



UNIVERSIDADE da MADEIRA

CENTRO DE COMPETÊNCIAS DE ARTES E HUMANIDADES

**AS QUINTAS MADEIRENSES
COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA**

Por

TIAGO MIGUEL PIMENTA E SILVA

Sob Orientação do Professor Doutor ANTÓNIO MANUEL MARTINS DE ALMEIDA e da
Professora Doutora MARIA ISABEL CAMARA SANTA CLARA GOMES PESTANA

DISSERTAÇÃO apresentada à UNIVERSIDADE DA MADEIRA para obtenção do GRAU
DE MESTRE em **ESTUDOS REGIONAIS E LOCAIS**

FUNCHAL

2012/2013

ÍNDICE

DEDICATÓRIA.....	5
AGRADECIMENTOS.....	7
RESUMO	9
ABSTRACT	10
SIGLAS	11
ABREVIATURAS.....	11
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO II – AS QUINTAS MADEIRENSES ENQUANTO ESPAÇOS IDENTITÁRIOS	17
2.1. BREVE CARACTERIZAÇÃO DO ESPAÇO “TERRITÓRIO” DA ILHA DA MADEIRA E SUA OCUPAÇÃO.....	17
2.2. AS QUINTAS MADEIRENSES	20
2.2.1. ORIGENS E FUNÇÕES (DA AGRICULTURA AO LAZER).....	20
2.2.2. QUINTA, JARDIM, PAISAGEM.....	25
2.2.3. A QUINTA COMO “LUGAR”	28
2.3. SITUAÇÃO ACTUAL: ENTRE A DEGRADAÇÃO E A REVITALIZAÇÃO ..	31
CAPÍTULO III – O APROVEITAMENTO TURÍSTICO DAS QUINTAS	35
3.1. O TURISMO: ORIGEM E O CASO DA RAM	35
3.2. TENDÊNCIAS, FACTOS E PROSPECTIVAS (PENT 2015-2020)	39
3.2.1. O PENT E A RAM.....	40
3.2.1.1. O DESTINO ‘MADEIRA’ HOJE.....	46
3.2.2. CULTURA, A ALTERNATIVA SUSTENTÁVEL DO TURISMO DE MASSA (O CASO DA RAM)	48
3.3. AS QUINTAS MADEIRENSES: TURISMO E MERCADO	57
3.3.1. AS QUINTAS MADEIRENSES COMO PRODUTO TURÍSTICO	63
3.3.1.1. ANÁLISE DOS DADOS.....	65
3.3.1.2. SÍNTESE DOS DADOS OBTIDOS.....	79

CAPÍTULO IV – AS QUINTAS: OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA.....	83
4.1. AS “NOVAS” QUINTAS.....	83
 CAPÍTULO V – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	91
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
DECRETOS	110
 ANEXOS	111
ANEXO I – INQUÉRITO (PORTUGUÊS)	113
ANEXO II – INQUÉRITO (INGLÊS)	117
ANEXO III – INQUÉRITO (FRANCÊS)	121
ANEXO IV – INQUÉRITO (ALEMÃO)	125
ANEXO V – GRÁFICOS E TABELAS	119
ANEXO VI – IMAGENS E ILUSTRAÇÕES.....	218

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Avó Salomé, família e amigos.
À menina dos meus olhos, a minha Prima Luísa.
Em memória da Tia Paula e Avô Pimenta.

AGRADECIMENTOS

Aos meus orientadores, Professora Doutora Isabel Santa Clara e Professor Doutor António Almeida, pela sua amizade que foi sendo criada e a disponibilidade no apoio para a realização da mesma.

Às minhas primas Rita Bendix que me ajudou na distribuição dos questionários relevantes para a investigação; à Renata Silva, também minha prima, e à sua colega Isabel Martins, ambas Professoras da Escola Básica do 2º e 3º Ciclos dos Louros, assim como à Amparo, amiga da minha mãe, e à sua cunhada Carmo Pascale, que ajudaram nas traduções do questionário para as línguas Inglesa, Alemã e Francesa.

Assim como a todos os Estabelecimentos Hoteleiros que aceitaram distribuir os inquéritos para as estatísticas desta dissertação, nomeadamente: Doutora Rubina Campos, Relações Públicas e Secretária de Direcção do Pestana Palms Hotel, Doutora Liliana Silva, Secretária de Direcção do Pestana Miramar Village, Doutora Marília Gonçalves, Chefe de Recepção da Estalagem Quinta da Casa Branca, Doutora Sizandra, Chefe de Recepção do Hotel Quinta da Penha de França, Doutoradas Mariana e Cátia, Recepcionistas do Hotel Conde Carvalhal, Doutora Mariana, Relações Públicas e Secretária de Direcção da Quinta Mãe dos Homens – Garden Village, a todo o pessoal da Recepção da Quinta da Bela Vista, Doutor Bruno Pires, IT Manager da Quinta Splendida – Wellness e Botanical Garden, Doutores André Barreto e Ricardo Pontes, respectivamente, Director Geral e Chefe de Compras da Quintinha de São João, apesar de os trabalhadores terem sido menos amigáveis e pouco cooperantes, Doutor Miguel Caldeira e Doutora Paula Santos, respectivamente, Director Geral e Relações Públicas da Charming Hotels, que engloba as Quinta das Vistas, Quinta do Estreito, Quinta Perestrello e Quinta do Monte, Doutora Celeste Ringertz, Directora Geral da Estalagem Casa Velha, Doutora Graça, Chefe de Recepção da Quinta da Rochinha – Estalagem da Ponta do Sol, Doutor Ricardo Rodrigues e Doutora Andreia Freitas, respectivamente, Director Geral, Relações Públicas e Secretária de Direcção do Choupana Hills – Resort e Spa Madeira, Governanta Celina da Quinta de São Lourenço, Doutora Marisa, Relações Públicas e Secretária de Direcção da Quinta das Vinhas, Dona Celeste Mendes Teixeira, proprietária da Quinta do Conde, Doutor Narciso Chaves e toda a sua equipa da Quinta Mirabela, Dona Ferdinanda, proprietária do Solar da Bica, a todo o pessoal do Solar da Boaventura, Doutor Vítor Gouveia da Estalagem do Vale, aos proprietários da Quinta da Fonte e Quinta da Capela, Senhor João, Director Geral da Casa da Capelinha, aos proprietários e Directores da Quinta das Eiras, Dona Sara, Directora e proprietária do Hotel

Casa da Piedade, Dona Sofia Câmara, Directora Geral e proprietária das Casas Valleparaízo, e Senhor Andrew Zino e *Mr.* Gerry, Relações Públicas da Quinta das Colmeias.

Também é feito um agradecimento ao pessoal das instituições: Biblioteca Pública Regional, Arquivo Regional e DRAC, pela sua disponibilidade e ajuda na investigação de dados existentes.

E finalmente, à minha querida Prima Luísa que me ajudou na preparação dos dados recolhidos pelos inquéritos que forma distribuídos nos hotéis.

Um agradecimento geral de Muitíssimo Obrigado!

RESUMO

Haver um investimento na preservação e restauro do património cultural na ilha da Madeira foi uma das principais questões levantadas durante a *VI Conferência Anual da Ordem dos Economistas*, realizada no dia 4 de Maio de 2012. Este restauro irá potenciar a valorização, utilização e rentabilização das quintas madeirenses, objecto de estudo desta dissertação, como património da Ilha da Madeira e como recurso sustentável turístico, económico e social da Região Autónoma da Madeira (RAM).

Procura-se dar uma visão global da situação actual das quintas e propor perspectivas para a revitalização destes edifícios históricos com vista à sua valorização, através da sua utilização tanto pelo turismo da Madeira como pela população local.

Esta proposta engloba a realização de circuitos turísticos de quintas madeirenses, assim como a reconstrução de algumas dessas quintas para o uso pela população local. Aqui será dado uma maior ênfase para a actual fase de intervenção contemplada no plano de estabilização financeira iniciado (2011-2014), bem como para a fase subsequente, circunstância em que será necessária a ajuda do sector privado para encontrar soluções economicamente sustentáveis que possam permitir estas propostas de valorização, rentabilização e auto-financiamento do património em questão.

A dissertação está dividida em duas principais partes: na primeira é equacionado o estado da questão, faz-se uma inventariação e caracterização das quintas madeirenses, com os seus enormes espaços verdes e espaçosas casas, que tiveram um papel relevante no desenvolvimento no turismo, na sequência da procura de alojamentos, mas que hoje em dia estão condenadas ao abandono e degradação tanto do edifício como dos seus espaços circundantes; na segunda parte faz-se a análise e conclusão do potencial de valorização do recurso às quintas não só para o desenvolvimento de actividades para a população local como para o turismo da Ilha da Madeira, pondo em evidência a possibilidade de a actividade turística ser o alicerce máximo desse potencial.

Palavras-chave: Quintas Madeirenses, Turismo, Cultura, Património, Sustentável, Valorização.

ABSTRACT

To invest in the preservation and restoration of cultural heritage of Madeira Island was one of the main issues of the VI Annual Conference of the Economists Association, held on May 4th of 2012. This investment will enhance the restoration, valorization, reuse and profitability of *quintas madeirenses*, our object of research, as the heritage of Madeira and as a sustainable product for the RAM's (*Região Autónoma da Madeira*) tourism, economy and social resources.

It will be given an overview on the current situation of the *quintas* and propose new ways for the revitalization of these historic buildings with a perspective for a new use through tourism, including conducting tours through them, and also highlighting projects for the local population.

The current stage of Portugal's financial stabilization and intervention plan (2011-2014), as well as the subsequent phase, will be taken in account, and also the help of the private sector will be necessary to find economically and sustainable solutions to enable these valorization, profitability and self-financing proposals.

The dissertation is divided into two main parts: the first one presents the state of the question, making an inventory and a characterization of the *quintas madeirenses*, for example their huge green landscapes and spacious houses, the important role of these buildings in the development of Madeira's tourism, due the increase demand for accommodation, but are now fated to abandonment and degradation; the second part contains analysis and conclusions of the potential of *quintas* not only for the development of cultural activities for local population but also for the tourism in Madeira, highlighting, however the tourism as the major activity for the development and revitalizations of the *quintas madeirenses*.

Key-words: *Quintas Madeirenses*, Tourism, Culture, Heritage, Sustainable, Appreciation.

SIGLAS

VI CAT/CAT – VI Conferência Anual do Turismo

ACIF – Associação do Comércio e Indústria do Funchal

APM – Associação de Promoção da Madeira

CTC – Carta de Turismo Cultural

DNM – Diário de Notícias da Madeira

DRAC – Direcção Regional dos Assuntos Culturais

DREM – Direcção Regional de Estatística da Madeira

FMI – Fundo Monetário Internacional

ICOMOS – International Council on Monuments and Sites

INE – Instituto Nacional de Estatística

MEI – Ministério da Economia e da Inovação

MEID – Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento

MEE – Ministério da Economia e do Emprego

OEM – Ordem dos Economistas da Madeira

OMT – Organização Mundial do Turismo

PE – Parlamento Europeu

PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

POTRAM – Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira

PPP – Parcerias Público-Privadas

RAM – Região Autónoma da Madeira

RUP – Regiões Ultraperiféricas

SRTT – Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes

TER – Turismo em Espaço Rural

UE – União Europeia

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

CE – Comissão Europeia

ABREVIATURAS

Cf. - Confira

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

A dissertação, inserida no Mestrado de Estudos Regionais e Locais, tem como objecto de estudo as quintas madeirenses e a sua revitalização e valorização como um produto turístico diferenciado da RAM.

Esta investigação foi pensada após a realização da VI CAT, organizada pela Direcção da OEM, no dia 4 de Maio de 2012, no Centro de Congressos da Madeira. A cultura e a sua utilização como produto referenciador e diversificado do ‘destino Madeira’ foi o ponto principal desta conferência, em que foram avançadas várias propostas para o seu desenvolvimento. A atenção dada nesta conferência à cultura e ao património cultural vêm na sequência de iniciativas internacionais que deram origem a vários documentos dos quais destacamos a Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, International Council on Monuments and Sites, 1999) centrada na conservação e gestão do património em benefício de residentes e visitantes equacionadas de modo a garantir a sustentabilidade.

A cultura sempre teve um lugar de destaque nos mais variados destinos turísticos mundiais, assim como nas motivações dos turistas. As mais importantes iniciativas em prol da valorização da cultura, como objecto a proteger e divulgar, foram realizadas ao longo de mais de 30 anos através dos apoios (socioeconómicos) da UE, da CE e do PE. Comissões, Cartas, Decretos e Actividades Culturais foram algumas das formas utilizadas pelas instituições europeias para desenvolver as acções-base da protecção, requalificação e valorização dos componentes que englobavam a cultura (Património Material e Imaterial).

Destinos turísticos como Barcelona, Paris, Londres, Berlim, Lisboa, Coimbra, entre outros, destacam o seu património cultural (material e imaterial) como objecto diferenciador dos restantes destinos europeus e mundiais, contudo nas regiões marítimas e insulares, como a RAM, o turismo mais desenvolvido foi o 3S (*Sun, Sea, Sand*), o que impossibilitou um maior aproveitamento das vertentes culturais no turismo madeirense.

Porém, com o avançar dos anos, a concorrência tornou-se cada vez mais feroz, e o turismo 3S da RAM se não conseguir acompanhar a mudança turística mundial, tanto mais que apenas o Porto Santo possui uma grande praia de areia, em curto prazo, arrisca a perder seus clientes/turistas. Mais, os dados estatísticos desta última década demonstram um cenário de estagnação no turismo madeirense.

Como tal, acompanhando as diligências europeias, a VI CAT ocorreu na melhor altura para se debruçar sobre desenvolvimento de novos produtos turísticos para revitalizar o Turismo madeirense. Tal como é exemplificado na literatura consultada, existem destinos que

utilizam neste momento o turismo cultural como substituto parcial do turismo de estilo 3S, que estavam na mesma situação que a RAM (estagnação) e desenvolveram a cultura como factor revitalizador do destino. Mais, a própria RAM já teve recentemente a sua experiência de desenvolver o turismo cultural com sucesso, através da comemoração dos 500 Anos da Cidade do Funchal, em 2008, em que se destacam, com distinção, as estatísticas de dormidas no Turismo da RAM. Portanto é inegável que a cultura pode ser um trunfo para a reestruturação do Turismo madeirense.

A cultura da RAM é diversificada e engloba várias vertentes que merecem atenção, algumas das quais já com aproveitamento turístico, como os sectores do vinho e dos bordados. No entanto, existe uma realidade já centenária que, ao longo da sua existência, conseguiu congrega a grande maioria destas vertentes culturais importantes, e que será o objecto de estudo desta dissertação: as quintas madeirenses.

A escolha destes espaços habitacionais deve-se ao facto de, além de terem sido sugeridas pela OEM, representam para a ilha da Madeira o valor patrimonial, cultural e social que a *Sagrada Família* representa para Barcelona ou o *Big Ben* para Londres. São espaços ligados ao dia-a-dia da sociedade aristocrática, dos negócios, do lazer, do poder e, muito importante, do turismo madeirense.

A definição e investigação das quintas como produto turístico diferenciador serão realizadas através de uma dupla investigação, dividida por dois capítulos. No Capítulo II, a investigação será direccionada às quintas da Madeira como objecto histórico e arquitectónico diferenciador, enquanto no Capítulo III será averiguada a utilização dessas quintas para fins turísticos.

O desenvolvimento destes dois capítulos terá como questões-base:

- a) como definir o conceito das “quintas madeirenses”;
- b) qual a ligação das quintas madeirenses com a arquitectura regional, com o padrão de povoamento local e com a população de origem estrangeira;
- c) em que medida as quintas madeirenses diferem de outros edifícios similares no Continente e na Europa (nomeadamente Inglaterra);
- d) qual é o ponto de situação das quintas madeirenses no século XXI;
- e) como exemplificar estatisticamente o turismo na Madeira;
- f) qual o papel das quintas s no desenvolvimento do turismo na Madeira no passado e no presente;
- g) quais são as novas opções existentes, com possibilidades de desenvolvimento na RAM e no produto “Quintas da Madeira”.

No Capítulo II, “As Quintas Madeirenses enquanto Espaços Identitários”, será investigada, de uma forma sintética, a arquitectura tradicional da Madeira, através do estudo de obras especializadas de arquitectos como José Manuel Fernandes e Victor Mestre. Aqui será contextualizada a arquitectura madeirense no espaço da Macaronésia, ponto de partida para a abordagem das quintas, a perspectiva histórica destes edifícios, esclarecendo a origem da denominação “Quinta”, a sua utilização na vertente do turismo e do lazer, as suas afinidades com as quintas de recreio do Continente português. A vertente natural dos jardins, as relações arquitectura-paisagem, homem-espaço (natural) e homem-jardim-paisagem que estes espaços proporcionam, são outras das questões que serão abordadas.

No subcapítulo dedicado às quintas como “lugar”, procuraremos abordá-las enquanto espaços identitários, a partir da clarificação dos conceitos de “Lugar” e de “Não-Lugar”, à luz da perspectiva de Marc Augé. Esta interpretação antropológica, além de procurar esclarecer como podem as quintas funcionar como factor de diferenciação cultural, fará a ponte para as questões da degradação/revitalização e recuperação/demolição, num contexto histórico, cultural e social, das quintas no século XXI.

Em relação ao Capítulo III, “O Aproveitamento Turístico das Quintas”, será descrita, num primeiro ponto, uma breve história do Turismo na RAM, através dos dados estatísticos disponibilizados pela DREM. Num segundo ponto, será focada a oferta turística que o destino ‘Madeira’ tem, serão evidenciados os factos, tendências e prospectivas deste destino, destacando os principais produtos turísticos que a RAM oferece neste momento (3S e Natureza), destacando também os produtos turísticos que estão a ser desenvolvidos noutros destinos e que podem ser desenvolvidos no destino ‘Madeira’ (turismo cultural ou o turismo de quintas). Neste ponto será utilizado, como base de estudo, o PENT 2015-2020 pois este Plano Nacional desenvolveu uma leitura turística geral dos destinos turísticos portugueses (mercados e estatísticas) realizando, ao mesmo, uma previsão do Turismo Nacional num período de cinco anos. O Capítulo III será culminado com a exemplificação de quintas madeirenses que já estejam a ser utilizadas para o turismo através de um estudo de campo com a distribuição de inquéritos em estabelecimentos hoteleiros com características similares às quintas madeirenses.

No Capítulo IV, serão apresentadas as conclusões dos seis meses de investigação, onde estará agrupado e serão analisados os resultados estatísticos relativos aos dados recolhidos da distribuição dos inquéritos, assim como serão enumeradas propostas de revitalização, através do turismo, das quintas madeirenses degradadas ou abandonadas. Estas serão assinaladas como possíveis locais de desenvolvimento de actividades turísticas locais (população local) e

internacionais (população estrangeira/turista), permitindo a participação/iniciativa de instituições governamentais, privadas ou público-privadas.

CAPÍTULO II – AS QUINTAS MADEIRENSES ENQUANTO ESPAÇOS IDENTITÁRIOS

2.1. BREVE CARACTERIZAÇÃO DO ESPAÇO “TERRITÓRIO” DA ILHA DA MADEIRA E SUA OCUPAÇÃO

A Ilha da Madeira, a principal ilha do Arquipélago da Madeira, tem uma área de 758 km² e está localizada no espaço biogeográfico do Atlântico Norte (Macaronésia¹), nos paralelos 32° 52' N e 32° 38' N e os meridianos 16° 39' W e 17° 16' W, a 796 Km da costa africana, a Oeste do Cabo Branco, a 978 Km de Lisboa, a 504 Km a Norte das Ilhas Canárias e a 980 Km a Sudoeste dos Açores (FERNANDES, 1992; SILVA, 1998; CÂMARA, 2002; QUINTAL, 2007). Além desta, o arquipélago é composto por mais sete ilhas: a nordeste pelo conjunto de ilhéus e a Ilha do Porto Santo, a sudeste pelas três ilhas das Desertas e, um pouco mais isolado destas últimas, as três ilhas das Selvagens. Destas ilhas, somente a Ilha da Madeira e a Ilha do Porto Santo são habitadas, sendo que as Desertas e as Selvagens foram classificadas de Reservas Naturais de Portugal (CÂMARA, 2002).

De origem vulcânica, tem 58 km de comprimento e 23 km de largura, e demonstra um relevo montanhoso que ultrapassa os 1800 metros de altitude, tendo o maior pico, o Pico Ruivo, 1862 metros de altitude, criando condições para a existência de dois tipos de constituições climáticas: a zona Sul, com um declive suave e clima ameno, e a zona Norte, selvagem, abrupta em falésias e desfiladeiros e clima húmido e frio (LAMAS, 1989; CÂMARA, 2002; QUINTAL, 2007).

A sua descoberta está envolta em mistérios e lendas (FRANÇA, 1970; GOUVEIA, 1984; LAMAS, 1989), contudo a história mais (re)conhecida pertence à descoberta realizada pelos barcos reais portugueses de João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira em 1419 (ARAGÃO, 1979; ARAGÃO, 1981; CARITA, 1982; LAMAS, 1989; QUINTAL, 2007). A origem do nome “Madeira” deve-se à sua caracterização: uma enorme floresta de árvores altas que não davam mais do que madeira (ARAGÃO, 1981; LAMAS, 1989; QUINTAL, 2007).

Apesar da difícil e sinuosa orografia da Ilha, o povoamento da sociedade na Madeira foi um dos primeiros de todas as ilhas atlânticas portuguesas a ser desenvolvido, sendo que isto ocorreu

¹ Optámos pela utilização desta designação biogeográfica de “Macaronésia” que inclui os arquipélagos de colonização portuguesa no Atlântico Norte (Madeira, Açores, Canárias e Cabo Verde) nos casos em que era necessário referir todos estes arquipélagos.

“um pouco antes de 1425, [pois] aqui se farão novos ensaios de culturas, aqui se fixarão comerciantes dos principais centros europeus de culturas e em poucos anos, principalmente o porto do Funchal, será ponto obrigatório de escala para a África, Índia e depois para a América, por aí passando navegadores de diversas nacionalidades.” (CARITA, 1982:15)

A ocupação abrangeu três fases distintas: a primeira fase ocorreu no século XV “escolhendo-se as pequenas enseadas naturais que permitissem uma fácil acostagem das pequenas embarcações então utilizadas (...) [sendo] importante a proximidade de linhas de água” (FERNANDES, 1992:62); numa segunda fase, na passagem do século XV para o XVI, a população dispersa-se e inicia a exploração rural e, conseqüentemente ocorre, por vezes, a existência de “cordões”² de povoamento (FERNANDES, 1992; BETTENCOURT, 2007); a última fase, durante os séculos XVII e XVIII, corresponde ao desenvolvimento dos “centros” e “estabilização populacional”, mas também “a uma progressão da população para o interior, na busca de terrenos agrícolas mais férteis, com desenvolvimento de um povoamento mais disperso nas ilhas maiores: é o caso da Madeira, na área de Santana (mas também um pouco ao longo de toda a encosta meridional); (...)” (FERNANDES, 1992:65). Também devido a esta dispersão do povoamento, a ocupação assentou em “Lombos”, “Achadas” e “Fajãs”, o que difere ao que se verifica em Portugal Continental (CARITA, 1982; FERNANDES, 1992).

A população começa por fixar-se, entre os séculos XV e XVI, na zona Sul da Ilha (Machico, Funchal, Câmara de Lobos, Ribeira Brava, Ponta do Sol e Calheta), devido às condições geográficas favoráveis. Na zona Norte da Ilha a colonização foi mais demorada, dada a dificuldade das ligações. Estas condições adversas mantêm através do tempo, como teve ocasião de observar Isabella de França, em meados do século XIX.³

Como primeiro ensaio do modelo de cidade portuguesa em espaço insular, o Funchal, futuro ‘centro’ do desenvolvimento comercial, financeiro e social da Ilha da Madeira, ocupa uma enseada protegida “na proximidade de ribeiras que cruzam o tecido urbano, o qual se alonga no sentido dessa mesma encosta, subindo um pouco as colinas circundantes” (FERNANDES, 1992:125). A cidade estruturou-se através da construção do “núcleo de Santa Maria do Calhau, popular e obreiro, de um lado, oposto ao da rua dos Mercadores,

² Os cordões são aglomerados de habitações, freguesias, que apesar de terem o contacto tanto com a terra como com o mar, situam-se afastadas de ambos, estando agora porém mais viradas para terra, local onde está o seu bem importante. A razão para tal acontecimento espacial é a insegurança que os habitantes sentem quando estão demasiado próximo tanto do interior da ‘terra’ como do mar, daí uma construção, na perspectiva de José Manuel Fernandes, “nem excessivamente litoral nem demasiado interior”. (FERNANDES, 1992:56)

³ Em relação à passagem para o Norte da Ilha, pelo Curral das Freiras, ela afirma: “Sendo este caminho tão perigoso e assustador, o caso é que não deixa de ser uma das principais estradas reais do Funchal para o norte, e os camponeses utilizam-nos com qualquer tempo, transportando à cabeça pesados fardos. Também com frequência passam aqui viajantes a cavalo, e mulas carregadas.” (FRANÇA, 1970:159)

comerciante e açucareiro – ligados ambos pela turtuosa rua direita funchalense (...)” (FERNANDES, 1992:126), e entre eles a praça municipal que desempenha a função de lugar central. Esta mesma rua direita desempenhou ainda uma função de divisão de contrastes, entre a área residencial (zona alta) da Igreja Matriz (Catedral do Funchal) e a área comercial (zona baixa), mais virada para as actividades obreiras (mercado e portuário). (FERNANDES, 1992; BETTENCOURT, 2007)

É pois inicialmente utiliza um modelo linear (Estrutura Alongada), à volta dessa rua principal direita, com largos onde habitualmente se situam a Igreja Matriz (“funções religiosas”) e a Câmara (“vocação civil-administrativa”). Este modelo evoluiu depois para o modelo em Ret cula   medida que a cidade se expande para Oeste: um modelo mais complexo na organiza o urbana devido ao desenvolvimento populacional. (SILVA, 2012)

No que diz respeito   constru o das casas, a Madeira segue uma arquitectura trazida durante a coloniza o, e caracterizada pela “casa de pedra” das habita es do Continente, nas suas diversas tipologias, e pela tradi o meridional e mediterrânea do uso da pedra e cal em alvenaria, em detrimento da madeira, com paredes espessas, como afirma José Manuel Fernandes:

“As casas insulares são normalmente construídas em alvenaria de pedra (na quase totalidade dos exemplos, de origem vulcânica, com inúmeras variedades, como a do “tufo vermelho” madeirense), com paredes espessas e volumetrias quadrangulares (simples ou acopladas, conforme a complexidade do programa) e caia o nas fachadas, deixando as pedras dos cunhais e das molduras dos v os em pedra aparente, ou revestidas a faixa de cor com pigmento terroso” (FERNANDES, 1992:185).

Victor Mestre (2002)   de opinião que os modelos urbanos e rurais ter o ficados estabilizados a partir dos séculos XVII e XVIII. As casas antigas ou seculares “algumas com características de morgados, casas de lavrador, quase sempre sobradadas, de dois pisos, mas também de um só” (MESTRE, 2002:73-74), exemplificando com a Casa das Mudas e o Solar do Morgado Esmeraldo. Estas casas antigas remetem “para a memória colectiva da arquitectura continental característica das aldeias, das vilas, das cidades e, naturalmente, das casas solarengas, das quintas de lavoura e de recreio, e das “arquitecturas maiores”, ou seja, dos chamados Monumentos.” (MESTRE, 2002:84). As casas seculares têm geralmente dois pisos, sendo o superior a zona nobre com salas mais vastas que os quartos de dormir, e a cozinha numa das extremidades com forno⁴ de pão e chaminé, o piso inferior   geralmente

⁴ Colocados na fachada oposta   principal ou nas paredes laterais, sempre na direc o da cozinha, sobre uma base de pedra (se a casa ou a cozinha fosse térrea (ou madeira) ou se a cozinha se encontrasse nos andares seguintes), com o lado superior coberto com telha.

utilizado para apoio da actividade agrícola. Este tipo de utilização espacial, prende-se com as “primitivas casas senhoriais continentais, cuja árvore genealógica entronca na fusão da casa-torre do solar nortenho e beirão, com a “casa chã” do Sul.” (MESTRE, 2002:89)

Cabem nesta caracterização tipológica os edifícios classificados como solares por José de Sainz-Trueva (MESTRE, 2002:92), que aponta como exemplos Quinta da Piedade (Jardim do Mar), Quinta da Estrelinha (Calheta), entre outros.

O espaço exterior da casa conciliava locais de estar para os donos da habitação, anexos (palheiros) com um ou dois andares para albergar animais e compartimentos de apoio à lavoura.

Para a construção destas casas, foi importante a utilização de materiais próprios da Ilha, como a pedra de areia (no caso do Porto Santo), basalto, tufo ou tufa (“pedra mole” ou “cantaria de forno”), madeira (til, teixo, vinhático, pau branco, barbuzano, urze, cedro, entre outras), palha, cantaria, cerâmica vermelha e cal. (FERNANDES, 1992; MESTRE, 2002)

Nas casas urbanas, a cobertura destas casas, é caracterizada por telhados de duas ou quatro águas (que podem ser multiplicados⁵), provavelmente de origem “rural e/ou senhorial”, de telha de meia-cana em cerâmica, pelo beiral curvado, pela colocação de sótão (em alguns casos), pela construção de “torres-mirante”⁶ (“torres avista-navios”, “torreões”) (FERNANDES, 1992; MESTRE, 2002). Nos jardins, junto à rua e ainda pelas “casinhas de prazer”, de que falaremos mais adiante.

2.2. AS QUINTAS MADEIRENSES NUMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

2.2.1. ORIGENS E FUNÇÕES (DA AGRICULTURA AO LAZER)

As primeiras quintas madeirenses, ou “*quintãs*”, foram construídas entre os séculos XV e XVI, sendo uma derivação das casas senhoriais continentais⁷ edificadas durante estes mesmos séculos (GONÇALVES, 2007; GOMES, 2012; GOUVEIA, 1993). A construção das quintas neste período deveu-se à implementação das capitanias com as “normas administrativas dos regimes de morgadio, arrendamento, sesmaria, meação, entre outras

⁵ Telhados de quatro águas colocados ao longo do perímetro da casa (de forma paralela ou perpendicular), através da justaposição de compartimentos mantendo, no entanto, na fachada um único beiral. Este caso é propício nos edifícios em esquadria/duplicado.

⁶ Anexos com dois ou três pisos acima do telhado da residência, normalmente recuados em relação à fachada principal, de forma quadrangular ou paralelepípedica, com telhado de três ou quatro águas, e construídos em alvenaria ou madeira e com varandins ou janelas.

⁷ Espaços com uma “atmosfera especial conferida pelos jardins de recato e simultaneamente de recreio, onde grandes árvores asseguram a condição de destaque na paisagem rural.” (MESTRE, 2002:136-138)

modalidades de posse ou de uso dos campos” (MESTRE, 2002:37) e à nobreza que desenvolveu a actividade mercantil baseada na agricultura através destes espaços (GOUVEIA, 1984; VERÍSSIMO, 1995b; GOMES, 2012). Esta foi uma função que se prolongou durante o século XVII.

A partir do século XVIII, as funções das quintas madeirenses foram modificando de acordo com a evolução do Funchal como zona cosmopolita. Tornaram-se em espaços de estatutos sociais próprios, de negócio e de poder (que se foram deteriorando a partir do século XX), ou ainda de lazer e do ócio, assim como em espaços habitacionais para implementação de uma nova “burguesia heterogénea” britânica (devido à decadência económica dos morgados a partir de meados do século XVII (GOUVEIA, 1984; GOMES, 2012)), com maiores possibilidades económicas, constituída por industriais, banqueiros e comerciantes. A influência atlântica que esta comunidade britânica detinha durante o século XVIII, foi responsável pela mercantilização dos produtos madeirenses, como o vinho, o imobiliário e o açúcar, para a comercialização mundial, pois, por esta altura, o Funchal era classificado, segundo Desmond Gregory, como o posto britânico do atlântico (BETTENCOURT, 2007; GOMES, 2012).

Na perspectiva de Sainz-Trueva (1989), as quintas madeirenses tornaram-se em espaços para as relações sociais da alta sociedade, ou seja, o cunho dos bons negócios e bons casamentos e era centro vital na prossecução desses objectivos. Procuravam fundamentá-las com o lazer, a diversão, a recreação, o ócio e o convívio, de forma a fortalecer o seu património social, monetário e de poder. Símbolos do individualismo, com os seus altos muros e único portão de entrada, do luxo e do conforto, através do “aproveitamento dum espaço ocupado já por uma moradia mais pequena e assinalada por algumas árvores de sombra, carvalheiros, tis ou outra espécie menos vulgar que, retorcidos pelos anos, guardam ainda hoje a memória de quem os plantou” (GOUVEIA, 1984:14-15). Esta foi uma simbologia fomentada durante o século XIX com o aumento da presença britânica (ocupação britânica de 1801-1802 e 1807-1814) e a consequente extinção dos morgadios na Madeira durante o mesmo século (GOUVEIA, 1984:6-11).

Apesar da descendência das casas continentais, as quintas madeirenses diferem do conceito “Quinta” de Portugal continental. Mais,

“Não se imagina com certeza, perfeitamente, o que são as quintas da Madeira. Elas sofrem um conceito errado por motivo de idêntica designação aplicada no continente a grandes parcelas de terreno de cultura, às quais, com maior acerto, se deve chamar herdade ou fazenda. Pois as famosas quintas da Madeira são parques, grandes e lindíssimos jardins, deslumbrantes de cor e maravilhosos de variedade. No centro um

bangaló de tom claro com interiores confortáveis de luxo e de bom gosto e, por toda a parte, flores cobrindo canteiros largos e acolhedoras arcadas ou entrelaçando-se na sombra dos caramanchéis, ao canto dos extensos relvados.” (TEIXEIRA, 1959:228)

Como tal, as quintas madeirenses são definidas como

“uma propriedade rústica e urbana, de maior ou menor extensão, murada em todo o seu perímetro ou ao menos numa parte considerável dele, contendo sempre uma boa casa de habitação, rodeada de jardins e passeios assombreados com maciços de árvores. Dá-lhe acesso uma porta gradeada de ferro, de certo aparato arquitectónico, comunicando com um passeio que conduz directamente à residência” (SILVA & MENESES, 1978:161),

assim como uma “country house with a small farm incorporated” (HOARE, 2004:8-9) em que um agricultor (o caseiro), cuidava dos espaços cultivados em redor da casa, e dava uma parte dos produtos ao dono da terra, ou um condomínio com o seu próprio jardim no espaço rural, ou seja, fora da área urbana.

A quinta madeirense segue, geralmente, o tipo de construção da casa antiga ou secular, atrás referido, a que se podem juntar outras influências. Consiste numa propriedade murada com uma residência (quadrada ou rectangular) de amplas proporções, rodeada de passeios, relvados e canteiros de árvores e plantas exóticas, e por vezes agregando uma área agrícola assim como uma capela nas imediações da própria. Têm parecenças aos parques devido aos seus espaços verdes e à arquitectura “fantasiosa” e isoladora que estes são idealizados, oferecendo um bem-estar íntimo, ambiente pitoresco e romântico a quem se envolve na sua natureza. (GOUVEIA, 1984; VIEIRA, 1989; VERÍSSIMO, 1995b) Esta componente envolvente é ainda mais fortalecida através da disposição da casa/edifício em relação ao jardim que a circunda, uma união, segundo autores, entre o estilo europeu e o tropical. (JARDIM, 1933; LAMAS, 1989; CABRAL, 1993; VERÍSSIMO, 1995b; QUINTAL, 2007)

Embora a arquitectura tenha inovado (de forma constante e natural), algumas das históricas quintas ainda mantêm os elementos arquitectónicos próprios da altura da sua construção, como os estores, que se situam por detrás dos lambrequins, os tapa-sóis, comandados por uma ripa vertical denominada de *bilhardeira*⁸, as janelas de guilhotina, os remates em forma de pombas, cabeças, etc., nos vértices dos telhados e as casinhas de prazer no jardim (FERNANDES, 1992; MESTRE, 2002; GONÇALVES, 2007; GASPAS, 2007; MATOS, 2013). Existem, contudo, exemplos de quintas (históricas) que estão neste momento

⁸ Parte móvel, sensivelmente a meio do tapa-sol, que serve para arejamento e também para possibilitar a vista para o exterior. Embora hoje se encontre com mais frequência nas casas antigas urbanas, existiu também em muitas quintas, como por exemplo na Quinta das Fontes (Rua dos Ilhéus) ou na Quinta Saudade (Beco do Sales).

a utilizar os mesmos elementos, mas traduzidos com materiais mais modernos (MESTRE, 2002; GONÇALVES, 2007; GASPAR, 2007; MATOS, 2013).

Apesar da diferenciação com o conceito “Quinta” do espaço continental (herdade ou fazenda), as quintas madeirenses podem ser equiparadas às quintas de recreio do espaço continental, localizadas na baía do Tejo e Alentejo, que são também moradias “de pessoas abastadas que, na maior parte dos casos viviam de rendimentos e, nalguns casos do comércio” (RIBEIRO, 1991:41), e englobam

“[...] mata, edifícios, horto de recreio, pomar/horta. É um lugar versátil, onde recreio e produção compartilham o mesmo espaço, invadindo-se mutuamente, estabelecendo relações formais e funcionais. São espaços bucólicos, onde, em áreas confinadas à produção, pontuam elementos arquitectónicos, escultóricos, que definem agradáveis locais de estada, em que sombra, luz, água, aromas e sons se conjugam para criar uma ambiência peculiar. Os locais de recreio são miradouros sobre as áreas de produção e colonizam infra-estruturas funcionais. Caleiras e tanques, revestidos de azulejos plenos de cor, são elementos de ligação e pólos aglutinadores, decorativos e refrescantes entre o recreio e a produção. Pérgolas, caramanchões e casas de regalo polarizados e reflectidos em taças de água, são a sombra de fonte de frescura onde, recatados das vistas no mais delicioso isolamento, se frui uma paisagem longínqua. Vegetação, água, luz e morfologia do relevo são os componentes fortes no desenho da Quinta de Recreio como o são em todos os jardins. Mas, em Portugal, a forma como estes elementos são ordenados, desenhados, determina o surgimento de um espaço onde o ócio e o negócio se conciliam criando um espaço com características únicas. Estes espaços revelam-se como a possibilidade da resolução de uma premência da contemporaneidade, pois eles conciliam aquilo que, hoje em dia, se considera inconciliável; o espaço do recreio e o espaço de produção.” (CARAPINHA, 2008)

Também, e de acordo com alguns visitantes estrangeiros, as quintas madeirenses demonstram uma similaridade às *Manor Houses*, *Country Houses*, e *Cottages* inglesas (GOMES, 2012), assim como às *Villas* italianas (CARITA & CARDOSO, 1987; CABRAL, 1993; GOMES, 2012).

A influência do gosto inglês é sublinhada por vários autores.

“Regista-o, em alguns apontamentos, F. S. Hopkins, em publicação de 1819, onde salienta que as casas modernas são construídas em pedra, estucadas por dentro e mobiladas segundo o gosto inglês, fazendo-se sentir esta influência inglesa na própria arquitectura” (MESTRE, 2002:202-203).

Não é possível se afirmar com certeza que as quintas madeirenses sejam de origem britânica, contudo existe uma semelhança com as congéneres britânicas, onde a arquitectura romântica britânica se uniu com a arquitectura macaronésia da Ilha da Madeira, representada por “uma casa frugal, de geometria muito simples, quase sempre um paralelepípedo, coberto

com um telhado de quatro águas com o característico sanqueado, paredes em alvenaria de pedra e sobrado em madeira.” (MATOS, 2013:15)

Também na decoração interior se nota a influência britânica como comprova o testemunho de Isabella de França (1970:67):

“As paredes ora estão forradas de bom papel ora pintadas de cores alegres e suaves, com uma guarnição de fantasia. Alcatifas e cortinas do melhor que se produz em Inglaterra. O mobiliário é também muito bonito, e, com frequência, de fabrico local. Sobre as mesas encontram-se livros ricamente encadernados, porcelana francesa e outros adornos, entre os quais não faltam jaras de flores delicadas. As boas salas de visitas do Funchal não diferem das salas mais aristocráticas de Londres, excepto em não ter fogão, e fazem extraordinário contraste com os degraus nus e os criados semidespidos.”

Devido à importância que os contactos directos dos negócios adquiriram, entre meados do século XVIII e XIX, comprovou-se um aumento de quintas, no Funchal, das 89 (contabilizadas em 1885) para 115 (“Planta Roteiro da Cidade do Funchal – Melhoramentos até ao ano de 1910” (Fig. 1⁹)), havendo, para além das quintas urbanas, as quintas de veraneio/recreio¹⁰ (VIEIRA, 1989; GOMES, 2012). Este aumento resultou também na ampliação do espaço citadino do Funchal¹¹, e da própria Ilha, assim como, “(...) assiste-se a uma mudança no “gosto” das famílias mais abastadas do Funchal.” (MESTRE, 2002:202)

Durante os séculos XVIII e XIX, também a Ilha da Madeira adquiriu uma reputação de paraíso de cura ou de alívio, devido ao clima e aos espaços de natureza exótica, única no Mundo. Durante estes séculos, na procura de locais medicinais para a cura de moléstias (como a tuberculose), a Ilha da Madeira era uma das primeiras escolhas tanto dos visitantes (numa altura em que ainda não se podia falar de “turistas” (CÂMARA, 2002; GOMES, 2012)) como dos cientistas (naturalistas, biólogos, médicos, entre outros). Portanto, estávamos perante a fundamentação das quintas como espaços com especificidades terapêuticas e direccionadas para o desenvolvimento do turismo na Madeira.

Aqui os proprietários das quintas encontraram para elas outra funcionalidade, abrindo as portas do belo, natural e exótico refúgio que os grandes muros da propriedade isolavam, transformando-as em “hotéis” onde ofereciam as mais luxuosas condições para que o visitante se sentisse em casa. Com esta adaptação as quintas passam a ser um negócio para

⁹ Todas as Imagens (Fig.), encontram-se no Anexo VI – Imagens e Ilustrações

¹⁰ A título de exemplo, veja-se o antigo cônsul britânico, Henry Veitch, que construiu as Quintas Jardim da Serra (hoje Estalagem Jardim da Serra) e Calaça (hoje sede do Clube Naval do Funchal), e vivia no Chateau Cossart Gordon (hoje Instituto do Vinho da Madeira (Rua 5 de Outubro)).

¹¹ A razão para a dispersão do espaço citadino pelas encostas montanhosas do Funchal, foi a aluvião em 1803. A execução de um Plano de Melhoramento (autoria de Brigadeiro Oudinot) através da construção da “Nova Cidade” (lado Oeste) denominada de “Núcleo das Angústias” (BETTENCOURT, 2007; GAMA, 2011).

