foi desenvolvido pelo CED (Centro Mundial de Excelência de Destinos), da OMT, que avaliou o destino Madeira em função de 15 parâmetros, a saber:

Quanto à sustentabilidade do destino

Ambiente e Paisagem

Cultura e Património

Quanto à Governança

Estrutura

Marketing e Vendas

Informação e Receção

Segurança

Atividades

Mergulho

Montanha

Comércio

Bem-estar e SPA

---

<sup>52</sup> CED –World Centre of Excellence for Destinations, *System of Measures for Excellence in Destinations*, Madeira, 2009

Praias  
Serviços  
Transportes  
Acomodação  
Comidas e bebidas  
Serviços de apoio

A entidade gestora dos Aeroportos da Madeira é, atualmente, a ANAM – Aeroportos da Madeira, S.A., constituída em Dezembro de 1991 por Decreto Legislativo Regional, tendo como objeto social o Estudo, Planeamento, Construção, Gestão e Exploração dos Aeroportos da Madeira e, como missão, prestar um serviço de qualidade aos seus clientes, salvaguardar os interesses dos acionistas, promover a valorização dos colaboradores por forma a garantir uma gestão aeroportuária eficiente, e ser considerado um parceiro atrativo potenciando novas oportunidades de negócio, contribuindo assim para o desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira. A empresa pretende ser reconhecida pela segurança da operação, pela excelência e competitividade nos serviços prestados e pela sustentabilidade da sua atividade.

Aspeto de particular importância na caracterização do contexto do presente estudo é o da concorrência. Pese embora as especificidades que o destino Madeira apresenta, há sempre condições que são comuns a outros destinos e que têm a ver com, por exemplo, o tempo de voo, as ligações diretas, o custo da viagem, o custo do alojamento, aspetos de natureza cultural ou linguística, património história, ambiente, praia, montanha, etc.

Num estudo realizado por Gavin Eccles (Neoturis) em 2011<sup>53</sup>, estes consultores de turismo estabelecem a partir de dados disponibilizados Thomson Holidays um ranking para um package de sete dias em cinco destinos considerados concorrenciais, a partir de Londres<sup>54</sup>, no qual a Madeira era apresentada como um destino acessível do ponto de vista do custo do package incluindo viagem mais alojamento.

Na Região Autónoma da Madeira a promoção destinada ao estrangeiro está a cargo da Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira, uma associação sem fins lucrativos, fundada em Agosto de 2004, associando a Direcção Regional de Turismo e a Associação Comercial e Industrial do Funchal. A AP Madeira resultou da necessidade de criar uma entidade que, em colaboração com a Direcção Regional de Turismo, trabalhasse

---

<sup>53</sup> Airlines & Islands – ‘Thoughts & Understandings’ – case of Madeira

<sup>54</sup> Madeira, Malta, Mikonos, Santorini e Cyprus.

exclusivamente na promoção do destino Madeira. Do seu núcleo de associados fazem parte Hotéis, Agências de Viagem, Rent-a-Car, Organismos Oficiais e Empresas de Animação Turística.

O conceito *Body.Mind.Madeira* assenta num posicionamento inovador de bem-estar e de descoberta do indivíduo como um todo. Este posicionamento, com uma carga emocional muito forte, conduziu ao conceito que revela a Madeira como uma ilha holística, em que esta surge como muito mais do que uma ilha, antes um lugar místico, de culto e de tranquilidade. Um lugar onde se descobre a natureza, ao mesmo tempo que o indivíduo se descobre a si próprio na dualidade de corpo e alma, em que a Madeira surge feita de contrastes entre o oceano profundo e as montanhas altas, o sol e a neve, o azul calmo do mar e as cores exuberantes das flores. É nesta paisagem de contrastes da Madeira, em perfeita harmonia, que é proposto ao visitante que encontre o equilíbrio tão desejado entre o corpo e a mente.

As taxas aeroportuárias praticadas na Madeira foram influenciadas no âmbito de uma condição inerente ao financiamento da ampliação do Aeroporto da Madeira através do Fundo de Coesão. Nesta circunstância, a União Europeia deliberou: “... *as taxas aeroportuárias serão aumentadas com uma progressão linear a partir de 1 de Janeiro de 1998, a fim de alcançar uma duplicação em termos reais no ano de 2006, relativamente à situação atual*”.

Dada a importância económica do setor turístico para a Região Autónoma da Madeira é natural que as orientações programáticas do Governo Regional abordem de forma exaustiva esta problemática, pelo que, em Anexo, as transcrevemos na sua totalidade.

É reconhecido programaticamente que o Turismo tem uma importância vital para o desenvolvimento e para a estabilidade económica e social da Região Autónoma da Madeira, e constitui motor da sua economia. Assim, as linhas estratégicas assentam na valorização do potencial turístico da Madeira, numa perspetiva integrada, sustentável e de consolidação das características de destino de qualidade, diferenciado no quadro da competitividade nacional e internacional.

No PDES 2007/2013, de entre as prioridades de natureza temática, o Turismo surge como a primeira dessas prioridades, seguindo-se a Agricultura e o Desenvolvimento Rural, a Pesca, a Indústria, o Comércio e os Serviços; depois as Infraestruturas Públicas e os Equipamentos Coletivos e, finalmente, a Governação Regional e Sub-Regional.

Este documento orientador dedica um largo espaço aos objetivos e às Orientações Estratégicas para o Turismo

O crescimento económico, a confiança nas empresas, o desejo das pessoas de viajar e os preços mais acessíveis, foram os principais impulsionadores da procura por viajar nas últimas décadas. O aumento da globalização e da livre circulação de pessoas e bens dentro e entre regiões foram fatores que se apresentaram como enormemente positivos para a procura.

Face à investigação efetuada relativamente às questões do Turismo em geral e do destino turístico da Madeira, em particular, não se descortinou a existência de uma área de investigação que se preocupasse expressamente com as questões do binómio distância/tempo de viagem e, de forma específica à existência de escalas intermédias, bem como ao efeito que estas poderiam ter nas opções dos turistas quanto às escolhas dos seus destinos, quando existem alternativas geograficamente próximas.

Assim, seguimos um caminho de abordagem de indicadores, quer do tráfego aeroportuário, quer da oferta turística e de outros índices com estes relacionados, comparando os dados obtidos com os dados referentes às Ilhas Canárias, destino concorrente e geograficamente próximo, levantando-se interrogações quando se analisa a situação atual de afluência de turistas e a evolução que os principais indicadores revelam em relação ao período estudado em relação à Madeira, optando por efetuar uma abordagem de *benchmarking* entre o aeroporto da Madeira e os principais Aeroportos de Canárias.

Perante o quadro descrito, colocaram-se-nos um conjunto de interrogações, a saber:

Existem diferenças significativas nas opções turísticas face aos tempos de voo?

Existem diferenças significativas nas opções turísticas face à existência de escalas intermédias?

Tratando-se de destinos concorrenciais, existem diferenças significativas entre as opções turísticas dos visitantes que demandam as Ilhas Canárias e a Ilha da Madeira?