“estrangeiros sobretudo ingleses por preços que variavam entre cinquenta a duzentas libras cada seis meses na estação de Inverno.” (GOUVEIA, 1984:16) Portanto estávamos perante o nascimento das *quintas de aluguer*, e a partir dos inícios do século XIX era raro não ser visto um anúncio nos jornais madeirenses onde era mencionada a existência de quintas para serem alugadas.

A utilização das quintas madeirenses como locais de hospedagem e postos terapêuticos de excelência prolongou-se pelo século XIX até princípios do século XX (SILVA, 1998; CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2008; GAMA, 2011).

2.2.2. QUINTA, JARDIM, PAISAGEM

A quinta madeirense, na medida em que engloba vários componentes, deve ser estudada tendo em conta a paisagem envolvente, o espaço global da quinta (propriedade), o jardim e a casa. O homem adapta a construção do espaço reservado da casa e da zona privada do jardim à paisagem natural da Ilha, privilegiando o contacto com a natureza e afirmando, simultaneamente, a possibilidade de isolamento.

A localização orográfica é um dos factores preponderantes, pois são mais procurados os lugares que podem oferecer condições favoráveis para a criação dos extensos espaços/jardins naturais, com árvores indígenas e exóticas e/ou um espaço para a agricultura, tendo ainda locais para avistar o mar, para vigiar a chegada/partida de navios de mercadorias e passageiros. Através da planta do Funchal de 1882 (Fig. 2), podemos comprovar uma maior concentração de quintas no litoral ou nas encostas do Funchal¹², apesar de, através da literatura de viagem, ser possível comprovar que existiram quintas noutros locais da Ilha, como a Quinta da Piedade (Jardim do Mar), a Quinta da Rochinha (Ponta do Sol) e a Quinta Vale do Paraíso (Camacha).

Portanto, além dos factores humanos (habitação), também os factores ambientais foram importantes para a edificação das quintas, que se tornaram reconhecidas pela forma de realçar a beleza natural (e benefícios medicinais) da Ilha através do jardim e da casa (QUINTAL, 2007).

As “preocupações” com a estética e preservação natural nas quintas intensificam-se a partir do século XVIII, quando estas deixaram de ser um sustento económico dos donos para serem lugares de encantos e de lazer e quando, segundo as directrizes “Capability” Brown e

¹² Como exemplo concreto, a Quinta Calça (hoje Sede do Club Naval do Funchal) e Quinta Albatroz (hoje Albatroz Beach & Yacht Club), como as mais próximas do mar, as Quintas das Angústias e da Penha de França, entre os 20-40 metros de altitude, e a Quinta do Terreiro da Luta como a mais afastada (850 metros de altitude).

Humphry Repton, no mesmo século em Inglaterra, se cultivava o gosto pelo natural, e o Homem transformava “propriedades inteiras, aumentando a beleza da paisagem e o rendimento de produção [agrícola]” (CABRAL, 1993:50) desenvolvendo “o gosto pelo jardim naturalista, tratado como um parque natural, o que correspondia melhor à natureza e ao clima do país” (CARITA & CARDOSO, 1987:200). A partir deste século o jardim teria também a função de purificar o ar, filtrando a poluição e as “poeiras e microrganismos”, e “de defesa do vento ou de promotora de correntes de ar” (CABRAL, 1993:50). No contexto do gosto romântico de influência inglesa, “a casa passa a ocupar na paisagem da ilha o lugar que ocupava nas paisagens de Claude Lorrain.” (MATOS, 2013:14-15) O exemplo que este autor aponta é o do enquadramento da casa da Quinta do Jardim da Serra perdida no arvoredor.

Nas quintas madeirenses sentiu-se, tanto arquitectónica como paisagisticamente, a “presença” britânica paisagista, a influência dos jardins portugueses, característicos das quintas de recreio além dos italianos, dos franceses e dos islâmicos, respeitando as origens mediterrânicas (CARITA & CARDOSO, 1987; CABRAL, 1993; QUINTAL, 2007; MATOS, 2013). Este “conjunto” de soluções arquitectónicas e paisagísticas, levou a que muitos autores tenham salientado, nas suas obras, que a concepção dos jardins das quintas beneficiaram de uma dupla influência: a Europeia e a Tropical (JARDIM, 1933; NASCIMENTO, 1954; VIEIRA, 1989; LAMAS, 1989; VERÍSSIMO, 1995b; GONÇALVES, 2007; GOMES, 2012).

Um dos factores desenvolvidos directamente pela sintaxe dos jardins naturais e exóticos foi o envolvimento do Homem através dos elementos sensoriais (visão, odor e tacto). A visão aliada aos grandes lagos (tanque espelho de água ou lago-tanque) para rega, que se elevam “pela sua situação privilegiada e tratamento decorativo, a símbolo do lugar e de vida” (CARITA & CARDOSO, 1987:39) assim como os passeios, ambos incorporados no “Jardim Português” durante os séculos XVII e XVIII (CARITA & CARDOSO, 1987), o olfacto estimulado pelos “pomares de recreio a que se vêm juntar outras plantas odoríferas” (CARITA & CARDOSO, 1987:35), enquanto o tacto é fundamentado pelo ver e pelo cheirar devido ao jardim ser “*ambulatio*”, significa que faz com que o indivíduo se mova e investigue.

Podemos aplicar o jardim da quinta a descrição de Carita e Cardoso (1987:15), pois é traçado “(...) ao sabor das condições geográficas, voltados sobre si próprios, num ambiente de requintada intimidade, mais para ser usufruído no seu interior que para ser admirado do exterior”. Existem também exemplos de desenvolvimento dos *parterres* (exemplo Quinta da Lombada) para a plantação de plantas mais pequenas como as sebes, buxos e flores, enquanto à volta estão plantadas a mais frondosas árvores de maior porte como castanheiros, carvalhos,

tis, assim como árvores de fruta como laranjeiras, limoeiros, etc. Isto ajudou a que as quintas se tornassem na “representação mimética de um bosque, reproduzindo a aleatoriedade da paisagem natural, é animado por diferentes recantos de estar que são pontuados por pequenos lagos, grutas e pérgolas.” (GAMA, 2011:8)

A representação do gosto pela natureza nas quintas, a partir do século XVIII, é transposto para o desejo/necessidade que o dono adquiriu na plantação de plantas autóctones e exóticas (exemplo Quinta Reid (Fig. 17)) para complementar o recanto paradisíaco, romântico e isolado que estes espaços adquiriram.

Porém, para a prevenção desse contacto com o exterior, a construção de altos muros com dois metros a três metros de altura, uma tradição inteiramente portuguesa, de forma a manter o conceito de “jardim recatado” e paraíso prometido, era quase como uma obrigação (CARITA & CARDOSO, 1987; CABRAL, 1993). A sua construção era realizada através do emparelhamento de pedras de basalto (exemplo a Quinta dos Cedros (Fig. 3), a Quinta da Casa Branca (Fig. 4) e a Quinta das Angústias (Fig. 5)), podendo ser revestidas por uma camada de areia e depois pintadas com cal “em cor rosa ou em amarelo e emoldurados por longas faixas brancas.” (MESTRE, 2002:19) Em alguns exemplos é ainda possível comprovar a colocação de varandins em pedra e/ou de ferro (exemplo Quinta do Pico de São João (Fig. 6)), assim como de colunatas (exemplo da Quinta dos Cedros (Fig. 7)), óptimas bases para sustentação de plantas, criando pequenas aberturas que possibilitavam a interacção e visão do jardim e sua beleza do exterior.

A porta tem “uma função de transição e de passagem de um espaço para outro, definindo quer a oposição privado-público, quer a relação de pertencer ou não pertencer a um determinado espaço da organização” (BARRACHO & DIAS, 2010:172). Tal como Cabral (1993:84) afirma, “era velho costume estarem sempre abertos os portões das ditas quintas e que os encontramos rodeando os campos de cultura, com aberturas sem porta” oferecendo a possibilidade de apreciar o seu interior. Na sua maioria de ferro fundido, podiam se apresentar com alguma ornamentação floral (exemplo da Quinta das Maravilhas (Fig. 8) e Quinta do Pico de São João (Fig. 6) (mais simples), Quinta das Cruzes (Fig. 9) e Quinta Vista Alegre (Fig. 10) (entre os dois), Quinta da Casa Branca (Fig. 4) (o mais elaborado)) e podiam ser encimados com o brasão de armas da família. Nos tempos mais recentes (a partir de meados do século XIX), a sua construção foi direccionada para a prevenção dos “olhos curiosos” que perturbassem a privacidade da propriedade, como ocorre na Quinta dos Cedros (Fig. 7) (portão com chapa) e da Quinta das Maravilhas (Fig. 8) (portão de madeira).

Outro elemento caracterizador dos jardins das Quintas Madeirenses são as *casinhas de prazer* (fins do século XVIII e princípios do XIX). Com afinidade às “casas de fresco”, são espaços de lazer dentro dos magníficos jardins, de origem mediterrânea (GONÇALVES, 2007:16; GOMES, 2012:40-41), ou inglesa (MESTRE, 2002:181), com influências indiana e chinesa (GASPAR, 2007). São comparadas às torres vigia ou torre avista-navios madeirense (GOMES, 2012), assim como “associadas a estufas e orquidários” (GASPAR, 2007), podem ser encontradas nos extremos dos jardins das quintas ou, por vezes, em lugares mais interiores do jardim, representando uma continuidade do espaço natural. Apesar de não ser uma constante em todas as quintas existem interessantes exemplos como os da Quinta do Pico de São João, Quinta Jardins do Imperador, Quinta das Maravilhas, Quinta Josephina, entre outras (Fig. 14).

A partir do século XVIII, o gosto pelo natural foi adaptado nos jardins das quintas privilegiando a ligação homem-jardim-paisagem, assim como o desenvolvimento dos sentidos da visão, do odor e do toque. A adaptação dos jardins, já em si influenciados pelas particularidades do jardim britânico, com os seus grandes relvados (exemplo Quinta do Palheiro Ferreiro (Fig 16)), e português, assim como das plantas exóticas ao clima da Ilha da Madeira, permitiram transformar estes espaços habitacionais em locais de aclimação e de naturalização ajudando na implementação de jardins botânicos ou locais de exploração científica (exemplo Quinta Monte Palace, Quinta Reid, Quinta Palmeira, Quinta da Achada (Jardins do Lago) (Fig. 15)). A construção de “Altos muros, alegretes, bancos, casas de fresco, azulejos e pavimentos de tijoleira definem-se como elementos dum espaço sobretudo de estar, (...)” (CARITA & CARDOSO, 1987:15) demonstram a união da arquitectura humana com a natural, caracterizador do jardim naturalista e paisagista, ressalvado pela componente da “privacidade” do mundo exterior (caso não exista pequenas “aberturas” nas paredes dos muros ou portas).

2.2.3. A QUINTA COMO “LUGAR”

A sociedade está em constante transformação e essa modificação manifesta-se tanto nos “actores sociais” (indivíduos) como nos espaços urbanos (cidades e edifícios). Na visão de Augé (2007), estas modificações são fruto de uma sobremodernidade (conceito que ele opõe à modernidade), que resulta do excesso a que três factores “modernos” foram levados no século XX: tempo, espaço e figura do indivíduo (usufruidor) (SÁ, 2006; AUGÉ, 2007), devido ao

facto de ter sido necessário aumentar a rapidez da movimentação e satisfação do consumo da própria sociedade (SÁ, 2006).

Esta condição é representada por uma diminuição do relacionamento do homem com os “lugares antropológicos”, fundamentando o aparecimento dos “não-lugares”. Augé (2007:47-48) define como “lugar antropológico” um espaço físico com carácter identitário (“Cada corpo ocupa o seu lugar”), relacional (“num mesmo lugar podem coexistir elementos distintos e singulares”) e histórico (“O habitante do lugar antropológico vive na história, não faz história”). “Se um lugar se pode definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode definir-se nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico, definirá um não-lugar.” (AUGÉ, 2007:67)

Tal como exemplifica este autor, os “não-lugares” correspondem a espaços físicos de circulação, de consumo e de comunicação, ou seja, aeroportos, autoestradas, centros comerciais, supermercados, caixas de multibanco, etc., ou seja, são lugares “de passagem” para um “fim” (objectivo) já definido. No seu romance *A Imortalidade*, Milan Kundera estabelece uma distinção entre as estradas e os caminhos que corresponde bem a esta abordagem antropológica de Augé, em que a estrada representa um “não-lugar” enquanto o caminho corresponde ao “lugar”:

“A estrada distingue-se do caminho não só por ser percorrida de automóvel, mas também por ser uma simples linha ligando um ponto a outro. A estrada não tem em si própria qualquer sentido; só têm sentido os dois pontos que ela liga. O caminho é uma homenagem ao espaço. Cada trecho do caminho é em si próprio dotado de um sentido e convida-nos a uma pausa. A estrada é uma desvalorização triunfal do espaço, que hoje já não passa de um entrave aos movimentos do homem, de uma perda de tempo (...) E também a sua vida, ele já não a vê como um caminho, mas como uma estrada: como uma linha conduzindo de uma etapa à seguinte, do posto de capitão ao posto de general, do estatuto de esposa ao estatuto de viúva. O tempo de viver reduziu-se a um simples obstáculo, que é preciso ultrapassar a uma velocidade sempre crescente.” (SÁ, 2006:180)

Resumindo, os “não-lugares” reduzem ao máximo a acção, a postura, a atitude, a relação e a interacção/usufruição dos indivíduos com os espaços. Além de serem criadores da solidão, são espaços com “uniformidade” representados, de acordo com Augé (2007), pela similaridade e pela despersonalização entre si. Paradoxalmente, os “não-lugares” podem impedir que o usufruidor se sinta como um *estranho* ou “*estrangeiro*”, na medida em que estes espaços de anonimato se assemelham todos entre si. O autor assinala como exemplo concreto, entre outros, os hotéis, as estradas, os aeroportos.

Augé (2007) salienta ainda que existem “não-lugares” em “lugares”, sendo ainda possível os “não-lugares” transformarem-se em “lugares”, visto que a existência dos “não-lugares” é marcado pela ausência dos símbolos antropológicos (identitário, relacional e

histórico), os “lugares” serão caracterizados pela procura e desenvolvimento desses mesmos símbolos. A questão “homem-espço”, o comportamento, a relação e a experiência do indivíduo no ambiente¹³ e na paisagem¹⁴ serão os componentes mais preponderantes para o sucesso da criação de “lugares”. Tal como Rick Altman e Kenneth Rogoff (1987) salientam, “«Os espaços tornam-se locais quando estão ligados a pessoas, ganham significado psicológico e implicam o decurso de actividades.»” (citado por BARRACHO & DIAS, 2010:28).

Portanto a existência de “lugares” e “não-lugares” está relacionada com a materialização do espaço (construído) e as actividades sociais aí praticadas (vivência no espaço) pelo homem, ressaltando porém Augé (2007), que esta diferenciação antropológica é ambígua e complexa, pois varia dependendo do espaço e do ponto de vista do Homem sobre o mesmo.

A abordagem apresentada por Augé (2007) sobre os “lugares” e “não-lugares” pode ser aplicada às quintas madeirenses pois elas funcionam como espaços identitários, relacionais e históricos: reflectem situações culturais específicas tanto nas soluções arquitectónicas como na relação com a paisagem; servem as actividades sociais que os donos realizavam dentro delas; são reconhecidas como fruto da história local. Para exemplificar estas actividades, remetemos para a descrição das várias formas de lazer, diversão e convívio que as famílias mais abastadas realizavam nas suas propriedades (“espaço privado”¹⁵), aprofundada em Gomes (2012:43-102).

As quintas podem no entanto, também, ser encaradas como “não-lugares”, dependendo do ponto de vista do Homem e do espaço temporal.

Em relação ao segundo caso (“não-lugar”), as Quintas Madeirenses podem ser divididas em dois tipos: o primeiro tipo está relacionado às Quintas dos séculos XVI-XIX e à perspectiva do Homem que vislumbra a Quinta da parte de fora (exterior) dos muros e portões ou que não tenha uma interacção (mais íntima) com os donos, impedindo uma usufruição do “espaço do privado”, esta é uma perspectiva que se mantém até aos dias de hoje, É o caso das quintas madeirenses em condições de abandono/degradação (como na Quinta Alemã (Fig.

¹³ Harold M. Proshansky (1976) define “ambiente” como “uma organização sistemática e complexa de espaço, tempo, significado e comunicação que ocorrem em simultâneo numa série de configurações.” (BARRACHO & DIAS, 2010:28)

¹⁴ A. A. Moles (1972) define “paisagem” como “«um conjunto de elementos visuais, situados num local do território e apreendidos como um todo»” (BARRACHO & DIAS, 2010:115).

¹⁵ Augé (2007) diferencia dois tipos de espaços: o público (“não-lugar”) e o privado (“lugar”). No caso do espaço público, este é dividido em dois conceitos: “espaço público” (onde existe uma prática de um debate público de diversas formas) e o “espaço do público” (onde os indivíduos se interagem); enquanto o espaço privado, está dividido novamente em dois conceitos: “espaço privado” (espaço onde se realiza actividades privadas) e o “espaço do privado” (significado literal de residência privada). (SÁ, 2006)

18), na Quinta Carlos Alberto (Fig. 19), na Quinta da Nora (Fig. 20) e Quinta Jardim da Serra) onde já não são desenvolvidas actividades sociais, bem como das quintas que sofreram transformações arquitectónicas descaracterizadoras (como ocorre na Quinta Miramar (Fig. 21) e na Quinta das Vistas (Fig. 22)), ou ainda as que foram destruídas (como ocorre na Quinta do Sol (Fig. 23), na Quinta de São João (Fig. 24) e a Quinta Deão (Fig. 27)).

A razão para a aplicação do conceito de “não-lugar” nas quintas que sofreram transformações arquitectónicas, deve-se ao facto de, após essas transformações, a arquitectura original da habitação e/ou do jardim paradisíaco se ter desvanecido, mostrando um edifício/espço sem marca identitária, histórica e despersonalizado. Cabem ainda nesta categoria os casos de transformação do objecto antigo num arquétipo espectáculo (Solar dos Zinos (Ponta do Sol) recuperado mas não reutilizado). A desunião antropológica “homem-espço” verifica-se na relação turista/hotel quando o turista escolhe uma quinta para a estadia mas sempre com o pensamento que é “um” hotel (“não-lugar”) e não um espço com valor histórico e identitário (“lugar”).

Contudo, tal como Augé (2007) conclui, os “não-lugares” podem se transformar em “lugares”. Para tal é necessário procurar os símbolos característicos do “lugar” (o identitário, o relacional e o histórico), como ocorreu na Quinta Magnólia (Fig. 25), embora neste momento esteja parcialmente desactivada, ou na adaptação da Quinta da Capela a espço turístico mantendo a sua originalidade (Fig. 26)). Esta transformação está dependente das actividades sociais que o homem realize no espço.

Em suma, a situação das quintas foi sendo modificada ao longo dos tempos, e depende da visão que cada indivíduo tem sobre as mesmas. No século XX algumas transformaram-se “não-lugar” devido às transformações sofridas (hotéis e residências privadas) e devido à falta da usufruição do homem sobre o espço. Os conceitos de Augé (2007) sobre a modificação da sociedade também transparece na história das quintas madeirenses pois o homem de “hoje” não é o mesmo do homem do “passado”.

2.3. SITUAÇÃO ACTUAL: ENTRE A DEGRADAÇÃO E A REVITALIZAÇÃO

A partir de finais do século XIX, as quintas que outrora representavam uma sociedade poderosa e cosmopolita, escondiam as verdadeiras dificuldades que os donos passavam. Foram espços especiais e únicos devido à forma idealizada de construir um objecto humano (quinta) a interagir com o objecto natural (paisagem) e torná-lo no seu paraíso sem que interfira com o respeito pela natureza (jardim).

Desde o século XVI que as dificuldades económicas foram a principal justificação para a degradação das quintas históricas, visto que os donos destas não conseguiam conciliar os lucros dos negócios com os gastos (por vezes excessivos) na manutenção destes edifícios e jardins (FRANÇA, 1970; GOMES, 2012). Contudo, foi durante os séculos XVIII e XIX que maior valor foi dado a estas quintas sendo, na opinião de António Marques da Silva (1989), a comunidade britânica a maior responsável para a sua valorização utilizando-as como espaços de privacidade, convívio e lazer.

Durante o século XIX, ainda existiu uma réstia de esperança quando muitas Quintas eram alugadas ou arrendadas como espaços de férias para os visitantes da Ilha da Madeira. Porém, a situação demográfica que a Ilha da Madeira e a capital, o Funchal, estavam a passar durante os meados desse século, provocou a necessidade de se construir novos apartamentos, moradias e hospedarias¹⁶ (para acomodar uma demanda de novos e mais exigentes turistas que visitavam a Ilha) um pouco por toda a Ilha (CÂMARA, 2002; GOMES, 2012).

Devido a estas conjunturas desfavoráveis, as quintas foram relegadas para segundo plano, agonizando (ainda mais) os seus donos, que não tinham outra solução senão a venda. Esta é uma situação que se prolongou durante o século XX até aos dias de hoje. Como consequência, houve algumas quintas que, no final do século XX, para dar as condições para a evolução urbana da cidade, não tiveram a mesma longevidade como as suas congéneres, como exemplo a Quinta de São João (demolida em 1975, Fig. 24), Quinta Deão (demolida em 1980, Fig. 27), Quinta do Sol (demolida em 1960, Fig. 23), Quintas Vigia, Bianchi e Pavão (demolidas em 1970, Fig. 28), entre outras.

Apesar das dificuldades que as quintas passaram, e ainda estão a passar, é certo que muitos destes espaços habitacionais sobreviveram e são um marco histórico-cultural da Ilha e da cidade do Funchal. A situação das mesmas está dividida neste momento em dois tipos de panoramas: uma considerável percentagem de quintas encontra-se abandonada, ou num avançado estado de degradação, enquanto outra (não menos notável) foi recuperada ou mantêm-se ainda sob tutela de privados (instituições e família(s)) (Cf. Tabela 48¹⁷).

Portanto é possível comprovar que as quintas estão perante um duplo cenário: a deterioração e o rejuvenescimento.

¹⁶ Durante o século XIX era usual referir-se à existência de *boarding houses*, *family houses* e *family hotels*, pois, tal como sublinha Matos (2013:19), “Até meados do séc. XIX, não é possível falar propriamente em hotéis na Madeira – pelo menos na acepção moderna da palavra.” Foi a partir desta tipologia hoteleira que originou a construção dos novos e modernos hotéis no Funchal. (SILVA, 1998; CÂMARA, 2002; GOMES, 2012; MATOS, 2013)

¹⁷ As Tabelas e Gráficos encontram-se no Anexo V – Gráficos e Tabelas.

É opinião geral (NASCIMENTO, 1954; GOUVEIA, 1984; VIEIRA, 1989; LAMAS, 1989; VERÍSSIMO, 1995b; GOMES, 2012; MATOS, 2013) que deterioração não é o passo mais desejado, pois permite-se assim o empobrecimento (e desaparecimento) da história e da cultura madeirense. Tal como destaca Carita e Cardoso (1987:305), quando o indivíduo “abandona” a sua quinta, abandona o seu bem mais precioso que é o jardim porque

“Os jardins florescem em cada primavera e quando abandonados morrem. Há que tomar atenção os jardins da nossa memória e que constituem o nosso património cultural. Quando restaurados há o perigo de passarem a significar outras memórias de que não se lembram, se ao fazê-lo perdermos o seu sentido profundo e original.”

Mais, Camillo Sitte, arquitecto austríaco do século XIX, salienta que é mais fácil deixar os espaços vazios e abandonados do que recuperar e dar uma nova esperança devido à

“excessiva preocupação em regularizar o espaço urbano, o que conduz não só à destruição de “pedaços de memórias” da cidade, como também à criação de praças excessivamente rectas, com “uma árvore, um chafariz ou uma estátua” colocado no seu “centro milimétrico”, o que faz naturalmente afastar as pessoas porque as deixam expostas e desconfortáveis.” (BETTENCOURT, 2007:187-188)

Como exemplos de quintas degradadas, podemos enumerar as Quinta Alemã (Fig. 18), Quinta da Piedade (Fig. 38), Quinta Carlos Alberto (Fig. 19), Solar da Ponta Delgada (Fig. 39), Solar do Aposento (Fig. 39), Solar dos Canaviais (Fig. 40) (estes três últimos pertencem à Lista de Património Imóvel Classificado pelo Património Cultural), entre outras.

O rejuvenescimento, apesar de ser o passo mais aceitável, é porém necessário ser realizado com precaução, pois corre-se o risco de o restauro passar “a significar outras memórias de que não se lembram, se ao fazê-lo perdermos o seu sentido profundo e original” (CARITA & CARDOSO, 1987:305). Os novos projectos arquitectónicos pecam na falta de preocupação “de se poupar cada velha árvore remanescente ainda capaz de sobreviver, como uma venerável estátua da história ou da arte.” (SITTE, 1889:188) Mais, Nelson Veríssimo defende que “os desmedidos planos urbanísticos destruíram, quase por completo, vários desses édens, dentro e fora da cidade, com a invasão dos inúmeros conjuntos habitacionais, sendo também uma razão pela qual, muitas das quintas já não são o que um dia foram.” (GOMES, 2012:111) (exemplo Quinta São João (Fig. 24), Quinta Deão (Fig. 27), Quinta do Sol (Fig. 23)).

Porém, foram feitos esforços “na conservação destas velhas heranças, que devem ser incorporadas com harmonia à imagem urbana” (SITTE, 1889:188), revitalizando assim estes patrimónios históricos, tendo sido realizados projectos nos quais as quintas foram recuperadas

em locais sob tutela governamental como por exemplo Quinta Magnólia (Fig. 25), Quinta das Angústias (Fig. 29), Quinta Villa Passos (Fig. 30), clínicas como a Quinta Lyra (Fig. 31), pousadas da juventude como a Quinta da Ribeira (Fig. 32) e escolas como a Quinta de Sant'anna (Fig. 33), em estabelecimentos de hotelaria (exemplo Quinta Perestrello (Fig. 34), Quinta Miramar (Fig. 21), Quinta do Palheiro Ferreiro (Fig. 16), Quinta da Rochinha (Fig. 35)), em estabelecimentos de turismo agrícola e/ou rural (exemplo Quinta das Colmeias (Fig. 36), Solar da Bica (Fig. 37)) e em estabelecimentos museológicos e/ou jardins (exemplo Quinta Monte Palace (Fig. 12), Quinta do Palheiro Ferreiro (Fig. 13), Quinta das Cruzes (Fig. 9), Quinta Reid (Fig. 17)). Também é de assinalar os esforços feitos pela DRAC e a secção do património cultural em valorizar e preservar o contexto histórico, cultural e identitário da RAM, onde 96 edifícios da Lista de Património Imóvel Classificado são quintas.

Portanto, é possível comprovar-se que as acções de revitalização são uma realidade na Ilha da Madeira, assim como os alvos dessas mesmas acções englobam as quintas. Além destas recuperações serem direccionadas para a população local, têm também como público-alvo a comunidade estrangeira que, através do desenvolvimento do turismo, visitam a Ilha durante o ano. Apesar dos esforços, o número de quintas abandonadas, ou em estado de ruína, ainda é significativo.

O trabalho de revitalização e recuperação destes espaços históricos deve ser contínuo pois, além de se recuperar a componente histórica e arquitectónica dos edifícios, podem tornar-se em espaços para a recuperação de um sector o qual as próprias quintas foram responsáveis na sua origem: o turismo.

O turismo sendo a principal fonte de enriquecimento da economia da RAM, pode, através da revitalização das quintas, ganhar um factor diferenciador na divulgação do destino 'Madeira', assim como a própria revitalização pode ganhar, socioeconomicamente, tal como o fez entre os séculos XVIII e princípios do XX, através do destaque do factor 'cultura', 'património' e de 'natureza' que caracteriza os mesmos espaços.

CAPÍTULO III – O APROVEITAMENTO TURÍSTICO DAS QUINTAS

3.1. O TURISMO: ORIGEM E O CASO DA RAM

A origem do turismo moderno¹⁸ remonta à época da Revolução Industrial aquando “[d]o aumento dos tempos livres, [d]o progresso e desenvolvimento dos meios de transporte, e [d]a melhoria do nível de vida principalmente nos países mais desenvolvidos” (DANIEL, 2010:256) da Europa.

A sua definição está associada “[a]o deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-económicas” (QUINTAL, 2008:29), segundo a OMT. Chambers (2000) também define esta acção como um

“fenómeno sociocultural [e antropológico] complexo que possibilita a turistas e residentes a vivência da alteridade [...] uma indústria de encontros entre locais e visitantes, produtores e consumidores de bens turísticos [...] [e] também uma indústria da hospitalidade” (PÉREZ, 2009:5),

enquanto Graburn (1989) associa o turismo a “uma invenção cultural e uma prática ritual moderna característica do ocidente industrializado onde o não trabalho passou a estar associado à recreação” (PÉREZ, 2009:12). Para uma abordagem histórica do desenvolvimento do turismo moderno ver Graburn (1983), Michaud (1991), Stronza (2001), Fredline (2002), Sirugiu (s.d.), Monterrubio *et al.* (2013), entre outros.

Apesar de não ser consensual a sua definição, é de opinião geral que o turismo é “uma actividade complexa e mutável, multifacetada e multidimensional”, sendo ainda um fenómeno sociocultural e interdisciplinar com ramificações à economia, geografia, direito, sociologia, antropologia e a ecologia, pelo que a sua compreensão não se resume somente aos conceitos de negócio, marketing ou gestão de produtos ou à análise de padrões de procura e/ou oferta (DUFFIELD, 1982; GRABURN, 1983; PEARCE & STRINGER, 1991; MICHAUD, 1991; MCKERCHER *et al.*, 2005; HIGGINS-DESBIOLLES, 2006; PÉREZ, 2009; PINTO, 2010).

¹⁸ “Mas o desenvolvimento acelerado do turismo moderno só começa a partir dos anos 1870 do século XIX por toda Europa, e foi possível graças a clientes possuidores de poupanças suficientes para se dedicarem ao lazer, à mobilidade social ascendente das burguesias, e também às companhias de transportes. É o tempo do romantismo, uma época na qual se glorificou a natureza e a paisagem, algo que contribuiu decisivamente para o desenvolvimento do turismo.” (PÉREZ, 2009:18)

Até aos princípios do século XX, a praxis do turismo assumiu principalmente na vertente cultural, com a importância e significado que as actividades de lazer, ócio e prazer¹⁹ detinham no desenvolvimento económico do turismo, a ser crescentemente reconhecida (TURESPEÑA, 2001; BARRACHO & DIAS, 2009; PÉREZ, 2009; RICHARDS, 2002).

Actualmente o turismo é visto como um factor de intercâmbio socio e intercultural, uma “experiência ritual moderna”, uma “prática de consumo diferencial” e um “instrumento de poder político-ideológico”, realizado através da relação e contacto entre turistas (“convidados”) e receptores de turistas (“anfitriões”) durante o tempo de lazer dos primeiros (PÉREZ, 2009:10). Mais, o sector do turismo desde os anos 60 do século XX que assume repercussões no desenvolvimento do emprego, das finanças e da economia (PINTO, 2010; DANIEL, 2010) sendo, “directa e indirectamente, [responsável] por 11,7% do Produto Interno Bruto Mundial e concentra cerca de 8% do emprego mundial (mais de 190 milhões de postos de trabalho)” a partir de 2000 (LUÍS, 2002:63).

Como refere Ignarra (2003), o turismo evolui à volta de quatro componentes-chave: o turista (o principal elemento que busca perder-se nas actividades e experiências dos locais), os prestadores de serviços orientados pelo princípio do lucro, as entidades públicas (que percecionam “(...) o turismo como um factor de riqueza para a região [ou outro destino] sobre a sua jurisdição”) e a comunidade do próprio destino turístico (“que vê [na maior parte dos casos] a actividade como geradora de empregos e promotora de intercâmbio cultural” (QUINTAL, 2008:29)).

Em relação à procura turística dos destinos, complementada por Valene Smith (1989; 1992), Feifer (1985), Jacobsen (2000) e Ignarra (2003), é sugerido sete subtipos de turistas: os “Exploradores” (que descobrem e interagem com a população, como parte integrante da experiência), a “Elite” (que viajam para destinos pouco usuais, exóticos, estando dispostos a “sofrer” os precalços que o destino lhes possa “oferecer”), os “Excêntricos” (que se afastam da multidão e procuram emoções diferentes), os “Inusitados” (que preferem os destinos ainda inexplorados e isolados), os de “Massa Incipiente” (que procuram, em grupo ou individualmente, o que consideram grandes e autênticos destinos), os de “Massa” (procuram destinos cujo desenvolvimento foi estritamente orientado para o turismo) e, finalmente, os de “Vôo Chárter” (associados a um turista (pré-organizado) que procura um destino com bom clima, ambiente familiar e pouco dispendioso).

¹⁹ Carlos Barracho e Maria João Dias salientam que Munné apoia a perspectiva de Dumazedier em que este distingue três formas de empregar o tempo do ócio: “descanso, diversão e desenvolvimento pessoal.”. (BARRACHO e DIAS, 2010:119)

Sobre as diferentes actividades turísticas e os diferentes tipos de nicho de mercado existentes, é possível estabelecer-se uma divisão em cinco tipos²⁰: Turismo Recreacional (turista tipo 4S (*Sun, Sand, Sea and Sex*) e de estação), Turismo Cultural (turista pitoresco e participativo nos estilos e vida tradicional da sociedade local do destino), Turismo Histórico (visita espaços do passado (museus, ruínas, igrejas, etc.) esquecendo a existência do presente), Turismo Étnico (turista de elite e com fortes preocupações culturais) e por fim Turismo Meio-Ambiental (turista de elite, educacional e ambiental).

No caso da RAM, o desenvolvimento do turismo acompanhou a evolução europeia, contabilizando quase os mesmos dois séculos de ‘existência’ (LAMAS, 1989; BOISSEVAIN, 1996; MESTRE, 2002; VIEIRA, 2008; QUINTAL, 2008; MARUJO, 2013). A localização geografia da Ilha e do Arquipélago, a orografia, a beleza natural, o clima (louvado e analisado por médicos, cientistas e meteorologistas portugueses e estrangeiros), como factores determinantes, e o melhoramento dos serviços (porto, aeroporto, transportes em geral, hotéis, etc.), a comercialização do vinho madeira e outros produtos locais, como factores secundários, foram os potenciadores do desenvolvimento da Madeira como destino turístico de excelência (VIEIRA, 1989; SILVA, 1998; CÂMARA, 2002; GAMA, 2011; CAMPOS, 2013).

Apesar de dos anos 60 do século XX, até aos dias de hoje, a RAM ter beneficiado dos factores ‘Sol, Mar, Praia’ ou 3S (*Sun, Sea, Sand*), outros factores para além deste trinómio ajudam a explicar o desenvolvimento do turismo madeirense.

Como foi referido no capítulo anterior, as quintas madeirenses a partir do século XVIII, depois de uma fase de passagem de sucessão dos morgadios para uma sociedade de elite composta por negociantes e mercantis (maioritariamente britânicos), foram transformadas em espaços naturais para o lazer e a cura de enfermidades. Aqui foi importante o estatuto social desta sociedade de elite pois, além de terem sido responsáveis pelo desenvolvimento dos negócios de produtos locais (açúcar de cana, vinho, bordado e vime), fomentaram a divulgação da Ilha da Madeira como estância de cura, permitindo também a estadia destes visitantes nas quintas (conhecidos como “hotéis” de descanso) (CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2008; GOMES, 2012).

A Natureza, com a fauna e a flora exóticas, e os seus benefícios terapêuticos recomendados para os visitantes “tuberculosos, convalescentes e asténicos”

²⁰ PÉREZ, Xerardo Pereira (2009), *Turismo Cultural – Uma Visão Antropológica*, Nº 2, El Sauzal, Colección PASOS edita, P. 45, citando SMITH, Valene L. (1989), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 2ª Ed., Filadélfia, University of Pennsylvania Press.

(BETTENCOURT, 2007:104), foram os primeiros produtos turísticos implementados na Madeira entre os séculos XVIII e XIX. Como enalteciam os próprios: era um

“quadro de alegria e amor e [que] esperava-nos com toda a pompa, amenidade e beleza da paisagem campestre. As colinas e vales, abafados de vinha, ofereciam-nos o penetrante odor das uvas maduras. Os bosques e as matas, sem nota de languidez, antes vivos e alegres, sorriam em volta de nós, o canto das aves impregnava melodiosamente a limpidez do ar.” (FRANÇA, 1970:199)

A RAM oferece, hoje, 16.143 hectares de floresta natural (21% do território da Ilha da Madeira), dos quais, 15.868 hectares são a floresta Laurissilva (98% de toda a Floresta da Madeira²¹ e Património Natural da Humanidade pela UNESCO desde Dezembro de 1999).

Outros factores, para além da beleza natural, devem ser considerados no desenvolvimento do turismo na RAM. Com o passar dos anos, o grau de exigência dos novos turistas foi alterando, e melhoramentos foram ocorrendo na RAM como o plano de estradas reais (1863), o porto do Funchal (1895) e a construção das novas infraestruturas hoteleiras (entre 1840 e 1891, e melhoradas a partir de 1925), tal como a evolução dos transportes marítimos para os cruzeiros de recreio (paquetes de luxo) (SILVA, 1998; CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2008). Isto ajudou no aumento do fluxo turístico para a Ilha da Madeira, assim como implicou que o turismo passasse a assumir importância no crescimento económico e financeiro da RAM, representando hoje 5%²² do PIB da Região, assim como “10% do emprego” (DANIEL, 2010:256).

A adesão à CEE (como RUP²³), que permitiu a canalização de elevados montantes de ajudas financeiras para a região, com reflexos ao nível da oferta de infraestruturas e de equipamentos essenciais do ponto de vista as operações turísticas²⁴, foi outro dos factores preponderantes no desenvolvimento do turismo na RAM (EUROPA, 2011).

Resumindo, o turismo constitui um sector estratégico por excelência na maioria das regiões marítimas e insulares do Atlântico e do Mediterrâneo (WILKINSON, 1989;

²¹ 1º Inventário Florestal da Região Autónoma da Madeira, IFRAM 1 – Relatório Final. Acedido no dia 8 de Janeiro de 2013, em: http://www.sra.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=187

²² SÁ, Jorge A. Vasconcelos (Quarta-feira, 27 de Fevereiro de 2013), «O provérbio chinês e a pergunta», *Diário de Notícias*, Nº 44740, Funchal, Empresa do Diário de Notícias, Lda., Pp. 8 - 9.

²³ “Em 1997, o Tratado de Amesterdão introduziu a base jurídica do conceito de regiões ultraperiféricas. Esta evolução foi reforçada pelo Tratado de Lisboa que reconhece a natureza especial das RUP e a necessidade de acções específicas no sentido de promover o seu desenvolvimento.” (EUROPA, 2011:1) As RUP são compostas pelas Ilhas Guadalupe, Martinica – ambas no Mar das Caraíbas –, Canárias, Madeira, Açores – Oceano Atlântico – e Reunião – Oceano Índico –, porém neste nosso caso, as RUP vão ser resumidas maioritariamente às ilhas também pertencentes à Macaronésia: Arquipélago dos Açores, Arquipélago da Madeira e Canárias.

²⁴ A sua “finalidade [é] aprofundar o conhecimento do processo de desenvolvimento económico, através da identificação das estratégias de melhoria da competitividade e redução da dependência das importações e das transferências” através da orientação de uma “promoção de um crescimento mais independente e auto-suficiente.” (EUROPA, 2011:1).

GÁRCIA-FALCÓN & MEDINA-MUÑOZ, 1999; BATLE, 2000; ANDRIOTIS, 2006; CHAPMAN & SPEAKE, 2011; CUCCIA & RIZZO, 2011; FIGINI & VICI, 2012). Estas regiões oferecem, de forma geral, oportunidades e recursos turísticos excelentes, num ambiente familiar e de segurança (HUSBANDS, 1983; WILKINSON, 1989; EUROPA, 2011). No caso da Madeira, a indústria do turismo experimentou um maior crescimento após o desenvolvimento moderno do Funchal, graças à construção de infraestruturas física, mental e de hospitalidade, associada ao papel-chave como ponto mercantil na rota Atlântica (CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2008).

Contudo o valor turístico da Ilha, como destino, tem vindo a ser afectado nestes últimos três ou quatro anos, e como tal a necessidade de desenvolver um plano estratégico de novas formas para cativar os turistas afigurar-se fundamental.

3.2. TENDÊNCIAS, FACTOS E PROSPECTIVAS (PENT 2015-2020)

Aqui torna-se pertinente utilizar, como base de estudo, o PENT 2015-2020 desenvolvido pelo MEI (e respectivas revisões em 2011 (MEID) e 2013 (MEE)), pois este Plano Nacional desenvolve uma revisão dos objectivos para a evolução do sector do turismo nos destinos portugueses (Portugal Continental, Açores e Madeira) num horizonte temporal de cinco anos. Este tipo de abordagem já fora utilizado por Korinovski e Marinoski (2012) na investigação do Turismo Cultural como factor turístico de selecção para o destino Ohrid (Macedónia).

O PENT tem por principal objectivo elaborar propostas para responder à necessidade imperiosa de cativar turistas. De facto, o turismo português está “muito dependente de quatro mercados emissores e do desempenho de três regiões (Algarve, Lisboa e Madeira), sendo ainda afectado por uma elevada sazonalidade e limitações nas ligações aéreas.” (INOVAÇÃO, 2007:5) A solução para esta lacuna, residirá “[n]O reforço das acessibilidades aéreas a cidades/regiões emissoras com maior potencial turístico em cada mercado” (INOVAÇÃO, 2007:7), de forma a contrariar o facto de ‘Portugal’ estar desde 2000 a perder quota de turistas recebidos²⁵.

O PENT analisa o turismo português com base em dois eixos: as “matérias-primas” e os mercados turísticos dos destinos portugueses.

²⁵ Em 2000 Portugal ocupava o 15º lugar com 1,8% de turistas entrados, contudo até à época 2010/2011 este destino foi perdendo lugares em relação a outros grandes países como a Espanha, Turquia, Malásia e Tailândia, de tal forma que nos anos 2010 e 2011, respectivamente, ocupa o 27º e 25º lugar. (*World Tourism Organization – Facts & Figures, World’s Top Tourism Destinations (2005)*, Acedido no dia 11 de Janeiro de 2013, em: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>)

Em relação ao primeiro factor, o PENT enumera o “Sol e Mar, *Touring* Cultural e Paisagístico, *City Break*, Turismo de Negócios, Turismo de Natureza, Turismo Náutico, Saúde e Bem-estar, Golfe, *Resorts* Integrados e Turismo Residencial, e Gastronomia e Vinhos” (INOVAÇÃO, 2007:6), com o Sol e Mar, *Touring* e *City Break*, a ser evidenciados como os produtos a serem alavancados a curto e médio prazo. O mesmo plano ainda diferencia o destino ‘Portugal’, de outros destinos mundiais, com base no “Clima e Luz” (com temperaturas amenas e com muitas horas de luz solar), a “História, Cultura e Tradição” (através da preservação do que é tradicional (festas, trajes, ...)), a “Hospitalidade” e a “Diversidade Concentrada” (características de estilo *resort* e multiplicidade de culturas), além das qualidades da “Autenticidade Moderna” e sofisticação, da “Segurança”, da “Qualidade Competitiva” e da “Qualidade/Preço”.

Em relação aos mercados de origem, o mesmo Plano divide em “Mercados estratégicos” (que inclui Portugal, Reino Unido, Espanha, Alemanha e França dado que asseguram “uma contribuição absoluta significativa para o turismo, estimulando um crescimento relativo na época baixa (Outubro a Maio) superior ao da época alta”), os “Mercados a consolidar” (relevantes para um maior crescimento turístico e que abrange países como a Itália, Holanda, Irlanda, Bélgica, Países Escandinavos, os Estados Unidos da América, o Brasil e o Japão), e finalmente, os “Mercados de diversificação” (como o Canadá, a China, Rússia, Áustria, Suíça, Polónia, República Checa e Hungria cujo “objectivo consiste no aumento de quota de mercado suportada no reforço da notoriedade do Destino Portugal.”) (INOVAÇÃO, 2007:6).

3.2.1. O PENT E A RAM

Relativamente ao caso RAM, existem outros recursos turísticos²⁶ que a região pode desenvolver, diferenciando-a de outras regiões turísticas, como a natureza, as levadas, a cidade do Funchal, as aldeias típicas madeirenses (como Camacha e Santana), a fauna e flora diversificada, a praia do Porto Santo, os centros de congressos, portos e marinas, diversificação e qualidade da hotelaria e, finalmente, o Vinho Madeira (INOVAÇÃO, 2007).

Contudo, na altura da elaboração do PENT, somente o ‘*Touring*’ e o ‘Turismo de Natureza’, eram constituídos como prioritários no desenvolvimento do turismo na RAM. Para além destes, são ainda referidos o ‘Turismo de Negócios’, o ‘Turismo Náutico’, o Turismo de ‘saúde e bem-estar’, o Turismo de ‘golfe’, os ‘*resorts* integrados e Turismo residencial’ e o

²⁶ INOVAÇÃO, Ministério da Economia e da (2007), *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal* (2007), Lisboa, Turismo de Portugal, ip., P. 73.

Turismo de ‘gastronomia e vinhos’, contudo não são englobados na categoria dos produtos prioritários a desenvolver (INOVAÇÃO, 2007).

Porém, e independentemente das prioridades propostas pelo PENT, a necessidade de se criar novos recursos turísticos, urge, pois, parafraseando Eduardo Jesus (Presidente da OEM), em declarações ao DNM: “O turismo da Madeira tem vindo a perder valor” (OLIVEIRA, 2012b) devido a muitos factos naturais (inundações do 20 de Fevereiro em 2010, incêndio em 2011 ou o aparecimento da doença “Dengue” em 2012) ou à concorrência feroz de destinos como Espanha, Turquia, Grécia, Tunísia com características turísticas similares à RAM, e que tiveram repercussões directas nas estatísticas socioeconómicas da Região.

Em relação aos estabelecimentos (Gráfico 1²⁷), os dados evidenciam que houve um aumento significativo desde 1962 (data à qual existem os primeiros dados estatísticos sobre os estabelecimentos hoteleiros na RAM) com 29 estabelecimentos em operação, aumentando em 1991 para os 116 estabelecimentos e atingindo, depois, para um máximo em 2009 (201 estabelecimentos), o que representa um aumento de 42% em 18 anos. Contudo, é de salientar também que nos últimos 12 anos, o número de estabelecimentos em funcionamento oscilou.

Através da Tabela 1 podemos comprovar que os estabelecimentos hoteleiros da RAM podem ser divididos em diferentes tipos de categorias. Nos 25 anos em análise, é de salientar a inserção em 1995 da Categoria “Turismo Rural”, uma categoria relevante para este estudo visto que alguns dos edifícios em investigação estão incorporados nesta categoria de hotelaria. Entre 1995 e 2003, o número de estabelecimentos (na categoria Turismo Rural) em funcionamento foi aumentando, até atingirem o máximo de 50 estabelecimentos em 2007. A justificação para um aumento entre 1995 e 2003 deve-se ao facto de este tipo de estabelecimento ter sido uma novidade na altura e de, na Madeira, existirem muitos edifícios que poderiam ser utilizados para este tipo de actividade.

No período compreendido entre 1946 e 2012 (Gráfico 2), o número total de dormidas foi aumentando gradualmente, atingindo as 19.538 dormidas em 1946. A partir de 1973, o número de dormidas ultrapassou um milhão, apesar de no período entre 1977 e 2012, se registarem quatro quebras (nos anos de 1978, 1983, 1993 e 2010). O máximo foi alcançado em 2008 com 6.208.144 dormidas.

Os principais mercados emissores da Madeira (Gráfico 3), centram-se no Reino Unido, Alemanha e Portugal. Em termos de valores percentuais, o mercado Britânico, entre 2000 e 2011 corresponde, em média, a 26% do total do número de dormidas na Madeira, enquanto a Alemanha a 23% e Portugal a 14%. Ou seja, estes três mercados juntos correspondem por

²⁷ Relembramos que as Tabelas e Gráficos encontram-se no Anexo V – Gráficos e Tabelas.

mais de 60% do total das dormidas. Os Gráficos 4 a 10 ilustram o crescimento do sector por nacionalidade (mercados turísticos) para o período 1946-2012.

Relativamente ao mercado do Reino Unido (Gráfico 4) o movimento de dormidas é relativamente inconstante. É possível evidenciar-se cinco máximos (em relação ao ano homólogo): 1980 com 680.153, 1992 com 999.166, 2003 com 1.656.306, 2008 com 1.764.068 e 2011 com 1.329.640 dormidas. Porém, após os máximos ocorreram quebras significativas: 1983 com 408.028, 1993 com 855.669, 2006 com 1.426.822, 2010 com 1.156.133 e 2012 com 1.148.778 dormidas.

Os dados relativamente à Alemanha (Gráfico 5) sugerem que o movimento de dormidas demonstra um crescimento progressivo e constante. No mesmo Gráfico evidencia-se também seis máximos (em relação ao ano homólogo): 1977 com 453.733, 1986 com 527.544, 2001 com 1.273.424, 2007 com 1.462.176, 2011 com 1.201.709 e 2012 com 1.322.987 dormidas. Ao contrário do mercado do Reino Unido, é possível visualizar somente três anos com decréscimos significativos: 1982 (275.785), 1989 (443.494) e 2010 (1.088.714).

Em relação aos turistas provenientes de Portugal (Gráfico 6), o movimento de dormidas é similar ao mercado do Reino Unido. O primeiro pico máximo ocorreu em 1977 (465.023), seguido de 1979 (503.452), 1983 (498.779), 2004 (816.852) e 2009 (890.518). O maior número de dormidas foi atingido em 2009 com 890.518, que representa um aumento de 127.294 dormidas relativamente ao ano anterior. Enquanto os mercados mencionados anteriormente demonstram melhorias em 2011 (em relação a Reino Unido e Alemanha) e 2012 (em relação à Alemanha), o mercado Português demonstrou quebras progressivas entre 2009 e 2011 com uma diminuição dos 890.518 (2009), para os 575.108 em 2012, ou seja, representou um decréscimo de 315.410 dormidas.

Sobre o quarto maior mercado de turistas e dormidas na Madeira, a Suécia (Gráfico 7), os dados sugerem que o movimento de dormidas é completamente diferente dos evidenciados nos três mercados anteriores. O movimento de dormidas dos turistas provenientes da Suécia ficou dividido em duas fases: a primeira fase compreendida entre 1946 e 1977 e a segunda decorre desde o ano de 1979 até hoje. Após o máximo de 1977 ter sido atingido, verificou-se uma quebra vertiginosa, passando dos 317.909 para os 137.297 em 1979, representando perdas à volta dos 56%. Na segunda fase o pico máximo situou-se nas 263.454 dormidas em 1988. Contudo e como se pode comprovar no Gráfico 7, os picos máximos são alternados com quebras, o que sugere uma elevada instabilidade deste mercado.

O padrão de dormidas relativas aos turistas provenientes de França (Gráfico 8) é muito similar ao do Reino Unido e Alemanha (quebras após ser atingido um máximo). A quebra

mais significativa refere-se a 1993 com 115.404 dormidas. Porém constata-se um crescimento constante a partir de 2005 (233.399 dormidas) até ao ano de 2009 (382.432 dormidas). A partir do ano de 2010 (317.650 dormidas), constata-se um aumento muito significativo no número de dormidas como ocorre em 2012 (591.234 dormidas), ano considerado excepcional no panorama turístico regional.

Em relação ao mercado da Dinamarca (Gráfico 9), o sexto maior mercado, o padrão de procura é idêntica à da Suécia. Tal como é demonstrado no Gráfico 9, ocorreram quatro picos máximos: 1963 com 27.944, 1976 com 117.339, 1986 com 159.263 e 1999 com 183.656. Contudo existe uma situação que não ocorre no caso Sueco: após a referida queda dos máximos, o número de dormidas estabiliza durante um período de tempo (Cf. período 1999-2011).

O mercado Holandês (Gráfico 10) evidencia um padrão equiparável ao da Alemanha, ou seja, um crescimento constante. Através do Gráfico 10 é possível destacar quatro máximos: 1977 com 81.995, 1980 com 111.226, 2001 com 201.735 e o ano de 2008 com 220.441. É possível também visualizar quatro anos com decréscimos significativos: 1978 (54.184), 1993 (73.408), 2004 (169.795) e 2010 (206.612). Curiosamente, os recordes de dormidas realizadas pelos turistas da Holanda ocorreu em 2011 com 225.877 turistas e em 2012 com 226.765 dormidas (mais 888 dormidas que o ano homólogo). Estes resultados acompanham o ocorrido noutros mercados como o da Alemanha, França e Dinamarca.

Tal como é demonstrado pelos Gráficos 11, 12 e 13, e sublinhado pelo PENT²⁸, entre 2000 e 2005 ocorreu um acréscimo nas dormidas e no número de hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros. Em 2011, e em relação ao ano homólogo, registou-se um aumento em todos os indicadores, com 5.565.286 dormidas relativas a 1.036.864 hóspedes em 28.399 quartos. Porém em 2012 os números baixam: 5.514.268 dormidas relativo a 996.423 hóspedes em 27.714 quartos.

Como sugerido acima, outra das questões pertinentes do turismo na Madeira é a sazonalidade dos turistas. Tal como é demonstrado pelo Gráfico 14, o volume das dormidas está concentrado em seis meses do ano: Março, Abril, Julho, Agosto, Setembro e Outubro. O pico das estadias ocorre durante o mês de Agosto (em média ultrapassa as 400.000 dormidas), correspondendo a 11% do total, sendo neste mês registado o número máximo de turistas (quase 700.000 turistas). Além de Agosto, os meses de Abril, Março, Julho e Setembro registam valores acima das 340.000 dormidas, representando 9% do total dos hóspedes.

²⁸ INOVAÇÃO, Ministério da Economia e da (2007), *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal* (2007), Lisboa, Turismo de Portugal, ip., P. 31.

Em relação às taxas de ocupação, podemos verificar pelo Gráfico 15 que estas têm oscilado, atingindo o primeiro máximo em 1987 (69,3%). Os valores, partir desse ano, nunca mais ultrapassaram os 61% de ocupação. O ano de 2010 foi responsável pelos piores resultados do turismo da Madeira, com 47,9% de ocupação, abaixo dos valores de 1993 (49,5%).

Também os proveitos económicos (Gráfico 16), não tiveram um crescimento constante. Entre 1991 e 1993 ocorreu uma quebra, descendo para os (97.579) euros neste último ano. Contudo esta perda foi compensada por um crescimento constante durante quinze anos (entre 1994 e 2008).

Contudo o turismo na Madeira não é somente resumido ao desempenho estatístico dos estabelecimentos e hotelaria em geral (dormidas, ocupação, etc.). Tal como foi sublinhado em parágrafos anteriores, existe um factor determinante para a evolução do turismo na RAM: os transportes (CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2008; GAMA, 2011). Na RAM, sendo um território insular do atlântico, as condições subjacentes ao transporte foram essenciais, sendo assegurados por via aérea e marítima.

Na altura, a forma de se deslocar para a Ilha da Madeira era de barco, e a construção do porto do Funchal a partir de 1895, permitiu que a Ilha da Madeira se tornasse num porto de escala e reabastecimento obrigatório no atlântico para “as navegações oceânicas e estância de turismo terapêutico” (VIEIRA, 2008:104). A partir de princípios do século XX (1927), o movimento marítimo aumentou. A partir desta data, as deslocações eram executadas em cruzeiros²⁹, o que obrigou a melhoramentos nos serviços marítimos do funchal, nomeadamente, ao último aumento do porto em 1933.

É de referir que, a partir dos anos 70 do século XX, o modo predominante de se deslocar à Ilha da Madeira é o transporte aéreo. A construção do aeroporto na Ilha da Madeira foi o factor impulsionador para a introdução deste meio no turismo madeirense, oferecendo uma nova opção para a deslocação à Ilha (VIEIRA, 2008; GAMA, 2011).

Apesar da separação temporal em termos do início de actividade de cada um dos meios de transporte, ambos nos dias de hoje são utilizados como factor de opção para os turistas se deslocarem à RAM, assim como factores de desenvolvimento do turismo na Madeira.

Retomando às referências ao PENT, os objectivos afectos à RAM, o Plano objectiva o aumento das ligações aéreas, principalmente de vôo directos, de e para a Ilha da Madeira,

²⁹ “Todos os dias estão a chegar vapores, alguns dos quais trazem regularmente passageiros, comos os transatlânticos de África do Sul e os pertencentes à “Mala Real”, além de inúmeros cruzeiros de recreio que de quando em quando fazem escala pelo porto despejando para terra levas de meio milhar de viajantes de cada vez.” (VIEIRA, 2008:113)

através da introdução de novas companhias aéreas (em contraste no número de ligações aéreas oferecidas pela Madeira e por Canárias, principais “adversárias” no turismo da Macaronésia (Fig. 66)), como prioritário. Para o efeito foi idealizada uma estratégia assente na expansão de 10 rotas e a criação de outras 10 rotas. A razão subjacente às prioridades reside no facto de a RAM “encontrar-se em desvantagem face às Canárias em termos de ligações à Alemanha e ao Reino Unido, sendo também necessário criar ligações às principais cidades espanholas” (INOVAÇÃO, 2007:90).

Tal como se pode analisar pelo Gráfico 17, o movimento de aviões entre 1964 e 2012 teve seis fases distintas: a primeira ocorreu entre 1964 (ano do término da construção do aeroporto) e 1984, atingindo 10.406 aeronaves (em termos de movimento); a segunda entre 1985 e 1993, período do qual se iniciou um aumento no número de movimentos, a terceira entre 1994 e 1999, no qual chegou aos 25.319 aviões no último ano; a quarta entre 2000 e 2003, após uma quebra entre 1999 e 2000 chegando aos 27.105 aviões; a quinta corresponde aos anos de 2004 e 2005; a sexta, e fase final, corresponde ao período de 2005 e 2012, com um decréscimo no número de movimentos no aeroporto. Em relação ao movimento de passageiros no Aeroporto do Funchal (Gráfico 18), este é composto por três fases: a primeira corresponde ao período 1996 e 2001, em que o número foi aumentando progressivamente até chegar aos 2.214.827 passageiros em 2001; a segunda fase ocorre entre 2001 e 2008 com o número de passageiros a aumentar de forma lenta. Após 2008, o número de passageiros foi caindo progressivamente até 2012.

Em relação ao sector marítimo, o PENT inclui os cruzeiros no sub-sector do turismo náutico, representando “1,2% das motivações de turistas” (INOVAÇÃO, 2007:90) com os “Açores (6,2%), a Madeira (5,8%) e o Algarve (3,1%)” (INOVAÇÃO, 2007:90) a constituírem os três destinos cujo mercado de cruzeiros está em crescendo. Tal como pode ser constatado no Gráfico 19, o número de cruzeiros que atracaram no porto do Funchal foi aumentando progressivamente ao longo de 14 anos, atingindo-se um máximo de 271 cruzeiros em 2005. Depois da quebra entre 2005 e 2006, atingiu-se em 2012, o maior número de cruzeiros alguma vez atingido (336 cruzeiros num ano, o que significa uma média de 28 cruzeiros por mês).

O número de passageiros que desembarcaram no porto do Funchal (Gráfico 20) segue a linha de tendência do número de cruzeiros. Desde 2006 que o número de passageiros a embarcar/desembarcar no porto do Funchal foi aumentando em média 49.768 passageiros ao ano atingindo em 2012 os 592.935 passageiros, representando 1765 passageiros por cruzeiro (aumento de 21% entre 2006 e 2012).

3.2.1.1. O DESTINO ‘MADEIRA’ HOJE

Como foi possível comprovar, entre 1962 e 1991 o turismo na Madeira teve uma evolução constante e progressiva, aumentando de forma excepcional a partir de 1992 até aos dias de hoje. Uma das razões para o aumento da procura, para além do aumento da procura na Europa como um todo, resultará também dos melhoramentos realizados nos estabelecimentos hoteleiros e nos serviços de transportes (aéreos, marítimos e ligações terrestres).

Contudo, o ano de 2010 mostrou ser um ano de perdas tanto nas dormidas como no número de hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros. Em dois anos (entre 2008 e 2010), os principais indicadores (dormidas e hóspedes), recuaram para os níveis que atingidos entre 2000 e 2005. O Gráfico 2 ainda mostra que o ano de 2012, com 5.514.268 dormidas, ficou ligeiramente abaixo dos valores de 2011.

Logo, tal como é sugerido nos Gráficos 21 e 22, o turismo na RAM está, no geral, perante um cenário de estagnação. Por mercados constata-se que somente os mercados da Holanda e França exibem incrementos, porém a tendência geral é de estagnação (Cf. Gráficos 23, 24, 25, 26, 27, 28 e 29).

A estagnação é uma das seis fases da TALC (*Tourism Area Life Cycle*) de Butler (1980) com que é possível caracterizar os destinos maduros, como a RAM. Tal como é exemplificado por outros autores (ANDRIOTIS, s.d.; DIEDRICH & GARCÍA-BUADES, 2009; BUTLER, 2010), estas fases englobam a exploração, o envolvimento, o desenvolvimento, a consolidação, a estagnação e o declínio ou o rejuvenescimento (Fig. 41). No caso concreto da RAM, um destino maduro, as fases da exploração e do envolvimento ocorreram entre 1946 a 1976 (podendo ainda envolver o turismo das Quintas Madeirenses entre os séculos XVIII e XIX), a fase de desenvolvimento de 1977 a 1996 (englobando a evolução do Turismo 3S), a consolidação entre 1997 e 2008 e a fase de estagnação durante estes últimos 5 anos (desde 2009) (Cf. Gráfico 30). Portanto, a RAM como destino encontra-se num impasse de evoluir para a última fase: o declínio ou o rejuvenescimento (ANDRIOTIS, s.d.; YOUNG, 1983; OGLETHORPE, 1984; NELSON & WALL, 1986; WILLIAMS, 1993; TOOMAN, 1997; MENG, WEI & YU, 2011).

Apesar de a estagnação ser uma situação alarmante como sublinham investigadores³⁰, não deixa de ser um factor positivo para o progresso do turismo da RAM, pois não deixa de ser sinal de sucesso (HOVINEN, 2002).

Contudo, o turismo de massa nas regiões insulares periféricas (como a RAM) enfrenta desafios suplementares, que radicam na sua crescente vulnerabilidade ambiental e nos mercados (excesso de construção sobre a linha de costa; atingir os limites ecológicos nos recursos não renováveis; degradação da imagem do destino; atitudes negativas por parte dos residentes). Isto obrigou a uma reflexão sobre as potencialidades e limites do modelo de desenvolvimento turístico padrão (3S) e na ocupação da orla costeira (WEAVER, 1993; WEAVER, 1998).

Como tal, um dos objectivos delineados pelo PENT 2015-2020, relativamente ao desenvolvimento turístico no ambiente e na sociedade na RAM, reporta à sustentabilidade. O conceito de ‘turismo sustentável’ é “muitas vezes retórico e não isento de polémica, pois o turismo apresenta-se em muitos casos como uma actividade predadora e nada respeitadora do meio ambiente” (PÉREZ, 2009:85), contudo este deve englobar quatro tipos de sustentabilidades: económica, ecológica, “desenvolvimento sustentável do turismo” e turismo como parte integrante e estratégica do desenvolvimento sustentável (WILKINSON, 1989; COCCOSSIS, 1996; FAGENCE, 1997; GARCÍA-FALCÓN & MEDINA-MUNÓZ, 1999; SAARINEN, 2006; LOZANO-OYOLA *et al.*, 2012). A razão para a necessidade do desenvolvimento de um turismo sustentável reside no facto de, citando Butler (2010), “lack of overall control over development in and promotion of a destination will make any form of sustainable tourism in that destination unsustainable in a very short time.” (BUTLER, 2010:21)

Este “turismo sustentável” é criado através do desenvolvimento da imagem (factor cativador e diferenciado). A imagem que o turista procura no destino turístico baseia-se frequentemente na “construção imaginária (...) das identidades locais, regionais, nacionais ou transnacionais.” (PÉREZ, 2009:59) Infelizmente, o turista procura muitas vezes uma “autenticidade encenada”, portanto saber transmitir a imagem do destino (através de brochuras, postais turísticos, etc.), não difundindo uma “imagem falsa” (ou de exagero) do mesmo (DUFFIELD, 1982; MICHAUD, 1991; MACCANNELL, 1992; BIGNÉ *et al.*, 2001;

³⁰ De acordo com Faulkner (2002) e Butler (1980), a estagnação do destino ocorre quando: os mercados turísticos mudam (estadia, sazonalidade), há novos destinos emergentes, as infraestruturas do destino perdem a sua qualidade, perda de desempenho dos serviços (sociais e ambientais) e qualidade das instituições locais (FAULKNER, 2002:13)

GALLARZA *et al.*, 2002; HUI & WAN, 2003; HUGHES & ALLEN, 2005; AGRUSA *et al.*, 2010; CHAPMAN & SPEAKE, 2011; PEDRANA, 2013).

Parafraseando Sirgado (1996): “entre a utopia e o desastre, importa procurar modelações alternativas e sustentáveis em acordo com as especificidades do território, da sociedade e da cultura” (LUÍS, 2002:66). Contudo, ser sustentável não significa impedir ou acabar com a usufruição por parte dos turistas de um determinado produto, mas sim melhorar ou desviar as atenções para outros produtos. Tal como sublinha Butler (2010), citando novamente o próprio, “capacity can be increased in an acceptable manner and degree to match demands being made on resources (human, ecological and physical) in the destination” (BUTLER, 2010:14), implicando a criação de “mais produtos para que o turista possa escolher, novos turismos face ao turismo de sol e praia ou velhos turismos reconvertidos e redefinidos para criar uma diversidade na oferta turística.” (PÉREZ, 2009:112)

Dado que vários autores sugerirem que a cultura apresenta a opção mais viável para o turismo de massa (TURESPAÑA, 2001; KERCHER *et al.*, 2005; AGRUSA *et al.*, 2010; LYNCH *et al.*, 2011; FAGINI & VICI, 2012; GNOTH & ZINS, 2013; RUSSO & BORG, 2013; PEDRANA, 2013; MOLINERO & OLIVER, 2013), urge estudar o tema. As quintas madeirenses fazem parte de um vasto leque de alternativas turísticas pois estas oferecem a história, a cultura e o património num único espaço para responder às necessidades culturais do destino 'Madeira', importantes para o desenvolvimento do turismo na Ilha.

3.2.2. CULTURA, A ALTERNATIVA SUSTENTÁVEL DO TURISMO DE MASSA (O CASO DA RAM)

O “turismo cultural” em si, na opinião de investigadores, é uma redundância (não existe turismo sem a cultura) existindo, portanto, um conjunto de definições na literatura (GRÜNEWALD, 2002; HUGHES & ALLEN, 2005; KORINOVSKI & MARINOSKI, 2012; MOLINERO & OLIVER, 2013; GNOTH & ZINS, 2013). Na prática significa desenvolver novos tipos de produtos, com novas ofertas turísticas e novos nichos de mercado através do património cultural preservando e conservando lugares e espaços para uso e consumo do turismo de massa (WILKINSON, 1989; APPADURAI, 1990; RUSSO & BORG, 2002; RICHARDS, 2002; MACDONALD & JOLLIFFE, 2003; TALAVERA, 2003).

A iniciativa da valorização da ‘Cultura’ está presente nos objectivos gerais da UE, PE e da CE, tendo já se realizado entre 1972 e 2006 importantes convenções, cartas e diplomas que sublinham a importância do património (material e imaterial) no futuro da Europa, dos países

européus e dos seus habitantes (ICOMOS, 1976; ICOMOS, 1999). Apesar de não ser certo a época de afirmação do turismo cultural nos destinos, é uma realidade que a procura de produtos culturais, patrimoniais, artísticos ou outros interligados à educação, tradição e costumes locais, aumentou nos últimos cinco anos (HUGHES & ALLEN, 2005; PÉREZ, 2009; PEDRANA, 2013).

Tal como ocorre em ‘turismo’, o significado de ‘Turismo Cultural’ não oferece consenso entre investigadores. Contudo, a CTC do ICOMOS (1976), define-o como uma

“forma de turismo que tem por objectivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios históricos-artísticos. Exerce um efeito realmente positivo sobre estes tanto quanto contribui – para satisfazer seus próprios fins – a sua manutenção e protecção. Esta forma de turismo justifica, de fato, os esforços que tal manutenção e protecção exigem da comunidade humana, devido aos benefícios sócio-culturais e económicos que comporta para toda a população implicada.”

Uma ideia apoiada por A. J. Tighe (1986)³¹, enquanto Bonink e Richards (1992) e Boniface (1995) descrevem-no como a inventariação, descrição, conceptualização e qualificação de produtos, lugares e monumentos culturais, contemplando o património, as artes, a indústria cultural e o estilo de vida do destino.

O turismo cultural visa, genericamente, “o desenvolvimento e a revitalização de identidades culturais, a redescoberta das tradições, a autoconsciência local face aos visitantes, a revitalização do sentido identitário, a protecção das “back regions”, [...]” (GREENWOOD, 1992; BOISSEVAIN, 1996; PATIN, 1999; PÉREZ, 2009)

“Segundo Zeppel e Hall (1991) o turismo cultural poderia ser considerado como um turismo experiencial que teria como base a experiência de artes visuais, artes manuais e festividades. Segundo os mesmos autores, o turismo patrimonial também deve ser considerado como experiencial e cultural, permitindo a visita a paisagens, sítios históricos, edifícios ou monumentos.” (PÉREZ, 2009:110)

Contudo, o desenvolvimento de um segmento de nicho tem os seus problemas, entre os quais a transformação da cultura em produto “kitsch” ou “mercadoria-ritual”, estratégia eventualmente fadada ao insucesso (RUSSO & BORG, 2002; GRÜNEWALD, 2002; GNOTH & ZINS, 2013). Isso deve-se à não compreensão do “património cultural na sua globalidade e reduzi-lo a simples objecto, ou expressão materialidade ou monumento”, contra as preferências dos turistas; ao entender o património cultural como uma empresa, ou então

³¹ Cite-se o original: “encompasses historical sites, arts and craft fairs and festivals, museums of all kinds, the performing arts and the visual arts and other heritage sites which tourists visit in pursuit of cultural experiences” (TIGHE, 1986:2).

não considerar a viabilidade financeira; ao não compreender o património cultural como um potenciador de momentos e de experiências por parte dos turistas; não aplicar um *upgrade* em termos de transitar da fase dos recursos para a fase dos produtos; ou ao não adotar uma abordagem moderna de entendimento do passado (ÖZDEMİR, 2007; PÉREZ, 2009; YAÑEZ, 2011).

Para que a cultura funcione em prol do turismo, é preciso “aplicar a cultura real” no dia-a-dia do turista, dado que o turismo cultural é um conjunto de “novas e profundas experiências culturais estéticas, intelectuais, emocionais e psicológicas” (STEBBIS, 1996; PÉREZ, 2009).

Um dos componentes a desenvolver no património cultural, engloba os “lugares de memória” atraindo turistas devido ao valor histórico, artístico e de vivência como prática social. Estes lugares podem ser interligados à construção de museus³². O papel destes museus engloba onze tipos de acções: coleccionar, identificar, documentar, registar, inventariar, investigar, catalogar, preservar, conservar, exhibir e difundir. Desde os “Gabinetes de Curiosidade” (com materiais exóticos), “Museus de História Natural” (baseado numa abordagem do tipo antropologia cultural com o Homem a constituir o centro da cultura), “Museus de Artes Exóticas” (exibindo a arte antiga ou denominada de “primitiva”), “Museus Interdisciplinares” (exibindo história, tecnologia e a cultura do território), “Museus para as Crianças” (como instrumento educativo para as crianças), “Museus de Lugar Real” (ligados aos “objectos quotidianos alusivos aos conflitos”), “Museus ao Ar Livre” (“*in situ* actividades artesanais e industriais com pessoas reais que ali trabalham”) e “Ecomuseus” (“a cultura de uma região ou território determinado e a produção ecológica de uma comunidade”) (LLOPART, 1994:10-13; PÉREZ, 2009:186-187).

Resumindo o turismo cultural (RICHARDS, 1996; RICHARDS, 2002) pode ser definido como uma “experiência psicossocial” (fundamental na procura de novas experiências num destino), um “processo de mercantilização da cultura”, uma “tendência para a nostalgia”, uma procura da curiosidade e da aprendizagem, uma evasão para o “outro”, uma “peregrinação moderna” (procura a ligação entre o profano e o sagrado), uma “procura de atracções histórico-culturais”, uma “indústria de representações da cultura”, “uma forma específica de viajar” e um “modo específico de consumo da cultura” (PÉREZ, 2009:109-120).

No caso da Madeira, a maior parte dos componentes culturais mais salientes no mercado, mais passíveis de associação ao sector do turismo, associam-se à história e

³² Um elemento que valoriza e celebra a arquitectura, os edifícios, os espaços públicos, constituindo um trunfo capaz de dinamizar a componente socioeconómica e a capacidade política, eventualmente a expensas do conteúdo patrimonial, assim como um espaço de regeneração cultural para o desenvolvimento sociocultural.

património da Madeira, e portanto, ao turismo de património cultural. Este é composto por um conjunto de elementos materiais e imateriais, oferecendo a conjugação do presente e do passado, sendo ainda um “instrumento de autodefinição e autoconhecimento identitários que promove as chaves de compreensão da cultura e o fortalecimento da auto consciência sobre a diversidade cultural.” (PÉREZ, 2009:145)

Porém, e dadas as restrições e possibilidades de insucesso, é necessário saber desenvolver os produtos para destacar o valor patrimonial da região. O turismo de património cultural já está a sendo desenvolvido na RAM e com alguma evidência de sucesso: a comemoração dos 500 Anos da Cidade do Funchal – *Uma Porta para o Mundo* (2008) com o lema “Fazer lembrar a cidade na sua história, sem esquecer que o importante é o presente.”³³ Estas festividades abrangeram o Património (que englobou o património monumental, património museológico e arquivístico, património natural e a toponímia), a ciência, as artes, o ambiente, o desporto, a animação, exposições, comunicação social e a actividade editorial realizando actividades, inaugurações de exposições, espectáculos, congressos e seminários sob o lema “Comemorar o Funchal é comemorar a Região.”³⁴

E tal como demonstrado anteriormente, o ano de 2008 representou um aumento significativo no número de turistas a visitar a Madeira. Estas comemorações poderão marginalmente explicar o sucesso atingido no ano em apreço.

Turismo Cultural e a Preservação do Património

A preservação do património histórico constitui uma preocupação em diversos países europeus, dada a importância do mesmo na oferta de novos produtos turísticos e cativação na opção de viajar (DICKISON *et al.*, 2004; GRYDEHØJ, 2013; LAWS, 1998; MURZYN-KUPISZ, 2013). A valorização dos edifícios históricos acrescenta valor ao destino. O segmento do património constitui um nicho de mercado próprio do sector do turismo estando sujeito a pressões crescentes exigindo, por conseguinte, uma análise rigorosa da matéria de forma a oferecer um serviço que atraia os consumidores. Duas questões chave emergem da literatura: os problemas que emergem do mau estado de conservação de parte do património e as especificidades dos turistas interessados no produto.

O problema mais notado no que se refere a património (casas senhoriais e quintas) reside no facto de os atuais proprietários viverem em espaços urbanos, distantes da vida rural, e sem capital para investir na restauração dos espaços (RUSKULE *et al.*, 2013). Ruskule *et al.* (2013) salienta a importância do financiamento comunitário na Estónia para diminuir a taxa de abandono dos espaços rurais.

Os mesmos autores chamam ainda a atenção para o facto de a alteração do estatuto socioprofissional dos espaços rurais estarem cada vez menos dependentes da agricultura. Num cenário em que as zonas rurais têm

³³ *Comemorar*, Acedido no dia 29 de Abril de 2013, em: <http://www.funchal500anos.com/02.asp>

³⁴ *Comemorar*, Acedido no dia 29 de Abril de 2013, em: <http://www.funchal500anos.com/02.asp>

cada vez mais um papel multifacetado, a recuperação dos espaços dependerá cada vez mais do seu valor turístico-cultural. As mudanças sociais em curso têm tido impactos monumentais ao nível das expectativas relativamente aos espaços rurais, com as componentes económicas, ecológica, social e cultural em igualdade, em contraponto à relativa perda de importância da produção agrícola.

As amenidades e o potencial recreacional da paisagem ganham um valor cada vez mais importante. A política comunitária tem fomentado o afastamento das práticas agrícolas intensivas para técnicas mais amigas do ambiente. Mais, os mecanismos de apoio da política comunitária têm promovido a biodiversidade e a manutenção das paisagens rurais, resultando na necessidade de desenvolver economias rurais sustentadas e de explorar todas as diferentes possibilidades de desenvolvimento rural.

É neste contexto de valorização das qualidades estéticas da paisagem, que se compreende que as imagens de espaços agrícolas ou florestais abandonados causem “desconforto” junto dos turistas (RUSKULE *et al.*, 2013; MURZYN-KUPISZ, 2013). Tal como refere Ruskule *et al.* (2013:50), os impactos sociais causados pelas perdas de espaço agrícola e da qualidade estética, mais o despovoamento, associando a “the loss of sense of a well-managed landscape can also results in feelings of desolation, isolation, oppression and loss of contact with neighbours other people”. Liira *et al.* (2012) apontam no mesmo sentido, quando referem que os problemas associados à perda e fragmentação de florestas históricas resultam na desvalorização do valor histórico.

Diferentes estudos mostram que os impactos negativos estendem-se aos proprietários. Um estudo desenvolvido por Benjamin *et al.* (2007) mostra que proprietários de terras abandonadas consideram a situação como “vergonhosa”, (do original, “untidy, useless, ugly and even stressful, generating feelings of shame about its condition”), sendo um sentimento partilhado sobretudo pela geração mais velha. Parece que, contudo, a noção mais difundida seria a de utilização ineficiente. Nesse sentido, alguns proprietários preferem a ocupação de espaços agrícolas de qualidade na floresta ao abandono. Um estudo aplicado aos Alpes Suíços concluiu que a maioria dos inquiridos, com raízes rurais, preferiria a manutenção da paisagem agrícola em vez da reflorestação. A evidência disponível sugere, portanto, que existe apoio do público na valorização e re-orientação na utilização de património agrícola e edificado para longe do abandono e da degradação.

O apoio do público poderá ser reforçado, caso constatem que a recuperação e valorização do património originem grandes ganhos, em termos económicos, com o potencial de desenvolvimento regional. Murzyn-Kupisz (2013) e Greffe (2004) oferecem uma ilustração cuidada de todas as vantagens que emergem da valorização do património, com base na experiência na Baixa Silésia (Polónia) e da França. Os autores falam de impactos ao nível do emprego (directos e indirectos), melhorias ao nível da qualidade das paisagens, e apelo a fornecedores locais.

Relativamente à procura, é de referir que vários estudos sugerem que o património constitui uma razão-chave para visitas a determinados destinos. Contudo, a procura deste mercado obedece à lógica de mercado normal (DICKINSON *et al.*, 2004), existindo evidência de uma maior dificuldade na gestão destes espaços. Laws (1998) mostra que a qualidade da experiência turística depende do sucesso da organização (modelo de visita) e da fruição do espaço onde o cliente está no centro da visita. Mais, é necessário ter em conta que o visitante inicia a visita com determinadas expectativas e necessidades de satisfação. O livro de Drummond e Yeoman (2001), analisado no *Tourism Management* oferece uma série de notas úteis. Os autores referem que o objetivo deste sector deve ser o de oferecer qualidade, o que significa que a empresa, e organização que subjaz à mesma, está organizada e implementou sistemas que permitem responder aos requerimentos e necessidades dos consumidores. Os consumidores são cada vez mais experientes, sofisticados e perspicazes nas suas análises,

expectativas e capacidades de avaliação. Neste sentido, ferramentas e abordagens associadas à análise de mercado, ao desenvolvimento de produtos e serviços, à gestão de recursos humanos e de operações e à avaliação da qualidade são decisivas. A chave para oferecer experiências únicas e memoráveis, e corresponder aos “mitos e sonhos” do turista moderno, reside na qualidade. Os autores consideram que associado à maior liberdade de escolha, customização e serviço individual está a ideia de que as visitas às atrações do tipo património são experiências individualizadas. Esta ideia leva à rejeição da possibilidade de identificação de segmentos homogêneos e centrar na análise da criação de percepções. No entanto para além da celebração do culto individual, os autores chamam a atenção para a perceção do visitante e a avaliação do mesmo à qualidade e à experiência, pois ele é também influenciado pela qualidade e diversidade dos objetos e património em “exposição” e, do lado da gestão, pelos modelos de financiamento e filosofia de gestão. Uma questão que emerge da análise é a da “qualidade” do turista afeto a este nicho de mercado. Trata-se de indivíduos com capacidade para desfrutar de experiências “culturais” e com capacidade para pagar acima da média (refere Murzyn-Kupisz (2013) que os turistas interessados em património tendem a ser “price-insensitive”). Murzyn-Kupisz (2013) ainda alerta para o perigo da gentrificação, dado o risco de se atrair uma clientela elitista.

Da literatura emerge portanto, as dificuldades que a recuperação do sector apresenta numa lógica financeira, dados os custos envolvidos. A recuperação oferece a oportunidade de criar emprego e valorizar fornecedores locais. Mais, diversas actividades suplementares podem ser desenvolvidas. A clientela atraída tende a ser culta e com grande disponibilidade para pagar, mas mais exigente e difícil de satisfazer.

Tal como foi salientado no início deste ponto, o tema “cultura” envolve o desenvolvimento de diferentes tipos de produtos.

Nesta gama de “novos” produtos, na opinião de Macdonald e Jolliffe (2003), deve ser considerado um tipo nicho que, além de intimamente interligado ao turismo cultural, engloba os mesmos pontos de conservação e preservação: o TER.

Este tipo de turismo agrupa um “conjunto de actividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais”³⁵ como o agroturismo, ecoturismo ou o “turismo verde”. Este tipo de turismo privilegia o contacto do Humano com a Natureza e a Cultura (3N – *Nature, Nostalgia and Nirvana*). A adaptação/afecção dos estabelecimentos para o TER tem como principal objectivo valorizar comercialmente a preservação, recuperação e valorização do

“património arquitectónico, histórico, natural e paisagístico das respectivas regiões, através do aproveitamento e manutenção de casas ou construções tradicionais ou da sua ampliação, desde que seja assegurado que a mesma respeita a traça arquitectónica da casa já existente”³⁶.

³⁵ Artigo 1º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

³⁶ Artigo 2º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

Mais, visa também promover a conservação da natureza através do desenvolvimento turístico, através de actividades de animação sociocultural, promovendo contactos entre os turistas e a população local. O Turismo Rural ainda oferece alternativa ao dia-a-dia das cidades com um ambiente de bem-estar e qualidade de vida diferente à existente no espaço urbano. A procura é feita geralmente por indivíduos de nível económico e cultural elevado, devendo os promotores ter em mente que o Turismo Rural “não é uma panaceia que solucione todos os problemas do meio rural.” (PÉREZ, 2009:266) O sector é ainda caracterizado por projectos/investimentos de baixa escala e localizados, o que oferece vantagens em termos de investimento inicial.

De forma geral, o Turismo Rural é reconhecido como um potenciador e regenerador da periferia, oferecendo o potencial para reverter o processo da estagnação/declínio da procura turística. Associado no imaginário dos turistas à tranquilidade dos ritmos de vida, ao escapar do *stress* do dia-a-dia, o mesmo pode dinamizar a dinâmica económica rural. O sector depende de um conjunto de atributos, de índole histórica, geográfica e sensorial/emotiva, definido na literatura como “countryside capital”, que incluem a paisagem, vida selvagem, edifícios agrícolas típicos, florestas, e modos de vida presumidos distintos (DEVESA *et al.*, 2010; NASH e MARTIN, 2003; PINA e DELFA, 2005). A procura do produto ‘Turismo Rural’ é também condicionada por razões de bem-estar e saúde, actividades ao ar livre e pela procura das áreas rurais por turistas tanto do tipo “tradicionalista/clássico” ou do tipo “moderno”. O turista moderno procura relaxar, contactar com a natureza, quer de forma passiva, quer através da práticas de desportos radicais, atingir limites psicológicos (BENTLEY *et al.*, 2007), e/ou ou aprender sobre estilos de vida alternativos, cultura, religião, saúde, entre outros. Relativamente ao “tradicionalista”, Kastenholz *et al.* (1999: 353) referem a ideia romântica e idealizada de “retorno à natureza” em termos de estilos de vida simples no campo em contacto e em comunhão com a natureza.

Estas preocupações, relativas à promoção de novos nichos de mercado (TER), estão vertidas no PDES (Plano de Desenvolvimento Económico e Social (2007-2013)). No que concerne à inter-ligação entre turismo e desenvolvimento rural, as sugestões do PDES concentram-se em desconcentrar territorialmente a oferta, com o Turismo Rural a constituir uma ferramenta de desenvolvimento local e de regeneração das economias rurais, atingidas pelo “declínio da rentabilidade nos sectores tradicionais, (...), falhas de mercado, imperfeições de mercado, e necessidade social” (CAWLEY e GILLMOR, 2008: 316). Ou seja, o Turismo Rural é entendido como factor de catalisação/dinamização do desenvolvimento regional, oferecendo oportunidades de valorização de cidades/vilas

pitorescas e da sua arquitectura, assim como de explorar o lado campestre, em linha com os modelos de desenvolvimento endógeno.