O peso dos passageiros que efetuaram escala é proporcionalmente semelhante na Madeira e nas Canárias?

O que nos levou a afinar as questões principais deste estudo, formulando-as nos seguintes termos:

A escolha do “destino turístico Madeira” depende, de forma significativa, da existência de ligações aéreas diretas com o aeroporto da Madeira?

Existem diferenças significativas entre a atração turística pela Madeira e o destino concorrencial das Canárias?

Efetuada a recolha de dados impôs-se a sua análise descritiva e estatística. Para efeitos analíticos, e como estamos em presença de diversas variáveis cuja interdependência e correlação pretendemos analisar, optámos pela determinação do Coeficiente de Correlação de Pearson, usando como instrumento de cálculo o PASW (Predictive Analytics Software, anteriormente SPSS).

Quanto às **condições dos destinos turísticos** Madeira e Canárias:

Tratam-se de dois destinos turísticos insulares, localizados no Atlântico;

Têm climas semelhantes, embora o da Madeira seja mais moderado;

A língua local é de origem latina em ambos os casos;

As Canárias dispõem de praias naturais de areia que, na Madeira, obrigam a uma segunda viagem para o Porto Santo;

A população das Canárias é 7,7 vezes maior que a da Madeira;

A área territorial das Canárias é 10 vezes superior à da Madeira;

A capacidade hoteleira das Canárias é 15 vezes superior à da Madeira;

O n.º de passageiros chegados aos aeroportos das Canárias é 13 vezes superior aos que chegam ao Aeroporto da Madeira;

O n.º de hóspedes das Canárias é 12,7 vezes superior ao da Madeira;

O n.º de turistas/cama nas Canárias e na Madeira é idêntico (se não se considerem os passageiros domésticos): 24 e 20;

O n.º de passageiros chegados é de 4/Hab na Madeira e 7/Hab nas Canárias;

Os passageiros catalogados como “Domésticos” representam na Madeira 5% da população do País, enquanto nas Canárias representam 15%;

A estimativa de turistas que necessitam efetuar uma escala para chegar à Madeira é de 20% do total dos passageiros chegados;

Nas Canárias é de apenas 0,5% o número de passageiros chegados em voos com escala.

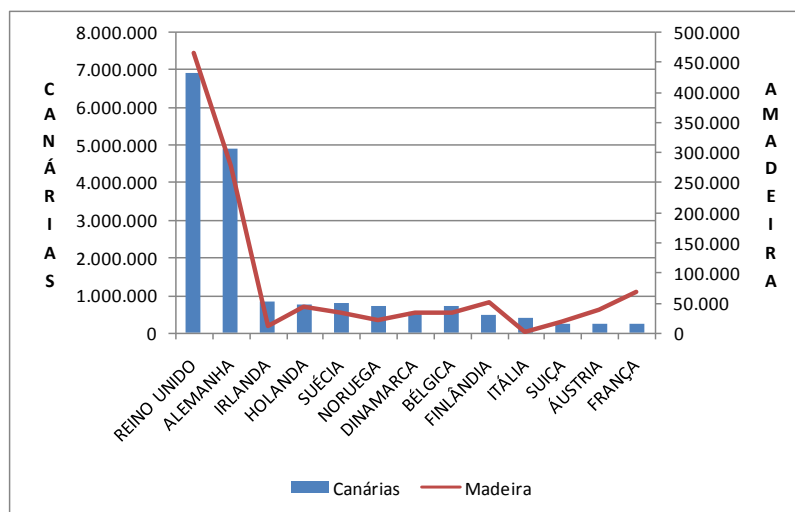
Relativamente aos **indicadores de tráfego**, verifica-se que:

A afluência de tráfego aos dois arquipélagos provém dos mesmos mercados de origem, embora com valores absolutos muito diversos;

Usando o tráfego médio do período 2004-2011, temos:

	Canárias	Madeira
REINO UNIDO	6.910.971	467.106
ALEMANHA	4.906.974	278.558
IRLANDA	834.196	11.953
HOLANDA	767.817	43.989
SUÉCIA	773.161	32.504
NORUEGA	697.970	21.763
DINAMARCA	535.357	34.019
BÉLGICA	703.907	33.958
FINLÂNDIA	472.378	49.777
ITÁLIA	399.298	1.159
SUIÇA	228.739	17.967
ÁUSTRIA	224.207	37.755
FRANÇA	227.380	69.115

A curva de frequência absoluta das várias proveniências é paralela:



Cruzando estes valores com outros indicadores, e não considerando os passageiros provenientes dos respetivos aeroportos nacionais a fim de evitar o efeito das viagens dos residentes que não têm reflexo turístico, verificámos que:

O número de passageiros por cama nas Canárias é de 24 e, na Madeira, 20.

O número de passageiros por habitante nas Canárias é 479, e, na Madeira, 215.

O número de passageiros por m<sup>2</sup> nas Canárias é 136 e, na Madeira, 78;

O número de passageiros por US\$ do PIBpc nas Canárias é 43.578 e, na Madeira, 2.172.

Desde logo se deduz que as camas disponíveis (430.000 nas Canárias e 30.000 na Madeira, números aproximados) conduzem a uma ocupação semelhante, e como ambas as Regiões estão com uma ocupação média abaixo dos 100%, a disponibilidade de camas na Madeira não representa um constrangimento ao aumento do número de visitantes.

A relação com o número de habitantes é quase dupla nas Canárias, o que pode representar alguma pressão sobre a comunidade, mas, ao mesmo tempo, reflete um possível indicador de empregabilidade.

Cerca de 2/3 da área da Madeira é reserva natural, pelo que o indicador de passageiros p/m<sup>2</sup> deve ter analisado tendo em conta esse facto. Logo, a divergência encontrada não é significativa.

#### Quanto à **influência das companhias *low cost***:

A Madeira apresenta uma das mais baixas taxas de passageiros *low cost* de entre os aeroportos considerados.

A percentagem *low cost* nos aeroportos das Canárias é de 17,2% e na Madeira 15,68%.

Feita a comparação com os aeroportos portugueses do Porto (50,51%) e Faro (36,99%) a diferença é ainda mais gritante.

Analisada a evolução do tráfego no Aeroporto do Porto, verificamos que:

O tráfego de passageiros totais aumentou 110% em 8 anos, passando de 2,5 milhões para 6 milhões;

Neste período, as companhias *low cost* passaram de 0% para mais de 50% dos passageiros naquele aeroporto;

Analisando o efeito das companhias *low cost* (Ryanair e EasyJet) no Porto, estas passaram de 0% em 2004 para mais de 50% em 2011, representando neste último ano mais de 3 milhões de passageiros.

#### Quanto à **existência de escalas intermédias**:

Cerca de 20% dos passageiros provenientes de países estrangeiros efetuam escala em Lisboa ou Porto para chegar à Madeira. Estes surgem estatisticamente ‘mascarados’ de passageiros domésticos, dada a sua escala e mudança de voo em aeroportos nacionais.