Alguns elementos e categorização deste tipo de turismo podem ser úteis. Os estabelecimentos que envolvem o TER são do tipo Turismo de Habitação, Turismo Rural, Agroturismo, Turismo de Aldeia, Casas de Campo, Hotéis Rurais e Parques de Campismo Rurais. O Turismo de Habitação corresponde ao alojamento familiar do tipo “em casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico, sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas.”³⁷ O Turismo Rural corresponde ao alojamento familiar “em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitectura típica regional.”³⁸ O Agroturismo corresponde ao alojamento familiar “em casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da actividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável.”³⁹ O Turismo de Aldeia corresponde ao alojamento “num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores.”⁴⁰ Estes tipos de estabelecimentos devem conter a arquitectura típica do local, assim como mantêm “o ambiente urbano, estético e paisagístico tradicional da região onde se inserem.”⁴¹ As Casas de Campo correspondem às “casas particulares situadas em zonas rurais que prestem um serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores.”⁴² Os Hotéis Rurais correspondem aos estabelecimentos localizados em zonas rurais “cuja população, de acordo com o último censo realizado, seja superior a 20000 habitantes, destinados a proporcionar, mediante remuneração, serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com fornecimento de refeições.”⁴³ Finalmente, os parques de campismo rurais correspondem a “terrenos destinados permanentemente ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados ou não em explorações agrícolas, cuja área não seja superior a 5000 m².”⁴⁴

³⁷ Artigo 4º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

³⁸ Artigo 5º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

³⁹ Artigo 6º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

⁴⁰ Artigo 7º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

⁴¹ Artigo 7º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

⁴² Artigo 8º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

⁴³ Artigo 9º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

⁴⁴ Artigo 10º do Capítulo I do Decreto-Lei nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial)

Apesar de ter sido no Continente que o TER se desenvolveu em primeiro lugar (legalizado a partir de 1984 (LOUREIRO, 2000; LUÍS, 2002)), é nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores que existe um maior crescimento de estabelecimentos e camas para responder às necessidades deste tipo de turismo (INOVAÇÃO, 2007; RIBEIRO & VAREIRO, 2007).

Relativamente à RAM, constata-se uma imergência muito recente do fenómeno, em parte, devido à disponibilidade de financiamentos comunitários/nacionais (nomeadamente no contexto do programa LEADER), como sucedido em Espanha (BARKE, 2004; PINA e DELFA, 2005). O desenvolvimento seguiu uma abordagem mais “teórica”, sem raízes no Agroturismo ou na “evasão” de residentes urbanos com raízes familiares nas zonas rurais/agrícolas, mas centrada na oferta de alojamento e na valorização de património familiar. As acomodações, maioritariamente, localizadas na Costa Norte da Ilha, resultam do restauro de casas antigas, ou “casas de família”, degradadas (MOLERA & ALBALADEJO, 2007: 759), ou na construção, de raiz, de casas para turismo rural, de acordo com a arquitectura tradicional.

Outro factor interligado tanto à cultura e ao TER, estando em franco crescimento na Ilha da Madeira, é o Turismo de Jardim (*Garden Tourism*) (QUINTAL, 2009; SILVA & CARVALHO, 2012; SILVA, CARVALHO & TOMÁS, 2013). Este tipo de turismo é baseado em visitas a “jardins botânicos, jardins históricos e a outros jardins com elevada fitodiversidade” (QUINTAL, 2009:1) que teve a sua origem no Reino Unido em 1990. O gosto pela paisagem e pelo jardim foram aumentando,

“Por toda a Europa, os jardins estão prestes a conhecer uma explosão significativa. (...) As cidades estão a ficar verdes nos telhados e nos pátios interiores – as varandas até se vêem transformadas em mini-lagos formados a partir de grandes vasos! Os motivos subjacentes são o desejo de um pedaço de natureza, de seguir uma vida simples e de ter um refúgio na sua própria casa, com espaços “naturais” vivos para a tranquilidade e o lazer” (QUINTAL, 2009:1),

proliferando depois mundialmente desde Brasil até à Nova Zelândia.

A Madeira não fugiu a este fenómeno devido, em parte, ao seu histórico de desenvolvimento de espaços verdes ao longo da cidade do Funchal. As Quintas Madeirenses tiveram um papel preponderante neste desenvolvimento porque eram nestes espaços que estavam plantadas a maior variedade de plantas exóticas, o que conjugado com as condições do clima, solo e água permitiu a construção de paraísos naturais comparáveis aos jardins britânicos, alemães e franceses.

Era na zona do Monte, Camacha, Santo da Serra e Jardim da Serra que estavam localizadas as Quintas Madeirenses com os maiores jardins, devido ao “clima mais fresco e húmido que o do litoral, mais próximo das condições atmosféricas da Inglaterra, melhor para a aclimação das plantas trazidas das ilhas britânicas.” (QUINTAL, 2009:3)

O desenvolvimento deste tipo de jardins permitiu que os primeiros jardins botânicos fossem criados, com o primeiro jardim a ser implementado na Quinta do Bom Sucesso (ou denominada de Quinta Reid) (Fig. 17) em 1960 denominando, em 2009, de Jardim Botânico da Madeira Engenheiro Rui Vieira, o Jardim Tropical Monte Palace (Fig. 43), Jardim da Quinta Jardins do Lago (Fig. 42), Quinta da Palmeira (Fig. 44), entre outros tantos exemplos (CARITA & CARDOSO, 1987; LAMAS, 1989; QUINTAL, 2007; QUINTAL, 2009; SILVA, CARVALHO & TOMÁS, 2013).

3.3. AS QUINTAS MADEIRENSES: TURISMO E MERCADO

Como já foi referenciado, as quintas madeirenses entre os séculos XVIII e XIX, estiveram afectas à vertente turística exercendo as funções de “hotéis” ou, na altura, denominadas de *quintas de aluguer*. A emergência destas *quintas de aluguer* ocorreu após a ocorrência da crise vinícola e a consequente venda dos terrenos onde estavam instalados as quintas (GOUVEIA, 1984; VIEIRA, 1989; LAMAS, 1989; CÂMARA, 2002; VIEIRA, 2007; GOMES, 2012; MATOS, 2013). Os comerciantes com negócios na Madeira adquiriam-nas e “transforma[va]m-nas em pousadas e hotéis de acolhimento aos inúmeros britânicos de passagem para as colónias ou à procura de cura para a tísica pulmonar.” (BETTENCOURT, 2007:103) Portanto a construção dos “primeiros hotéis no Funchal resultaram essencialmente da adaptação de edifícios pré-existentes à função hoteleira” (GAMA, 2011:8). Apesar de durante o século XX ainda existir quintas madeirenses originais, e estas terem os seus clientes, a primeira escolha dos turistas que visitavam o destino recaía nos novos e modernos hotéis construídos até então, como o Reid’s, Savoy, Casino, entre outros, diminuindo, assim, a procura das quintas históricas que, nalguns casos, eram destruídas para darem lugar aos novos estabelecimentos hoteleiros (VIEIRA, 1989; VERÍSSIMO, 1995; SILVA, 1998; MESTRE, 2002; GAMA, 2011; MATOS, 2013).

Contudo a partir de 2002⁴⁵, foi aprovado o POTRAM (Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M) que, no sentido de orientar o crescimento e distribuição do território e as

⁴⁵ Já em 2001 (8 de Setembro de 2001), tinha sido aprovado em Diário da República (nº 209) a Lei nº 107/2001 que “Estabelece as bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural”, complementada com o Decreto-Lei nº 309/2009 de 23 de Outubro de 2009 que “Estabelece o procedimento de

características dos estabelecimentos do sector turístico, de forma a adequar às especificidades das diferentes localidades da Região (paisagem, história, cultura e social), definia a

“estratégia de desenvolvimento do turismo na Região e o modelo territorial a adoptar, com vista a orientar os investimentos, tanto públicos como privados, garantindo o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e equipamentos turísticos, bem como um melhor aproveitamento e valorização dos recursos humanos, culturais e naturais.”⁴⁶

O artigo 6º do Anexo I do POTRAM assinala que, “dados os condicionamentos estabelecidos ao crescimento do alojamento turístico e a prioridade dada à qualificação urbano-turística da cidade e da sua frente marítima”⁴⁷. Como tal, a construção de novos estabelecimentos hoteleiros estavam resumidos à

“a) Requalificação e modernização de estabelecimentos existentes, com possibilidade de aumento de capacidade até 10%;
b) Recuperação de edifícios com interesse patrimonial e quintas, a integrar em pequenas unidades hoteleiras (quintas madeirenses, pousadas, estalagens), com capacidade até 100 camas; (...)”⁴⁸

O mesmo plano ainda divide a recuperação/requalificação segundo a localização geográfica: espaço urbano e espaço rural. Tal como sublinha o Artigo 12º do mesmo Decreto Legislativo Regional, a construção em espaço urbano, tem em conta os seguintes aspectos:

“a) A volumetria dos edifícios deve integrar-se na volumetria dominante da área em que se localizam, não podendo construir elemento dissonante e destacado;
b) As edificações devem manter os alinhamentos preexistentes, salvo se outro alinhamento for definido pela câmara municipal, ou se na frente do edifício forem criados espaços públicos ou colectivos arborizados e com capacidade de estacionamento;
c) Quando se trate de parcelas ocupadas com edifício, jardins ou antigas quintas, devem ser indicados os elementos a preservar e a integrar na nova ocupação.”⁴⁹

No contexto do espaço rural, a construção de estabelecimentos respeita os termos do ponto 1 do Artigo 13º do respectivo Decreto Legislativo, que enumera:

classificação dos bens imóveis de interesse cultural, bem como o regime das zonas de protecção e do plano de pormenor de salvaguarda”, este último sendo depois alterado pelo Decreto-Lei nº 115/2011 de 5 de Dezembro de 2011.

⁴⁶ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira)

⁴⁷ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira)

⁴⁸ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira)

⁴⁹ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira)

- “a) A altura das construções não pode contrastar com a da zona em que se inserem, não devendo, em geral, ultrapassar dois/três pisos no alçado de maior dimensão e com uma altura média de 3 m por piso;
- b) As características arquitectónicas e volumétricas das construções devem ter em conta as tipologias construtivas da zona onde se inserem, evitando, nomeadamente, construir grandes superfícies contínuas;
- c) Preferencialmente, devem ser utilizados materiais diversos e elementos arbóreos para minimizar os impactes visuais das edificações na paisagem;
- d) Os muros de suporte e os embasamentos dos edifícios devem, preferencialmente, ser construídos com paramentos de pedra da Região;
- e) Os empreendimentos devem integrar preexistências que traduzam a ocupação e o uso anteriores, nomeadamente estruturas de exploração agrícola, jardins, elementos arbóreos significativos, muros e portões de quintas.”⁵⁰

Portanto, como podemos comprovar no POTRAM, existe uma maior preocupação de, na construção de novos estabelecimentos hoteleiros, revitalizar-se o antigo de forma a se valorizar e divulgar o património cultural local através

“[d]o desenvolvimento de programas concretos de recuperação e de conservação de um conjunto de bens patrimoniais classificados, ou de valor regional, bem como apostar na sua divulgação através da publicação de roteiros de qualidade, no sentido de contribuir para a salvaguarda e promoção da identidade histórica da Madeira, dentro e fora da ilha.” (QUINTAL, 2008:59)

Para efeitos do plano, foram enumerados como objectos de aplicação, entre outros empreendimentos, as quintas madeirenses. Resulta deste processo três tipos de projectos de recuperação de quintas madeirenses: um primeiro tipo de recuperação reside no restabelecimento total da quinta madeirense original (casa e jardins em redor) transformando-a num estabelecimento hoteleiro, como ocorre na Quinta da Fonte (Fig. 49), na Quinta da Capela (Porto da Cruz) (Fig. 26), na Quinta de São Lourenço (Fig. 53), na Quinta Perestrello Heritage House (Fig. 34), na Quinta do Estreito Vintage House (Estreito de Câmara de Lobos) (Fig. 47) ou na Quinta do Arco (Fig. 50); um segundo tipo está associado à construção de um segundo anexo, com ou sem ligação à casa-mãe, mantendo a originalidade dos jardins paradisíacos como é exemplificado na Quinta da Casa Branca (Estalagem Quinta da Casa Branca) (Fig. 51), na Quinta Perestrello Heritage House (Fig. 34), Quinta Miramar (Pestana Miramar Garden Resort Aparthotel) (Fig. 21), na Quinta do Monte Hotel and Panoramic Gardens (Fig. 46), no Solar da Boaventura (São Vicente) (Fig.48) ou na Villa Lido e Quinta Belo Mar (ambas Pestana Palms) (Fig. 52); o terceiro tipo de projecto, consiste na

⁵⁰ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira)

transformação total da casa original num estabelecimento moderno como exemplificado na Quinta das Vistas (Fig. 22), no Hotel Four Views (antiga Quinta de São João) (Fig. 24), no Enotel Quinta do Sol (antiga Quinta do Sol) (Fig. 23) ou no Pestana Casino Park Hotel (antigas Quinta Pavão, Quinta Bianchi e Quinta Vigia) (Fig. 28)⁵¹.

Além da componente hoteleira, as quintas madeirenses foram também recuperadas para outros fins, como museus, jardins botânicos, etc. Este é um assunto a ser desenvolvido mais à frente.

A recuperação das quintas madeirenses em estabelecimentos hoteleiros modernos permitiu a criação de um novo produto turístico do sector da hotelaria. Este desenvolvimento hoteleiro foi aproveitado por operadores privados desse sector para fundar e potenciar uma nova e diferente marca de estabelecimentos na Madeira: as “Quintas da Madeira”. Esta marca madeirense acompanhou a tendência da marca continental “Solares de Portugal”, criada em 1994, que engloba as casas rústicas, quintas e herdades antigas do século XVII e XVIII com uma casa rústica numa propriedade agrícola e, mais tarde em 2008, nos Açores, a “Casas Açorianas” com o mesmo objectivo.

A marca “Quintas da Madeira” foi fundada entre 2004 e 2005, pela APM, para ajudar na promoção deste tipo de estabelecimentos hoteleiros no destino Madeira. A marca foi criada pela SRTT (antiga Direcção Regional do Turismo), a ACIF e um grupo independente de empresários e proprietários das quintas que foram transformadas em estabelecimentos hoteleiros. Esta marca contou inicialmente com 16⁵² ou 14⁵³ Quintas (REIS, 2009). Contudo, os dados relativamente a 2013 mostram apenas oito estabelecimentos, de acordo com o site da marca “Quintas da Madeira” e Silva (2011), ou 10, de acordo com o site da APM (Cf. Tabela 2).

Durante os contactos para a distribuição dos inquéritos, os dois últimos estabelecimentos da lista da APM, Quinta do Vale e Serra Golf, referiram que devido a serem estabelecimentos de categoria 4 estrelas não poderiam pertencer à marca “Quintas da Madeira” (Fig. 54).

Resumindo, para uma quinta ou estabelecimento hoteleiro de estilo quinta pertencer à marca “Quintas da Madeira” deve corresponder a sete de nove critérios, que são os seguintes:

⁵¹ Estes últimos exemplos (Hotel Four Views, Enotel Quinta do Sol e Pestana Casino Park Hotel) são uma excepção pois a destruição das quintas ocorreu nos finais do século XX e, partir de 2000, são raros os projectos cujo objectivo seja a destruição de quintas madeirenses.

⁵² *Lançada marca Quintas da Madeira*, Acedido no dia 11 de Abril de 2013, em: http://www.meiosepublicidade.pt/2006/04/Lan_ada_marca_Quintas_da_Madeira/

⁵³ *Quintas da Madeira, uma marca consolidada*, Acedido no dia 11 de Abril de 2013, em: <http://www.publituris.pt/2009/02/18/quintas-da-madeira-uma-marca-consolidada/>

“a existência de Casa Mãe; integrar e conjugar o tradicional com o moderno; ter enquadramento histórico relevante; possuir classificação de 4 ou 5 estrelas; não ultrapassar os 70 quartos; apresentar jardins com árvores centenárias; integrar as novas construções no espaço e com as construções originais aí existentes; possuir licenciamento pela Direcção Regional de Turismo; e, por último, apresentar um rácio mínimo “edificações/espacos de jardim” entre o intervalo 30%-70%.”⁵⁴

É de referir que esta marca ultrapassou a barreira da simples marca turística, tornando-se num produto oficial com imagem distinta dos estabelecimentos hoteleiros convencionais. O objectivo principal desta marca é “propociona[r] aos seus clientes novas experiências de inovação, elegância, inspiração e autenticidade. Estes são os ingredientes fundamentais que fazem deste recanto o refúgio procurado pelos que nos visitam.”⁵⁵

Porém mantém-se uma questão importante sobre as quintas madeirenses: quais as diferenças em relação aos hotéis ditos ‘normais’. A primeira diferença reside na concepção da casa e na sua arquitectura em que, de forma a ser possível “aumentar a capacidade de alojamento”, é acrescentado um novo anexo à casa-mãe original, mantendo o estilo arquitectónico da casa. Segundo, além de existir uma relação mais aproximada entre funcionários/hóspedes, existem diferenças em termos do factor preço/quarto (*RevPAR*) praticado nas diferentes épocas turísticas. Terceiro, e última diferença, a Quinta da Madeira não se resume somente à casa senhorial e a sua arquitectura, mas também aos seus espaços em redor, nomeadamente, os jardins. Estes podem ultrapassar os milhares de metros quadrados, chegando aos hectares, incluindo árvores endémicas, ervas aromáticas e outros espaços para a colocação de animais exóticos, contexto que oferece um valor extra em termos de experiência.

Contudo não é somente em Portugal que o TER é desenvolvido, havendo exemplos de países como a Irlanda com as suas “Manor House Hotels” que são “antigos castelos ou pavilhões de caça luxuosamente reabilitados e com uma oferta ampla de actividades: caça, pesca, golfe, ténis” (PÉREZ, 2009:267) ou ainda as “Village Inns Hotels” que são “hotéis de carácter familiar e cozinha tradicional, situados em pequenos municípios, e que são um lugar de encontro para conversar, beber, escutar música.” (PÉREZ, 2009:267). França e Espanha são outros dois exemplos do esforço de fomentar a reabilitação de casas rurais que são propriedade de particulares transformadas para serem utilizados pelos turistas através do aluguer dos quartos, uma ideia transcrita no Reino Unido no modelo do *Farm Tourism*.

⁵⁴ *Quintas da Madeira, uma marca consolidada*, Acedido no dia 11 de Abril de 2013, em: <http://www.publituris.pt/2009/02/18/quintas-da-madeira-uma-marca-consolidada/>

⁵⁵ Cf. brochura no site da Estalagem Quinta da Casa Branca. Acedido no dia 11 de Abril de 2013, em: <http://www.quintacasabranca.com/home.aspx>

TER e “Quintas” na Europa Ocidental

A concepção de quintas para a vertente turística tem vindo a ser desenvolvida desde os anos 60. Este desenvolvimento deveu-se à necessidade de aumentar o número de acomodações e de turistas nas zonas agrícolas dos países que se encontravam ao abandono, promovendo assim também o turismo de agricultura e Turismo Rural (TER). Pode-se dizer que o Reino Unido foi o pioneiro neste conceito turístico. A fundação da FarmStay em 1983 foi um dos pontos de partida para o desenvolvimento do Turismo em Espaço Rural, o Turismo de Quintas e o Turismo de Agricultura na Europa. Depois de se ter alastrado pelos restantes países do Mundo, o Turismo de Quintas passou a ser uma opção de turismo em vários tipos de destinos.

Pegando no exemplo do Reino Unido (BUSBY *et al.*, 2000; NILSSON, 2002), o desenvolvimento do Turismo de Quintas teve por objectivo ajudar de aumentar a actividade agrícola no país, sugerindo um olhar futurista para o desenvolvimento turístico destas mesmas zonas. O projecto tornou-se uma realidade através da ajuda de investimentos privados e, depois, pela RASE (Royal Agricultural Society of England) e da National Tourist Boards, responsável pela ‘Visit England’. Contudo permanece a questão se o Turismo de Quintas deve ser interligado ao TER, devido à dificuldade de se definir o primeiro. O desenvolvimento do TER depende das actividades que se podem complementar dentro deste assim como no âmbito de toda a logística que pode existir. O mesmo ocorre no Turismo de Quintas. Relativamente à diferenciação do Turismo de Quintas e o Turismo nas Quintas, é necessário focar a questão das actividades. Enquanto na primeira ocorre uma acção de fora para dentro, dado que os turistas “somente” visitam a quinta, na segunda há uma maior interacção em que os turistas além de visitar também ficam na quinta. Utilizando agora o exemplo da Noruega (BRANDTH, 2011), constata-se que a utilização das quintas é acoplada à secção do Agroturismo. Novamente no caso da Noruega a concepção das quintas para a vertente turística pretendeu responder a procura de autonomia laboral e financeira assim como à necessidade de valorizar e redefinir a agricultura e o turismo através da “renovação da tradição” e valorização dos espaços rurais. No caso da Noruega, pode surgir como uma actividade principal (somente virada para o turismo), ou como uma actividade turística acoplada à agricultura ou como uma actividade secundária (somente a actividade agrícola é importante). O exemplo de Múrcia, Espanha (PINA & DELFA, 2005), aproximar-se-á mais do que ocorre na Ilha da Madeira. Aqui o modelo TER baseia-se na concepção das Casas Rurais como espaços a reabilitar que, caso estejam degradadas ou abandonadas, são restauradas respeitando a arquitectura tradicional local. Contudo a fundamentação do Turismo de Quintas não está somente dependente do factor edifício. A questão da logística é também importante. Tal como se pode comprovar pelo exemplo da Noruega, basear um projecto em operadores que “se fazem” de agricultores pode ter os seus riscos, dado o risco de transmitir aos usufruidores um cenário completamente diferente da realidade ou até do genuíno.

Outros dados sobre a matéria podem ser vistos nos *sites* da *EuroGites*, para uma informação mais geral na Europa, da *Farm Stay* e *Gîtes de France*, para informações mais específicas, respectivamente, no Reino Unido e em França.

As quintas madeirenses são um tipo de estabelecimento original de grande interesse histórico-cultural, oferecendo um serviço personalizado e de qualidade, além de oferecerem uma atmosfera de tranquilidade, sugerindo um ambiente familiar e caseiro com grandes áreas de jardim de forma a oferecer aos turistas um maior contacto com a natureza tornando uma

experiência especial. Interligadas à origem do turismo na Ilha da Madeira, podem envolver o desenvolvimento de turismos como o ter, de habitação, de jardim, entre outros. Apesar de, entre os fins do século XIX e século XX, a escolha por estes estabelecimentos ter diminuído, não deixa de ser um facto de que continuam a ter o seu público/clientes.

Porém, a melhor forma para se perceber o *feedback* e influência das Quintas Madeirenses no desenvolvimento turístico na Madeira, será escutar as vozes da procura.

3.3.1. AS QUINTAS MADEIRENSES COMO PRODUTO TURÍSTICO

A escolha dos estabelecimentos hoteleiros onde se processou a distribuição dos questionários incidiu em edifícios com características de uma genuína quinta madeirense (espaços naturais exteriores e a existência de todos ou alguns pormenores da casa-mãe original). A distribuição dos questionários decorreu entre os meses de Setembro de 2012 e Fevereiro de 2013, ficando ao critério do próprio estabelecimento a abordagem aos clientes, tendo a maioria decidido organizar a distribuição através da Recepção dos Hotéis. Ver Frochot (2005) para processo similar.

Este tipo de abordagem já fora adoptado por Reis (2009) e Silva (2011), o qual centraram os seus trabalhos nas quintas pertencentes à marca de hotelaria “Quintas da Madeira”. Contudo a abordagem retida para esta tese, permitiu abranger um maior número de Quintas, incluindo unidades fora da marca, o que não ocorreu nas pesquisas já mencionadas.

O inquérito foi redigido em Português (Anexo I), sendo depois traduzido em outras três línguas: Inglês (Anexo II), Francês (Anexo III) e Alemão (Anexo IV). A organização do inquérito consubstancia-se em três secções temáticas de questões: a primeira sessão questiona sobre os dados demográficos, a segunda engloba questões relativas à acomodação no produto quintas e a terceira contempla a viagem e estadia na Madeira.

Em relação à primeira secção (dados demográficos), a mesma inclui sete questões no total: a Nacionalidade, a Idade, o Género, o Estado Civil, as Habilitações Académicas, a Situação em relação ao Trabalho e o Rendimento Médio Mensal do inquerido.

A segunda secção (acomodação no produto quintas) foi subdivida em dez questões. As três primeiras perguntas incidiam sobre o conhecimento do inquirido relativamente à existência das quintas madeirenses como estabelecimentos hoteleiros; a quarta questão incide no tipo de fonte de informação utilizada pelo inquirido no processo de procura do estabelecimento para a realização da estadia. A quinta questão inclui uma questão com dezoito características dos estabelecimentos, sendo o inquirido solicitado a seleccionar o nível

de importância de cada uma das características para a escolha. Nesta questão, a selecção dos níveis é definido de acordo com uma Escala de Likert (de 1 a 5) em que o nível 1 corresponde a “Nada Importante”, o nível 2 equivale a “Pouco Importante”, o nível 3 pertence a “Alguma Relevância”, o nível 4 corresponde a “Importante” e o nível 5 equivale a “Muito Importante”.

A sexta questão incide nas razões da primeira escolha do estabelecimento seleccionado sendo, depois, seguida de mais três questões sobre o nível de satisfação (novamente baseado numa Escala de Likert entre 1 a 5), seguindo de mais duas questões onde se questiona sobre a probabilidade de voltar a permanecer neste mesmo estabelecimento e de recomendar o estabelecimento para uma estadia ou visita. Finalmente, a última questão deste grupo tem o propósito de inquirir qual seria a melhor altura para realizar uma estadia ou visita neste mesmo estabelecimento.

O terceiro grupo, e último do inquérito, foi organizado de forma a se poder obter alguns dados sobre a viagem e a estadia realizada pelo inquirido. As questões permitem saber qual a frequência de viagens ao longo do ano, se se trata da primeira visita à Ilha da Madeira, quantas vezes já visitou a Ilha (caso a resposta anterior seja negativa), se viajou acompanhado, quantos adultos e crianças viajaram e, por último, qual foi o tipo de destino que o inquirido procurou em alternativa à estadia na RAM. As duas seguintes questões englobam os meios de transportes utilizados. Outra questão tem por objectivo descobrir qual o mês ideal para experimentar na Madeira. Várias perguntas foram também incluídas com a finalidade de se saber qual a antecedência de planeamento da viagem, o número de dias da estadia e se para efeitos de organização da viagem foi adquirido Pacote de Viagem e qual o Regime de Pequeno-almoço. Questões sobre o montante de despesa foram também incluídas. As três questões seguintes, também baseado na Escala de Likert de 1 a 5, incidem na Imagem do destino ‘Madeira’ (antes e depois da visita à Madeira), e no grau de satisfação geral do próprio destino. As quatro perguntas seguintes são apresentadas sob a forma de quatro quadros: o primeiro corresponde às actividades realizadas no destino; o segundo inquire sobre o conhecimento que dispõe sobre as Quintas Madeirenses (onde é incluída uma pergunta relativamente à experiência com o produto quintas); um outro quadro incide na necessidade de melhorar os produtos do destino ‘Madeira’. E finalmente o último quadro inclui dez características da RAM enquanto destino turístico, sendo o turista convidado a classificar a importância dessas características para a escolha do destino Madeira (baseado na Escala de Likert de entre 1 a 5).

Para terminar o inquérito, é feita a questão se voltaria a realizar uma nova estadia na Madeira assim como uma nota de agradecimento à participação do inquirido e um aviso de que a informação é de cariz anónima.

3.3.1.1. ANÁLISE DOS DADOS

Uma análise dos dados oferece uma perspectiva da percepção e imagem das quintas, por parte dos turistas. Deve ser lembrado que a distribuição destes inquéritos foi realizada em estabelecimentos com características de uma genuína quinta madeirense, ou seja, com espaços naturais exteriores e a existência de todos ou alguns pormenores da casa-mãe original. É necessário referir também que devido ao facto de se tratar de um estudo pioneiro, não existem fontes de referência, que permitam com facilidade comparar dados.

Dos 415 inquiridos, é possível constatar que os mercados Alemão (40%), Outro (24%), Inglês (14%) e Francês (12%) predominam. Os mercados Italiano (2%) e Norueguês (4%) apresentam um peso reduzido (*Cf.* Gráfico 31). Em relação aos 99 inquiridos que assinalaram a Nacionalidade “Outro” (Tabela 3), estes distribuem-se pelas seguintes nacionalidades: Rússia (25%), Dinamarca (12%), Áustria (13%), Suíça (8%), Hungria (2%), Eslováquia (2%) e América (1%).

A distribuição das nacionalidades na amostra afasta-se dos valores divulgados pela Direcção Regional de Estatística. Contudo, o facto de a tese se debruçar sobre um segmento muito específico do mercado local limita a possibilidade de comparar os resultados aqui apresentados com outros estudos, pelo que se deve assumir numa primeira análise que o nicho apresenta uma distribuição por nacionalidade diferente do resto do sector.

Relativamente à distribuição etária, o Gráfico 32 indica que os inquiridos com mais de 50 anos correspondem a 70% da amostra. Os dados apurados sugerem também uma média de idades de 5,81 (53 anos). Dado que o escalão 5 corresponde às idades entre os 40 e os 49, optou-se por considerar o valor médio, linha de raciocínio também aplicada noutros cálculos apresentados à frente. Conclui-se assim que o turista atraído pelo produto é de meia-idade, dado que os valores relativos aos inquiridos nas Faixas Etárias menos 18, 18-24 e 25-29 (6%) são residuais. No entanto os valores computados aproximam-se dos valores estimados noutros estudos, na área de Turismo Rural e Turismo de Quintas. (PÉREZ, 2009; QUINTAL, 2008)

Relativamente ao cruzamento Idade com a Nacionalidade, constata-se que 72% dos inquiridos do mercado Inglês (Gráfico 33) declara ter mais de 50 anos. Relativamente ao mercado Alemão (Gráfico 34), constata-se que 76% declara idades superiores a 50 anos, com

45% desses a ter mais de 60. Quanto ao turista Norueguês (Gráfico 35), constata-se que 57% terá mais de 50 anos, com 38% a mencionar ter idade entre os 50 a 59 anos. Relativamente ao turista Italiano (Gráfico 36), constata-se que 63% declara idades entre os 30 a 39 anos e 25% entre os 40 a 49 anos. Quanto ao turista Português (Gráfico 37), constata-se que 74% menciona ter idades entre os 30 a 59 anos. Relativamente ao turista Francês (Gráfico 38), constata-se que 68% menciona ter uma idade superior aos 50 anos. Relativamente à nacionalidade Outro (Gráfico 39), constata-se que 69% declara-se com mais de 50 anos. Resumindo, podemos concluir que os segmentos Outro, Inglês, Francês e Alemão são os que, em média, demonstram idade mais avançada (80% com mais de 40 anos), com os mercados Italiano e Norueguês a salientar-se pela “relativa” juventude.

Avançando para os valores do Género, de acordo com o Gráfico 40 podemos comprovar valores relativamente equilibrados, com ligeira prevalência do Sexo Masculino (51%).

Relativamente ao Estado Civil (Cf. Gráfico 41), comprova-se que a larga maioria dos visitantes são Casados (75%). O turista Solteiro corresponde a 17% da amostra. Inversamente, 8% dos turistas que visitam declaram ser Viúvos, valor facilmente compreendido caso se considere a idade média computada acima. Quando cruzado com a Nacionalidade, nas categorias Outro (85%), Inglês (84%), Alemão (77%) e Francês (70%) (Cf. Gráfico 42) predominam os casais. No caso do segmento Solteiro(a) são os turistas de nacionalidade Norueguesa (50%) e Italiana (57%) que registam maiores valores predominam. Relativamente ao mercado Português, 37% declara ser Casado(a) ou Solteiro(a) e 26% assinala ser Viúvo(a). É de salientar que 20% dos franceses que escolhe a Madeira para uma estadia são viúvos.

Quanto às Habilitações Académicas, os dados sugerem Habilitações Académicas ao nível de Licenciatura⁵⁶. Constata-se no Gráfico 43 que mais de metade dos inquiridos tem os níveis escolares mais elevados: Licenciatura (25%), Mestrado/Doutoramento (21%) e 12º Ano (17%). Os resultados confirmam os dados avançados noutros estudos (QUINTAL, 2008). Numa análise por Nacionalidade (Cf. Gráficos 44 a 50), sugere ser o mercado Português o mais bem cotado em termos de Nível de Educação Média (68% dos inquiridos com Habilitações ao nível da Licenciatura mais Mestrado/Doutoramento). Dado que a categoria “Licenciatura” predomina na generalidade dos mercados, o interesse deve virar-se para a categoria “Mestrado/Doutoramento”, em termos de diferenciação.

Em relação à Situação de Trabalho dos inquiridos, através dos dados pode-se comprovar que a maioria dos inquiridos é Activo (57%). No entanto os Não Activos corresponderem a

⁵⁶ Dado que o escalão 3 corresponde ao 12º Ano, optámos por escolher a Licenciatura porque o valor está mais aproximado ao valor 4 (Licenciatura).

quase 43% da amostra (Cf. Gráfico 51). Uma análise dos dados (Cf. Gráfico 52) indica que o turista Activo é maioritariamente do género Masculino (58%).

Relativamente ao Rendimento Mensal, o mesmo em média corresponde aos 3047 euros. O Gráfico 53 demonstra que 27% têm um rendimento mensal entre os 2000 a 3000 euros, seguido do escalão entre os 1000 e 2000 euros (22%).

O cruzamento dos dados do Rendimento e a Situação do Trabalho (Cf. Gráfico 54) sugere que nos escalões 1000 a 2000 euros (24%), 2000 a 3000 euros (22%), acima dos 5000 euros (17%) e 500 a 1000 euros (14%) predominam os Activos, enquanto nos escalões de 2000 a 3000 euros (34%), 1000 a 2000 euros (20%) e 3000 a 4000 euros (14%) predominam os Não Activos.

Relativamente ao Rendimento Mensal versus as Habilitações Académicas, constatamos pela Tabela 4 que os turistas com menos de 500 euros possuem geralmente o Ensino Secundário (50%). Relativamente aos que auferem entre os 500 e 1000 euros, predomina a Licenciatura (31%). O predomínio da Licenciatura é também visível nos escalões 1000 a 2000 euros, 2000 a 3000 euros. Relativamente aos que ganham entre os 3000 e 4000 euros, predomina o Mestrado/Doutoramento (28%), o mesmo acontecendo com os que auferem entre os 4000 e 5000 euros. Finalmente, em relação aos que ganham mais de 5000 euros, predomina também o Mestrado/Doutoramento (49%) o nível de qualificação neste nível.

Os Gráficos 55 a 61 e a Tabela 5 permitem concluir serem os mercados Outro, Alemão e Francês a exibirem maior poder de compra. No que se refere ao último escalão de Rendimento, constatamos serem os mercados Norueguês, Alemão e Outro os mais interessados.

Constata-se que 44% dos inquiridos refere ter conhecimento do “produto” quintas da Madeira (Gráfico 62). Dada a relativa invisibilidade do conceito, não deixa de ser um valor surpreendente. As respostas ao item ‘Visita e/ou Alojamento’ (Gráfico 63), permitem concluir que 23% menciona a opção “Já Visitei”, 13% assinala “Já Fiquei Alojado” e 8% seleciona a opção “Já Visitou e Fiquei Alojado” num estabelecimento deste tipo. Apesar de 56% dos inquiridos terem respondido “Nunca”, o que pode significar que não têm consciência do facto de estarem a pernoitar numa quinta. Contudo não deixa de ser verdade que as Quintas da Madeira são um “produto” conhecido por 44% dos visitantes inquiridos.

Quando se cruzam os dados ‘Conhecimento das Quintas’ com a variável ‘Nacionalidade’ (Tabela 6), constata-se serem os segmentos Alemão (34%), Francês (18%) e Inglês (16%) os mais conhecedores das Quintas, enquanto os mercados Português, Italiano e Norueguês (todos com 7%) exibem maiores índices de desconhecimento. Relativamente à

questão “Visitei e Fiquei Alojado” podemos comprovar serem os segmentos Outro (29%), Inglês (26%) e Alemão (24%) que mais optam pela opção, ao contrário do Francês (6%), Norueguês (6%) e Italiano (0%). Por último, constata-se serem os mercados Alemão (47%) e Outro (32%) com maior taxa de respostas na opção “Nunca” ficaram alojados nem visitaram os edifícios em questão. Os valores percentuais apresentados referem-se ao total de inquiridos que seleccionaram as respectivas opções de escolha.

O cruzamento dos dados do ‘Conhecimento das ‘quintas’ por Nacionalidade (Cf. Gráfico 64), sugerem os mercados Alemão (48%) e Outro (28%) como os menos conhecedores. Inversamente, cerca de 17% dos Ingleses e Franceses e 9% dos Portugueses declaram conhecer o produto.

Em relação a estadias anteriores noutros países em estabelecimentos semelhantes às Quintas da Madeira, sugere o Gráfico 65 que 50% dos inqueridos já realizaram uma experiência semelhante noutros países.

Relativamente às Fontes de Informação que foram utilizadas na análise e processo de escolha do “produto” em questão, os Gráficos 66 a 71 sugerem que as opções Websites (49%), Conselhos de Amigos e Familiares (26%), Catálogos (25%) e Visitas Anteriores (24%) constituem as principais formas de informação. No extremo oposto surgem a Publicidade (11%) e a Curiosidade (8%).

O cruzamento da variável ‘Fontes de Informação’ com a variável ‘Conhecimento das Quintas’ permite sugerir que o Website (43%) (Gráfico 72), as Visitas Anteriores (36%) (Gráfico 75) e os Conselhos (35%) (Gráfico 73) são as Fontes mais utilizadas pelos “conhecedores”. Inversamente, os Catálogos (24%) (Gráfico 74), a Publicidade (15%) (Gráfico 77) e a Curiosidade (13%) (Gráfico 76) são as menos utilizadas.

O cruzamento da variável Fontes de Informação e a variável Nacionalidade, sugere dados reveladores. Através do Gráfico 78 constatamos que os segmentos Alemão (55%) e Inglês (53%) constituem as nacionalidades que mais utilizaram o Website como Fonte de Informação. Inversamente, os segmentos Italiano (63%) e o Português (63%) são aqueles menos utilizaram esta Fonte de Informação. Relativamente ao item ‘Conselho’ (Gráfico 79), podemos testemunhar que os mercados Italiano (63%) e o Norueguês (50%) são aqueles que mais utilizaram este meio de informação. Inversamente, os mercados Outro (23%) e Alemão (21%) são aqueles que menos utilizam este item. Relativamente ao item ‘Catálogos’ (Gráfico 80), constatamos que estes são pouco utilizados. Os mercados Alemão (33%) e Inglês (25%) constituem as nacionalidades mais interessadas neste item. Os mercados Italiano (13%) e o Norueguês (13%), são os que menos utilizam o “Catálogo” como factor de conhecimento e

escolha. Em relação às Visitas Anteriores (Gráfico 81), comprovamos que os segmentos Português (37%) e Norueguês (31%) constituem as nacionalidades mais utilizadoras. Inversamente os mercados Alemão (19%) e o Italiano (0%) utilizaram em menor percentagem. Relativamente à Curiosidade como Fonte de Informação (Gráfico 82), podemos testemunhar, novamente, um cenário similar ao “Catálogos”, dado a pouca procura. Curiosamente os mercados Português (32%), Francês (25%), e Norueguês (19%) constituem as que mais utilizaram esta fonte. Sobre a Fonte de Informação ‘Publicidade’ (Gráfico 83), testemunhamos pouco interesse. Os segmentos Italiano (25%) e Francês (25%) constituem as nacionalidades com utilização acima da média.

Em relação aos factores de selecção do Estabelecimento, foram seleccionados 18 itens, eventualmente relevantes, para o processo de decisão. Tal como podemos comprovar pela Tabela 7, os três itens mais importantes para a escolha do estabelecimento foram “Bom Serviço de Acolhimento e Hospitalidade” (88%), “Clima Fresco e Natural” (86%) e “Beleza do Edifício, Jardins e Paisagem” (85%). Na Tabela 7 podemos ainda verificar que os itens “Bom Serviço de Acolhimento e Hospitalidade” e “Clima Fresco e Natural” são aqueles que apresentam as maiores percentagens no nível “Muito Importante” (respectivamente, 56% e 46%). Os valores são semelhantes aos que resultariam dos cálculos da média. Os valores reportados resultam da soma das respostas “Importante” com “Muito Importante”.

É possível comprovar detalhadamente os factores enumerados através da Tabela 8. Os Gráficos 84 a 88 e as Tabelas 9 a 18, mostram a distribuição das respostas pelas cinco categorias mais escolhidas por mercado e por categoria.

Através do Gráfico 89 podemos comprovar que a escolha do estabelecimento onde o turista se aloja como Primeira Escolha é unanime: 88% dos inquiridos respondeu Sim, enquanto 12% respondeu Não.

Em relação ao Grau de Satisfação (Cf. Gráfico 90), podemos comprovar que as respostas variam entre o Muito Satisfeito (56%) e o Satisfeito (36%). Contudo não deixa de se constatar existir 8% dos inquiridos que tenha respondido de forma diferente: Muito Insatisfeito (2%), Insatisfeito (1%) e Suficiente (5%).

Relativamente à questão se Voltaria (Gráfico 91) a realizar uma visita e/ou estadia no estabelecimento que escolheu, 94% dos inquiridos respondeu “Sim”. Sobre a questão se Recomendaria (Gráfico 92) este mesmo estabelecimento as respostas voltam a ser unanimes com 96% dos inquiridos responde “Sim”.

Quanto à melhor estação/altura para realizar uma estadia no estabelecimento escolhido, a estação Outra (34%) (Março, Abril, Dezembro) (Gráfico 98), Verão (25%) (Gráfico 94),

Inverno (24%) (Gráfico 95) e Páscoa (22%) (Gráfico 97) constituem as escolhas dos inquiridos. Inversamente, a altura do Natal e Fim de Ano (10%) (Gráfico 93) e do Carnaval (6%) (Gráfico 96) parecem ser as menos interessantes. Comparativamente à Nacionalidade, constatamos que a altura do Natal e Passagem de Ano (Gráfico 99) é preferida pelos mercados Inglês (18%), Norueguês (13%), Outro (11%) e Francês (10%). Em relação ao Verão (Gráfico 100), podemos comprovar que os mercados Norueguês (67%), Italiano (50%) e Português (37%) constituem os mercados mais interessados neste período para realizar uma estadia. Inversamente, o mercado Alemão (15%) constitui o que menos optou pelo Verão. Relativamente ao Inverno (Gráfico 101) constatamos que os segmentos Outro (35%), Inglês (30%) e Francês (25%) constituem os mercados interessados. Inversamente, o Italiano (13%) e o Norueguês (13%) constituem as nacionalidades que menos seleccionaram o Inverno. Relativamente ao Carnaval (Gráfico 102) constatamos que o mercado Francês (19%) constitui o segmento mais interessado. Inversamente, os mercados Outro (5%), Português (5%), Alemão (1%) e Norueguês (0%) constituem os menos interessados. Em relação à Páscoa (Gráfico 103) constatamos que os segmentos Italiano (38%) e Inglês (32%) constituem os mais interessados. Sobre a altura ‘Outra’ (Gráfico 104) constatamos que o mercado Alemão (51%) constitui a nacionalidade que mais escolheu a opção em apreço. Inversamente, os mercados Norueguês (13%) e Italiano (0%) constituem as que menos seleccionaram ‘Outra’.

Relativamente ao item ‘Frequência de Viagem’ (Cf. Gráfico 105), constatamos que 43% dos inquiridos viaja uma vez por ano, 35% viaja mais do que duas vezes por ano e 18% viaja três vezes por ano. Através destes dados é possível concluir que 43% dos inquiridos seleccionam o destino Madeira como primeira opção do ano, em termos de férias.

Relativamente ao número médio de férias/ano (Cf. Gráficos 106 a 112), constata-se que o mercado Inglês declara em média duas viagens/ano (43% dos casos), com 12% declara mais de três viagens/ano. Relativamente ao segmento Alemão, constata-se que a média é de uma viagem/ano (49% dos casos), o que também sucede com os mercados Norueguês, Italiano, Português e Francês. O mercado Outro declara em média duas viagens/ano (41% dos casos).

Relativamente ao número de viagens/ano em relação à idade (Tabela 19), constatamos que os turistas com mais de 60 anos, 74% viajam mais de duas vezes por ano. Os inquiridos entre os 25-29 anos viajam três ou mais viagens por ano (18%).

Comparativamente o número de viagens/ano versus Rendimento Mensal, constatamos pela Tabela 20 que à medida que o Rendimento aumenta, o número de viagens/ano também aumenta. Os indivíduos com mais de 4000 euros, viajam mais de três viagens por ano.

Como se constata no Gráfico 113, a maioria dos inquiridos (71%) declara realizar a primeira visita à Madeira, com 29% repetentes. Dentro deste grupo de repetentes, como se constata pelo Gráfico 114, 8% declara que repetiu duas vezes a visita à Madeira. Procedendo ao cruzamento das variáveis ‘Primeira Visita à Madeira’ com ‘Frequência de Viagens’ (Cf. Gráfico 115), constatamos que 52% daqueles que visitam pela primeira vez a Madeira pertence ao grupo que declara só viajar uma vez/ano. Como tal é possível concluir que os inquiridos que realizaram uma única viagem para o exterior escolheram a Ilha da Madeira em primeiro lugar. À medida que o número de viagens aumenta, a percentagem dos inquiridos que realizam a primeira visita à Madeira diminui, ou seja, o número de repetentes aumenta.

Relativamente à companhia de viagem (Gráfico 116), constatamos que 10% dos inquiridos realiza a viagem à Madeira sozinho, com 90% a declarar realizar a visita acompanhado. Deste último grupo, 56% é acompanhado com mais um adulto e 23% vem com mais dois adultos (Cf. Gráfico 117). Inversamente, o número de inquiridos a viajar com mais de 4 adultos acompanhantes é residual (5%) o que significa que o destino Madeira não será visto como um destino para grupos. Podemos constatar pelo Gráfico 118 que apenas 7% dos inquiridos menciona ser acompanhado por uma criança, enquanto 1% é acompanhado por duas crianças, sendo possível concluir que o destino Madeira não é visto como um local turístico para as crianças, pelo menos no respeito a esta amostra.

Através destes dados é possível concluir que os viajantes que escolheram a Ilha da Madeira como destino para uma estadia, o fazem acompanhados demonstrando um destino que serve como primeira experiência. Comparativamente aos inquiridos que Viajaram Sozinhos (Gráfico 119), note-se um peso dos Viúvos (26%) razoável.

Em relação ao tipo de nicho selecionado na Madeira (Cf. Gráficos 120 a 125), constata-se que predomina a “Cidade” (43%), seguido da “Montanha” (35%), do “Campo” (33%) e da “Praia” (29%). Contudo é interessante a escolha “Saúde” por parte de 21% dos inquiridos (Gráfico 124), o que demonstra o potencial de regresso do Turismo Terapêutico.

Comparativamente ao cruzamento Nacionalidade com os Tipos de Destino (Cf. Gráficos 126 a 131), constatamos que o item Praia predomina nos segmentos Alemão (40%) e Outro (31%). De outra forma os dados sugerem que 30% dos alemães prefere a “Praia”. Inversamente, os segmentos Português (3%) e o Italiano (2%) constituem os que menos procuram a RAM com o destino Praia. Relativamente ao tipo ‘Campo’, constatamos que a sua procura é determinada pelo mercado Alemão (56%). Inversamente os mercados Italiano (1%) e Norueguês (2%) manifestam falta de interesse neste nicho. Em relação ao nicho ‘Cidade’, constatamos que a sua procura resulta dos mercados Alemão (46%) e Outro (27%).

Inversamente os mercados Norueguês (4%), Português (1%) e Italiano (1%) manifestam falta de interesse. Relativamente ao nicho ‘Montanha’, constatamos que interessa, sobretudo, aos mercados Alemão (46%) e Outro (28%). Inversamente os mercados Português (3%), Norueguês (3%) e Italiano (1%) manifestam falta de interesse. Relativamente ao destino ‘Saúde’, interessa aos mercados Alemão (41%), Outro (20%) e Francês (16%). Finalmente, em relação ao destino Outro, constatamos interesse sobretudo aos mercados Alemão (53%) e Outro (20%).

Relativamente ao tipo de Nicho segundo a Idade, constatamos que o nicho Praia (Gráfico 132) resulta dos inquiridos com idades entre os 18-24 anos (50%), seguido dos inquiridos na faixa 30-39 anos (39%) e por último os inquiridos entre os 40-49 anos (38%). Inversamente, o destino Praia é menos escolhido pelos inquiridos com idade entre os 25-29 anos (9%). Relativamente ao nicho Campo (Gráfico 133), este é preferido pelos inquiridos com idades entre os menos de 18 anos (75%), seguido pela faixa 25-29 anos (45%) e pelos inseridos na faixa 50-59 anos (37%). Inversamente, este nicho é o menos escolhido pelos inquiridos com idade entre os 18-24 anos (10%). Em relação ao nicho Cidade (Gráfico 134), este é preferido pelos inquiridos com mais de 60 anos (56%). Inversamente, este nicho é o menos escolhido pelos inquiridos com idade entre os 18-24 anos (20%). Relativamente ao destino Montanha (Gráfico 135), inquiridos com idades entre os 18-24 anos (50%), 30-39 anos (39%) e 40-49 anos (38%) predominam. Inversamente, este tipo de nicho é o menos escolhido pelos inquiridos com idade entre os 25-29 anos (9%). Em relação ao nicho Saúde (Gráfico 136), os inquiridos com idades entre os 18-24 anos (30%), 40-49 anos (26%), 50-59 anos (24%) e mais de 60 anos (20%) parecem predominar. Inversamente, este nicho é menos escolhido pelos inquiridos com idade entre os 30-39 anos (9%) e menos de 18 anos (0%). Relativamente ao nicho Outro (Gráfico 137), este é constituído pelos inquiridos com idades entre os 18-24 anos (20%), mais de 60 anos (19%), 30-39 anos (18%) e 25-29 anos (18%), que são aqueles que mais escolhem Outro tipo de destino para realizar uma estadia na Madeira. Inversamente, este nicho é menos escolhido pelos inquiridos com idade de menos de 18 anos (0%).

Relativamente ao tipo de transporte utilizado pelos inquiridos para viajar para a Madeira, constatamos pelo Gráfico 140 que dos 415 inquiridos, 79% utilizou o Avião como Meio de Transporte e 1% utilizou o Cruzeiro, com 20% a responder “Ambos”. Relativamente ao transporte aéreo (Gráfico 138), constatamos que 38% dos inquiridos utilizou o segmento “Regular”, com 60% a declarar a utilização do Low-cost e Charter. Relativamente aos

cruzeiros e Companhias (Gráfico 139), constatamos que as escolhas são equilibradas: 8% viajou em “Outra”, 5% na COSTA Cruise e 4% viajou na AIDA Cruises.

Avançando para a questão sobre a época do ano que os inquiridos mais gostam para realizar uma estadia na Madeira, constatamos pelos Gráficos 141 a 144 que a escolha “Outra” (46%) é aquela que obtém mais respostas. Não deixa de ser interessante o peso relativamente diminuto dos Cartazes Turísticos: Festa da Flor (30%), Verão (17%) e Natal e Fim de Ano (16%).

Em relação à questão sobre a altura que os inquiridos gostariam de experimentar numa nova estadia na Madeira, constatamos pelos Gráficos 145 a 148 que 49% dos inquiridos preferem “Outra” altura do ano para realizar uma estadia na Madeira.

Quanto à antecedência de planeamento da viagem de estadia para a Madeira, constatamos pelo Gráfico 149 que mais de 75% dos inquiridos planeia a viagem entre um mês a três meses. Por outro lado, 12% menciona que planeia a viagem com menos de uma semana antes e outros 13% declara planejar com um ano de antecedência.

O cruzamento das variáveis ‘Antecedência de Planeamento’ com ‘Primeira Visita’ (Gráfico 150), permite constatar que entre os que realizam a primeira visita à Madeira, 90% menciona que organizou a viagem menos de uma semana antes da viagem, o que significa que o destino Madeira não foi a primeira escolha dos inquiridos ou que congrega decisões de *last minute*. Em relação aos repetentes, constatamos que 32% organizou a estadia na Madeira com um a três meses antes.

Comparando a Frequência de Viagens com a Antecedência, constatamos no Gráfico 151 que os inquiridos que viajam uma vez/ano, declaram organizar a viagem com um a três meses de antecedência (34%) e menos de um mês antes (33%). Relativamente aos que viajam duas vezes/ano Gráfico 152, a viagem à Madeira foi organizada entre um a três meses antes (45%) e menos de um mês antes (36%). Em relação aos que viajam três vezes/ano Gráfico 153, a viagem foi organizada entre um a três meses antes (45%). Finalmente, sobre os que viajam mais de três vezes/ano Gráfico 154, a viagem foi organizada num horizonte entre um a três meses (65%).

Em relação ao número de dias que os inquiridos passaram na Ilha da Madeira, o turista permanece em média 10,50 dias de férias. Relativamente à aquisição de Pacote de Viagem (Cf. Gráfico 155), os dados demonstram que 60% dos inquiridos declarou ter comprado um pacote de viagem, com 98% dos inquiridos a optar pelo Regime de Pequeno-almoço (Gráfico 156).

Relativamente ao Montante de Despesa, constatamos pelo Gráfico 157 que 49% dos inquiridos gastou mais de 500 euros durante a sua estadia na Madeira, com 78% dos inquiridos a gastar mais de 400 euros; cerca de 22% gastaram menos de 300 euros. Cruzamento das variáveis Rendimento Mensal com a variável Montante de Despesa, permite sugerir que à medida que o Rendimento Mensal aumenta, maior a despesa. Entre quem auferiu menos de 500 euros, 40% dos inquiridos gastou mais de 500 euros durante a estadia, enquanto 60% gastou entre os 100 e 500 euros. Contudo, e como constatamos pela (Tabela 21), a partir dos 1000 euros de salário existe um maior impulso para gastar mais. Tal como constatamos pelo Gráfico 158, os inquiridos que gastaram entre 50-100 euros não compraram Pacote de Viagem (7%). No entanto entre os que gastaram entre 100-200 euros (8%) e mais de 500 euros (49%) aumenta o número de aquisições de Pacote.

Quanto à Imagem do Destino ‘Madeira’ antes da realização da viagem, os dados são esclarecedores. Constata-se que 88% declara ser “Muito Boa” (52%) e “Boa” (36%). Inversamente, 11% acha a imagem do destino ‘Madeira’ era “Medíocre” (9%), “Má” (1%) e “Muito Má” (1%) (Gráfico 159). Sobre a mudança de opinião relativamente à sua primeira impressão do Destino ‘Madeira’ (Gráfico 160), 79% dos turistas salienta que não mudou de opinião enquanto 21% opina que a sua impressão sobre o destino mudou. A opinião dos 86 inquiridos que mudaram de opinião (Cf. Gráfico 161) é “Muito Boa” em 10% dos casos e “Boa” em 8% dos casos. De uma maneira geral, a apreciação final dos 415 inquiridos (Cf. Gráfico 162) é “Muito Boa” (58%) ou “Boa” (35%).

O cruzamento das variáveis Imagem Final e Primeira Impressão do Destino ‘Madeira’ (Tabela 22), sugere que a opinião final “Muito Má” corresponde, em termos de primeira impressão, aos níveis “Muito Má” (100%) e “Má” (33%). Em relação à opinião final “Má”, a primeira impressão correspondia à opção “Má” (50%), significando que a opinião destes inquiridos não mudou. Relativamente à opinião final “Medíocre”, as primeiras impressões eram constituídas pelas opções “Medíocre” (13%), “Boa” (3%) e “Muito Boa” (1%).

Relativamente ao nível “Boa”, as primeiras impressões eram “Má” em 17% dos casos, “Medíocre” em 49% dos casos, “Boa” em 65% dos casos e “Muito Boa” em 14% dos casos. Podemos, portanto, concluir que uma parte dos inquiridos mudou a sua opinião para Boa partindo dos níveis “Má” ou “Medíocre”. Sobre a opinião final “Muito Boa”, as primeiras impressões eram “Medíocre” (26%), “Boa” (32%) e “Muito Boa” (84%). É impressionante verificar que 58% dos inquiridos que tinham a primeira opinião “Medíocre” ou “Boa” tenham mudado de opinião para o máximo, ou seja, “Muito Boa”.

Em relação ao Grau de Satisfação (Gráfico 163), este está localizado entre o “Muito Satisfeito” (58%) e o “Satisfeito” (34%).

Em relação ao que foi visitado ou realizado durante a estadia, constatamos pelo Gráfico 164 que “Jardins Públicos” (73%), “Caminhadas e Passeios” (60%), “Levadas” (59%), “Igrejas, Conventos e Capelas” (49%) e “Mercado dos Lavradores” (49%) constituem as actividades/locais mais citados. Inversamente, as “Festas e Feiras” (3%), “Andar em Carrinhos de Cesto” (8%) e “Golfe” (10%) constituem os itens menos citados.

Em relação à questão se ouviu falar e/ou conhece as Quintas da Madeira os resultados são interessantes (Tabela 23). Relativamente à questão do conhecimento de outras quintas constatamos pelo Gráfico 165 que 84% declarou Não conhecer.

Relativamente às sugestões dos inquiridos sobre o que deve ser melhorado em termos de informação (Tabela 24), constatamos que os itens ‘Levadas’ (42%), ‘Gastronomia’ (27%) e ‘Preços’ (25%) recebem mais respostas. Inversamente, constatamos que os itens ‘Mobiliário’ (4%), ‘Laurissilva’ (5%), ‘Espaço(s) Habitacional(ais)’ (7%) e ‘Restaurante(s) e/ou Bar(es)’ (8%) recebem menos atenção. Contudo é necessário destacar o caso dos itens ‘História da Madeira’ (18%), ‘Tradição’ (16%) e a ‘História da(s) Quinta(s)’ (15%) cujo peso demonstra uma preocupação crescente por parte dos turistas de obterem pormenores informativos sobre o destino.

Em relação ao destino Madeira foram seleccionados 10 itens como potenciais factores de escolha do destino. Tal como podemos comprovar pela Tabela 25, os três itens mais importantes para a escolha do destino foram “Beleza da Ilha e das Paisagens Naturais e Genuínas” (94%), “Atmosfera” Nova e Exótica, Clima Agradável” (89%) e “Acolhimento e Hospitalidade da População Local” (86%). Curiosamente, estes mesmos itens são aqueles que foram declarados como “Muito Importante” para os inquiridos, respectivamente, 72%, 53% e 52%. Os valores reportados resultam da soma das respostas “Importante” com “Muito Importante”. Na Tabela 25 podemos ainda verificar a existência de mais um factor declarado pelos inquiridos para a escolha do destino: “Procurar Escapar da Rotina Diária” (respectivamente, 36% e 35%).

Relativamente ao item Beleza da Ilha e das Paisagens Naturais e Genuínas (Cf. Gráfico 166), constata-se que o mesmo é em média uma característica Importante, sendo Muito Importante para 72% dos inquiridos.

Em relação à importância do item por Nacionalidade, constatamos pela Tabela 27 que os mercados Inglês (85%), Alemão (72%), Norueguês (69%), Italiano (50%), Português

(58%), Francês (63%) e Outro (73%) consideram como Muito Importante a Beleza da Ilha e as suas Paisagens.

Em relação à Faixa Etária, constatamos pela Tabela 28 que todas as Faixas Etárias declaram como “Muito Importante” o item: 100% dos inquiridos com menos de 18 anos, 80% dos inquiridos entre os 18-24 anos, 82% dos inquiridos entre os 25-29 anos, 61% dos inquiridos entre os 30-39 anos, 66% dos inquiridos entre os 40-49 anos, 69% dos inquiridos entre os 50-59 anos e 79% dos inquiridos entre os mais de 60 anos.

Relativamente à “Atmosfera” Nova e Exótica e Clima Agradável (Gráfico 167), é de considerar em média como Importante, sendo Muito Importante para 53% dos inquiridos.

Relativamente à desagregação por Nacionalidade (Tabela 29), os segmentos Inglês (65%), Alemão (54%) e Norueguês (56%) consideram o item como Muito Importante. Contudo os segmentos Italiano (50%), Português (58%), Outro e Francês, têm uma apreciação menos entusiástica dado existir um equilíbrio entre o Muito Importante e o Importante.

Em relação à Faixa Etária (Tabela 30), constatamos que a opinião geral sobre este factor característico é a mesma: Muito Importante. Individualmente, 100% dos inquiridos com menos de 18 anos declara-a como Muito Importante, 70% dos inquiridos entre os 18 e 24 anos mencionam a opção Muito Importante, assim como 54% entre os 40-49 anos e 56% com mais de 60 anos. Contudo a Faixa Etária entre os 25-29 anos declara a opção como Importante (55%) e as Faixas entre os 30-39 anos e 50-59 anos demonstram um equilíbrio entre o Importante (respectivamente, 47% e 40%) e o Muito Importante (respectivamente, 40% e 50%).

Relativamente à caracterização Acolhimento e Hospitalidade da População Local (Gráfico 168), esta característica é tida por Importante, com 52% da amostra a declarar como Muito Importante.

Por Nacionalidade (Tabela 31), constatamos que os mercados Inglês (80%), Português (63%) e Alemão (52%) consideram como Muito Importante esta característica, enquanto 75% do segmento Italiano opina que a característica em questão é Importante. Em relação ao segmento Outro, podemos constatar que 46% o considera como Muito Importante enquanto 40% o considera como Importante. Em relação ao segmento Francês, 40% considera o item como Importante e 33% como Muito Importante. Finalmente o mercado Norueguês demonstra um equilíbrio entre o Importante e o Muito Importante (ambos 44%).

Em relação à Faixa Etária, constatamos pela Tabela 32 que os inquiridos com menos de 18 anos (100%), entre os 18 e 24 anos (70%), entre os 25 e 29 anos (73%), entre os 50 e 59

anos (54%) e mais de 60 anos (54%) constituem aqueles que definem o item como Muito Importante.

Relativamente à Qualidade das Infraestruturas (*Cf.* Gráfico 169), esta característica é tida por Importante, sendo Muito Importante para 33% dos inquiridos.

Comparativamente à Nacionalidade, constatamos pela Tabela 33 que relativamente ao mercado Inglês, 50% declara o item como Muito Importante e 40% como Importante. Relativamente ao mercado Alemão, 45% declara como Importante e 30% considera-o como Muito Importante. Os dados relativamente ao mercado Norueguês são os seguintes: 50% Muito Importante e 38% Importante. Os dados relativamente ao mercado Italiano, Português, Francês e Outro são os seguintes: 50/42%, 48/25%, 43/30%.

Relativamente ao item Procurar Escapar da Rotina Diária, esta característica é tida por Importante pela generalidade dos inquiridos. Em termos de Nacionalidade, constatamos que os segmentos Inglês (60%) e Português (63%) constituem aqueles que julgam o item como Muito Importante, enquanto os segmentos Italiano (63%) e Francês (50%) o consideram como Importante. Dados relativos a outras Nacionalidades constam da Tabela 35. Em relação à Faixa Etária, constatamos pela Tabela 36 que 75% dos inquiridos com menos de 18 anos e 67% dos inquiridos entre os 18-24 anos considera este item Muito Importante, enquanto 55% dos inquiridos com 25-29 anos determinam-na como Importante. Os inquiridos com idade entre os 30-39 anos, 50% declara-o como Importante e 45% como Muito Importante. Relativamente aos inquiridos entre os 40-49 anos, 38% julga-o tanto Importante como Muito Importante. Quanto aos inquiridos com idade entre os 50-59 anos, 34% declara o item como Muito Importante enquanto 31% julga-o como Importante. Relativamente à faixa com mais de 60 anos, 34% assinala o item como Importante enquanto 30% considera-o Muito Importante.

Relativamente aos Preços Atractivos e Competitivos, a característica é tida por Importante. Em termos de Nacionalidade, constatamos um equilíbrio no nível de importância do item em questão. No que se refere ao mercado Inglês, 43% declara como Importante e 42% como Muito Importante. Os dados relativos ao mercado Alemão, referem que 38% declara o item como Importante e 32% como de Alguma Relevância. Relativamente às outras nacionalidades ver os dados da Tabela 37. Em termos de idades, constatamos pela Tabela 38 que a opinião “Muito Importante” é predominante nos inquiridos com menos de 18 anos (75%). Os inquiridos com idade entre os 18-24 anos julgam-na como Muito Importante (40%), existindo 30% que sugere Alguma Relevância. Os inquiridos com idade entre os 25-29 anos consideram o item como Importante. Relativamente aos inquiridos com idade entre os

30-39 anos, 42% assinalam o item como Importante enquanto 32% considera-o como Muito Importante. Os inquiridos com idade entre os 40-49 anos, 42% dos mesmos assinala o item como Importante e 31% como Muito Importante. Os inquiridos com idade entre os 50-59 anos assinalam o item como Importante (43%) e 31% como Muito Importante, enquanto 35% dos inquiridos com mais de 60 anos mencionam Importante e 31% como de Alguma Relevância.

Relativamente ao item Destino Seguro para a Família, esta característica foi tida por Importante pela maioria. Em termos de Nacionalidade, constatamos que os segmentos Inglês (60%) e Português (74%) constituem os mercados que seleccionaram como Muito Importante o item em questão. Os dados para os outros mercados não são tão entusiásticos. Em relação à Faixa Etária, constatamos que os inquiridos com menos de 18 anos (75%) e entre os 18-24 anos (60%) julgam o item como Muito Importante. Em relação aos inquiridos com idade entre os 25-29 anos, 55% assinalam como Importante. Em relação aos inquiridos com idade entre os 30-39 anos, 47% assinalam como Importante e 39% como Muito Importante, com idade entre os 40-49 anos, 40% declaram como Muito Importante e 34% como Importante. Relativamente aos inquiridos com mais de 60 anos, 31% julga-o como Importante e 28% como Muito Importante.

Relativamente ao item Atracções Culturais, esta característica foi tida por Importante. Em termos de Nacionalidade, constatamos que os mercados Inglês (35%) e Norueguês (44%) consideram o item como Muito Importante. O item é seleccionado como Importante nos mercados Italiano (50%), Português (47%) e Norueguês (44%), enquanto os restantes mercados são menos entusiásticos.

Em relação à Faixa Etária, constatamos que os inquiridos com menos de 18 anos (100%) e entre 18-24 anos (56%) julgam a característica como Muito Importante. Os inquiridos com idade entre 25-29 anos assinala, em 50% dos casos, como Importante o item em questão. Os dados relativos às outras faixas constam da Tabela 42.

Relativamente ao item “Um Destino Diferente e/ou Especial”, o mesmo foi tido por Importante. Dados relativos à Nacionalidade e Idade constam nas Tabelas 43 e 44.

Relativamente ao item Procurar Novos Entretenimentos, este é tido por relativamente relevante (opção “Alguma Relevância”). A percentagem total das escolhas “Importante” e “Muito Importante” só chega aos 48% dos inquiridos. Dados relativamente à Nacionalidade sugerem ser o segmento Norueguês mais interessado o item em questão, com 38% a assinalar como Muito Importante. O mercado Inglês também considera o item como Muito Importante (30%) mas em menor escala.

Em relação à questão de um novo regresso ao destino, constatamos pelo Gráfico 176 que 64% dos inquiridos afirma voltar a realizar uma estadia na Madeira, enquanto 33% afirma que ‘Talvez Volte’ e 3% declara que ‘Não, em caso algum’. Ainda relativamente ao futuro regresso (Tabela 47), os mercados Italiano (100%), Norueguês (81%) e Português (89%) constituem os que dão mais garantias de Voltar a realizar uma estadia na Ilha da Madeira.

3.3.1.2. SÍNTESE DOS DADOS OBTIDOS

O “produto” quintas madeirenses tem como principais mercados a Alemanha, a Inglaterra e “Outros”. Os valores percentuais não são similares aos demonstrados pela DREM, pelas razões já expostas. O turista que prefere este “produto” demonstra ser de idade madura, mais concretamente acima dos 40 anos, com o turista alemão a demonstrar a idade mais alta (60 anos) e o português a mais baixa (30 anos). O usufruto das quintas é feito maioritariamente por Casados, existindo contudo percentagens interessantes de Solteiros e Viúvos. As nacionalidades Outra e inglesa são as com maior representação na primeira categoria (Casados).

Em relação aos Níveis Académicos, os turistas exibem um nível de escolaridade ao nível da Licenciatura e Mestrado/Doutoramento. A maioria dos inquiridos é Ativo.

O Rendimentos Mensais daqueles que usufruem destes estabelecimentos rondam os 3047 euros, o que aponta para um turista do tipo de médio-alto rendimento. O conhecimento do “produto” quintas é ainda reduzido. A razão subjacente a este baixo conhecimento, reside no facto de o conceito de quintas da Madeira ser ainda pouco definido. É possível comprovar pelos resultados que existem inquiridos que tenham assinalado o seu desconhecimento sobre a existência deste tipo de espaço, embora tenham assinalado o conhecimento de uma determinada quinta madeirense.

Relativamente aos inquiridos que tenham conhecimento e realizado e/ou visitado as quintas da Madeira, a maioria assinala de que a informação sobre o tema provém de pesquisas realizadas em *websites* especializados na Internet. Seguidamente estão o Conselho de Amigos e as Visitas Anteriores, respectivamente, terceira e segunda escolha. Julga-se importante destacar o Conselho de Amigos como fonte de informação devido ao facto de grande parte dos inquiridos encontrar-se a realizar uma estadia na Ilha da Madeira pela primeira vez (71%).

As quintas madeirenses como estabelecimentos hoteleiros oferecem características e condições especiais e diferentes dos hotéis conventuais. Os inquiridos citam como as cinco mais importantes as seguintes: o bom serviço de acolhimento e hospitalidade, característica

referenciadora do destino ‘Madeira’ e sua hotelaria, o clima fresco e natural, a beleza do edifício, jardins e paisagem, ambos tão elogiados desde o início do turismo na RAM, a relação preço/qualidade e, finalmente, a qualidade gastronómica do estabelecimento, um interessante factor a ter em conta.

Apesar de a maioria dos inquiridos estar a realizar uma estadia pela primeira vez na Madeira, é interessante constatar que os estabelecimentos onde realizaram a estadia tenha sido a sua primeira escolha. Assim como constatar que o grau satisfação sobre o mesmo tenha sido muito positivo (Muito Satisfeito e Satisfeito). Sobre a questão de voltar a realizar uma estadia no mesmo estabelecimento e de recomendá-lo a outras pessoas, a resposta é positiva. A estação turística mais aconselhável para realizar uma estadia no estabelecimento, é a Outra (Janeiro, Março, Abril ou Dezembro), existindo no entanto um equilíbrio entre a altura do Verão, do Inverno e da Páscoa.

Os inquiridos que visitam estes espaços hoteleiros, declara na sua maioria viajar pelo menos uma vez por ano, o que é relativamente positivo sabendo que a percentagem de inquiridos que vem pela primeira vez à Madeira é elevada.

A escolha do local onde está localizado o estabelecimento hoteleiro também é factor importante para a escolha do destino. Neste caso, o factor ‘cidade’ foi o mais escolhido. Porém não deixa de haver um equilíbrio entre os outros tipos de destinos que a região pode oferecer. Julga-se também ser importante destacar os nichos ‘montanha’ (35%) e ‘saúde’ (21%) já que, o primeiro tem uma maior ligação com as localidades onde estão algumas das quintas madeirenses, e o segundo representa um dos primeiros tipos de turismo a ser desenvolvido na região.

O principal meio de transporte utilizado pelos inquiridos para se deslocar à ‘Madeira’ foi o transporte aéreo. Contudo não deixa de ser interessante a existência de inquiridos que tenham usado o transporte aéreo e o marítimo (neste caso, os cruzeiros) (20%).

A antecedência do planeamento da viagem é outros factores estatísticos interessantes para se tirar conclusões interessantes. A maioria demonstrou que organizou a sua viagem entre um a três meses antes.

O número médio de dias de estadia dos inquiridos é de 11 dias. Os locais de visita variam entre os ‘jardins públicos’, ‘caminhadas e passeios’ e ‘levadas’. O montante de despesa gasto durante a estadia variou entre os 400 e mais de 500 euros, com a maioria dos inquiridos a ter assinalado a aquisição de um pacote de viagem e da requisição do regime de pequeno-almoço.

A imagem do destino ‘Madeira’ é outro dos factores importantes na atracção dos turistas. De uma maneira geral, a imagem do destino é muito positiva (88%), quer se analise antes ou depois da estadia. Contudo, julga-se importante destacar a necessidade, na perspectiva dos inquiridos, de se melhorar a informação sobre a ‘história da Madeira’, a ‘tradição’ e a ‘história da(s) quinta(s)’, ou seja, factores ligados à cultura.

Tal como ocorreu na caracterização das quintas (leia-se estabelecimentos hoteleiros), a Ilha da Madeira como destino oferece características únicas e condições especiais para a sua usufruição. Para os inquiridos as cinco características mais destacáveis para a escolha da ‘Madeira’ como destino para a sua estadia foram: a beleza da Ilha e das paisagens naturais e genuínas, uma das suas melhores características, oferecer uma atmosfera nova e exótica e clima agradável, o acolhimento e hospitalidade da população local, a qualidade das infraestruturas e oferecer a possibilidade de escapar da rotina diária.

A percentagem de regresso dos inquiridos é também muito elevada (64%), respondendo a todos os dados positivos que foram sendo descobertos. Para melhor resumo ver Gráficos 177 a 182 no Anexo V.

CAPÍTULO IV – AS QUINTAS: OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

4.1. AS “NOVAS” QUINTAS

Insere-se de seguida alguns apontamentos sobre o papel a atribuir às quintas. As quintas madeirenses a partir dos séculos XV/XVI assumiram como importância no quotidiano e história social e económica da Ilha. Esta importância teve um protagonismo activo no desenvolvimento do turismo a partir do século XVIII, que se tornou no principal factor relevante no crescimento económico da RAM. Contudo a partir do século XX, as quintas perdem a importância em relação aos novos e modernos estabelecimentos hoteleiros que foram construídos durante este século. Neste período, a destruição destes edifícios esteve em evidência devido à expansão demográfica que a cidade do Funchal estava a sofrer.

Uma parte dessas quintas madeirenses não sobreviveram até aos dias de hoje (Quinta de São João (Fig. 24), Quinta Deão (Fig. 27), Quinta do Sol (Fig. 23), entre outras), porém a lista das que sobreviveram ainda é extensa e diversificada (Cf. Tabela 48), apesar de uma parte significativa destas se encontrar num estado de abandono ou degradação. Ainda dentro das quintas “sobreviventes”, podemos salientar o papel da iniciativa privada em recuperar e revitalizar estes edifícios de forma a serem reutilizados tanto para o público local (bibliotecas, lares, etc.) como para o público turístico (museus, jardins, hotéis, etc.).

Depois das quintas madeirenses, foi o sector do turismo a sofrer com a perda de importância para outros destinos mais maduros, como Canárias. Nos últimos três a cinco anos o número de dormidas e turistas a realizar uma estadia na RAM estabilizou, estando o destino ‘Madeira’ perante o cenário de estagnação. Devido a este cenário, tornou-se prioridade definir-se uma estratégia para o rejuvenescimento e fortalecimento do turismo na RAM.

Tal como ocorreu em outros destinos como Canárias (GARCÍA-FALCÓN & MEDINA-MUÑOZ, 1999), Bugibba (Malta) (CHAPMAN & SPEAKE, 2011), Sicília (CUCCIA & RIZZO, 2011), Ilhas Baleares (Maiorca, Minorca, Ibiza e Formentera) (BATLE, 2000) e Creta (ANDRIOTIS, 2006), a utilização da cultura como factor e produto diferenciador dos destinos foi uma estratégia relevante devido, por um lado, ao aumento de um novo tipo de demanda turística que procura a cultura, o património ou algo que se interliga com a identidade e a história do destino e, por outro, a diferenciação que a cultura oferece.

Na RAM, a utilização da cultura como factor turístico não é recente. As comemorações dos 500 Anos do Funchal, em 2008, apresentaram resultados prometedores tanto na

valorização/revitalização do património como do turismo da RAM. Dentro do vasto património madeirense destacado nestas comemorações, as quintas madeirenses ricas em história, protagonismo e cultura.

As quintas, além do seu valor histórico, têm importância na evolução da sociedade e dos negócios na Ilha da Madeira (vinho, bordado, turismo, etc.). São edifícios centenários que demonstram o “gosto” arquitectónico e botânico dos donos. A sua revitalização e reutilização, tanto para fins turísticos como locais, tem uma importância patrimonial e histórica na identidade dos madeirenses por serem edifícios únicos e “em vias de extinção” com valores histórico-culturais, arquitectónicos e sociais.

Contudo é necessário ter em conta a qualidade da estratégia a utilizar na valorização de um produto ‘cultural’. Esta estratégia deverá ser baseada em três questões: que objectivo associar à recuperação das quintas, quais os aspectos a ter em conta para a sua recuperação e, consequentemente, quais as melhores propostas de recuperação. Logo, é essencial seguir oito acções estratégicas para a sua intervenção (RURAL, 2009:88-94): conhecer, valorizar, restaurar, renovar e reabilitar, redireccionar, divulgar, restituir (à comunidade) e transmitir.

A utilização das quintas madeirenses como produto turístico não é recente. Recordando as funções que estas quintas tinham desde o século XVIII, a partir de 2002, além das iniciativas de valorização de edifícios históricos e a preocupação de orientar o ordenamento territorial turístico na RAM, a construção dos hotéis modernos foi realizado através da revitalização, entre outros empreendimentos, das quintas madeirenses tendo em conta o lado histórico das mesmas.

Assim a revitalização das quintas madeirenses para fins turísticos deve passar por proporcionar

“vivências sensuais (sons, odores, cores, ambiente), sociais (relações com os outros, hospitalidade, bem-estar, segurança, diversão), culturais (eventos, festivais, actividades, alojamento, restauração, enriquecimento) e económicas (relação qualidade do serviço-preço, relação custo-benefício da vivência, acessibilidades e transportes).” (PÉREZ, 2009:110)

Contudo não só do contexto turístico que estes espaços devem ser revitalizados, sendo também importante a vertente local como bibliotecas, escolas, lares, etc.

Também a revitalização deve ser remetida à questão “lugar” ou “não-lugar” de Augé (2007) onde para o sucesso da revitalização das quintas será crucial a(s) actividade(s)/experiência(s) do homem num espaço. É essencial ter em conta que “se a cidade deixar de ser atractiva deixa de ser “usada” e tudo o que fica são espaços vazios que

inevitavelmente se vão transformar em espaços inseguros e degradados” (BETTENCOURT, 2007:194).

Portanto é necessário aumentar o elemento da usufruição, unindo os componentes do usar/ver e fazer/viver tornando as quintas madeirenses em espaços “polivalentes e multifuncionais, e que tenham uma utilização diversificada, para que possam atrair pessoas em diferentes horas do dia e ao longo de todo o ano.” (BETTENCOURT, 2007:194) Podemos exemplificar com o caso do Pestana Palms Aparthotel (Villa Lido e Quinta Belo Mar) (Fig. 52), que oferece aos seus clientes actividades culturais ligadas às tradições populares da Madeira.

Tal como é demonstrado pela Tabela 48, o leque de quintas madeirenses é vasto e disperso, oferecendo condições para uma ampla lista de propostas de revitalização destes mesmos edifícios históricos, tal como serão enumerados seguidamente.

Um dos primeiros objectivos a concretizar na revitalização das quintas madeirenses é a de quebrar a sazonalidade do destino ‘Madeira’. Como foi exemplificado em parágrafos anteriores, o turismo da RAM está circunscrito aos meses que oferecem as melhores condições para o modelo 3S (Cf. Gráfico 14). Como tal, para cativar os turistas nos meses “mortos” deve-se ampliar o leque de actividades disponíveis durante esse período. Tal como ocorre na Ilha de Montserrat, Caraíbas (WEAVER, 1995), a substituição do turismo 3S por Ecoturismo ou Turismo Rural pode ser uma estratégia sustentável para destinos de reduzidas dimensões.

O segundo objectivo de revitalização consiste em destacar a história centenária (em alguns exemplos) das quintas madeirenses. Aqui será importante evidenciar a arquitectura, as actividades sociais, a cultura, e os valores histórico-culturais (históricos, estéticos, artísticos, antiguidade, actualidade/contemporaneidade, documental e etnográfico⁵⁷). É desta forma que o património cultural potencia o Turismo Cultural, a criação do nicho da cultura e o desenvolvimento de pólos culturais para a exibição dos contextos histórico, arquitectónico e político destes edifícios.

Os pólos culturais podem ser implementados sobre o ideal de projecto museológico como um Ecomuseu (usados para aprender e com características de um laboratório, de um conservatório e de uma escola), tendo o papel de permitir a continuidade do sentido do passado e de pertença através da conservação e interpretação dos elementos do meio

⁵⁷ PÉREZ, Xerardo Pereira (2009), *Turismo Cultural – Uma Visão Antropológica*, Nº 2, El Sauzal, Colección PASOS edita, Pp. 148-149.

ambiente⁵⁸). Estes podem ser inspirados nos museus ao ar livre da Escandinávia, onde se concentram diferentes actividades culturais. A razão do projecto do Ecomuseus deve-se à necessidade de se ver para além de um ‘museu’, pois “quanto mais divertido for um museu (um lugar para brincar, jogar, comer), e menos instrutivo, mais possibilidades de sucesso de público tem.” (PÉREZ, 2009:244)

Porém, não é descartada a hipótese dos museus ‘tradicionais’, visto que já existem exemplos, também de sucesso como a Quinta das Cruzes (Fig. 9) e a Quinta das Mudas (Fig. 56), o centro cultural Quinta do Revoredo (Fig. 55), casa-museu Casa do Ladrilho (Fig. 57), ou núcleos museológicos como o Solar do Ribeirinho (Fig. 58).

Contudo deveria ser prioritário o desenvolvimento de museus segundo temas locais como o turismo, o vinho, o açúcar, o automóvel, a fotografia, entre outros. Este último tema torna-se numa necessidade de extrema importância pois a RAM tem um vasto espólio de fotografias, devido às companhias fotográficas madeirenses Vicentes e Perestrellos. Porém não tem um lugar próprio e com condições para a sua preservação⁵⁹. Deveria ser ainda prioritário a implementação de Museus Temáticos com um conceito de biblioteca, de forma a concentrar informações sobre um determinado tema, centros de interpretação (interligado ao conceito de “*fast visits*”) e um Museu Souvenir (união de museu com loja de souvenir, desenvolvido para a mostragem e venda de produtos artesanais locais).

Contudo não é só à cultura que a cativação turística deve ser limitada, sendo possível desenvolver outros mercados. Como foi mencionado em parágrafos anteriores, a revitalização das quintas madeirenses deve continuar a ter uma visão de hotelaria. Respeitando as normas urbanísticas já enumeradas, pode-se construir um hotel moderno utilizando as características arquitectónicas do antigo edifício como ocorre na Vila Lido e Quinta Belo Mar (Fig. 52), Quinta Miramar (Fig. 21), Quinta das Vistas (Fig. 22), Quinta do Estreito (Fig. 47), etc., e exemplificado em locais como Friesland, na Holanda, na Irlanda, na Noruega, na Nova Zelândia e nos Estados Unidos da América. Mais, esta estratégia hoteleira teve repercussões no desenvolvimento de outros turismos nas quintas madeirenses do espaço rural como o TER ou o Turismo de Quintas.

Como já foi assinalado, o TER enaltece “a qualidade ambiental, a tranquilidade, o contacto com a natureza, assim como a preferência por períodos de férias mais curtos, são factores que incrementaram o interesse do turista pelos espaços rurais” (RIBEIRO &

⁵⁸ PÉREZ, Xerardo Pereira (2009), *Turismo Cultural – Uma Visão Antropológica*, Nº 2, El Sauzal, Colección PASOS edita, P. 194.

⁵⁹ Esta proposta vem em seguimento à “dica” número três da VI CAT, que consiste “[n]a necessidade do Museu da Imagem da Madeira para edição e divulgação sistemática do acervo documental do Museu Photographia Vicentes” (OLIVEIRA, 2012:19)

VAREIRO, 2007:472). No caso da RAM, o TER, só por si, é um dos exemplos com maior sucesso e maior desenvolvimento através da reutilização das quintas madeirenses do espaço rural como a Quinta da Fonte (Fig. 44), Quinta da Capela (Fig. 26), Quinta das Vinhas (Fig. 59), Quinta de São Lourenço (Fig. 53), Quinta do Furão (Fig. 63).

Agrupado no TER, outro tipo de produto que possibilita a reutilização das quintas madeirenses com outras funções é o Agroturismo (exemplificando a Quinta das Colmeias (Fig. 36) e a Quinta do Santo da Serra (Fig. 60)) ou ainda o Turismo de Agricultura (exemplificando o Solar da Bica, em São Vicente (Fig. 37), ou a Quinta de São Lourenço, na Fajã da Ovelha (Fig. 53)). Estes tipos de produtos irão promover as quintas como pólos gastronómicos, assim como permitir a criação de emprego e da mercantilização de produtos (alimentares e bebidas (como o chá)) para a restauração, pubs e estabelecimentos hoteleiros como a Quinta Serra Golf (Fig. 61), antiga Casa de Chá do Santo da Serra, ou o Chalet Vicentes (Fig. 62).

Outro tipo de produto que pode ser desenvolvido no contexto do TER é o turismo de (em) família, que consiste na oferta de acomodações para famílias com adultos e crianças, respondendo à estratégia “*adults only*” utilizada por alguns hotéis da RAM.