Com base na amostra, apurou-se que o número de visitantes oriundos de países estrangeiros que efetuaram escala em Lisboa ou Porto para aceder à Madeira, foi de 139 649. Seguindo o método do registo de nacionalidade efetuado nas unidades hoteleiras, o número apurado foi de 145 573, diferença que considerámos irrelevante.

O tempo de escala acrescenta consideravelmente o tempo total da viagem, quando comparado com um voo direto, que consome metade do tempo, para além da incomodidade que representa a mudança de voo.

Quadro 46 - Tempos de viagem para a Madeira, com e sem escala

	tempo voo directo	tempo 2 voos mais escala
REINO UNIDO	03:06	06:16
ALEMANHA	03:39	06:30
FRANÇA	02:52	05:25
ESPAÑA	01:55	04:30
FINLÂNDIA	05:21	08:05
HOLANDA	03:28	07:04
ÁUSTRIA	04:04	07:53
DINAMARCA	04:15	06:39
SUÉCIA	04:43	09:28
BÉLGICA	03:19	06:34
NORUEGA	04:34	08:29
SUIÇA	03:12	06:15
IRLANDA	03:03	05:13
LUXEMBURGO	03:19	05:47
REPÚBLICA CHECA	03:58	07:34
POLÓNIA	04:37	07:04
ITÁLIA	03:23	06:17
HUNGRIA	04:16	07:30
BRASIL	07:35	15:41
FEDERAÇÃO RUSSA	06:04	08:46
ESTADOS UNIDOS	06:51	12:04

Quadro de elaboração própria

Os tempos de escala e de viagem dos passageiros, desde a sua origem até ao destino Madeira, poderão originar uma forte pressão de substituição do destino turístico Madeira quando da escolha do consumidor. Por exemplo, quando demora mais de sete horas a um viajante chegar de Itália à Madeira por via aérea, será que o desejo impregnado do turista na visita se manterá, quando dispõe de viagens diretas para destinos concorrenciais?

Quanto às **origens do tráfego**:

Em 2011, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais representaram 47,94%. De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência representou 47,88% do total dos passageiros movimentados no Aeroporto da Madeira.

Ainda em 2011, embora exista grande regularidade ao longo dos anos analisados, as duas origens não-nacionais mais representativas, foram o Reino Unido (19,95%) e a Alemanha (10,86%).

A tendência das preferências dos mercados turísticos pela Madeira é pautada por grande normalidade, como se pode verificar pela expressão gráfica das estatísticas. Ao longo dos anos mantém a primazia dos mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados estrangeiros – situando-se a França e a Espanha a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano.

Em 2011, os passageiros oriundos de aeroportos nacionais espanhóis com destino às Canárias, representaram 38,65% (no ano anterior haviam sido 42,4%). De notar que, face ao total acumulado de 2004 a 2011, esta proveniência teve um peso média acima do último ano, representando 41,19% do total dos passageiros movimentados no conjunto dos aeroportos das Ilhas Canárias.

Ainda em 2011, embora exista grande regularidade ao longo dos anos analisados, as duas origens não-espanholas mais representativas, foram o Reino Unido (21,92%) e a Alemanha (15,91%).

A tendência das preferências dos mercados turísticos pelas Canárias é pautada por grande regularidade.

Ao longo dos anos, tal como no caso da Madeira, mantêm a primazia os mercados do Reino Unido e da Alemanha – isto no que toca aos mercados não-espanhóis –

situando-se a Irlanda e a Holanda a grande distância e sem evolução apreciável de ano para ano.

Não existem, portanto, diferenças em relação aos mercados de origem da Madeira e das Canárias, apenas diferenças quantitativas.

#### Quanto ao **efeito das taxas aeroportuárias**:

Existe um desvio considerável relativamente às taxas cobradas no Aeroporto da Madeira, quando comparadas com os aeroportos das Canárias e restantes aeroportos portugueses.

Verifica-se que às taxas mais altas correspondem aeroportos de menor tráfego.

No caso dos passageiros do ‘espaço Schengen’, tendo como referência as taxas do principal aeroporto das Canárias (Gran Canária) a diferença é entre 14,27 € e 4,14 € e, no caso das taxas de aterragem (tendo como base o taxa por tonelada aplicável às aeronaves com mais de 75 toneladas), a diferença é entre 12,88 € e 6,31 €. Isto é, as taxas praticadas no Aeroporto da Madeira são mais onerosas em 240% no caso dos passageiros e 105% no caso da aterragem de aeronaves.

Não se podendo inferir que de uma redução de taxas resulte um aumento automático de tráfego, mas uma eventual redução não deixaria de ter efeitos positivos como incentivo às companhias aéreas.

## 7.2 Conclusões específicas

Embora no caso da Madeira tal conclusão não possa, com os dados disponíveis, ser tirada, encontrou-se uma relação que se aproxima da significativa-inversa no caso das Canárias, quando se comparam as variáveis ‘tempo de viagem’ e ‘passageiros transportados’.

No caso dos voos com escala para a Madeira, detetou-se uma correlação negativa entre a variável ‘tempo’ e a variável ‘passageiros com escala em Lisboa e Porto’, de onde se pode inferir que a existência de escala em Lisboa ou Porto é um fator desincentivador do ponto de vista da atração turística;

O peso dos passageiros com destino à Madeira e às Canárias que efetuam escala intermédia, face aos dados disponíveis é, no caso da Madeira, de 20%, e perante os elementos estatísticos disponíveis para as Canárias, insignificante;

Os dois destinos concorrenciais Madeira e Canárias apresentam o mesmo tipo de origem turística, embora os números absolutos sejam muito distantes, embora a sua apreciação quando relativizada em função das camas disponíveis, população residente e área do território, apresente uma diferença muito mais atenuada;

Tendo presente os dados recolhidos e o tratamento descritivo e estatístico a que foram sujeitos, podemos concluir que, não dependendo de forma significativa da existência de voos diretos, o Turismo da Madeira beneficiaria da existência mais significativa de ligações diretas com mercados de origem considerada emergente (Áustria, República Checa e Federação Russa) e em crescimento (Irlanda, Holanda, Suécia, Noruega, Dinamarca, Bélgica, Finlândia, Itália, Suíça, Polónia e Luxemburgo).

O desenvolvimento de incentivos que tornem o destino Madeira atrativo para as companhias *low cost* é essencial para atingir outros patamares de tráfego no Aeroporto da Madeira com consequentes efeitos positivos nas taxas de ocupação hoteleira e na economia regional.

Um mais aprofundado estudo de *benchmarking* envolvendo outros destinos insulares, p.e., as ilhas baleares e ilhas gregas, pode fornecer pistas importantes a integrar a estratégia turística para a Madeira.