Outros dois tipos de mercados com muito potencial no contexto das quintas madeirenses, e que se complementam tendo já sido utilizados nestes mesmos espaços há mais de 60 anos: o Turismo de Saúde e o Turismo de Natureza. Em ambos os casos, a melhor proposta seria a projecção das quintas madeirenses como laboratórios, escolas ou museus/jardins de botânica e/ou de medicina porque, apesar de muitas quintas estarem descaracterizadas, a essência de ‘natureza’, ‘paraíso’ e as plantas medicinais mantêm-se como ocorre na Quinta Reid (Jardim Botânico Engenheiro Rui Vieira) (Fig. 17), na Quinta Monte Palace (Jardins Tropicais Monte Palace) (Fig. 43) e a Quinta da Boa Vista (Orchids Quinta da Boa Vista) são alguns exemplos do desenvolvimento deste tipo de turismo. Aqui a estratégia deverá incidir sobre a implementação de actividades lúdicas/lazer e experimentalistas tanto para a população local ou turistas.

Outro tipo de mercado com condições para ser desenvolvido na RAM e nas quintas madeirenses é o Turismo Holístico (uma união entre a saúde, o bem-estar e a natureza), assim como o Turismo de Meditação, como ocorre na Quinta do Arco (Fig. 50).

O Turismo de Desporto é outro tipo de mercado que a RAM deve apostar, pois a condição ambiental que a natureza da Ilha oferece para a realização de actividades desportivas está a “ganhar” adeptos (HINCH & HIGHAM, 2001). Desde os desportos “terrestres” (*trail*, passeios por levadas, bicicletas, equitação, escalada ou rappel), aos náuticos (natação,

windsurf, mergulho, *canyoning*, surf, barco) e/ou “aéreos” (balão, parapente), as quintas madeirenses como a Quinta Calaça (Fig. 64), Quinta da Piedade, no Jardim do Mar (Fig. 38), Vila Lido e Quinta Belo Mar (Fig. 52) oferecem espaços apropriados para a implementação dessas actividades.

O Geoturismo (que agrupa o Turismo de Natureza, de Desporto e de Investigação) tem condições de ser desenvolvido na RAM devido à sua orografia. Este mercado, novo na RAM, permitiria desenvolver as quintas madeirenses como pólos de geologia para o estudo orográfico e rochoso da Ilha. Como exemplos de estudo, temos as Montanhas de Beşparmak, Turquia (DENIZ *et al.*, 2011), onde a área circundante destas formações rochosas tornaram-se no foco para o desenvolvimento de vários tipos de produtos como a geologia, a observação de pássaros (Turismo de Aves) e o Turismo Cultural.

Voltando à questão de projectar as quintas madeirenses como pólos temáticos, é relevante propor o projecto dos *Convention Bureau* (espaços concebidos para a divulgação dos turismos/actividades existentes no destino) de forma a concentrar a informação num único local.

Uma última proposta de revitalização das quintas madeirenses consiste na realização de Roteiros de Quintas englobando passeios/caminhadas entre cada uma das mesmas (por levadas ou trilhos), transformando as quintas madeirenses em casas de descanso. Aqui novamente é importante ter em conta a visão antropológica de Augé (2007) (“lugares”/“não-lugares”) de forma a transformar as quintas em “lugares”.

Contudo, não deixa de ser importante sublinhar que todas as propostas anteriormente enumeradas têm duplo público-alvo: os turistas e a população local. Assim como será crucial uma participação económico-financeira e humana das instituições públicas, privadas ou ambas (MURZYN-KUPISZ, 2013). Para uma melhor informação sobre as propostas enumeradas anteriormente, conferir a Tabela seguidamente apresentada.

Exemplos	Observações
• Pedra Sina Residence, Madeira • Solar de São Cristóvão, Machico	Desenvolvimento de sub-nicho de mercado com elevado potencial de afirmação nos meios literários e artísticos europeus; Rácio benefício-custo favorável
• Aldeia do Padre Américo (Camacha) • Lar Vale Formoso (Funchal)	Construção como Lares para Idosos, ou outro tipo de Fundação para crianças
• Holanda, Irlanda, Noruega, Nova Zelândia e Estados Unidos da América	Recuperação do edifício mantendo, ao máximo, o traçado original do edifício
• Casa do Ladrilho, Ponta Delgada • Solar do Ribeirinho, Núcleo Museológico de Machico • Quinta do Revoredo, Casa da Cultura de Santa Cruz • Escandinávia	Continuação da implementação dos tradicionais museus; Desenvolvimento do conceito de Ecomuseu; desenvolver o conceito de Museus Temáticos como do Vinho, Açúcar, etc.
• Portugal Continental • Reino Unido (<i>Farm Stay</i>)	Desenvolvimento de actividades ligadas à natureza como a agricultura ou a jardinagem; desenvolvimento de locais mais afastados do ambiente citadino
-----	Exploração de um tipo de acomodação que se desvie do conceito 'No Children'

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Exemplos	Observações	Possibilidade de transformação das Quintas (Nichos)	Tipo de Turismo	Racionalidade
-----	Recuperação do primeiro tipo de turismo que era oferecido no destino Madeira	• Residência para artistas	Turismo de Arte	Exploração da memória história do “lugar”; valorização do ambiente e dos recursos paisagísticos
• Jardim Botânico da Madeira • Engenheiro Rui Vieira • Boa Vista Orchids	Desenvolver o turismo numa vertente também educativa, no conhecimento da fauna e flora existentes na Madeira; ideia a ser desenvolvida para a população local como turística; a agricultura engloba este tipo de Turismo	• Residência	-----	Exploração do edifício para a oferta de melhores condições para a população
• Turquia	Conceito a desenvolver tanto para os alimentos como para as bebidas como o chá	• Hotelaria	-----	Exploração da recuperação dos edifícios para fins de acomodação turística
-----	Utilizar as quintas como ponto de partida para a realização de desportos como o mergulho, <i>canyoning</i> , a escalada, o <i>rappel</i> e viagens de balão	• Locais Culturais	Turismo Cultural	Exploração dos conceitos utilizados pelos Centros Culturais, Casas-museu e Núcleos Museológicos; valorização dos elementos arquitectónicos dos locais em questão; valorização das actividades que eram realizadas; organização de eventos culturais conectados ao edifício; concepção de Polos Culturais
-----	Desenvolver a história da Ilha através da investigação de elementos geológicos			
• Lisboa • Porto • Turquia (Gastronomia) • Reino Unido (Agricultura)	Construção de espaços de informação sobre um determinado tipo de actividade turística; funcional para a população local como turística	• Ruralidade	TER (Turismo em Espaço Rural); Agroturismo	Exploração do espaço natural da Ilha da Madeira; desenvolvimento do conceito de Turismo de Natureza
-----	A construção destes passeios será de acordo com temas, assim como não poderá haver cruzamentos de roteiros na mesma quinta, pois é objectivo um turismo sustentável de nicho.	• Família	Turismo Familiar	Exploração de novas acomodações com um ambiente familiar

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Possibilidade de transformação das Quintas (Nichos)	Tipo de Turismo	Racionalidade
• Saúde/Bem-estar	Turismo de Saúde	Exploração dos benefícios medicinais da fauna e flora existe na Ilha; rejuvenescimento de um dos primeiros conceitos turísticos desenvolvidos na Madeira; concepção do Turismo ZEN e Holístico
• Laboratórios/Escolas	Turismo de Educação	Exploração da parte educativa que existe no Turismo
• Gastronomia	Turismo Gastronómico	Exploração das condições espaciais que as quintas oferecem para a produção autossustentável
• Desporto	Turismo de Desporto	Exploração das Levadas e caminhos pedestres; exploração das condições aéreas e marítimas da Ilha
• Geologia	Geoturismo	Exploração dos elementos geológicos existentes na Ilha; oncepção de Pólos Geológicos
• <i>Convention Bureau</i>	-----	Concepção de espaços próprios para os produtos turísticos
• Roteiros de Quintas da Madeira	Turismo de Roteiros	Concepção de passeios entre cada uma das quintas; nicho de roteiros; passeios temáticos (História, Gastronomia, etc.)

FOLHA EM BRANCO

CAPÍTULO V – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A concepção de uma quinta madeirense está inserida num contexto arquitectónico, histórico e espacial próprio da Ilha. Acompanhou o desenvolvimento da arquitectura tradicional da Madeira através do tempo, podendo ser destacadas três épocas: a primitiva (séculos XVI e XVII), a antiga (séculos XVIII e XIX) e a moderna (a partir do século XX).

A sua construção está interligada com a expansão portuguesa, à implementação da arquitectura da Macaronésia de ‘cunho’ madeirense, devido ao uso de materiais insulares (pedra, cal, madeira, etc.). A expansão do Funchal como cidade, centro mercantil e polo turístico do Atlântico, após a destruição da muralha “medieval” depois da aluvião de 1803, foi outro factor importante pois representou a construção de uma cidade mais industrializada e atraindo uma população com mais elevados rendimentos, maior capacidade de investimento e maior prestígio social.

Na Ilha da Madeira a denominação quinta designa inicialmente uma construção de um espaço habitacional em zona rural com os seus espaços agrícolas, porém esta definição evoluiu para um espaço que englobava o lazer (jardins) e o negócio. Enquanto o negócio se baseava no vinho, vime, bordado e cana sacarina, o lazer destacava o envolvimento do homem (dono da casa) com a natureza (plantas e paisagem), em que os jardins que embelezam as quintas, de inspiração portuguesa (muros altos, passeios serpenteantes, lagos, frondosas árvores, etc.), criavam uma envoltória.

Além da sua similaridade às quintas de recreio de Portugal continental, as quintas madeirenses apresentam semelhanças a outros edifícios europeus como as casas senhoriais (*Manor Houses*, *Country Houses* ou *Cottages*) de Inglaterra e Irlanda, assim como das *Villas* italianas. Seja qual for a origem, na adaptação à ilha a arquitectura é desenvolvida de acordo com materiais locais e os espaços verdes enquadram-na na natureza.

Estes conceitos de ligação da arquitectura com o espaço natural foi um dos maiores trunfos desenvolvidos nas quintas madeirenses para a vertente do turismo na Madeira através da implementação das *quintas de aluguer*: pequenos paraísos terapêuticos. Foi através destas que os primeiros hotéis foram implementados na Ilha da Madeira.

Porém, a exigência de maior e melhor qualidade hoteleira por parte do crescente número de turistas/visitantes provocou a diminuição da importância e relevância destes edifícios. Hotéis com uma nova e moderna arquitectura, juntamente com as dificuldades de manter indivisas as grandes propriedades, fomentaram o crescente número de quintas madeirenses abandonadas, esquecidas ou em risco de serem destruídas.

Marc Augé salienta que a questão da usufruição é importante pois é um dos requisitos para a existência dos “lugares”, sendo que a valorização, restauração e requalificação dos espaços são factores preponderantes da questão “lugar”/“não-lugar”.

A utilização do turismo como factor de revitalização das quintas deve-se, por um lado, aos seus benefícios socioeconómicas para a RAM e, por outro, à possibilidade de requalificar estes edifícios, novamente, como produto diferenciador e revitalizador do destino ‘Madeira’, devido ao valor histórico, cultural e patrimonial que estas representaram no desenrolar da história da região.

As quintas madeirenses como *quintas de aluguer* desenvolveram o turismo de saúde e de natureza, contudo, o aumento de turistas modernos e a construção de novos hotéis nas zonas costeiras da Ilha (durante o século XIX), fez com que o turismo se desenvolvesse em direcção ao mar fundamentando o turismo 3S (*Sun, Sea, Sand*), uma união do espaço marítimo com o ambiente solarengo e condições climatéricas especiais e amenas da ilha (Praia, Mar e Sol), que continua até aos dias de hoje.

Porém, o turismo na Madeira, com quase 200 anos de actividade, está hoje perante um cenário de estagnação, acentuado durante os últimos cinco anos (2008-2013). A feroz concorrência por parte de outros destinos similares e a pouca iniciativa de melhorar/implementar/complementar outros novos produtos turísticos no turismo 3S na RAM são, aparentemente, as principais razões para tal situação.

Os estudos confirmam que os destinos evoluem para positivo (rejuvenescimento) ou para negativo (declínio) quando perante um cenário de estagnação. Mais, existem exemplos concretos de destinos ‘estagnados’, evoluindo, mais tarde, para um cenário de declínio devido à fraca gestão e sustentabilidade do destino. Como tal, a necessidade de se desenvolverem novos produtos turísticos sustentáveis para revitalizar o turismo madeirense é, neste momento, uma prioridade. Neste tipo de cenários, a solução desenvolvida pelos destinos ‘estagnados’ englobou a utilização da cultura, da história e do património implementando o Turismo de Cultura ou Turismo Cultural.

Este tipo de turismo distingue-se pela acção do usufruidor (turista) de visitar os espaços históricos ou que representam a identidade do destino. O Turismo Cultural é caracteriza-se por indivíduos que procuram saciar o desejo de aprender e de procurar experiências novas, assim como a necessidade de descansar, alguns de avançada idade (apesar de haver as possibilidades de encontrar também indivíduos com uma idade entre os 20 e os 29 anos) e com um nível de educação alto. Participar em atividades de interesse cultural é o que os move

para realizar turismo, acedendo a informações sobre o destino através de amigos, familiares e, mais frequentemente, da Internet.

O desenvolvimento da cultura como produto turístico, consequentemente, proporcionou a criação de outros tipos de turismos como o TER, o Agroturismo, o Turismo de Agricultura, Turismo de Habitação, Turismo de Quintas, etc., pois as várias iniciativas europeias para valorizar a cultura possibilitaram a abertura de variadas actividades culturais, sociais e arquitectónicas para a sua concretização.

A ‘Madeira’ não é um caso à parte no usufruto da cultura como produto de cativação turística e, ainda menos, na criação de iniciativas para a sua valorização. As comemorações dos 500 Anos da Cidade do Funchal, em 2008, são o exemplo máximo na valorização do património cultural local, atingindo o recorde de maior movimento turístico registado na RAM nos últimos 13 anos.

Como tal, a utilização da cultura como produto turístico terá resultados na requalificação do património assim como na criação de novas ofertas de produtos turísticos, onde as quintas madeirenses poderão ter um papel fulcral, devido à sua implantação na ilha. Mais, a aproximação dos 500 Anos da Diocese do Funchal (2014) e dos 600 Anos da Descoberta da Ilha da Madeira (2019) serão dois novos pretextos para a criação de iniciativas culturais na sua valorização.

As quintas também não passaram “ao lado” das acções de valorização e requalificação. Tal como ocorreu na UE (entre 1972 e 2006) e Portugal (desde 2001), as quintas como edifícios históricos a preservar e revitalizar tiveram as primeiras iniciativas a partir de 2002 com as devidas disposições legais a serem aprovadas.

Estas acções tiveram consequências directas na transformação destes edifícios como produtor turístico do ‘destino Madeira’, salientados pela fundação em 2004/2005 da marca hoteleira “Quintas da Madeira”, com o objectivo de recordar os tempos de ouro destes espaços. Apesar da iniciativa cultural de instituições privadas, esta mesma marca, por ser um grupo turístico restrito, corre sempre o risco de sofrer uma feroz concorrência por parte hotéis convencionais, não só devido aos preços praticados mas também pelo risco de estagnar o desenvolvimento do próprio mercado quintas, processo, de acordo com o POTRAM, penoso e dispendioso. A falta de promoção e de cativação são outros dos problemas a ter em conta.

A marca necessita de adoptar uma abrangente visão sobre outros edifícios (quintas madeirenses) que tenham as mesmas características e respeitem as “normas” delineadas pela empresa. Mais, as quintas não representavam somente o início do negócio da hotelaria madeirense, sendo também a representação do princípio do turismo na RAM, como tal, a

necessidade de abranger campos como a botânica, a história, a gastronomia ou a própria cultura através de roteiros e eventos culturais poderá ser uma opção sustentável, permitindo a abertura dos espaços para o público estrangeiro e local.

Aqui o trabalho de campo realizado, enriqueceu a investigação no sentido de que permitiu computar estatísticas e análise. Apesar dos problemas, os resultados foram deveras interessantes pois demonstraram que o conceito de produto turístico tem um elevado grau de potencial, apesar de o conceito “Quinta” ser desconhecido dos turistas. Nestes espaços é valorizado o acolhimento e a hospitalidade, o clima fresco e natural, e a beleza do edifício, jardins e paisagem, sendo usufruído por indivíduos de média idade com elevado nível de educação e monetário. De uma maneira geral, estes também sublinham que deve haver uma maior preocupação e valorização da história e do património local, como as quintas madeirenses.

Julgamos ser importante salientar que, o nosso objecto de estudo, não contemplou espaços que não tenham sido desenvolvidos como estabelecimentos hoteleiros (caso do Jardim Botânico da Madeira Engenheiro Rui Vieira, o Monte Palace Tropical Garden, a Casa da Cultura de Santa Cruz – Quinta do Revoredo ou o Museu Quinta das Cruzes, entre outros), assim como em estabelecimentos hoteleiros que não tenham características de quintas madeirenses. Como tal, são pontos a ter em conta no desenvolvimento de novos estudos sobre o tema da revitalização das Quintas.

Resumindo, a reconstrução e preservação das quintas madeirenses poderão cativar outro tipo de turista/nicho de que a RAM necessita para recuperar a imagem como destino de excelência do Atlântico. Neste ponto, será importante ter-se uma atenção redobrada na evolução estatística do turismo da RAM nos próximos cinco anos (2014-2019) devido às (boas) previsões do ano de 2013.

Sabendo das dificuldades económicas europeias, e do programa de estabilidade financeiro (Comissão Europeia/Banco Central Europeu/Fundo Monetário Internacional) em curso em Portugal, é necessária uma cooperação e iniciativa por parte de instituições governamentais, privadas ou público-privadas, de forma que durante e após o programa financeiro europeu se abranger um maior número de quintas madeirenses de forma a realizar experiências/actividades culturais a fim de, após cinco anos, torná-las num produto único e diferenciado da RAM.

Ainda julgamos importante num prazo de 10/20 anos, após 2020, realizar um estudo histórico do Turismo da RAM entre 2000 e 2008, entre 2008 e 2018, tendo em conta neste último período o estudo do ciclo de vida do turismo madeirense (declínio ou

rejuvenescimento), assim como ter vigilância em 2014 e 2019 nas comemorações culturais na Madeira para se perceber qual o nível de importância dessas comemorações no turismo madeirense (como foi o caso de 2008), destacando em qualquer destes pontos de estudo o papel do desenvolvimento das quintas madeirenses como produto turístico diferenciado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFONSO, Duarte Vicente Ribeiro (2009), *Planeamento Estratégico da Animação para a Região Autónoma da Madeira*, S.l., Master Business Administrator em Turismo – MBA.
- ALMEIDA, António & RODRIGUES, Ricardo (2011), *A Experiência de Desenvolvimento Socioeconómico Regional: uma Abordagem Multidisciplinar sobre a Madeira*, Funchal, Universidade da Madeira.
- ANDRIOTIS, Dr. Konstantinos (S.d.), “The Tourism Life Cycle: an Overview of the Cretan Case”, S.l., S.e., retirado de [http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Andriotis_paper\[1\].pdf](http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Andriotis_paper[1].pdf)
- ANDRIOTIS, Konstantinos (2006), “Researching the Development Gap Between the Hinterland and the Coast – Evidence from the Island of Crete”, in *Tourism Management*, Nº 27, Pp. 629-663.
- APPADURAI, Arjun (1990), “Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy”, in FEATHERSTONE, M. (ed.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, London, Sage, Pp. 295-310.
- ARAGÃO, António (1981), *A Madeira Vista por Estrangeiros 1455-1700*, Funchal, Secretaria Regional da Educação e Cultura, Direcção Regional dos Assuntos Culturais.
- ARAGÃO, António (1979), *Para a História do Funchal – Pequenos Passos da sua Memória*, Funchal, Secretaria Regional da Educação e Cultura, Direcção Regional dos Assuntos Culturais.
- ARROYO, Claudia Gil, BARBIERI, Carla & RICH, Samantha Rozier (2013), “Defining Agritourism: A Comparative Study of Stakeholders’ Perceptions in Missouri and North Carolina”, in *Tourism Management*, Nº 37, Pp. 39-47.
- AUGÉ, Marc (Setembro de 2007), *Não-lugares – Introdução a uma antropologia da Sobremodernidade*, Lisboa, 90 Graus Editora.
- AGRUSA, Wendy, LEMA, Joseph, TANNER, John, HOST, Tanya & AGRUSA, Jerome (2010), “Integrating Sustainability and Hawaiian Culture into the Tourism Experience of the Hawaiian Islands”, in *PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 8, Nº 2, Pp. 247-264.
- BARKE, Martin (2004), “Rural Tourism in Spain”, in *International Journal of Tourism Research*, Nº 6, Pp. 137-149.

- BARRACHO, Carlos & DIAS, Maria João D. (2010), *O Espaço e o Homem – Perspectivas Multidisciplinares*, Lisboa, Edições Sílabo.
- BATLE, Julio (2000), “Rethinking Tourism in the Balearic Island”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, Nº 2, Pp. 524-526.
- BENTLEY, Tim A., PAGE, Stephen J. & MACKY, Keith A. (2007), “Adventure Tourism and Adventure Sports Injury: the New Zealand Experience”, in *Applied Ergonomics*, Vol. 38, Pp. 791-796
- BETTENCOURT, Luísa Catarina Freitas Andrade (2007), *A Morfologia Urbana da Cidade do Funchal e os seus Espaços Públicos Estruturantes*, Lisboa, Dissertação de Mestrado Integrado em Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- BIGNÉ, J. Enrique, SÁNCHEZ, M. Isabel & SÁNCHEZ, Javier (2001), “Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behavior: Inter-relationship”, in *Tourism Management*, Vol. 22, Pp. 607-616.
- BOISSEVAIN, Jeremy (1996), *Coping with Tourists – European Reactions to Mass Tourism*, Oxford, Berghahn Books.
- BONIFACE, P. (1995), *Managing Quality Cultural Tourism*, London, Routledge.
- BONINK, M. & RICHARDS, G. (1992), *Cultural Tourism in Europe – A Transnational Research Initiative of the ATLAS Consortium*, London, Centre for Leisure and Tourism Studies.
- BRANDTH, Berit & HAUGEN, Marit S. (2011), “Farm Diversification into Tourism – Implications for Social Identity?”, in *Journal of Rural Studies*, Nº 27, Pp. 35-44
- BRIASSOULIS, Helen (2002), “Sustainable Tourism and the Question of the Commons”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 4, Pp. 1065-1085.
- BRIEDENHANN, Jenny & WICKENS, Eugenia (2004), “Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas – Vibrant Hope or Impossible Dream?”, in *Tourism Management*, Nº 25, Pp. 71-79.
- BUSBY, Graham & RENDLE, Samantha (2000), “The Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism”, in *Tourism Management*, Nº 21, Pp. 635-642.
- BUTLER, R. W. (1980), “The Concept of a Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, in *Canadian Geographer*, Nº 24, Pp. 5-12.
- BUTLER, Richard (2010), “Sustainability or Stagnation – Limits on Development in Tourist Destinations”, in *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 1, Issue 1, Leiria, Pp. 10-23.

- CABRAL, Francisco Caldeira (1993), *Fundamentos da Arquitectura Paisagística*, Lisboa, Instituto de Conservação da Natureza.
- CÂMARA, Benedita (2002), *A Economia da Madeira (1850-1914)*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais (ICS).
- CARAPINHA, Aurora (2008), “A Quinta de Recreio”, in *Diário de Notícias*, retirado de http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=998218
- CARITA, Hélder & CARDOSO, Homem (Novembro de 1987), *Tratado da Grandeza dos Jardins em Portugal ou da Originalidade e Desaires desta Arte*, S.l., Edição dos Autores.
- CARITA, Rui (1982), *Paulo Dias de Almeida e a Descrição da Ilha da Madeira*, Funchal, Direcção Regional dos Assuntos Culturais da Madeira.
- CAWLEY, Mary & GILLMOR, Desmond A. (2008), “Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, Nº 2, Pp. 316-337.
- CHANG, T. C., MILNE, Simon, FALLON, Dale & POHLMANN, Corinne (1996), “Urban Heritage Tourism: the Global-local Nexus”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, Nº 2, Pp. 284-305.
- CHAPMAN, Anya & SPEAKE, Janet (2011), “Regeneration in a Mass-tourism Resort: the Changing Fortunes of Bugibba, Malta”, in *Tourism Management*, Vol. 32, Nº 3, Pp. 482-491.
- COCCOSSIS, Harry (1996): “Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications”, in *Sustainable Tourism? – European Experiences*, Oxon, CAB, Pp. 1-21.
- CUCCIA, Tiziana & RIZZO, Ilde (2011), “Tourism Seasonality in Cultural Destinations: Empirical Evidence from Sicily”, in *Tourism Management*, Nº 32, Pp. 589-595.
- DANIEL, Ana Cristina Marques (2010), “Caracterização do Sector Turístico em Portugal”, in *Tékhnē – Revista de Estudos Politécnicos*, Vol. VIII, Nº 14, Pp. 255-276.
- DESENVOLVIMENTO, Ministério da Economia, da Inovação e do (2011), *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal – Propostas para Revisão no Horizonte 2015*, Lisboa, Turismo de Portugal, ip.
- DENIZ, Bülent, KILIÇASLAN, Çiğdem, KARA, Barış, GÖKTUĞ, Tendü Hilal & KUTSAL, Erdinç (2011), “Evolution of the Tourism Potential of Beşparmak Mountains in the respect of Protection – Use Balance”, in *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Nº 19, Pp. 250-257.

- DEVESA, María, LAGUNA, Marta & PALACIOS, Andrés (2010), “The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism”, in *Tourism Management*, Nº 31, Pp. 547-552.
- DICKINSON, Janet E., CALVER, Stephen, WATTERS, Kat & WILKES, Keith (2004), “Journeys to Heritage Attractions in the UK: a Case Study of National Trust Property Visitors in the South West”, in *Journal of Transport Geography*, Nº 12, Pp. 103-113.
- DIEDRICH, Amy & GARCÍA-BUADES, Esther (2009), “Local Perceptions of Tourism as Indicators of Destination Decline”, in *Tourism Management*, Nº 30, Pp. 512-521.
- DOOLEY, Terence (2003), *A Future for Irish Historic Houses? – A Study of Fifty Houses*, Irlanda, Irish Georgian Society.
- DUFFIELD, Brian S. (1982), “Tourism: the Measurement of Economic and Social Impact”, in *Tourism Management*, Vol. 3, Nº 4, Pp. 248-255.
- EMPREGO, Ministério da Economia e do (2013), *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Revisão e Objectivos 2013-2015*, Lisboa, Turismo de Portugal, ip.
- EUROPA, Ismeri (2011), *Factores de Crescimento nas Regiões Ultraperiféricas*, S.l., Comissão Europeia.
- FAGENCE, Michael (1997), “An Uncertain Future for Tourism in Microstates; the Case of Nauru”, in *Tourism Management*, Vol. 18, Nº 6, Pp. 385-392.
- FAULKNER, Bill (2002), *Rejuvenating a Maturing Tourist Destination – the Case of the Gold Coast*, Queensland, CRC Sustainable Tourism.
- FROCHOT, I. (2005), “A Benefit Segmentation of Tourists in Rural Areas: a Scottish Perspective”, in *Tourism Management*, Vol. 3, Nº 26, Pp. 335-346.
- FERNANDES, José Manuel (1992), *Cidades e Casas da Macaronésia – Evolução do Território e da Arquitectura nas Ilhas Atlânticas sob Influência Portuguesa – Quadro Histórico, do Século XV ao Século XVIII*, S.l., Dissertação para Doutoramento em Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa.
- FIGINI, Paolo & VICI, Laura (2012), “Off-season Tourists and the Cultural Offer of a Mass-tourism Destination: the Case of Rimini”, in *Tourism Management*, Vol. 33, Nº 4, Pp. 825-839.
- FILIPE, Carla Sofia Magalhães (2009), *Andanças do Turismo Criativo*, Aveiro, Dissertação em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro.
- FINN, John, KEENA, Catherine, LYSAGHT, Liam & SMYTH, Isabell (s.d.), “Traditional Buildings on Irish Farms”, in *Built and Natural Heritage*, Vol. 02, S.l., S.e.

- FLEMSAETER, Frode (2009), “From “Home” to “Second Home”: Emotional Dilemmas on Norwegian Smallholdings”, in *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 9, Nº 4, Pp. 406-423.
- FREDLINE, Elizabeth (2002), *Social Impacts of Tourism on the Gold Coast*, Austrália, Gold Coast Tourism Visioning Project 3.3, Common Ground.
- FRANÇA, Isabella de (1970), *Jornal de uma vista à Madeira e a Portugal 1853-1854*, S.l., Junta Geral do Distrito Autónomo do Funchal.
- GALLARZA, Martina G., SAURA, Irene Gil & GARCIA, Haydée Calderón (2002), “Destination Image – Toward a Conceptual Framework”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 1, Pp. 56-78.
- GAMA, José Gil Correia (2011), *Arquitectura e Turismo na Cidade do Funchal no Século XX*, Coimbra, Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura, Departamento de Arquitectura da FCTUC.
- GARCÍA-FALCÓN, Juan Manuel & MEDINA-MUÑOZ, Diego (1999), “Sustainable Tourism Development in Islands, A Case Study of Gran Canaria”, in *Business Strategy and the Environment*, Vol. 8, Nº 6, Pp. 336-357.
- GASPAR, Emanuel (2007), *As Casinhas de prazer Funchalenses*, trabalho inédito, disponibilizado por Emanuel Gaspar.
- GNOTH, Jürgen & ZINS, Andreas H. (2013), “Developing a Tourism Cultural Contact Scale”, in *Journal of Business Research*, Vol. 66, Nº 6, Pp. 739-744.
- GOMES, J. Reis (1968), *Casas Madeirenses*, Funchal, Editorial Eco do Funchal.
- GOMES, Nélío (2012), “63 Prédios em Ruína no Funchal”, in *Diário de Notícias Madeira*, Pp. 8-9.
- GOMES, Sílvia Marina Câmara (2012), *Quintas Madeirenses: Lazer e Diversão entre Muros (1851-1900)*, Funchal, Dissertação de Mestrado, Universidade da Madeira.
- GONÇALVES, Marco António (2007), *Quinta do Vale Formoso – Um Olhar sobre o Ontem e o Hoje*, Funchal, Dissertação de Mestrado em História e Cultura das Regiões, Universidade da Madeira.
- GOUVEIA, Brígida Homem (1984), *As Quintas da Madeira, Na Projecção do Séc. XIX Europeu*, Funchal, S. e.
- GOUVEIA, Horácio Bento de (2003), “A Casa do Ladrilho – Por onde Ecoam os Passos do Escritor”, in *Revista Olhar – Jornal da Madeira*, Funchal, P. 18.
- GRABURN, Nelson H. H. (1983), “The Anthropology of Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, Nº 1, Pp. 9-33.

- GREENWOOD, D. J. (1992), “La Cultura al Peso: Perspectiva Antropológica del Turismo en tanto Proceso de Mercantilización Cultural”, in SMITH, V. L. (coord.), *Anfitriones e invitados*, Madrid, Endymion, Pp. 257-279.
- GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo (2002), “Tourism and Cultural Revival”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 4, Pp. 1004-1021.
- GRYDEHØJ, Adam (2013), “Ethnicity and the Origins of Local Identity in Shetland UK – Part I: Picts, Vikings, Fairies, Finns, and Aryans”, in *Journal of Marine and Island Cultures*, Nº 2, Pp. 39-48.
- Historic, Cultural, Scenic, Recreation, and Tourism Technical Report* (2008), New Jersey, Highlands Council.
- HIGGINS-DESBIOLLES, Freya (2006), “More than an “Industry”: the Forgotten Power of Tourism as a Social Force”, in *Tourism Management*, Vol. 27, Nº 6, Pp. 1192-1208.
- HINCH, T. D. & HIGHAM, J. E. S. (2001), “Sport Tourism: a Framework for Research”, in *Journal of Tourism Research*, Vol. 3, Pp. 45-58.
- HOARE, Marjorie (2004), *The Quinta's of Madeira - Windows Into the Past*, Funchal, Editorial Escudo de Oro, S.A.
- HOVINEN, Gary R. (2002), “Revisiting the Destination Lifecycle Model”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 1, Pp. 209-230.
- HUGHES, Howard & ALLEN, Danielle (2005), “Cultural Tourism in Central and Eastern Europe: the Views of ‘Induced Image Formation Agents’”, in *Tourism Management*, Vol. 26, Nº 2, Pp. 173-183.
- HUI, T. & WAN, T. (2003), “Singapore’s Image as a Tourist Destination”, in *International Journal of Tourism Research*, Vol. 5, Pp. 305-313.
- ICOMOS (1976), *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*, Paris, UNESCO/ICOMOS, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=248>.
- ICOMOS (1999), *Carta Internacional do Turismo Cultural*, México, UNESCO/ICOMOS.
- INOVAÇÃO, Ministério da Economia e da (2007), *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*, Lisboa, Turismo de Portugal, ip.
- IGNARRA, L. R. (2003), *Fundamentos do turismo*, São Paulo, Cia Editorial.
- JACOBSEN, Jens Kristian Steen (2000), “Anti-tourist Attitudes: Mediterranean Charter Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 2, Nº 27, Pp. 284-300.
- JANISKEE, Robert L. (1996), “Historic Houses and Special Events”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, Nº 2, Grã-Bretanha, Elsevier Science Ltd, Pp. 398-414.

- JARDIM, Isaura de Passos (1933), “As Quintas da Ilha da Madeira”, in *Diário da Madeira*.
- JOHNSON, Nuala C. (1999), “Framing the Past: Time, Space and the Politics of Heritage Tourism in Ireland”, in *Political Geography*, Nº 18, Pp. 187-207.
- KASTENHOLZ, Elisabeth, CARNEIRO, Maria João, MARQUES, Carlos Peixeira & LIMA, Joana (2012), “Understanding and Managing the Rural Tourism Experience – The Case of a Historical Village in Portugal”, in *Tourism Management Perspectives*, Nº 4, Pp. 207-214.
- KASTENHOLZ, E., DAVIS, D. & GORDON, P. (1999), “Segmenting Tourism in Rural Areas: The Case of North and Central Portugal”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, Nº 4, Pp. 353 – 363.
- KORINOVSKI, Saso & MARINOSKI, Naume (2012), “Cultural Tourism in Ohrid as a Selective Form of Tourism Development”, in *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 44, Pp. 104-113.
- LAWS, Eric (1998), “Conceptualizing Visitor Satisfaction Management in Heritage Settings: an Exploratory Blueprinting Analysis of Leeds Castle, Kent”, in *Tourism Management*, Vol. 19, Nº 6, Pp. 545-554.
- LAMAS, Maria (1989), *Arquipélago da Madeira – Maravilha Atlântica*, Funchal, Editorial Eco do Funchal, Lda.
- LECO, F., PÉREZ, A., HERNÁNDEZ, J. M. & CAMPÓN, A. M. (2013), “Rural Tourists and their Attitudes and Motivations towards the Practice of Environmental Activities such as Agrotourism”, in *International Journal of Environmental Research*, Vol. 1, Nº 7, Pp. 255-264.
- LIIRA, Jaan, LÕHMUS, Kertu & TUISK, Epp (2012), “Old Manor Parks as Potential Habitats for Forest Flora in Agricultural Landscapes of Estonia”, in *Biological Conservation*, Nº 146, Pp. 144-154.
- LLOPART, D. (1994), “Patrimoni Etnològic Versus Museus Etnològics”, in *Aixa nº 6 – Revista Anual del Museu Etnològic del Montseny*, La Gabella, P. 9.
- LUÍS, Esmeralda (2002), “Turismo e Desenvolvimento do Espaço Rural: O Caso do Concelho de Santa Marta de Penaguião”, in *Inforgeo 16/17*, Lisboa, Edições Colibri, Pp. 63-79.
- LOUREIRO, Sandra Maria Correia (2012), “Tourism in Rural Areas: Foundation, Quality and Experience”, in KASIMOGLU, Murat (Ed.), *Visions for Global Tourism Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies*, S.l., InTech, Pp. 441-460.

- LOZANO-OYOLA, Macarena, BLANCAS, Francisco Javier, GONZÁLEZ, Mercedes & CABALLERO, Rafael (2012), “Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools in Cultural Destinations”, in *Ecological Indicators*, Vol. 18, Pp. 659-675.
- LYNCH, Mary-Frances, DUINKER, Peter N., SHEEHAN, Lorn R. & CHUTE, Janet E. (2011), “The Demand for Mi’kmaw Cultural Tourism: Tourist Perspectives”, in *Tourism Management*, Vol. 32, Nº 5, Pp. 977-986.
- MACCANNELL, Dean (1992), *Empty Meeting Grounds - The Tourist Papers*, London, Routledge.
- MACDONALD, Roberta & JOLLIFFE, Lee (2003), “Cultural Rural Tourism: Evidence from Canada”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, Nº 2, Pp. 307-322.
- MARUJO, Noémi (2013), “O Desenvolvimento do Turismo na Ilha da Madeira”, in *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, Vol. 6, Nº 15, Pp. 1-16.
- MATOS, Rui Campos (2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes».
- MCCAIN, Gary & RAY, Nina M. (2003), “Legacy Tourism: the Search for Personal Meaning in Heritage Travel”, in *Tourism Management*, Vol. 24, Nº 6, Pp. 713-717.
- MCKERCHER, Bob, HO, Pamela S. Y. & CROS, Hilary du (2005), “Relationship between Tourism and Cultural Heritage Management: Evidence from Hong Kong”, in *Tourism Management*, Vol. 26, Nº 4, Pp. 539-548.
- MESTRE, Victor (2002), *Arquitectura Popular da Madeira*, Lisboa, Argumentum.
- MENG, Zhang, WEI, Yu & YU, Yang (2011), “On Life Cycle of Cultural Heritage Engineering Tourism: a Case Study of Macau”, in *Systems Engineering Procedia*, Vol. 1, Pp. 351-357.
- MICHAUD, Jean (1991), “A Social Anthropology of Tourism in Ladakh, India”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, Nº 4, Pp. 605-621.
- MOLERA, Lourdes & ALBALADEJO, Isabel Pilar (2007), “Profiling Segments of Tourists in Rural Areas of South-Eastern Spain”, in *Tourism Management*, Nº 28, Pp. 757-767.
- MOLINERO, Nuria Morère & OLIVER, Salvador Perelló (2013), *Turismo Cultural – Patrimonio, Museos y Empleabilidad*, Madrid, Turismo y Territorio, Escuela de Organización Industrial.
- MONIZ, Ana Isabel Damião de Serpa Arruda (2006), *A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: O Caso dos Açores*, Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais, Universidade dos Açores – Ponta Delgada.

- MONTERRUBIO, Juan Carlos, GULLETTE, Gregory S., MENDOZA-ONTIVEROS, M. Marivel, FERNÁNDEZ, María José, LUQUE, Ana C. (2012), “Social Impacts of Tourism as Perceived by State-planned Tourism Destination Residents: the Case of Huatulco, Mexico”, in *International Journal of Tourism Anthropology*, Vol. 2, Nº 1, Pp. 34-52.
- MURZYN-KUPISZ, Monika (2013), “The Socio-economic Impact of Built Heritage Projects Conducted by Private Investors”, in *Journal of Cultural Heritage*, Nº 14, Pp. 156-162.
- NASCIMENTO, Cabral do (1954), “As Quintas – Fulcro da Paisagem”, in *Panorama – Revista Portuguesa de Arte e Turismo*, Nº 9, II Série, Lisboa, Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo, S. p.
- NASH, R. & MARTIN, A. (2003), “Tourism in Peripheral Areas – the Challenges of Northeast Scotland”, in *International Journal of Tourism Research*, Nº 5, Pp. 161-181.
- NELSON, Ross & WALL, Geoffrey (1986), “Transport and Accommodation: Changing Interrelationships on Vancouver Island”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 2, Nº 13, Pp. 239-260.
- NICOLAU, A. (2002): “La Ciudad como Museo”, in *Actas do “Congreso Internacional sobre el Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales”*, Granada, 19-22 de Fevereiro de 2002.
- NILSON, Per Åke (2002), “Staying on Farms – An Ideological Background”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 1, Pp. 7-24.
- NUNES, Sónia Patrícia Mendonça (2012), *Turismo no Espaço Rural na Região Autónoma da Madeira – Um Estudo para o Desenvolvimento de um Sistema de Gestão de Qualidade do Setor*, Funchal, Dissertação de Mestrado em Ecoturismo, Universidade da Madeira.
- OGLETHORPE, M. (1984), “Tourism in Malta: a Crisis of Dependence”, in *Leisure Studies*, Nº 3, Pp. 147-162.
- OLIVEIRA, Ricardo Miguel (2012a), “Turismo Obrigado a Mudar Práticas”, in *Diário de Notícias Madeira*, Funchal, Pp. 18-19.
- OLIVEIRA, Ricardo Miguel (2012b), “Turismo à Deriva gera Alerta dos Privados”, in *Diário de Notícias Madeira*, Funchal, Pp. 14-15.
- ÖZDEMİR, Gokce (2007), “Cultural Change Management and Quality in the Tourism Industry”, in *Journal of Yasar University*, Vol. 5, Nº 2, Pp. 505-523.
- PARK, Hyung yu (2010), “Heritage Tourism – Emotional Journeys into Nationhood”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, Nº 1, Pp. 116-135.

- PATIN, V. (1999), “Cultura e Turismo: Cara a Unha Economía de Mercado”, in *O Correo da UNESCO*, Agosto-Setembro de 1999, s.l., s.e., Pp. 35-36.
- PEARCE, Philip L. & STRINGER, Peter F. (1991), “Psychology and Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, Nº 1, Pp. 136-154.
- PEDRANA, Margherita (2013), “Local Economic Development Policies and Tourism – an Approach to Sustainability and Culture”, in *Regional Science Inquiry Journal*, Vol. V, Nº 1, Pp. 91-99.
- PEREIRA, Sónia Carla Fidalgo Pais (2005), *O Papel da Atracção Turística Cultural no Desenvolvimento Económico Regional*, Aveiro, Dissertação em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro.
- PÉREZ, Xerardo Pereira (2009), *Turismo Cultural – Uma Visão Antropológica*, Nº 2, El Sauzal, Colección PASOS edita.
- PINA, Isabel Pilar Albaladejo & DELFA, María Teresa Díaz (2005), “Rural Tourism Demand by type of Accommodation”, in *Tourism Management*, Nº 26, Pp. 951-959.
- PINTO, Juliana Sequeira (2010), *Determinação da Imagem de Lisboa como Destino Turístico: Análise das Percepções à Chegada e à Partida e Implicações para a Satisfação do Turista*, Lisboa, Dissertação de Mestrado em Engenharia e Gestão Industrial, Instituto Superior Técnico – Universidade Técnica de Lisboa.
- PORIA, Yaniv, BUTLER, Richard & AIREY, David (2003), “The Core of Heritage Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, Nº 1, Pp. 238-254.
- QUINTAL, Artur Jorge Faria (2008), *A Importância do Património na Escolha do Destino Turístico*, Funchal, Dissertação de Mestrado, Universidade da Madeira.
- QUINTAL, Raimundo (2007), *Quintas, Parques e Jardins do Funchal – Estudo Fitogeográfico*, Lisboa, Esfera do Caos Editores.
- QUINTAL, Raimundo (2009), “A Importância dos Jardins como Nicho Turístico na Madeira”, in *Turismos de Nicho: Motivações, Produtos, Território*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Pp. 71-93.
- REIS, Diana Carolina da Costa dos (2009), *Redes Empresariais em Turismo: o Caso da Madeira*, Aveiro, Dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo, Universidade de Aveiro.
- RIBEIRO, J. Cadima & VAREIRO, Laurentina (2007), “Turismo e Desenvolvimento Regional: O Espaço Rural como Destino Turístico”, Arco de Valdevez, 1º Congresso Internacional “Casa Nobre: Um Património para O Futuro”, Câmara Municipal dos Arcos de Valdevez, Pp. 470-486.