### **7.3 Recomendações**

De todo o exposto, e tratando-se de um levantamento não exaustivo, designadamente na abordagem das estratégias turísticas perseguidas nos mercados concorrenciais, julgamos poder avançar com algumas sugestões destinadas a obter para o Turismo na Madeira, a partir da componente de atratividade da sua principal porta de entrada, o Aeroporto da Madeira, as seguintes sugestões e recomendações:

Visando um aumento do tráfego de passageiros, é necessário desencadear um agressivo regime de incentivos às companhias aéreas, a exemplo do que foi seguido no Porto e em Faro que fizeram mais do que duplicar a afluência daqueles, procurando aproximar-se da meta ‘provável’ de 25% de penetração já prevista para a Europa a partir de 2010;

Tais incentivos devem focalizar-se preferencialmente nas companhias de *low cost* (Ryanair e EasyJet), bem como nas companhias ‘híbridas’;

Apostar em mercados de proximidade, designadamente Espanha e França que representam apenas 2,5% cada no volume de tráfego;

Estudar as possibilidades do mercado de Itália que representa apenas 0,05%, enquanto nas Canárias já atinge 3%;

Alinhamento progressivo das taxas aeroportuárias com os restantes aeroportos nacionais, num prazo máximo de cinco anos;

Produção de um estudo estratégico que recolha todas a investigação já produzida, análises de *benckmarking* e definição de metas e responsabilidades promocionais.

#### 7.4 Futuras investigações

Nenhum estudo é suficientemente conclusivo, antes deixando novas interrogações e desafios de investigação.

Pese embora tenhamos abordado a evolução histórica, a investigação precedente, os indicadores, as relações e os índices, julgamos estar aberta a perspetiva de aprofundamento do presente estudo, alargando-o a uma audição sistemática e significativa aos diversos agentes protagonistas das decisões quer do ponto de vista da viagem, quer dos meios disponíveis, quer, ainda, do acolhimento hoteleiro no destino.

Deste modo, julgamos pertinente que um futuro estudo nesta área inclua uma bateria de inquéritos aos passageiros, aos agentes de viagens e à indústria hoteleira, no sentido que, com tais dados, ficar disponível mais um conjunto de instrumentos que ajudem à definição estratégica daquilo que é pretendido para o Turismo da Madeira.



## 8 Bibliografia

- Barretto, M. (1991). *Planejamento e Organização em Turismo*. São Paulo, Brasil: Papirus Editora
- Barretto, M. (2008), 17.<sup>a</sup> Edição. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. São Paulo, Brasil: Papirus Editora.
- Barros, F., coordenação (2011). *Delegação de Turismo da Madeira*. Funchal: SREC/DRAC.
- Brons, M, Pels, E., Nijkamp, P. & Rietveld, P. (2002). *Price Elasticities of Demand for Passenger Air Travel: A Meta Analysis*. *Journal of Air Transport Management*, 8 (3), pp. 165-175.
- Bryman, A. (2008). *Social Research Methods* (3th edition). Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, E. 1972. *Toward a sociology of international tourism*. *The sociological review*, 39 (1), pp. 16-82.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa/S. Paulo: Verbo
- DREM - Direcção Regional de Estatística (2011). *Série Retrospectiva, Estatísticas do Turismo (1976-2010)*, Funchal.
- Duval, D. T. & Schiff, A. (2011). *Effect of air services availability on international visitors to New Zealand*. *Journal of Air Transport Management*, 17, pp. 175-180.
- Fernandes Dantas, M.G.A (2005). *O Desenvolvimento do Turismo na Ilha do Porto Santo – avaliação de impactos* (tese de mestrado). Funchal: Edição do autor.
- Fúster, L. F. (1967). *Teoría y Técnica del Turismo*. Madrid: Editora Nacional.
- Gillen, D.W., Morrison, W.G. & Stewart, C. (2003). *Air travel demand elasticities: concepts, issues and management*. Department of Finance, Government of Canada.
- Hall, D.R. (1999). *Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues*. *Journal of Transport Geography*, 7 (3), pp. 181-188.
- IATA, (2003). *Airline Economic Results and Prospects*. International Air Transport, Montreal.
- IATA, (2004). *Corporate Air Travel Survey*. International Air Transport Association, Montreal.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2011). *Censos 2011- Resultados Preliminares*. Lisboa.

- Lemos Baptista, J.M. (2005). *A Evolução do Turismo na Madeira no Período de 1975 a 2000* (tese de mestrado). Funchal: Edição do autor.
- Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3ª ed., Porto Alegre, Bookmann.
- Mason, K.J. & Alamdari, F. (2007). *EU Network Carriers, Low Cost Carriers and Consumer Behaviour: A Delphi Study of Future Trends*. *Journal of Air Transport Management*, 13 (5), pp. 299-310.
- Matos Belo, A.J. (2002). *Novo Perfil para o Turismo na Região Autónoma da Madeira* (tese de mestrado). Lisboa: Universidade Nova.
- MEID - Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento (2006). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Turismo de Portugal, Lisboa.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (2ª ed.). London: Sage.
- Neumeier, M. (2006). *The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design*. Berkeley: New Riders.
- Page, S.J. (2005). *Tourism and Transport: global perspectives*. Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. CA: Thousand Oaks, Sage Publications, Inc.
- Pereira, A, Poupá, C. (2003). *Como escrever uma tese, monografia ou livro científico*. Lisboa: Sílabo.
- MEID - Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento. *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Propostas para revisão no Horizonte 2015*, versão 2.0. Turismo de Portugal, Lisboa.
- Raguraman, K. (1997). *Estimating the net economic impact of air services*. *Annals of Tourism Research*, 24 (3), pp. 658-674.
- Schullern Zu Schrattenhofen, H. von (1911). *Der Fremdenverkehr, eine Volkswirtschaftliche Studie (A indústria do Turismo – Um estudo nacional)*. Jena: G. Fischer.
- Silva, M. & Teixeira, R. (2011). *As Quintas da Madeira e a sua reconversão em unidades hoteleiras. Ensaio de Introdução ao Turismo*. Universidade da Madeira (Não publicado).

- Vasconcelos, C. et al (2005). Reflexões sobre o desenvolvimento – Um olhar sobre 10 pequenas economias. Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, Funchal.
- Weaver, D. (2001). *Mass and Alternative Tourism in the Caribbean*. In. Harrison, D., (eds) *Tourism and the Less Developed World*, Wallingford: Cabi, pp. 161-174.
- Zipf, G.K. (1949). *Human Behavior and the Principle of the Least Effort: An Introduction to Human Ecology*. Cambridge, MA: Addison Wesley.