- RIBEIRO, João Adriano (1991), *Monte – Breve Resenha Histórica da Freguesia de Nossa Senhora do Monte*, Funchal, Fundação Berardo.
- RICHARDS, Greg (1996), “Production and Consumption of European Cultural Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, Nº 2, Pp. 261-283.
- RICHARDS, Greg (2002), “Tourism Attraction Systems: Exploring Cultural Behavior”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 4, Pp. 1048-1064.
- RURAL, Direcção-Geral da Agricultura e Desenvolvimento (2009), *Guia de Observação do Património Rural 09*, Lisboa, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas.
- RUSKULE, Anda, NIKODEMUS, Olgerts, KASPARINSKIS, Raimonds, BELL, Simon & URTANE, Ilze (2013), “The Perception of Abandoned Farmland by Local People and Experts: Landscape Value and Perspectives on Future Land Use”, in *Landscape and Urban Planning*, Nº 115, Pp. 49-61.
- RUSSO, Antonio P. & BORG, Jan van der (2002), “Planning Considerations for Cultural Tourism: a Case Study of Four European Cities”, in *Tourism Management*, Vol. 23, Nº 6, Pp. 631-637.
- SAARINEN, Jarkko (2006), “Traditions of Sustainability in Tourism Studies”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, Nº 4, Pp. 1121-1140.
- SÁ, Maria Teresa Salgueiro de Vasconcelos e (2006), “Lugares e Não-lugares em Marc Augé”, in *Artitextos*, Nº 3, Lisboa, Pp. 179-188.
- SAINZ-TRUEVA, José de (1989). “Quinta da Mãe dos Homens”, in VERÍSSIMO, Nelson (dir.), *Atlântico – Revista de Temas Culturais*, Nº 17, Funchal, S.e.
- SHARPLEY, Richard (2002), “Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: the Case of Cyprus”, in *Tourism Management*, Nº 23, Pp. 233-244.
- SANTOS, Sílvio (1998), *A Economia*, Lisboa, Edicarte.
- SILVA, Álvaro Fernando Duarte Sousa (2008), *Estudo de Viabilização para a Criação e Implementação de uma Associação para o Desenvolvimento do Destino Turístico Monte*, Mestrado em Arte e Património: no Contemporâneo e Actual, Funchal, Universidade da Madeira.
- SILVA, Emanuel (2012), “Capitalizar datas históricas para promover o turismo”, in *Diário de Notícias Madeira*, Pp. 16-17.
- SILVA, Iolanda (1998), *O Turismo – Elementos para a sua História*, Lisboa, Edicarte.
- SILVA, Luís (2007a), “A Procura do Turismo em Espaço Rural”, in *Etnográfica*, Vol.1, Nº 11, Pp. 141-163.

- SILVA, Luís (2007b), “Perspectiva Antropológica do Turismo de Habitação em Portugal”, in *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 5, Nº 2, Pp. 31-46.
- SILVA, Maria Teresa Marques Madeira da (2012), “As Cidades das Ilhas Atlânticas de Origem Portuguesa e a Transferências de Modelos Urbanos do Continente Europeu”, in *Anais: Seminário de História da Cidade e do Urbanismo*, s.l., s.e., versão online disponível em: <http://www.anpur.org.br/revista/rbeur/index.php/shcu/article/view/1402>
- SILVA, Mónica Luísa Sousa da (2011), *O Processo de Planeamento Estratégico em Turismo: O Caso “Quintas da Madeira”*, Porto, Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais, Universidade Fernando Pessoa.
- SILVA, Padre Fernando Augusto da & MENESES, Carlos Azevedo de (1978), *Elucidário Madeirense*, Vol. III (O-Z), Funchal, Secretaria Regional da Educação e Cultura.
- SILVA, Susana & CARVALHO, Paulo (2012), “Garden Tourism: Nicho Turístico da Pós-modernidade”, in *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, Vol. 5, Nº 13, s. p.
- SILVA, Susana, CARVALHO, Paulo & TOMÁS, Paulo Manuel de Carvalho (2013), “Os Jardins no Contexto do Turismo Pós-moderno – O Caso de Portugal”, in *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Coimbra, Vol. 11, Nº 4, Pp. 631-647.
- SIRGADO, J. (1996), “Dinâmicas do Turismo e Sustentabilidade do Desenvolvimento Local/Regional: Contributos para uma Articulação Estratégica”, in CAVACO, C., *Turismo e Lazeres*, Lisboa, Colecção Estudos de Planeamento Regional e Urbano, Centro de Estudos Geográficos, Pp. 25-38.
- SMITH, Valene L. (1989), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 2ª Ed., Filadélfia, University of Pennsylvania Press.
- SMITH, Valene L. (1992), *Anfitriones e Invitados - Antropología del Turismo*, Madrid, Turismo y Sociedad, Endymion.
- STEBBINS, Robert A. (1996), “Cultural Tourism as Serious Leisure”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 4, Nº 23, Pp. 948-950.
- STRONZA, Amanda (2001), “Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and other Alternatives”, in *Annual Review of Anthropology*, Nº 30, Pp. 261-183.
- TALAVERA, A. Santana (2003), “Mirando Culturas: la Antropología del Turismo”, in GIL, A. Rubio (ed.), *Sociología del Turismo*, Barcelona, Ariel, Pp. 103-125.
- TEO, Peggy & YEOH, Brenda S. A. (1997), “Remaking Local Heritage for Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, Nº 1, Pp. 192-213.

- THOMAS, R. P., PORTEOUS, G. & SIMMONS, D. G. (1994), *Garden Tourism and its Potential Organization in Canterbury*, Nova Zelândia, Universidade Lincoln
- TIGHE, A J. (1986), “The Arts/Tourism Partnership”, in *Journal of Travel Research*, Nº 24, Pp. 2-5.
- TOOMAN, L. Alex (1997), “Applications of the Life-cycle Model in Tourism”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, Nº 1, Pp. 214-234.
- TURESPAÑA (2001), *Turismo Cultural*, Madrid, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.
- VAART, Jacob H. P. van der (2005), “Towards a New Rural Landscape: Consequences of Non-agricultural Re-use of Redundant Farm Buildings in Friesland”, in *Landscape and UrbanPlanning*, Nº 70, Pp. 143-152.
- VERÍSSIMO, Nelson (1995a), “O Solar da Silveira”, in *Revista Diário de Notícias Madeira*.
- VERÍSSIMO, Nelson (1995b), “Quintas madeirenses – Contributos para uma definição”, in *Revista Diário de Notícias Madeira*.
- VIEIRA, Alberto (2008), “A História do Turismo na Madeira – Alguns Dados para uma Breve Reflexão”, in *Revista de Turismo de Canarias y Macaronesia*, número 0, Escuela Universitaria de Turismo Iriarte, Pp. 95-118.
- VIEIRA, Alberto (1989), “As quintas madeirenses”, in *Diário de Notícias Madeira*, P. 2.
- WANG, Ning (1997), “Vernacular House as an Attraction: Illustration from Hutong Tourism in Beijing”, in *Tourism Management*, Vol. 18, Nº 8, Pp. 573-580.
- WILKINSON, Paul F. (1989), “Strategies for Tourism in Island Microstates”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, Nº2, Pp. 153-177.
- WILLIAMS, M. T. (1993), “An Expansion of the Tourist Site Cycle Model: the Case of Minorca (Spain)”, in *Journal of Tourism Studies*, Vol. 2, Nº 4, Pp. 24-32.
- WEAVER, David B. (1993), “Ecotourism in the Small Island Caribbean”, in *Geojournal*, Vol. 31, Nº 4, Pp. 457-465.
- WEAVER, David B. (1995), “Alternative Tourism in Montserrat”, in *Tourism Management*, Vol. 16, Nº 8, Grã-Bretanha, Elsevier Science, Pp. 593-604.
- WEAVER, David B. (1998), “Peripheries of the Periphery Tourism in Tobago and Barbuda”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, Nº 2, Pp. 292-313.
- YANEZ, Celia Martínez (2011), “New Strategies for Cultural Tourism Planning: Quality and Creativity as Tools for Development”, in *ICOMOS*, Paris, ICOMOS, disponível em: http://openarchive.icomos.org/1259/1/III-1-Article7_Y%C3%A1nez.pdf

YANG, Li (2011), “Ethnic Tourism and Cultural Representation”, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, Nº 2, Pp. 561-585.

YOUNG, Bruce (1983), “Touristization of Traditional Maltese Fishing-farming Villages: a General Model”, in *Tourism Management*, Vol. 1, Nº 4, Pp. 35-41.

DECRETOS

Diário da República nº 209, Lei Nº 107/2001 de 9 de Setembro (Estabelece as Bases da Política e do Regime de Protecção e Valorização do Património Cultural).

Diário da República Nº 31, Decreto nº 4/2005 de 14 de Fevereiro (Convenção Europeia da Paisagem).

Decreto Legislativo Regional Nº 17/2002/M de 29 de Agosto (Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira).

Decreto-Lei Nº 309/2009 de 23 de Outubro (Estabelece o Procedimento de Classificação dos Bens Imóveis de Interesse Cultural, bem como o Regime das Zonas de Protecção e do Plano de Pormenor de Salvaguarda).

Decreto-Lei Nº 115/2011 de 5 de Dezembro (Primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 309/2009, de 23 de Outubro, que Estabelece o Procedimento de Classificação dos Bens Imóveis de Interesse Cultural, bem como o Regime das Zonas de Protecção e do Plano de Pormenor de Salvaguarda).

Legislação Nacional, Decreto-Lei Nº 54/2002 de 11 de Março (Actividade Empresarial).

Parecer do Comité das Regiões “Habitação e Política Regional” (2007/C 146/02)

Resolução do Parlamento Europeu sobre a Protecção do Património Natural, Arquitectónico e Cultural nas Regiões Rurais e Insulares de 7 de Setembro de 2006 (2006/2050 (INI)), disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2006-0355+0+DOC+XML+V0//PT>

Série des Traités du Conseil de l’Europe Nº 199, Convention-cadre du Conseil de l’Europe sur la Valeur du Patrimoine Culturel pour la Société, Faro, 27 de Outubro de 2005.

ANEXOS

ANEXO I – INQUÉRITO (PORTUGUÊS)

1. Dados Demográficos

Nacionalidade	☐ Inglês ☐ Alemão ☐ Norueguês ☐ Italiano ☐ Português ☐ Francês ☐ Outro _____			
Idade	☐ Abaixo 18 ☐ 18-24 ☐ 25-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ 60 ou mais			
Género e Estado Civil	☐ Masculino ☐ Feminino ☐ Solteiro(a) ☐ Casado(a) ☐ Viúvo(a)			
Habilitações Académicas	☐ Ensino primário ☐ Ensino secundário ☐ 12º ano ☐ Licenciatura ☐ Mestrado/Doutoramento ☐ Outra			
Situação do Trabalho	☐ Activo ☐ Não Activo	Rendimento Médio Mensal	☐ Menos de 500 ☐ 500-1000 ☐ 1000-2000 ☐ 2000-3000 ☐ 3000-4000 ☐ 4000-5000 ☐ Mais de 5000	

2. Acomodação usufruída durante a Sua estadia no produto Quintas da Madeira

Conhece as Quintas da Madeira? ☐ Sim ☐ Não	Já alguma vez visitou ou esteve alojado numa Quinta da Madeira? ☐ Já visitei ☐ Já visitei e fiquei alojado ☐ Já fiquei alojado ☐ Nunca	Já esteve alojado num edifício deste tipo noutro país? ☐ Sim ☐ Não
--	--	--

Assinala com um X as fontes de informação utilizadas para a sua escolha do produto Quintas.

Websites especializados (ex.: Agência de viagens,...)	Visitas anteriores à Ilha da Madeira
Conselho da parte de amigos e familiares	Curiosidade sobre este tipo de produto
Catálogos obtidos nas agências de viagem e Feira de turismo	Campanha publicitária nos meios de comunicação social (ex.: TV, etc.)

Assinale por favor com um X, de 1 (nada importante) a 5 (muito importante), os itens importantes para a selecção deste Estabelecimento.

Item	1	2	3	4	5
Beleza do edifício, dos jardins e da paisagem					
Escape para um ambiente genuíno e cultural					
Clima fresco e natural					
Reviver a memória da vida tradicional da sociedade aristocrática					
Ponto de partida para visitar monumentos e construções típicas em harmonia com o contexto					
Qualidade do alojamento					
Qualidade gastronómica do Estabelecimento					
Facilidade no acesso a outro tipo de estabelecimentos (ex.: restaurantes, museus, jardins, etc.)					
Turismo não massificado					
Preço/Qualidade					
Viver uma nova experiência num tipo de edifício diferente do habitual					
Realização de actividades ligadas a tradições da Ilha da Madeira					
Bom serviço de acolhimento e hospitalidade					
Facilidade de acesso para as actividades ao ar livre e/ou desportivas (ex.: equitação, pesca, caminhadas)					
Sentir-me desconectado, num lugar diferente e relaxante					
Realizar novas experiências durante a estadia					
Enriquecer o conhecimento sobre o património rural, histórico e cultural					
Uma experiência a ser vivida com a família					

Este tipo de acomodação foi a sua primeira escolha para estas férias?	☐ Sim ☐ Não
---	---

Qual o seu grau de satisfação com a sua experiência de estadia no estabelecimento que ficou? (assinale com um X a sua opinião entre 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito))	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Faria/Voltaria a repetir uma estadia/visita neste tipo de produto na Madeira? ☐ Sim ☐ Não	Recomendaria este tipo de espaço para uma estadia/visita na Madeira? ☐ Sim ☐ Não
---	--

Qual a altura mais aconselhável para se realizar uma estadia no Estabelecimento que você escolheu?

☐ Natal e Fim do Ano ☐ Verão ☐ Inverno ☐ Carnaval ☐ Páscoa ☐ Outra: _____

3. Viagem e Estadia no destino Madeira

Com que frequência viaja para o exterior em férias?	☐ Uma vez p/ano ☐ Duas vezes p/ano ☐ Três vezes p/ano ☐ Mais de três vezes p/ano
---	--

É a sua primeira visita à Madeira? ☐ Sim ☐ Não	Se NÃO, indique por favor o número de visitas anteriores à Madeira? ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Mais _____
--	---

Viajou sozinho? ☐ Sim ☐ Não	Quantos adultos viajaram consigo? _____	Quantas crianças viajaram consigo? _____
---	---	--

Qual foi o tipo de destino que procurou quando escolheu a Ilha da Madeira para realizar a sua estadia?

☐ Praia ☐ Campo/Meio Rural ☐ Cidade ☐ Montanha ☐ Saúde ☐ Outro

Que tipo de voo utilizou para viajar para a Ilha da Madeira?

☐Regular☐Low-cost☐Charter

Que companhia de cruzeiros utilizou para viajar para a Ilha da Madeira?

☐MSC☐COSTA☐AIDA☐P&O Cruises☐Outra

Que altura gosta mais para realizar uma estadia na Ilha da Madeira?

☐Natal e Fim do Ano☐Festa da Flor☐Verão☐Outra: _____

Que altura gostaria de experimentar para numa próxima estadia na Madeira?

☐Carnaval☐Páscoa☐Festa do Vinho☐Outra: _____

Com quanto tempo de antecedência planeou esta viagem?

☐Menos de uma semana☐Menos de um mês☐1 a 3 meses☐Um ano

Por favor indique qual o número de dias da sua estadia na Madeira?

_____ dias

A sua estadia englobou Pacote de Viagem?

☐Sim☐Não

Caso NÃO tenha adquirido pacote, qual foi pagamento por noite? (em Euros)

☐0-50☐50-100☐100-200☐200-300☐400-500☐Mais de 500

A sua estadia englobou regime de pequeno-almoço?

☐Sim☐Não

Indique o montante de despesa durante a sua estadia na Ilha da Madeira? (em Euros)

☐0-50☐50-100☐100-200☐200-300☐400-500☐Mais de 500

Como é que descrevia a imagem do destino ‘Madeira’, anteriormente à sua visita? (assinale com um X correspondente à sua opinião, entre 1 (muito má) a 5 (muito boa))	1	2	3	4	5	
Em resultado da sua estadia, mudou de opinião sobre a imagem do destino ‘Madeira’? ☐Sim☐Não	Se SIM, qual é o nível?	1	2	3	4	5
Qual o seu grau de satisfação com a sua experiência de estadia na Ilha da Madeira? (assinale com um X a sua opinião entre 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito))	1	2	3	4	5	

Assinale com um X, o que visitou/realizou na Ilha da Madeira durante a sua estadia?

Mercado dos Lavradores		Jardins Públicos		Museus		Casinhas de Santana		Levadas	
Parque Natural do Funchal		Igrejas, Conventos e Capelas		Caminhadas e passeios		Andar nos carrinhos de cesto		Lojas de Souvenirs	
Miradouros		Golfe		Quintas		Festas e Feiras		Teleféricos	
Outros: _____									

Assinale nas opções abaixo mencionadas, por favor, com um X aquelas que já ouviu (quadrado do lado esquerdo) e/ou conhece (quadrado do lado direito).

Quinta da Rochinha			Quinta Monte Palace			Quinta da Casa Branca			Quinta Jardins do Imperador		
Quinta das Cruzes			Quinta das Vinhas			Quinta Jardins do Lago			Quinta do Arco		
Quinta Bela S. Tiago			Quinta Perestrello			Quinta Mãe dos Homens			Quinta da Palmeira		
Quinta Mirabela			Quinta da Penha França			Quinta do Palheiro Ferreiro			Quinta de São Lourenço		
Além daquelas que acima foram mencionadas, conhece outras Quintas da Madeira? ☐Sim☐Não											

Assinale com um X, da lista abaixo, quais os itens que acha que devam ser melhorados em termos de Informação.

Edifício(s) Histórico(s)		Jardins e Parques		Preços		Espaço(s) Habitacional(ais)	
Mobiliário		Levadas		História da(s) Quinta(s)		Estradas e Caminhos	
Gastronomia		Transportes		Tradição		Laurissilva	
Pontos de interesse		História da Madeira		Restaurantes e/ou Bares		Clima	

Dos vários Itens abaixo mencionados, assinale por favor com um X, de 1 (nada importante) a 5 (muito importante), aqueles que foram, na sua opinião, os factores importantes para a escolha do destino Madeira.

Item	1	2	3	4	5
Beleza da Ilha e das paisagens naturais e genuínas					
“Atmosfera” nova e exótica, clima agradável					
Atracções culturais para o enriquecimento intelectual e gastronómico (ex.: museus, restaurantes, etc.)					
Qualidade das infraestruturas (ex.: transportes, hotéis, apart-hotéis, etc.)					
Preços atractivos e competitivos					
Um destino seguro para visitar com a família					
Acolhimento e hospitalidade da população local					
Procurar escapar da rotina diária através da descoberta de nova e excitantes experiências					
Procurar novos entretenimentos culturais e festivos (ex.: feiras, festas, etc.)					
Um destino diferente e/ou especial					

Tenciona voltar a realizar uma estadia na Ilha da Madeira?

☐Sim, com toda a certeza☐Talvez volte☐Não, em caso algum

ANEXO II – INQUÉRITO (INGLÊS)

1. Demographic Data

Nationality	☐ English ☐ German ☐ Norwegian ☐ Italian ☐ Portuguese ☐ French ☐ Other_____						
Age	☐ Below 18	☐ 18-24	☐ 25-29	☐ 30-39	☐ 40-49	☐ 50-59	☐ 60 or more
Gender and Civil Status	☐ Masculine ☐ Feminine ☐ Single ☐ Married ☐ Widow(er)						
Academic Habilitations	☐ Primary ☐ Secondary Education ☐ 12 th grade ☐ Graduation ☐ Master/PhD ☐ Other						
Job Situation	☐ Active ☐ Non Active	Average Monthly Income	☐ Less than 500 ☐ 500-1000 ☐ 1000-2000 ☐ 2000-3000 ☐ 3000-4000 ☐ 4000-5000 ☐ More than 5000				

2. Accommodation in the product *Quintas da Madeira* during your stay

Do you know the <i>Quintas</i> of Madeira? ☐ Yes ☐ No	Have you ever visited or stayed in a <i>Quinta</i> of Madeira? ☐ I have visited ☐ I have visited and stayed ☐ I have stayed ☐ Never	Have you ever stayed in a place like this in another country? ☐ Yes ☐ No
--	---	---

Mark with an X the source of information that you use for your choice of the product *Quintas*.

Specialized <i>Websites</i> (e.g.: Travel Agencies, Travel guides, ...)	☐	Previous visits to <i>Ilha da Madeira</i>	☐
Family and friend's advice	☐	Curiosity about this product	☐
Catalogs from the Travel Agencies and Tourism Fairs	☐	Publicity from the media (e.g.: Television, etc.)	☐

Mark with an X, from 1 (non important) to 5 (very important), the important items for the choice of this Accommodation.

Item	1	2	3	4	5
Beauty of the building, gardens and landscape					
Escape for a genuine and cultural environment					
Fresh and Natural climate					
Relive the memory of the traditional aristocratic lifestyle society					
Starting point to visit monuments and traditional constructions in harmony with the environment					
Quality of the building					
Accommodations gastronomic quality					
Ease in the access to other places (e.g.: restaurants, museums, gardens, etc.)					
Non massif Tourism					
Price/quality					
To live a new experience in a out of ordinary building kind					
To do activities connected with the Madeira's tradition					
Good service in the welcome and hospitality					
Facilities in access to outdoor and/or sportive activities (e.g.: equitation, fishing, walking)					
To feel disconnected in a different and relaxing place					
To find new experiences through the stay					
Enrich the knowledge of the rural, historical and cultural heritage					
An experience to be lived with the family					

Was this accommodation your first choice for these vacations?

☐Yes ☐No

What is your level of satisfaction of your experience in the chosen accommodation?

(mark with an X your opinion between 1 (very unhappy) and 5 (very pleased))

1

2

3

4

5

Would you do/repeat a stay/visit in this kind of product in Madeira?

☐Yes ☐No

Would you advise this kind of place for a stay/visit in Madeira?

☐Yes ☐No

What's the best season to make a stay in the Accommodation that you choose?

☐Christmas and New Year Celebrations ☐Summer ☐Winter ☐Carnival ☐Easter ☐Other: _____

3. Travel and Accommodation in *Ilha da Madeira*

How often do you travel abroad on vacation? ☐ Once a year ☐ Twice a year ☐ Trice a year ☐ More than three times a year			
Is it your first visit to Madeira? ☐ Yes ☐ No		If NO, how many times did you visit Madeira before? ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ More _____	
Did you travelled alone? ☐ Yes ☐ No	How many adults travel with you? _____	How many children travel with you? _____	
What kind of destination did you look for your stay in Madeira? ☐ Beach ☐ Farm/Countryside ☐ City ☐ Mountain ☐ Health/wellness ☐ Other			

What kind of flight did you use to travel to Madeira? ☐ Regular ☐ Low-cost ☐ Charter	
What cruise company did you use to travel to Madeira? ☐ MSC Cruises ☐ COSTA Crociere ☐ AIDA Cruises ☐ P&O Cruises ☐ Other	
What season do you like to enjoy for a stay in Madeira? ☐ Christmas and New Year Celebrations ☐ Festa da Flor ☐ Summer ☐ Other: _____	What season would you like to enjoy for a next stay in Madeira? ☐ Carnival ☐ Easter ☐ Festa do Vinho ☐ Other: _____
For how long did you schedule this trip? ☐ Less than one week ☐ Less than a month ☐ 1 to 3 months ☐ A year	Please say how many days did you stay in Madeira? _____ days
Did your stay encompass a Travel Package? ☐ Yes ☐ No	If NO Travel Package was acquired, what was the cost per night? (in Euros) ☐ 0-50 ☐ 50-100 ☐ 100-200 ☐ 200-300 ☐ 400-500 ☐ More than 500
Did your stay encompass breakfast? ☐ Yes ☐ No	Indicate the amount of expense during your stay in Madeira? (in Euros) ☐ 0-50 ☐ 50-100 ☐ 100-200 ☐ 200-300 ☐ 400-500 ☐ More than 500

How would you describe, before your visit, the image of ‘Madeira’? (mark with an X, between 1 (very bad) to 5 (very good), your opinion)	1	2	3	4	5	
As a result of your stay, did you change your mind about the image of ‘Madeira’? ☐ Yes ☐ No	If YES, what is the level?	1	2	3	4	5
What is your level of satisfaction of your experience in Madeira? (mark with an X your opinion between 1 (very unhappy) and 5 (very pleased))	1	2	3	4	5	

Mark with an X, what did you do/visited during your stay in Madeira?									
Mercado dos Lavradores		Public Gardens		Museums		Casinhãs of Santana		Levadas	
Parque Natural do Funchal		Churches, Convents and chapels		Walks and rides		Walk in the stroller basket		Souvenirs Shop	
Viewpoints		Golf		Quintas		Parties and Fairs		Cable Cars	
Others: _____									

Please, mark with an X those that you heard (right side square) and/or know (left side square).											
Quinta da Rochinha			Quinta Monte Palace			Quinta da Casa Branca			Quintas Jardins do Imperador		
Quinta das Cruzes			Quinta das Vinhas			Quinta Jardins do Lago			Quinta do Arco		
Quinta Bela S. Tiago			Quinta Perestrello			Quinta Mãe dos Homens			Quinta da Palmeira		
Quinta Mirabela			Quinta da Penha França			Quinta do Palheiro Ferreiro			Quinta S. Lourenço		
Besides those mentioned in the table do you know other Quintas da Madeira? ☐ Yes ☐ No											

Mark please with an X the items that you would like to know more information.							
Historical Building(s)		Gardens and Parks		Prices		Living space(s)	
Furniture		Levadas		History of the Quinta(s)		Roads and Paths	
Gastronomy		Transports		Traditions		Laurissilva	
Waypoints		Madeira Island History		Restaurants and/or Bars		Climate	

From the several Items below, mark with an X, from 1 (non important) to 5 (very important), those that were, in your opinion, important for the choice of Madeira.					
Item	1	2	3	4	5
Beauty of the Island and the natural and genuine landscapes					
A new and exotic ‘atmosphere’, nice climate					
Cultural attraction for the intellectual and gastronomic enrich (e.g.: museums, restaurants, etc.)					
Quality of the buildings (e.g.: transportations, hotels, apart hotels, etc.)					
Competitive and attractive prices					
Safe destiny to visit with the family					
Local population welcome and hospitality					
To escape from the normal routine through the discovery of new and exciting experiences					
To look for cultural e festive entertainments (e.g.: fairs, parties, etc.)					
A different and/or special destination					

Is it your intended to come back for a stay in Madeira? ☐ Yes, absolutely ☐ Maybe I’ll come back ☐ No, not a chance

Thank you for your collaboration!
(We guarantee total anonymity, and the use of the information collected is only for scientific purposes)

Date: _____ / _____ / 20_____

ANEXO III – INQUÉRITO (FRANCÊS)

1. Démographie

Nationalité	☐ Anglais ☐ Allemand ☐ Norvégien ☐ Italien ☐ Portugais ☐ Français ☐ Autre _____					
Âge	☐ Moins de 18 ☐ 18-24 ☐ 25-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ 60 ou plus					
Sexe et état civil	☐ Masculin ☐ Féminin ☐ Célibataire ☐ Marié(e) ☐ Veuf/ve					
Qualifications académiques	☐ Enseignement primaire ☐ Lycée ☐ Bac ☐ Licence ☐ Diplôme d'études appliquées(DEA)/Doctorat ☐ Autre					
Situation de travail	☐ Actif ☐ Non Actif	Revenu mensuel	☐ Moins de 500 ☐ 500-1000 ☐ 1000-2000 ☐ 2000-3000 ☐ 3000-4000 ☐ 4000-5000 ☐ Plus de 5000			

2. Hébergement dans Quintas da Madeira pendant votre séjour

Connaissez-vous les Quintas de Madère? ☐ Oui ☐ Non	Avez-vous déjà visité ou séjourné dans une Quinta de Madère? ☐ J'ai visité ☐ J'ai visité et est resté ☐ J'ai séjourné ☐ Jamais	Avez-vous déjà séjourné dans un endroit comme celui-ci dans un autre pays? ☐ Oui ☐ Non
---	--	---

Marquez d'une X des sources d'information que vous utilisez pour la sélection des produits Quintas.

Sites spécialisés (par exemple: agences de voyages,...)	☐	Visites précédentes à l'île de Madère	☐
Conseils d'amis ou famille	☐	Curiosité sur ce produit	☐
Catalogues obtenus dans des agences de voyage et Salon du tourisme	☐	Campagne publicitaire des médias (par exemple : Télévision, etc.)	☐

Marquez d'un X, de 1 (non important) à 5 (très important), les éléments importants pour le choix de ce Logement.

Objet	1	2	3	4	5
Beauté des bâtiments, jardins et du paysage					
Évadez-vous pour un environnement authentique et culturel					
Climat frais et naturel					
Revivez la mémoire de la société et le mode de vie aristocratique traditionnelle					
Point de départ pour visiter les monuments et les constructions traditionnelles en harmonie avec l'environnement					
Qualité de l'immeuble					
La qualité de la cuisine dans le logement					
Facilité dans l'accès à d'autres endroits (par exemple: restaurants, musées, jardins, etc.)					
Non massif du tourisme					
Qualité/prix					
Pour vivre une nouvelle expérience dans un type de bâtiment rare					
Pour ce faire les activités liées à la tradition de l'île de Madère					
Bon service dans le chaleureux accueil					
Installations dans l'accès aux activités de plein air et / ou sportives (ex.: équitation, pêche, marche)					
Pour se sentent déconnectés dans un endroit différent et relaxant					
Pour trouver de nouvelles expériences à travers le séjour					
D'enrichir les connaissances de la population rurale, le patrimoine historique et culturel					
Une expérience à vivre en famille					

Cet établissement a été votre premier choix pour ces vacances?

☐ Oui ☐ Non

Quel est votre niveau de satisfaction de votre expérience dans l'hébergement choisi?

(marquez d'un X votre opinion entre 1 (très mécontent) à 5 (très satisfait))

1 2 3 4 5

Souhaitez-vous faire/répéter un séjour/visite dans ce type de produit à Madère? ☐ Oui ☐ Non

Conseilleriez-vous ce genre d'endroit pour un séjour/visite à Madère? ☐ Oui ☐ Non

Quelle est la meilleure saison pour faire un séjour dans le logement que vous choisissez?

☐ Noël et fêtes de fin d'année ☐ Été ☐ Hiver ☐ Carnaval ☐ Pâques ☐ Autre: _____

3. Voyage et hébergement dans Ilha da Madeira

Combien de fois voyagez-vous à l'étranger en vacances? ☐ Une fois par an ☐ Deux fois par an ☐ Trois fois par an ☐ Plus de trois fois par an		
C'est votre première visite à Madère? ☐ Oui ☐ Non	Si NON, indiquez s'il vous plaît, le nombre de visite à Madère? ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Plus _____	
Avez-vous voyagé seul ? ☐ Oui ☐ Non	Combien d'adultes voyagent avec vous? _____	Combien d'enfants voyagent avec vous? _____

Quel type de destination qu’avez-vous cherché pour votre séjour à Madère?

☐Plage ☐Ferme/Campagne ☐Ville ☐Montagne ☐Santé/bien-être ☐Autre

Quel type de vol avez-vous utilisé pour se rendre à Madère?

☐Régulier ☐À faible coût ☐Charte

Quelle compagnie de croisières avez-vous utilisé pour se rendre à Madère?

☐MSC ☐COSTA ☐AIDA ☐P&O Croises ☐Autre

Quelle saison préférez-vous profiter d’un séjour à Madère?

☐Noël et fêtes de fin d’année ☐Festa da Flor

☐Été ☐Autre: _____

Quelle saison aimeriez-vous profiter d’un prochain séjour à Madère ?

☐Carnaval ☐Pâques

☐Festa do Vinho ☐Autre: _____

Combien de temps en avance avez-vous programmé votre voyage?

☐Moins d’une semaine ☐Moins d’un mois ☐1 à 3 mois ☐Un an

Indiquez, s’il vous plaît, le nombre de jours de votre séjour à Madère? _____ jours

Avez votre séjour englober un Voyage Package?

☐Oui ☐Non

Si NON, quel était le coût par nuit? (en Euros)

☐0-50 ☐50-100 ☐100-200 ☐200-300 ☐400-500 ☐Plus de 500

Avez votre séjour comprennent le petit déjeuner?

☐Oui ☐Non

Indiquez le montant des frais lors de votre séjour à Madère? (en Euros)

☐0-50 ☐50-100 ☐100-200 ☐200-300 ☐400-500 ☐Plus de 500

Comment décririez-vous l’image de la destination «Madeira», avant votre visite?
(cochez selon votre opinion, de 1 (mauvaise) à 5 (très bonne))

1

2

3

4

5

En raison de votre séjour, avez-vous change d’avis au sujet de l’image de «Madeira»?

☐Oui ☐Non

Si OUI, quel est le niveau?

1

2

3

4

5

Quel est votre niveau de satisfaction de votre expérience à Madère?
(marquez d’un X votre opinion entre 1 (très mécontent) à 5 (très satisfait))

1

2

3

4

5

Marquez d’une X, qu’est-ce que vous avez visité à Madère pendant votre séjour ?

Mercado dos Lavradores		Jardins publics		Musées		Casinhas de Santana		Levadas	
Parque Natural do Funchal		Eglises, Couvents et Chapelles		Promenades et randonnées		Promenade dans le panier poussette		Boutique de Souvenirs	
Points de vue		Golf		Quintas		Parties et foires		Téléphérique	

Autre : _____

S'il vous plaît, marquer avec un X que vous avez entendu ceux (carré à droite) et / ou de savoir (carré de gauche).

Quinta da Rochinha		Quinta Monte Palace		Quinta da Casa Branca		Quintas Jardins do Imperador	
Quinta das Cruzes		Quinta das Vinhas		Quinta Jardins do Lago		Quinta do Arco	
Quinta Bela S. Tiago		Quinta Perestrello		Quinta Mãe dos Homens		Quinta da Palmeira	
Quinta Mirabela		Quinta da Penha França		Quinta do Palheiro Ferreiro		Quinta S. Lourenço	

Outre ceux qui sont mentionnés dans le tableau savez-vous d'autre Quintas da Madeira?

☐Oui ☐Non

Marquez s'il vous plaît avec un X les éléments que vous souhaitez en savoir plus d'informations.

Bâtiment historique(s)		Jardins et parcs		Prix		Surface habitable(s)	
Meubles		Levadas		Histoire de la Quinta(s)		Routes et chemins	
Gastronomie		Transports		Traditions		Laurissilva	
Sites d'intérêt		L'île de Madère Histoire		Restaurants et / ou bars		Climat	

D'après les articles ci-dessous plusieurs, marquez d'un X, de 1 (non important) à 5 (très important), ceux qui étaient, à votre avis, important pour le choix de Madère.

Objet	1	2	3	4	5
Beauté de l'île et les paysages naturels et authentiques					
Un nouveau et exotique «atmosphère», climat agréable					
Attraction culturelle pour l'intellectuel et gastronomique enrichir (par exemple: musées, restaurants, etc.)					
Qualité des bâtiments (par exemple: les transports, les hôtels, à l'exception des hôtels, etc.)					
Des prix compétitifs et attractifs					
Destin sûr à visiter avec la famille					
Bienvenue population locale et l'hospitalité					
Pour échapper à la routine normale grâce à la découverte d'expériences nouvelles et passionnantes					
Pour rechercher des animations culturelles festives e (par exemple: foires, fêtes, etc.)					
Une autre destination et/ou spéciale					

Est-ce votre intention de revenir pour un séjour à Madère?

☐Oui, absolument ☐Peut-être que je reviendrai ☐Non, pas une chance

Merci de votre participation! (Nous garantissons l'anonymat complet, et à utiliser les informations collectées à des fins scientifiques)

Date: _____ / _____ / 20____

ANEXO IV – INQUÉRITO (ALEMÃO)

1. Demografische Daten

Staatsangehörigkeit	☐ Englische ☐ Deutsche ☐ Norwegische ☐ Italienische ☐ Portugiesische ☐ Französische ☐ Andere_____						
Alter	☐ Unter 18	☐ 18-24	☐ 25-29	☐ 30-39	☐ 40-49	☐ 50-59	☐ 60 oder älter
Geschlecht und Ledigkeit	☐ Männlich ☐ Weiblich ☐ Ledig ☐ Verheiratet ☐ Witwe(r)						
Schulung	☐ Grundschule ☐ Hochschule ☐ Abitur ☐ Staatsexamen ☐ Master/Doktorarbeit ☐ Andere						
Arbeitssituation	☐ Aktiv ☐ Nicht Aktiv		Durchschnittliche Monatseinkommen	☐ Weniger als 500 ☐ 500-1000 ☐ 1000-2000 ☐ 2000-3000			☐ 3000-4000 ☐ 4000-5000 ☐ Über 5000

2. Unterkunft im Produkt *Quintas da Madeira* während Ihres Aufenthalts

Kennen Sie die <i>Quintas</i> auf Madeira? ☐ Ja ☐ Nein	Haben Sie schon einmal besucht oder waren in einer <i>Quinta</i> auf Madeira? ☐ Ich besucht habe ☐ Ich besucht habe und blieb ☐ Ich war schon ☐ Nie	Haben Sie schon einmal in einem Ort wie diesem in einem anderem Land? ☐ Ja ☐ Nein
---	---	---

Markieren Sie mit einem X die Quelle der Informationen, die Sie für Ihre Wahl des Produkts *Quintas* verwenden.

Websites spezieller Art (z. Bsp Reisebüros, Reiseführer,...)	☐	Vorherige Besuche auf die Insel Madeira	☐
Vorschlag von Familie und Freunde	☐	Curiosity zu diesem Produkt	☐
Kataloge erworben durch Reiseagenturen und Tourismusmesse	☐	Werbekampagne in den Medien (z. Bsp.: Fernsehen, usw.)	☐

Markieren Sie mit einem X, von 1 (nicht importante) bis 5 (sehr importante), die wichtigsten Punkte für die Wahl dieser Unterkunft.

Ding	1	2	3	4	5
Schönheit der Gebäude, Gärten und Landschaft	☐	☐	☐	☐	☐
Entfliehen Sie für einen echten und kulturelle Umfeld	☐	☐	☐	☐	☐
Frische und natürliche Klima	☐	☐	☐	☐	☐
Erleben Sie den Speicher des traditionellen aristokratischen Lebensstil der Gesellschaft	☐	☐	☐	☐	☐
Ausgangspunkt für die Sehenswürdigkeiten und traditionellen Konstruktionen in Harmonie zu besuchen mit der Umwelt	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität des Gebäudes	☐	☐	☐	☐	☐
Unterkünfte gastronomische Qualität	☐	☐	☐	☐	☐
Einfache beim Zugang zu anderen Orten (z. Bsp.: Restaurants, Museen, Gärten, usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Non-Massiv Tourismus	☐	☐	☐	☐	☐
Preis/Leistung	☐	☐	☐	☐	☐
Um eine neue Erfahrung in einem aus der gewöhnlichen Gebäude Art zu leben	☐	☐	☐	☐	☐
Um die Aktivitäten mit dem Madeira Tradition verbunden zu tun	☐	☐	☐	☐	☐
Guter Service in der Herzlichkeit und Gastfreundschaft	☐	☐	☐	☐	☐
Einrichtungen in den Zugriff auf die Außen-und / oder sportliche Aktivitäten (z. Bsp.: Reiten, Angeln, Wandern)	☐	☐	☐	☐	☐
Um in einem anderen und entspannender Ort getrennt fühlen	☐	☐	☐	☐	☐
Um neue Erfahrungen durch den Aufenthalt zu finden	☐	☐	☐	☐	☐
Bereichern Sie das Wissen der ländlichen, historisches und kulturelles Erbe	☐	☐	☐	☐	☐
Ein Erlebnis mit der Familie gelebt werden	☐	☐	☐	☐	☐

War diese Unterkunft Ihre erste Wahl für diesen Urlaub?

☐ Ja ☐ Nein

Was ist Ihre Zufriedenheit über Ihre Erfahrungen in der gewählten Unterkunft?

(mark mit einem X Ihre Meinung zwischen 1 (sehr unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden))

1

2

3

4

5

Würden Sie tun/wiederholung Aufenthalt/Besuch in dieser Art von Produkt in Madeira? ☐ Ja ☐ Nein

Würden Sie diese Art von Ort für einen Aufenthalt/Besuch in Madeira? ☐ Ja ☐ Nein

Was ist die beste Jahreszeit, um in der gleichen Unterkunft, die Sie reisen?

☐ Weihnachten und Neujahr Feiern ☐ Sommer ☐ Winter ☐ Karneval ☐ Ostern ☐ Andere: _____

3. Anreise und Unterkunft in Ilha da Madeira

Wie oft reisen Sie ins Ausland in Ferien? ☐ Ein Mal pro Jahr ☐ Zwei Mal pro Jahr ☐ Drei Mal pro Jahr ☐ Mehr als drei Mal pro Jahr	Falls NICHT, bitte geben Sie an wie oft Sie Madeira schon besucht haben? ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Mehr _____	
Ist es Ihr erster Besuch auf Madeira? ☐ Ja ☐ Nein	Hast du alleine unterwegs? ☐ Ja ☐ Nein	Wieviele Erwachsene reisen mit Ihnen? _____
Welche Art von Ziel haben Sie betreut werden nach Madeira reisen? ☐ Strand ☐ Farm/Land ☐ Stadt ☐ Berg ☐ Geseundheit/Wellness ☐ Andere		Wieviele Kinder reisen mit Ihnen? _____

Welche Art des Fluges haben Sie verwenden, um Madeira zu reisen?

☐Regelmäßig

☐Preisgünstig

☐Charta

Was Reederei hat Sie nach Madeira reisen?

☐MSC Cruises

☐COSTA Crociere

☐AIDA Cruises

☐P&O Cruises

☐Andere:_____

Welche Jahreszeit magst du für einen Auenthalt in Madeira genießen?

☐Weihnachten und Neujahr Feiern

☐Sommer

☐Festa da Flor

☐Andere: _____

Welche Jahreszeit möchten Sie für einen nächsten Aufenthalt in Madeira genießen?

☐Karneval

☐Festa do Vinho

☐Ostern

☐Andere: _____

Mit wieviel Frühzeitigkeit haben Sie ihre Reise nach Madeira geplant?

☐Mindestens eine Woche

☐Mindestens ein Monat

☐Ein bis drei Monate

☐Ein Jahr

Bitte geben Sie die Anzahl der Tage die Ihr jetziger Madeira- Besuch gedauert hat an?