## **9 Anexos**

## 9.1 Análise de Mercados Verão IATA – Passageiros Desembarcados

	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Austria	25.097	15.500	15.901	11.007	14.647	82.152
Belarus				46		46
Belgium	15.345	15.623	15.035	12.087	14.837	72.927
Bermuda				2		2
Brazil			258			258
Bulgaria					168	168
Canada				2		2
Cape Verde		9				9
Czech Republic	4.651	5.202	4.867	3.141	6.046	23.907
Denmark	7.926	6.913	6.503	8.488	5.966	35.796
Estonia	420	1.501	1.044	1.712	1.706	6.383
Finland	8.275	11.094	7.808	7.435	9.568	44.180
France	25.261	25.669	28.808	30.289	50.511	160.538
Germany	101.326	82.001	78.691	73.119	76.194	411.331
Ghana				3	5	8
Hungary		4				4
Iceland		12				12
Ireland	3.738	3.767	3.739	3.738	4.178	19.160
Italy	870	6	759	552	312	2.499
Luxembourg	3.582	3.577	3.674	3.495	3.589	17.917
Malta			3			3
Mauritania				2		2
Morocco	227	4	4	7		242
Netherlands	17.027	15.062	15.981	16.796	19.676	84.542
Netherlands Antilles	122					122
Norway	12.153	3.928	5.338	4.259	4.711	30.389
Poland		5.483	4.767	5.390	5.669	21.309
Portugal	351.173	337.866	390.259	392.291	379.494	1.851.083
Romania	166				4	170
Russian Federation	2	949	45	15	1.518	2.529
Spain and Canary Islands	31.471	20.071	16.910	15.538	19.882	103.872
Sweden	7.800	7.276	2.809	4.080	3.233	25.198
Switzerland	5.430	5.074	10.142	7.428	5.357	33.431
Ukraine		8			136	144
United Kingdom	149.712	177.799	123.631	130.020	155.491	736.653
United States of America					4	4
Venezuela	12.236	11.025	12.316	13.950	10.093	59.620
<b>TOTAL</b>	<b>784.010</b>	<b>755.423</b>	<b>749.292</b>	<b>744.892</b>	<b>792.995</b>	<b>3.826.612</b>

Fonte: ANAM, SA

## 9.2 Análise de Mercados Inverno IATA – Passageiros Desembarcados

	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Austria	5.778	4.548	3.544	3.070	1.491	18.431
Barbados	4				4	8
Belgium	2.346	2.034	1.885	2.163	1.871	10.299
Brazil					9	9
Bulgaria			47	170		217
Cape Verde	7					7
Czech Republic	297	191	180			668
Denmark	13.645	8.068	11.245	9.783	9.100	51.841
Estonia		1.871	1.194	282		3.347
Finland	13.785	14.100	13.517	12.784	10.506	64.692
France	8.436	4.873	5.501	6.674	8.470	33.954
Germany	63.076	57.331	46.815	49.188	49.775	266.185
Ghana			4	11	6	21
Guinea-Bissau			4			4
Iceland		360				360
Ireland	5.996	461	2.443	2.107		11.007
Italy	739	298	122		9	1.174
Jordan				78		78
Luxembourg	1.156	1.089	984	71	273	3.573
Morocco			4	2		6
Netherlands	6.775	5.457	5.761	5.436	5.504	28.933
Nigeria			4			4
Norway	2.800	5.804	3.684	2.737	6.164	21.189
Poland	4.963	3.717	3.431	3.410	3.806	19.327
Portugal	189.726	201.373	202.847	185.469	161.882	941.297
Russian Federation	5	116	7	10	4	142
Spain and Canary Islands	8.933	5.124	6.443	5.164	4.688	30.352
Sweden	11.237	7.852	5.887	5.585	5.939	36.500
Switzerland	3.497	2.914	2.784	1.894	3.045	14.134
United Kingdom	120.579	95.613	80.268	78.154	62.539	437.153
United States of America	58	44	4		3	109
Venezuela	5.758	4.986	5.775	5.292	4.537	26.348
<b>TOTAL</b>	<b>469.596</b>	<b>428.224</b>	<b>404.384</b>	<b>379.543</b>	<b>339.622</b>	<b>2.021.369</b>

Fonte: ANAM, SA

### 9.3 Análise de Mercados Verão IATA – Movimentos - Aterragens

	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Austria	174	101	110	94	101	580
Belarus				1		1
Belgium	98	102	99	84	103	486
Bermuda				1		1
Brazil			1			1
Bulgaria					1	1
Canada	1			1		2
Cape Verde		1				1
Czech Republic	29	30	27	31	51	168
Denmark	42	37	45	70	45	239
Estonia	3	7	6	12	11	39
Finland	41	54	37	40	50	222
France	560	191	211	295	500	1.757
Germany	830	525	494	445	455	2.749
Ghana				1	1	2
Guadeloupe		1		1		2
Hungary		1				1
Iceland		1				1
Ireland	25	25	29	29	31	139
Italy	31	3	13	7	4	58
Luxembourg	33	30	39	36	31	169
Malta			1			1
Mauritania				1		1
Morocco		2	2	4		8
Netherlands	291	91	102	111	125	720
Norway	95	30	30	31	31	217
Poland		35	30	33	32	130
Portugal	2.707	3.918	4.101	4.382	3.971	19.079
Romania	1				1	2
Russian Federation	1	10	3	3	16	33
Spain and Canary Islands	636	278	247	238	246	1.645
Sweden	44	43	18	36	21	162
Switzerland	35	32	77	76	37	257
Ukraine		1			3	4
United Kingdom	920	1.181	860	899	1.059	4.919
United States of America					1	1
Venezuela	76	46	62	76	39	299
<b>TOTAL</b>	<b>6.673</b>	<b>6.776</b>	<b>6.644</b>	<b>7.038</b>	<b>6.966</b>	<b>34.097</b>

Fonte: ANAM, SA

## 9.4 Análise de Mercados Inverno IATA – Movimentos - Aterragens

	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Austria	45	33	33	26	12	149
Barbados	1				1	2
Belgium	23	22	21	21	21	108
Brazil					1	1
Bulgaria			1	1		2
Cape Verde	1					1
Czech Republic	2	2	1		1	6
Denmark	80	47	76	75	72	350
Estonia		9	9	2		20
Finland	65	66	67	64	51	313
France	350	41	64	110	129	694
Germany	565	359	321	332	340	1.917
Ghana			1	2	2	5
Gibraltar		1				1
Guinea-Bissau			1			1
Iceland		2				2
Ireland	57	4	22	21		104
Italy	282	3	3	3	1	292
Jordan				1		1
Latvia		1		1		2
Luxembourg	16	17	16	2	2	53
Morocco			2	1		3
Netherlands	184	46	44	42	42	358
Nigeria			1			1
Norway	22	44	22	21	42	151
Poland	33	23	21	21	21	119
Portugal	1.434	2.768	2.654	2.373	2.058	11.287
Russian Federation	1	2	1	1	1	6
Spain and Canary Islands	376	94	107	53	43	673
Sweden	66	44	44	38	40	232
Switzerland	22	21	30	16	22	111
United Kingdom	902	721	624	601	469	3.317
United States of America	1	1	1		1	4
Venezuela	37	23	42	30	20	152
<b>TOTAL</b>	<b>4.565</b>	<b>4.394</b>	<b>4.229</b>	<b>3.858</b>	<b>3.392</b>	<b>20.438</b>

Fonte: ANAM, SA

## **9.5 O Turismo no Programa do Governo Regional da Madeira (2011-2015)**

### Realidade Atual

O Turismo assume uma importância vital no desenvolvimento e na estabilidade económica, social e cultural da Região Autónoma da Madeira. Sendo um dos principais motores da sua economia, integra, hoje, um sem número de oportunidades que, devidamente maximizadas, podem afirmar-se como um complemento essencial ao progresso que é desejável para a Madeira, nos próximos anos.

A estratégia e as grandes linhas de desenvolvimento que têm orientado o sector turístico regional, assentam na valorização do potencial turístico da Madeira, numa perspetiva integrada, sustentável e de consolidação das características de destino de qualidade, diferenciado no quadro da competitividade nacional e internacional.

Há, todavia, novas tendências de consumo turístico às quais importa atender. Há que saber corresponder e fidelizar um consumidor que é cada vez mais informado, maduro, experiente e exigente, que procura não apenas qualidade mas, também, flexibilidade na oferta e conveniência de preços.

Enquanto destino de qualidade e excelência, a RAM oferece:

- Infraestruturas e empreendimentos turísticos respeitadores dos valores ambientais e patrimoniais.
- Equipamentos e serviços que reforçam a competitividade do destino, designadamente as vias de circulação interna, as potencialidades dos aeroportos e portos, as oportunidades propiciadas pelos serviços de transportes aéreos e marítimos, os portos, as marinas, as atividades marítimo-turísticas e de náutica de recreio, os campos de golfe, os parques temáticos e os centros de congressos.
- Atividades de animação turística, com impacto direto no desenvolvimento turístico e na valorização da oferta, assentes num património natural que é reconhecido internacionalmente, nomeadamente pela UNESCO, assim como num património construído, cuja imagem tem vindo a ser igualmente valorizada, diferenciando-a de outros destinos.
- Um calendário de animação turística que se materializa em programas de animação, com conteúdos inovadores e duração alargada, ao longo de todo o ano.

- Sistemas de informação e de apoio local ao turista, bem como sistemas de colocação dos produtos turísticos regionais em redes de informação, com fins promocionais e comerciais, em parceria com os agentes privados do sector.

### A Estratégia Pública

A atual conjuntura económica internacional, nacional e regional obriga a que a intervenção pública, em matéria de desenvolvimento turístico regional, atenda à situação económico-financeira das empresas do sector. Neste sentido, dar-se-á continuidade aos sistemas de incentivos já existentes, reforçando-se, desta forma, o apoio às empresas do sector que desenvolvam ou que queiram investir em projetos integrados e inovadores, potenciando a descentralização, a diversificação e a requalificação da oferta.

Sendo certo que as atividades associadas ao turismo correspondem – e continuarão a corresponder, neste mandato – a um dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM, é também certo que estas atividades são conduzidas e concretizadas por agentes privados, cabendo, às entidades públicas, as funções supletivas de orientação, de enquadramento, de facilitação e de promoção institucional, assim como o papel regulador e coordenador das políticas. A função fiscalizadora que emana destas entidades é o garante da manutenção da qualidade e da excelência da prestação dos serviços.

Excelência de serviços que deriva dos investimentos públicos e privados que têm vindo a ser realizados, assim como dos incentivos e das medidas que foram implementadas numa ótica de requalificação global da oferta, em especial na área das boas praticas ambientais, em prol do desenvolvimento sustentável e da consolidação do modelo turístico de qualidade existente na Região.

### Orientações Fundamentais

No quadro estratégico delineado para os próximos quatro anos, importa ter em conta as seguintes orientações:

- Diversificação e Requalificação dos Produtos
- A aposta inequívoca na maior qualidade e diferenciação do destino, em todos os seus produtos e serviços, continuará a fazer parte da estratégia global do turismo.

Fomentar-se-á a requalificação da oferta complementar, designadamente no que respeita à restauração, aos núcleos museológicos, ao património arquitetónico, aos eventos, às festas, à animação cultural e aos percursos e pontos de atração.

- A diversificação da oferta turística do destino Madeira, através da criação de novos microprodutos e da maior rentabilização de potencialidades turísticas que se assumam como oportunidades, será uma aposta.
- A par da diversificação dos produtos, importa que a Madeira diversifique e aposte, igualmente, em novos mercados, conquistando e consolidando, nestes, a sua imagem e evitando, desta forma, o risco de uma excessiva dependência dos mercados ditos tradicionais.
- Assegurar-se-á que as infraestruturas e os investimentos realizados venham a ser maximizados em prol do sector turístico regional.

Por outro lado, as atividades marítimo-turísticas e a náutica de recreio apresentam grande capacidade de desenvolvimento e deverão ser, por isso, potenciadas durante os próximos anos.

A comunidade deverá ser incentivada a assumir um papel mais proactivo e dinâmico na identificação e exploração de novos produtos e de novas experiências que enriqueçam o destino, assim como na maior divulgação da oferta já existente.

#### Promoção

- O reforço da nossa identidade, claramente patente nos vários elementos culturais, sociais e ambientais que nos caracterizam, será uma prioridade absoluta no presente mandato, atendendo ao peso que estes valores assumem na atratividade do destino.
- Por outro lado, importa que, a par da captação de um cada vez maior número de turistas, se maximize o gasto médio por visitante e se aumente, simultaneamente, o já elevado grau de fidelização dos clientes, relativamente ao nosso destino.
- O turismo ativo, cultural, de saúde e bem-estar, de negócios (segmento MI) e desportivo, assim como a náutica de recreio e o cruzeirismo, mantêm-se como

pontos fortes do destino e serão as grandes apostas, ao nível da exploração dos produtos e serviços turísticos.

- Ao fazerem parte do produto Madeira, os Aeroportos e os Portos da Madeira devem estar ao serviço do destino, mantendo-se integrados na política global de promoção, de modo a que se transmita uma mensagem una, coerente e articulada entre todas as instituições.
- Em matéria de públicos-alvo, a aposta no segmento sénior é para continuar, numa estratégia que deverá, contudo, ser acoplada a outros que revelem apetência pela nossa oferta, nomeadamente mais jovens e ativos, acompanhando as alterações produzidas nos produtos e na própria oferta turística da Região.
- A representação da Madeira em Feiras genéricas e temáticas e em ações promocionais várias, tendentes à promoção do destino no mercado nacional e internacional estará assegurada, assim como a realização de campanhas dirigidas aos profissionais do sector e ao consumidor final.
- Manter-se-á, por outro lado, a interação com os agentes privados do sector, materializada através de parcerias público-privadas, nesta e em todas as áreas que se revelem imprescindíveis ao desenvolvimento promocional do destino, assim como no apoio à comercialização e vendas.

#### Novas Tecnologias e Sistemas de Informação

A aposta nas novas tecnologias de comunicação e informação será reforçada nos próximos anos. As novas tecnologias têm vindo a ganhar importância, sobretudo pela aproximação que promovem e asseguram entre o destino e os seus respetivos públicos-alvo. A existência de informação atualizada é, assim, crucial no processo de tomada de decisão dos agentes públicos e privados. Neste sentido, a aferição, a medição e o controle das variáveis e dos indicadores afetos ao sector turístico, bem como a disponibilização de estudos de mercado atualizados, ao público em geral, serão prioridades absolutas.

A implementação de um sistema de informação turística, que viabilize quer a informação promocional quer a informação necessária para desenvolver uma política eficaz que rentabilize os investimentos públicos e privados e aplique os recursos nas áreas em que estes sejam mais necessários, é essencial e será outros dos objetivos a atingir.

### Animação Turística

O enriquecimento do calendário anual de animação turística da Região será outra das grandes prioridades, atendendo ao efeito direto e determinante que os eventos assumem na procura do destino e no conseqüente aumento da ocupação hoteleira e das receitas turísticas.

Nesta ótica, a maior articulação entre as entidades públicas e privadas, no que toca à programação e integração dos eventos e das atividades culturais que se realizam na Região, será uma prioridade, no sentido de dar maior divulgação, visibilidade e fruição aos mesmos, potenciando a Madeira como destino cultural.

### Monitorização, Manutenção e Salvaguarda do Ambiente

Ainda que tendo por base o respeito e a salvaguarda da sustentabilidade ambiental do destino, os espaços que se assumam como sendo suscetíveis de transformação/valorização turística, segundo a opinião e a escolha dos nossos turistas, poderão vir a ser alvo de intervenção. Nesta ótica, a atualização constante e contínua do inventário dos recursos turísticos existentes na Região é fundamental, para viabilizar a respetiva manutenção, valorização e exploração.

Por outro lado, importa que se continue a apostar na descentralização da oferta turística, garantindo-se um desenvolvimento territorial equitativo, integrado e global, em toda a Região.

No Porto Santo, a promoção deverá acompanhar o aumento da oferta, replicando-se a outros mercados, em produtos ligados à saúde e ao bem-estar, à segurança e ao turismo de praia e de natureza em geral.

### Qualificação e Formação Profissionais

A personalização do serviço que é prestado ao turista deve manter-se e reforçar-se no futuro, enquanto fator diferenciador da nossa própria identidade. Personalização que carece de formação, indispensável à qualidade do serviço, em todas as prestações.

A criação de programas de educação e formação permanente, destinados quer aos profissionais de turismo quer a toda a população, que possibilitem reforçar a cultura e

consciência turística e que garantam o desenvolvimento de uma política global de excelência, é, pois, uma necessidade.

Importa dinamizar o interesse pelas profissões turísticas, através da maior sensibilização e da formação de jovens, inseridos nos sistemas educativo e de formação profissional, para o sector do turismo. Neste âmbito, terão continuidade os Programas de Educação para o Turismo nas escolas.

A dignificação das carreiras profissionais ligadas ao sector e a requalificação dos ativos serão, igualmente, apostas no presente mandato.

Procurar-se-á, ainda, envolver toda a população residente na adoção de comportamentos e atitudes adequadas a um destino turístico de excelência, nomeadamente e com especial enfoque nas áreas dos serviços complementares às atividades turísticas.

## **9.6 O Turismo no Programa de Desenvolvimento Económico e Social (2007/2013)**

As atividades associadas à temática do turismo, que inequivocamente correspondem – e continuarão a corresponder no horizonte 2013 – a um dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM, são de forma intrínseca conduzidas e concretizadas por agentes privados, cabendo às autoridades regionais a responsabilidade pelo desempenho de funções supletivas de orientação, de enquadramento, de facilitação e de promoção.

A posição central que o turismo ocupa na Região tem vindo aliás a ser beneficiária de importantes realizações conduzidas pela administração regional e municipal, onde naturalmente relevam os investimentos realizados em infraestruturas públicas, em equipamentos coletivos e no que respeita à formação e qualificação dos recursos humanos.

Sem prejuízo da continuidade desta tipologia de intervenções, deverá ser salientado que a prioridade que o turismo continua a ocupar na estratégia de desenvolvimento regional, determina que um número importante e significativo das orientações e atuações enquadradas no PDES 2007-2013 visem, de forma direta e indireta, potenciar as suas condições de operação e as oportunidades que se manifestam nesse horizonte temporal.

Neste contexto e especificamente no que respeita à área temática do turismo no horizonte 2013, importa ter em conta as seguintes orientações fundamentais – cuja

concretização será proativamente estimulada e apoiada pelas autoridades regionais e municipais:

- Diversificação da oferta turística, implicando a valorização de destinos intrarregionais e de equipamentos insuficientemente explorados e apoiando a conquista de novos mercados de procura;
- Rejuvenescimento da procura turística, dirigido à captação de clientes em faixas etárias mais jovens do que as atualmente predominantes;
- Valorização da natureza e da respetiva diversidade, propiciando condições favoráveis à prossecução das duas orientações anteriores (diversificação e rejuvenescimento) e assegurando a utilização económica e social do importante património natural da Região;
- Focalização das atuações públicas e empresariais por forma a, prevenindo a respetiva dispersão, garantir a criação de massa crítica eficaz para a conquista de novos mercados numa envolvente crescentemente competitiva;
- Desconcentração da oferta, visando reduzir (em termos relativos) a sua excessiva concentração no Funchal e assegurar condições territorialmente equitativas para beneficiação das inerentes potencialidades económicas e sociais.

A prossecução destas orientações será concretizada no horizonte 2013 pela concretização do Modelo Turístico da RAM, que assenta em três Eixos Estratégicos de Desenvolvimento:

- Consolidação do produto dominante, acompanhado de medidas para minimizar os bloqueamentos existentes, decorrentes de um modelo concentrado e de crescimento rápido, nomeadamente através da franca abertura do Funchal ao mar;
- Desenvolvimento da segmentação turística, através do reforço de produtos turísticos, com benefício pela conseqüente introdução de novos canais de contratação, novas formas de gestão, maior diversificação de produtos complementares, maior distribuição territorial e maior distribuição dos efeitos diretos;
- Desenvolvimento da formatação da rede de oferta complementar, explorando a diversidade dos recursos e qualificando a oferta existente.

O primeiro dos Eixos Estratégicos referidos, que constitui o objetivo fundamental do Modelo Turístico da RAM, implica a qualificação dos elementos diferenciadores do produto dominante. A prossecução deste objetivo principal determina, no que respeita ao alojamento de tipo resort:

- Elevar os níveis de qualidade da oferta global;
- Elevar os níveis de qualificação profissional;
- Melhorar e diversificar a animação;
- Incentivar a requalificação das unidades hoteleiras mais antigas e a utilização de materiais regionais;
- Elevar a qualificação da inserção territorial (acessos, estacionamento, espaços verdes).

No que se refere à oferta complementar centrada na cidade do Funchal:

- Desenvolver uma ideia estruturante para a cidade do Funchal;
- Divulgar a oferta da cidade do Funchal de forma temática.

Quanto às excursões e passeios na Região:

- Reordenar a cidade do Funchal como grande centro emissor dos passeios na Região, por terra e por mar;
- Requalificar os percursos e pontos de atração nas excursões pela Região;
- Diversificar as excursões e passeios, explorando o mar como recurso e apostando no reforço das centralidades turísticas da Região, espalhadas pelos diversos concelhos.

No que respeita ao segundo Eixo Estratégico, a sua concretização será efetuada através da prossecução dos seguintes objetivos:

- Reforçar a segmentação turística através da consolidação de recursos, os quais reforçam a atratividade do destino Madeira;
- Diversificar a oferta regional, tanto no que se refere à criação de novos produtos turísticos, como em termos de diversificação da oferta complementar que diz

respeito a segmentos de mercado específicos, que complementam e diversificam os consumos, nomeadamente em relação ao produto dominante. Salientam-se, como recursos/produtos turísticos emergentes, que reforçam a atratividade do destino Madeira, as levadas e veredas, os congressos, incentivos e negócios e as atividades desportivas e de lazer.

O estímulo ao desenvolvimento destes recursos/produtos emergentes, que também se traduzirão na diversificação da oferta turística regional, correspondem a segmentos de mercado específicos, que complementam e diversificam os consumos, nomeadamente em relação ao produto dominante.

Os recursos/produtos mais significativos encontram-se associados ao mar e à paisagem. Distinguem-se, no quadro do mar, a pesca desportiva, a pesca desportiva do alto mar, os passeios marítimos, a vela e outros desportos náuticos, a iatismo, o mergulho e o surf.

Assinalam-se, no âmbito da paisagem, os passeios em levadas e veredas, as excursões, os miradouros, os percursos em espaços naturais e áreas protegidas, os jardins e parques, o vulcanismo e a montanha.

Os objetivos definidos serão, sempre que necessário, acompanhados pela criação de infraestruturas e equipamentos, nomeadamente campos de golfe, centros de estágio desportivos, centros de eventos, centros de congressos e de âmbito portuário – designadamente cruzeiros, atividades náuticas, *fly and cruise*, privilegiando-se, sempre que exequível, os investimentos de iniciativa privada.

O terceiro Eixo Estratégico implica, pelo seu lado, a prossecução dos seguintes objetivos:

- Formatar a oferta complementar em rede, de forma temática, seja na cidade do Funchal, seja numa perspetiva territorial mais alargada, potenciando o desenvolvimento de complementaridades sub-regionais e locais;
- Diversificar a oferta complementar, no sentido de alcançar vários segmentos de mercado, de forma progressivamente ajustada ao reforço de novos produtos turísticos e nichos de mercado;
- Requalificar a oferta existente, através de programas específicos, em função de cada tipologia.

Destacam-se, no que respeita à oferta complementar, a restauração, os núcleos museológicos, o património arquitetónico, os eventos, as festas, o vinho, o artesanato, a animação cultural, a animação noturna e os parques temáticos.

A concretização deste Modelo Turístico da RAM no quadro do PDES 2007-2013 tem, finalmente, consequências territoriais muito significativas, cujos traços essenciais são os seguintes:

- Potenciar o mar como recurso turístico e de lazer, com grande capacidade de carga;
- Posicionar o Funchal como o grande centro urbano-turístico da Região e a sua principal porta de articulação com o mar;
- Desconcentrar territorialmente a oferta, nomeadamente para as Costas Este e Oeste da Ilha da Madeira e para a Ilha do Porto Santo, potenciando o desenvolvimento de recursos locais, com destaque para a articulação com o mar;
- Reposicionar o interior da Ilha da Madeira e a Costa Norte na oferta turística e de lazer, valorizando os recursos endógenos, com relevo para a Laurissilva, a montanha, a paisagem e a geologia, aproveitando as infraestruturas construídas recentemente.

São ainda apontadas medidas no âmbito do Turismo, sendo que as orientações apresentadas serão prosseguidas de forma específica pelas seguintes ações, especialmente relevantes:

- Aumento da notoriedade da marca ‘Madeira’ enquanto produto turístico para o que será essencial promover e divulgar o património natural, ambiental e cultural do destino Madeira, a fim de atingir o público-alvo;
- Promoção e divulgação do destino Madeira no mercado interno, através da implementação de um conjunto de ações com abrangência nacional, recorrendo a diferentes instrumentos de publicidade dirigidas ao cliente e aos profissionais do sector;
- Diferenciação entre a oferta de alojamento tradicional e as novas tipologias, promovendo e divulgando os equipamentos hoteleiros de forma direcionada para segmentos de mercado específicos, implementando uma nova marca turística capaz de proporcionar aos visitantes uma diferenciação entre a oferta turística tradicional (de tipologia resort) e as novas formas de alojamento e promovendo,

divulgando e consolidando, junto dos mercados emissores de turismo, o produto “Quintas da Madeira” como oferta de alojamento alternativa de qualidade;

- Desenvolvimento e disseminação das novas tecnologias, nomeadamente a Internet, que tem vindo a ganhar importância junto dos públicos-alvo que interessam à Região, promovendo a aproximação do destino aos seus respetivos públicos-alvo;
- Consolidação dos segmentos de mercado relacionados com o binómio turismo-desporto, decorrente da consolidação dos produtos turístico-desportivos através da promoção das condições naturais da Madeira associadas às infraestruturas existentes para a prática de modalidades desportivas junto de um segmento de mercado médio/alto;
- Captação de negócio e maior interação com os agentes económicos, propiciado pelo estímulo ao desenvolvimento de novas parcerias público - privadas, pela criação de interações com os agentes e operadores turísticos no estabelecimento de contactos e de novas ligações aéreas e, bem assim, de novos catálogos/brochuras, pela execução de ações de promoção através da disponibilização de meios de financiamento e divulgação do destino turístico Madeira nos mercados internacionais, com uma orientação para a captação de novos segmentos/nichos de mercado através do reforço da imagem do destino Madeira;
- Motivação do interesse pela atividade turística, através da sensibilização e formação de formandos inseridos nos sistemas educativo e de formação profissional para o sector do turismo, da dignificação das carreiras profissionais ligadas ao sector, nomeadamente hotelaria, e de campanhas de sensibilização à população residente para a implementação de comportamentos cívicos adequados a um destino turístico;
- Aferir, medir e controlar as variáveis e indicadores afetos ao sector turístico, tendo em conta que o sector turístico internacional comporta um elevado grau de incerteza, dada a sua sensibilidade às conjunturas e as características de elevada competitividade que lhe estão associadas. A disponibilidade de informação exata sobre as diversas variáveis associadas ao turismo é crucial no processo de tomada de decisões dos agentes públicos e privados, constituindo a implementação de um sistema de informação turística o elemento-chave para desenvolver uma política eficaz que rentabilize os investimentos da iniciativa privada e aplique os recursos nas áreas em que estes sejam mais necessários;

- Atenuar a sazonalidade e valorizar o património cultural regional, mediante a implementação do Calendário de Eventos da RAM, criando picos de ocupação e reduzindo desta forma a sazonalidade no destino Madeira. Estas iniciativas serão articuladas com outros sectores de actividade (comércio, restauração, transportes, etc.), de forma a estimular a iniciativa privada e a aumentar o efeito multiplicador da atividade turística;
- Criar e requalificar diversos locais e equipamentos de utilização ou de informação turística, designadamente a construção de infraestruturas turísticas diversas, a conservação e recuperação de locais de interesse turístico e a introdução de sinalética turística.