_____ Tage

Hat Ihr Aufenthault umfassen eine Travel Package?

☐Ja

☐Nein

Wenn NEIN Travel Package erworben wurde, was die Kosten pro Nacht? (in Euro)

☐0-50

☐50-100

☐100-200

☐200-300

☐400-500

☐Mehr als 500

Hat Ihr Aufenthalt umfasst Frühstück?

☐Ja

☐Nein

Geben Sie die Höben der Kosten während Ihres Aufenthalts in Madeira? (in Euro)

☐0-50

☐50-100

☐100-200

☐200-300

☐400-500

☐Mehr als 500

Beschreiben Sie Ihr Eindruck vom Reiseziel "Madeira" bevor Sie die Insel besucht haben

(kreuzen Sie mit X ganz nach Ihrer Meinung an, von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut))

1

2

3

4

5

Als Ergebnis Ihres Aufenthaltes haben Sie Ihre Meinung geändert über das Bild der "Madeira"? ☐Ja ☐Nein

Wenn JA, was ist das niveau?

12345

Was ist Ihre Zufriedenheit über Ihre Erfahrungen in Madeira?

(mark mit einem X Ihre Meinung zwischen 1 (sehr unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden))

1

2

3

4

5

Mark mit einem X, was hast du getan/besuchen während Ihres Aufenthalts in Madeira?

Mercado dos Lavradores

Öffentlichen Gärten

Museen

Casinhas de Santana

Levadas

Parque Natural do Funchal

Kirchen, Klöster und Kapellen

Wanderungen und Fahrten

Laufen am Carrinhos de Cesto

Souvenirladen

Sehenswürdigkeiten

Golf

Quintas

Parties und Messen

Cable Cars

Andere:

Kennzeichnen Sie bitte die unten aufgeführte "Quintas", von denen Sie schon was gehört haben (mit einem Kreuz auf das linke Feld) und/oder selbst kennen (mit einem Kreuz auf das rechte Feld).

Quinta da Rochinha

Quinta Monte Palace

Quinta da Casa Branca

Quinta Jardins do Imperador

Quinta das Cruzes

Quinta das Vinhas

Quinta Jardins do Lago

Quinta do Arco

Quinta Bela S. Tiago

Quinta Perestrello

Quinta Mãe dos Homens

Quinta da Palmeira

Quinta Mirabela

Quinta da Penha França

Quinta do Palheiro Ferreiro

Quinta S. Lourenço

Neben den in der Tabelle genannten Kennen Sie andere Quintas da Madeira?

☐Ja ☐Nein

Markieren Sie bitte mit einem X die Elemente, die Sie gerne mehr Informationen kennen würde.

Historisches Gebäude(n)

Gärten und Parks

Preise

Wohnfläche(s)

Möbel

Levadas

Geschichte der Quinta(s)

Straßen und Wege

Gastronomie

Transporte

Traditions

Laurissilva

Wegpunkte

Madeira Island History

Restaurants und/oder Bars

Klima

Von den mehreren Artikel unten, mit einem X zu markieren, von 1 (nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig), diejenigen, die Ihrer Meinung nach waren für die Wahl des Madeira wichtig.

Ding

1

2

3

4

5

Schönheit der Insel und den natürlichen und echten Landschaften

Eine neue und exotische "Atmosphäre", angenehmes Klima

Kulturelle Attraktion für die intellektuelle und gastronomische Bereicherung (z. Bsp.: Museen, Restaurants, usw.)

Qualität der Gebäude (z. Bsp.: Transporte, Hotels, Aparthotels, usw.)

Wettbewerbsfähige und attraktive Preise

Sichere Schicksal mit der Familie zu besuchen

Lokale Bevölkerung Herzlichkeit und Gastfreundschaft

Um von der normalen Routine durch die Entdeckung von neuen und aufregenden Erfahrungen zu entkommen

Suche nach kulturellen und festlichen Entertainment (z. Bsp: Messen, Partys, usw.)

Eine andere und / oder spezielle Ziel

Ist es Ihr bestimmt wieder für einen Aufenthalt in Madeira?

☐Ja, absolut

☐Vielleicht komme ich zurück

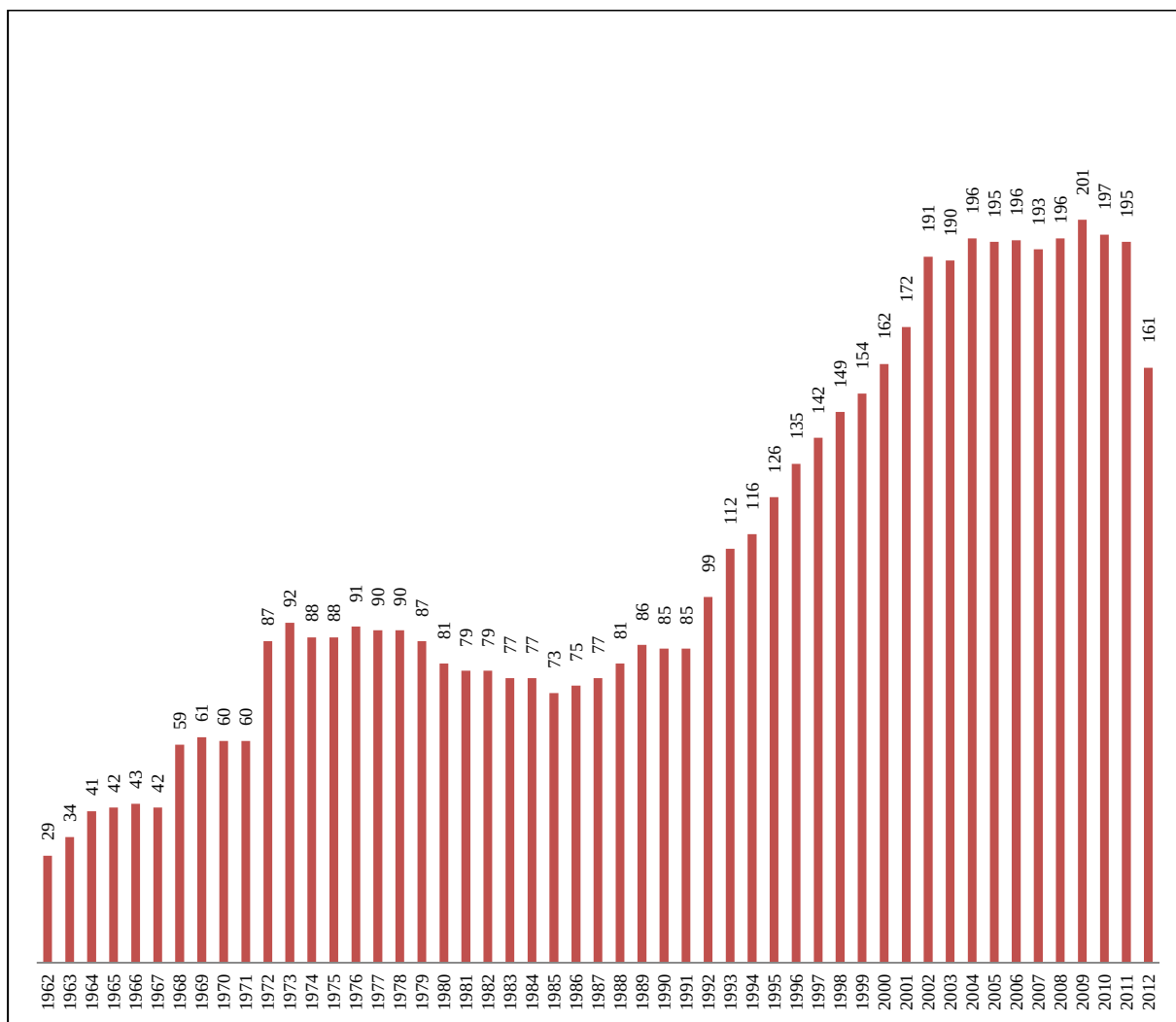
☐Nein, keine Chance

Vielen Dank für Ihre Teilnahme! (Wir garantieren vollständige Anonymität, und die Informationen für wissenschaftliche Zwecke gesammelt)

Datum: ____/____/ 20____

ANEXO V – GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1: Número de Estabelecimentos Hoteleiros na RAM¹



NOTA: Entre 1962 e 1990 os dados foram da responsabilidade do INE, e a partir do ano de 1991 os dados são da DREM.

NOTA2: A partir do ano de 1973 os estabelecimentos hoteleiros mudaram as suas categorias.

¹ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf;

Tabela 1: N° de Estabelecimentos Segundo a Categoria entre 1986 e 2011 (*)²

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Hotéis	21	23	24	24	24	25	26	29	31	33	33	34	36
Hotéis-Apartamentos	14	14	15	17	17	19	22	24	23	25	29	30	31
Apartamentos Turísticos	1	1	2	3	3	3	5	7	11	14	14	15	17
Pousadas	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Estalagens	1	1	1	1	1	1	6	8	8	9	12	13	16
Pensões	37	37	37	39	38	35	38	42	41	43	45	48	47
Aldeamentos Turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Turismo Rural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	11	15	17

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hotéis	38	41	44	50	51	50	52	53	52	53	60	58	60
Hotéis-Apartamentos	32	33	35	38	37	39	37	37	36	34	35	35	36
Apartamentos Turísticos	15	17	16	26	25	29	28	29	30	32	31	31	29
Pousadas	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Estalagens	16	17	22	21	21	22	23	24	24	24	23	23	21
Pensões	51	52	53	54	54	55	54	52	50	51	50	48	47
Aldeamentos Turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
Turismo Rural	19	27	33	41	44	44	44	45	50	49	48	49	50

(*) Devido às mudanças nas Categorias dos Estabelecimentos Hoteleiros da Ilha da Madeira, não será possível de momento mostrar os resultados do ano de 2012.

² *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 2 - Total de Dormidas realizadas pelos turistas entre 1946 e 2012³

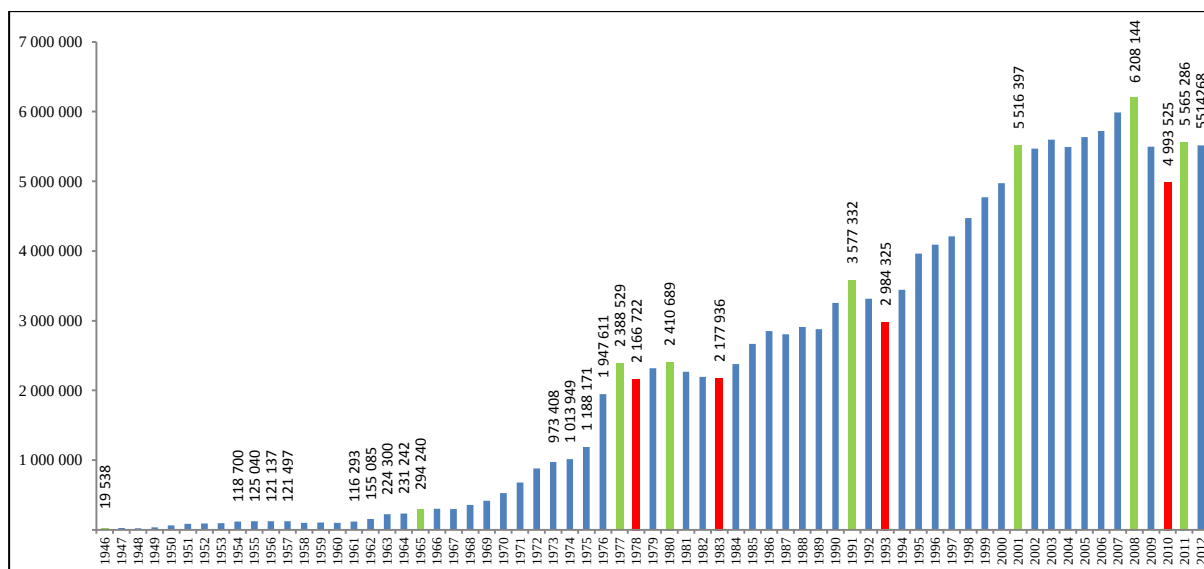
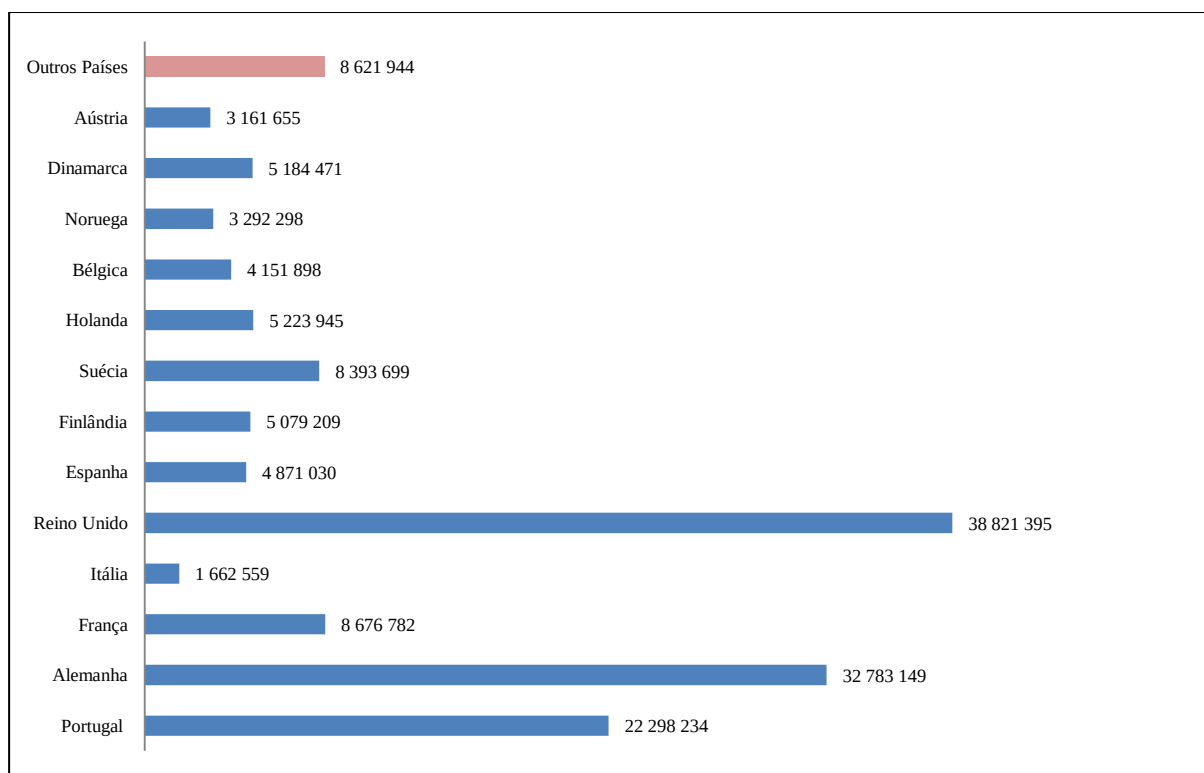


Gráfico 3: Total de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros entre os anos de 1946 e 2012⁴



³ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

⁴ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 4 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Reino Unido)⁵

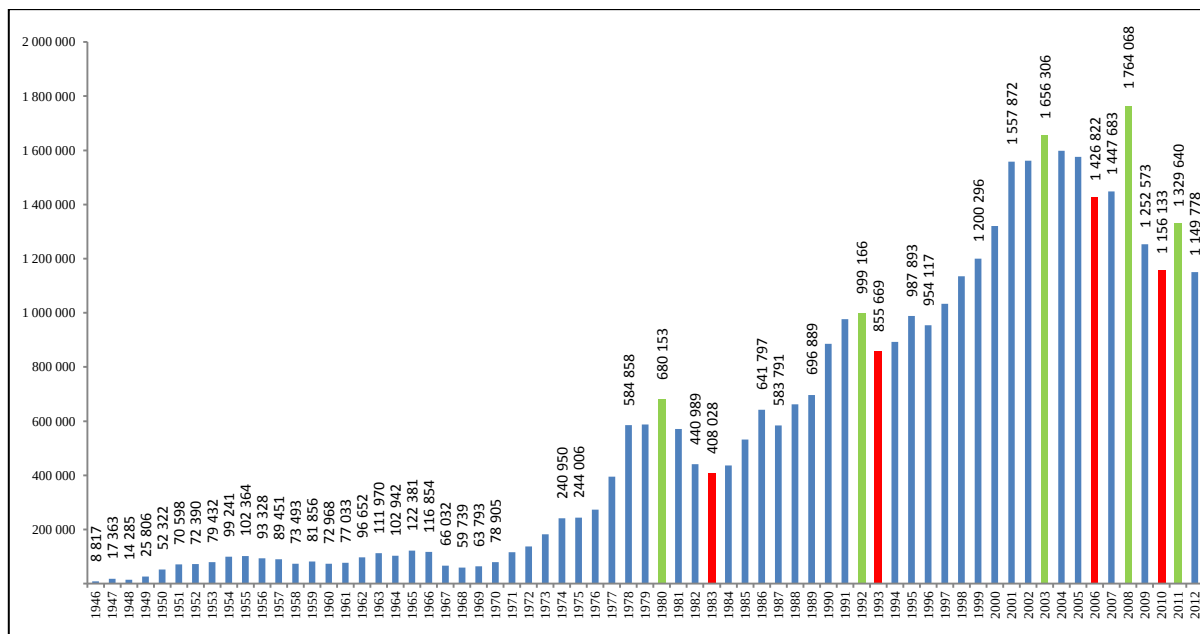
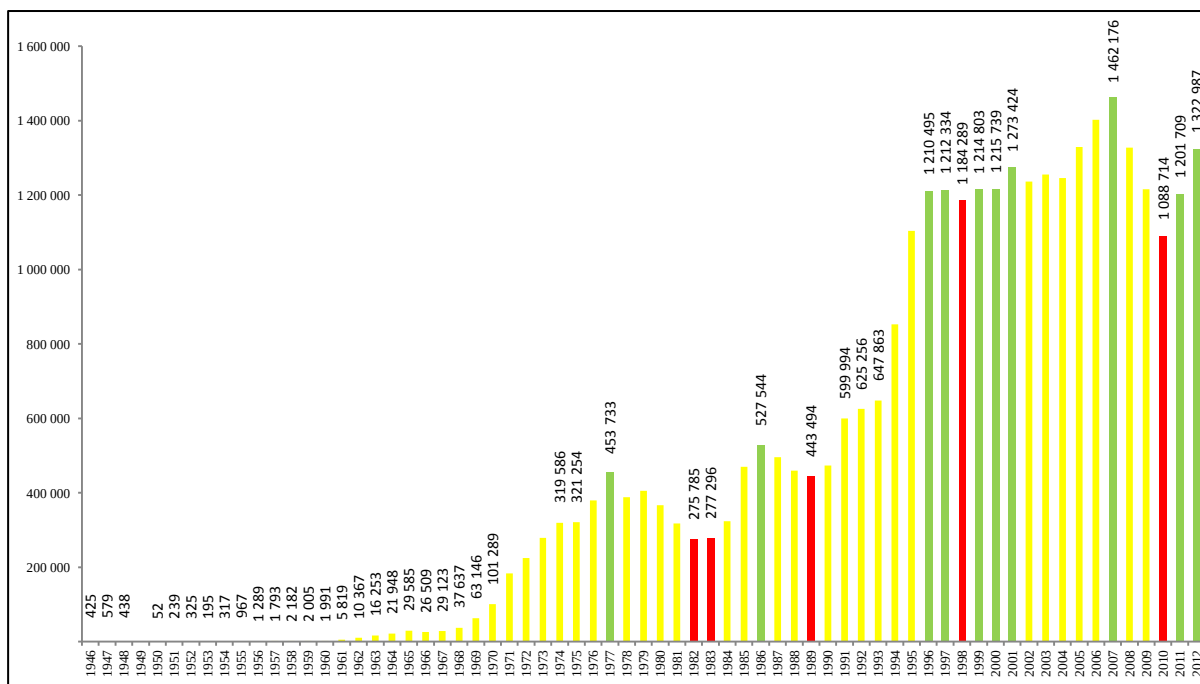


Gráfico 5 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Alemanha)⁶



⁵ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

⁶ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 6 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Portugal)⁷

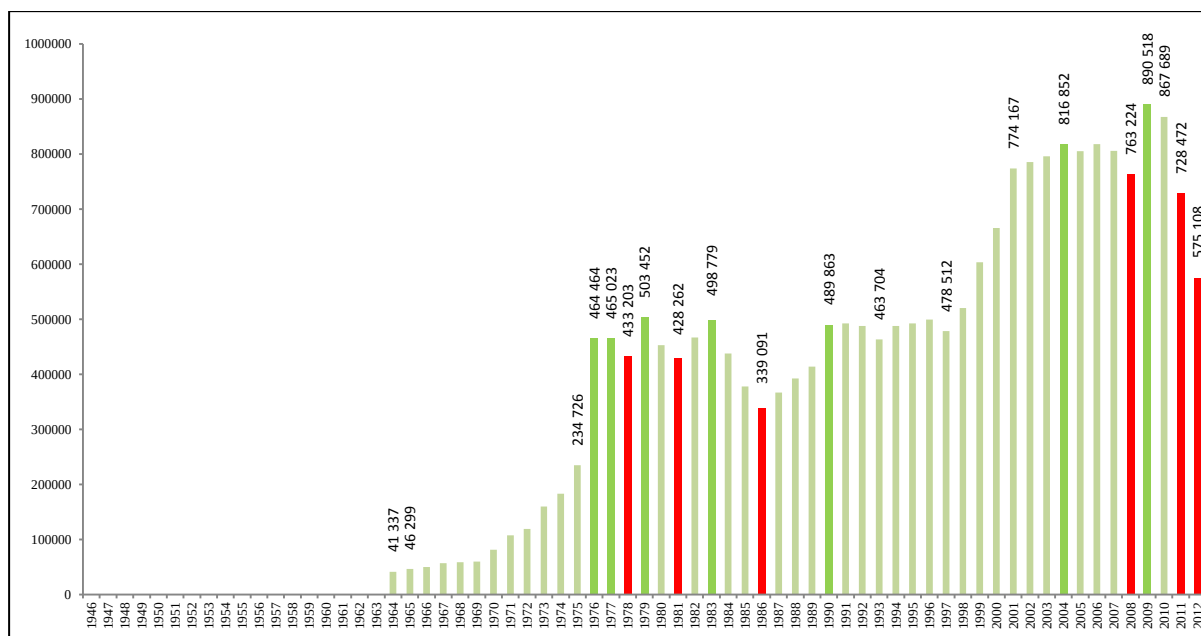
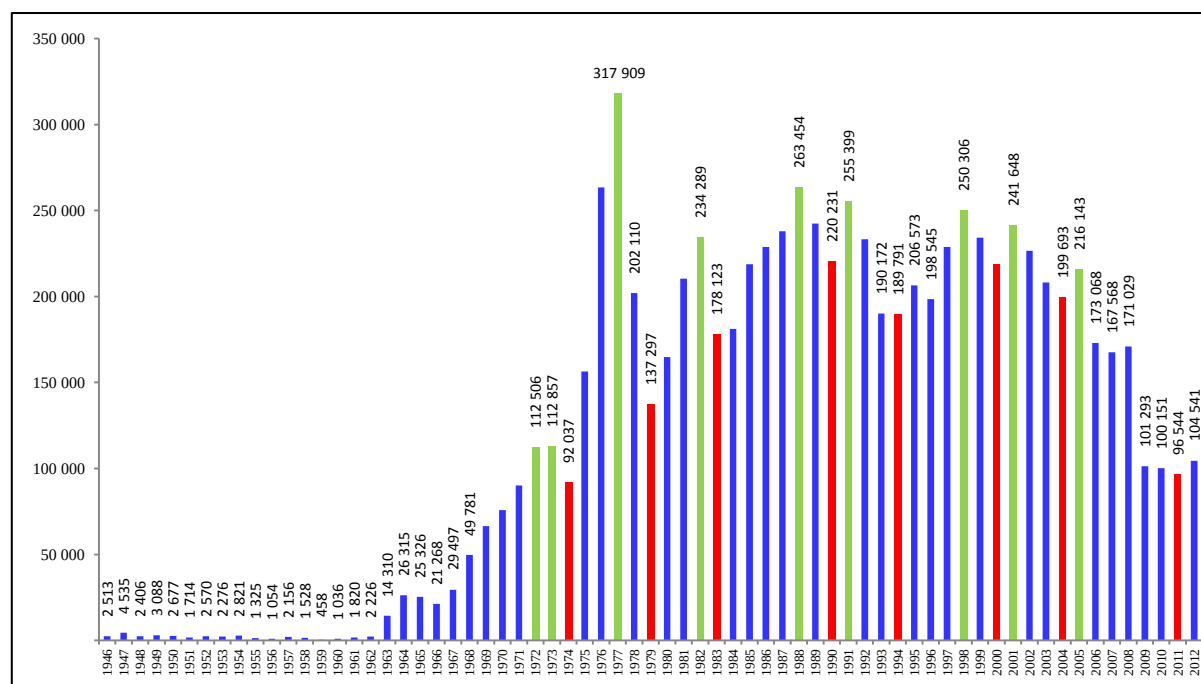


Gráfico 7 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Suécia)⁸



⁷ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

⁸ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 8 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (França)⁹

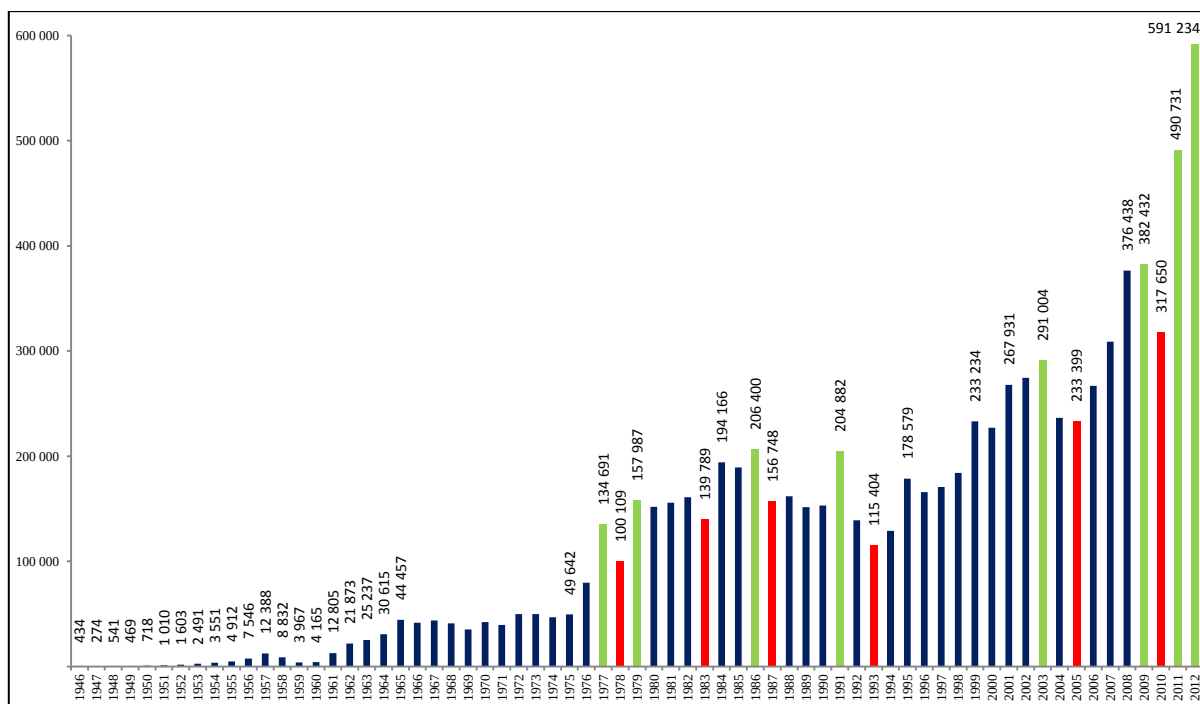
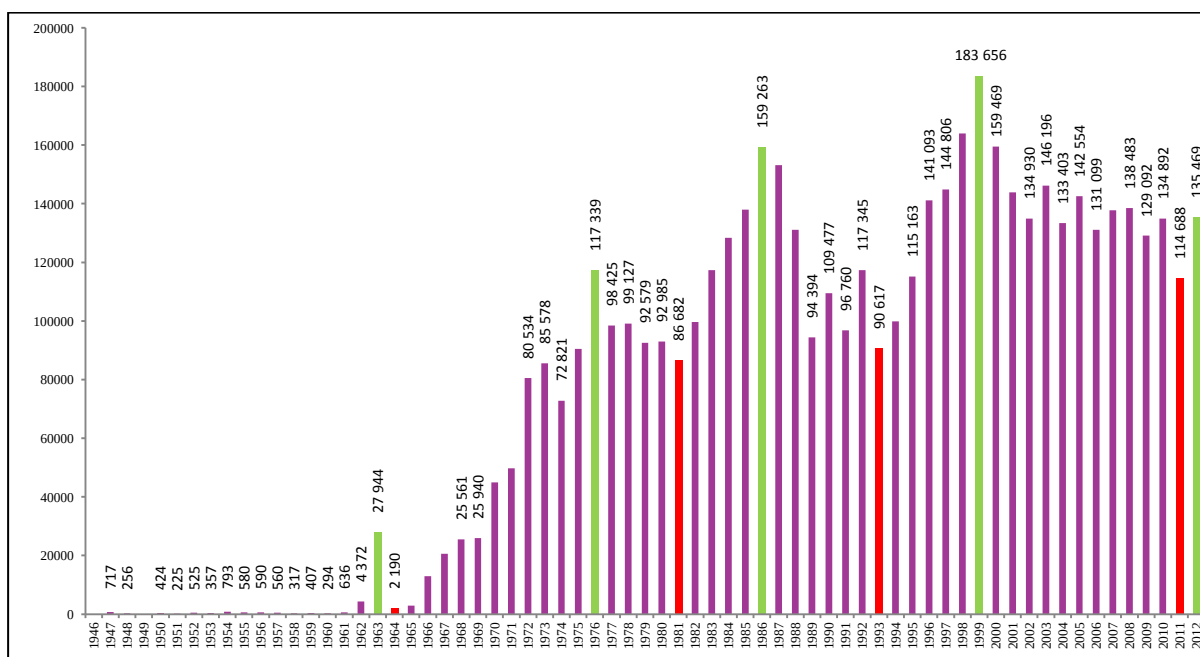


Gráfico 9 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Dinamarca)¹⁰



⁹ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

¹⁰ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 10 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por País, entre 1946 e 2012 (Holanda)¹¹

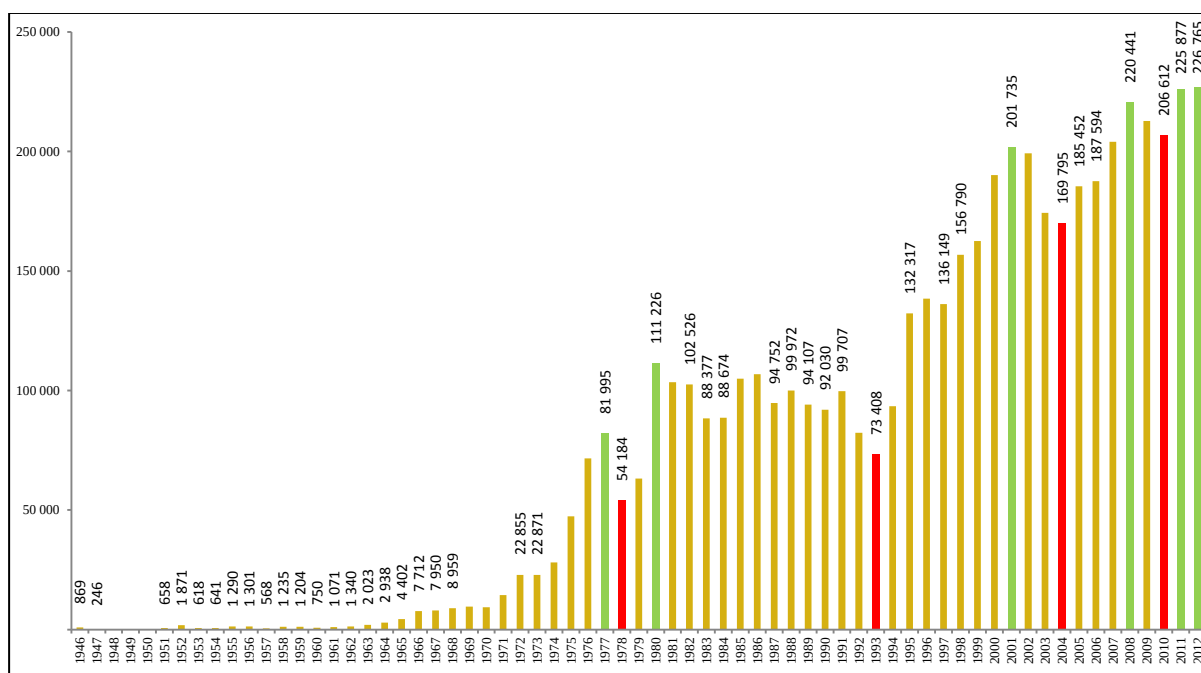
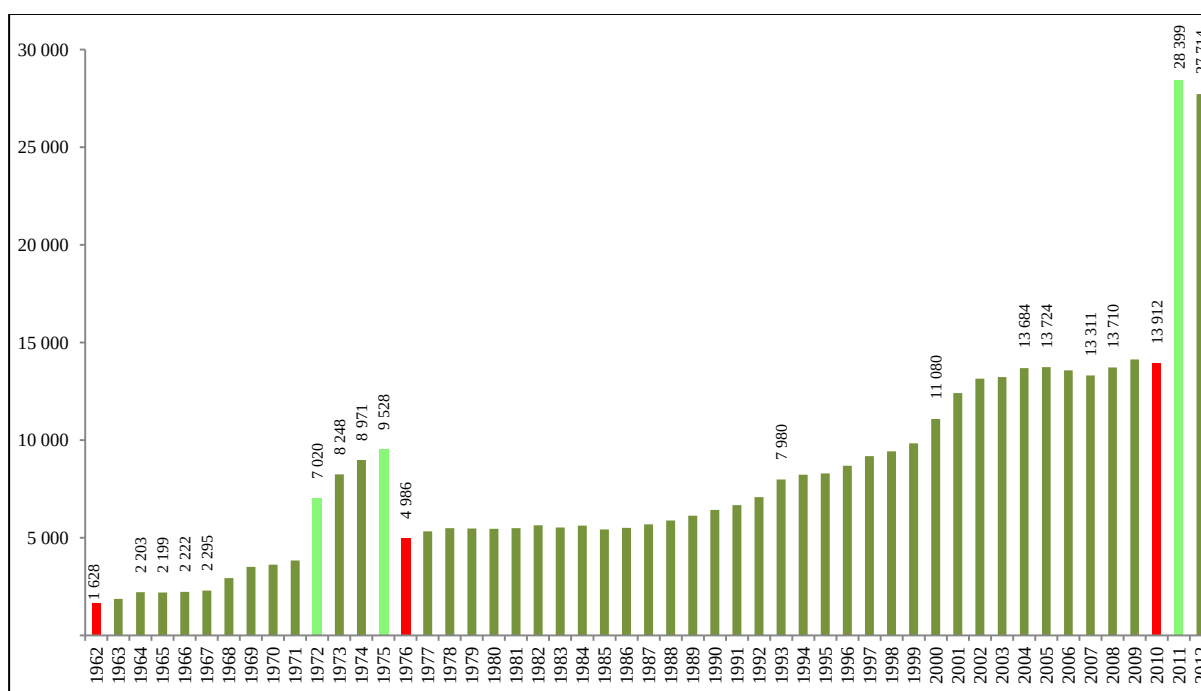
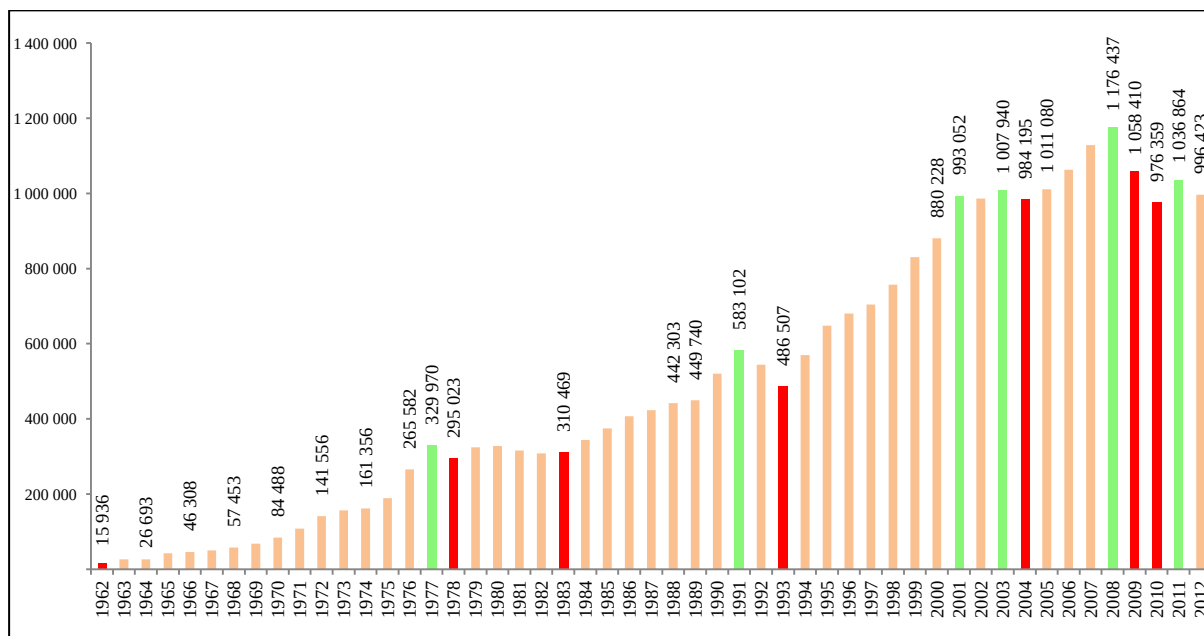
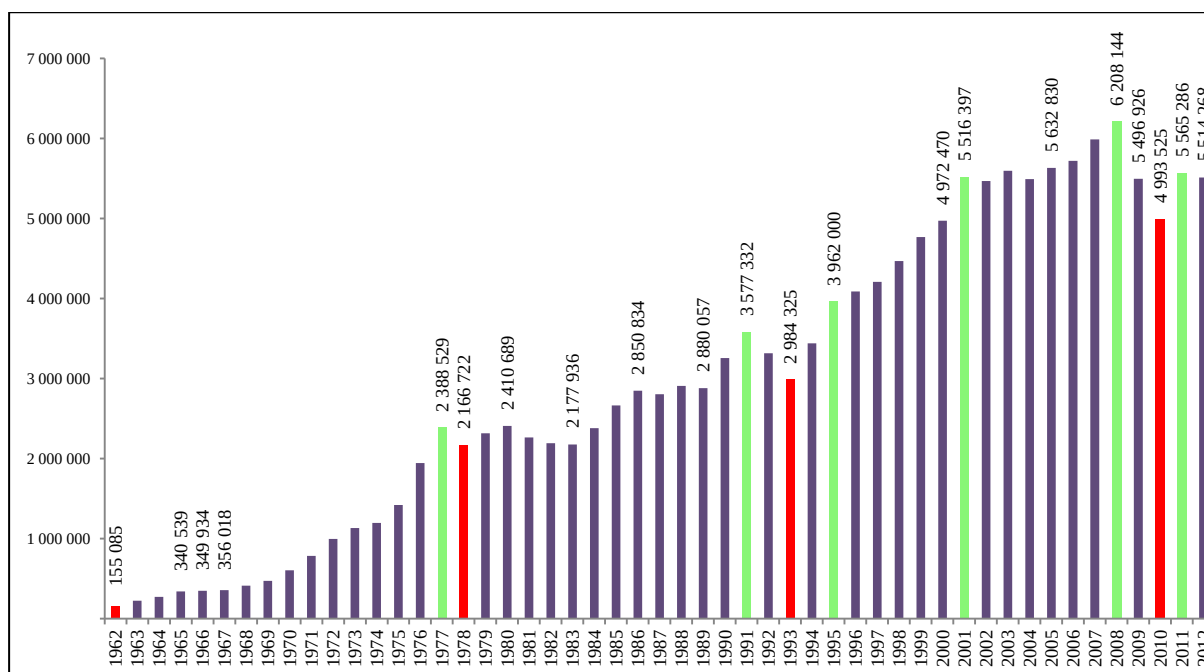


Gráfico 11 - Número de Quartos nos Estabelecimentos Hoteleiros entre 1962 e 2012¹²



¹¹ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

¹² *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 12 - Número de Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros entre 1962 e 2012¹³

Gráfico 13 - Número de Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros entre 1962 e 2012¹⁴


¹³ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

¹⁴ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 14 - Número Médio de Turistas entre 1976 e 2012 (p/ Mês)¹⁵

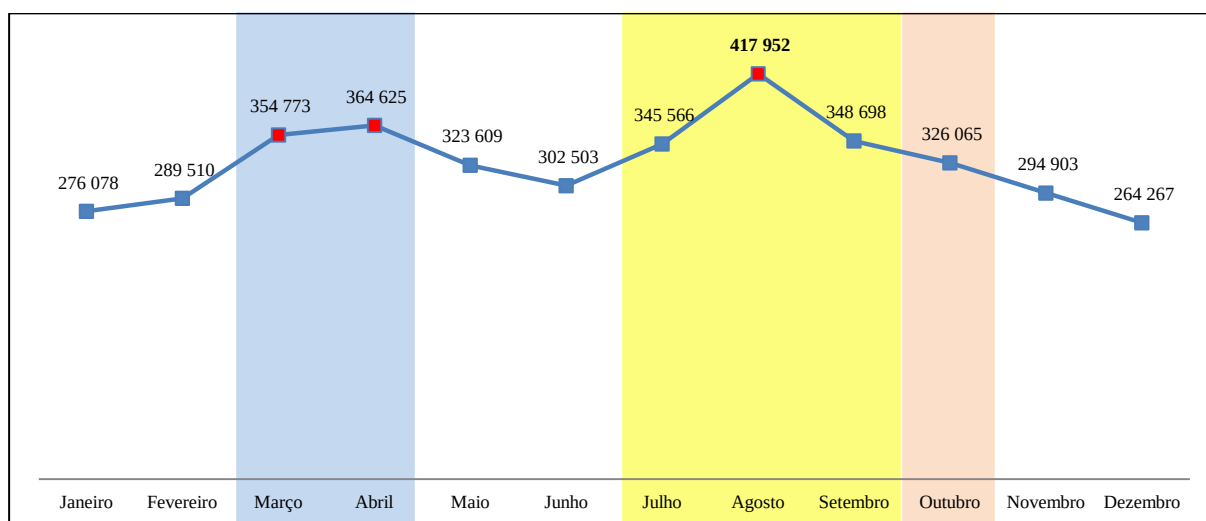
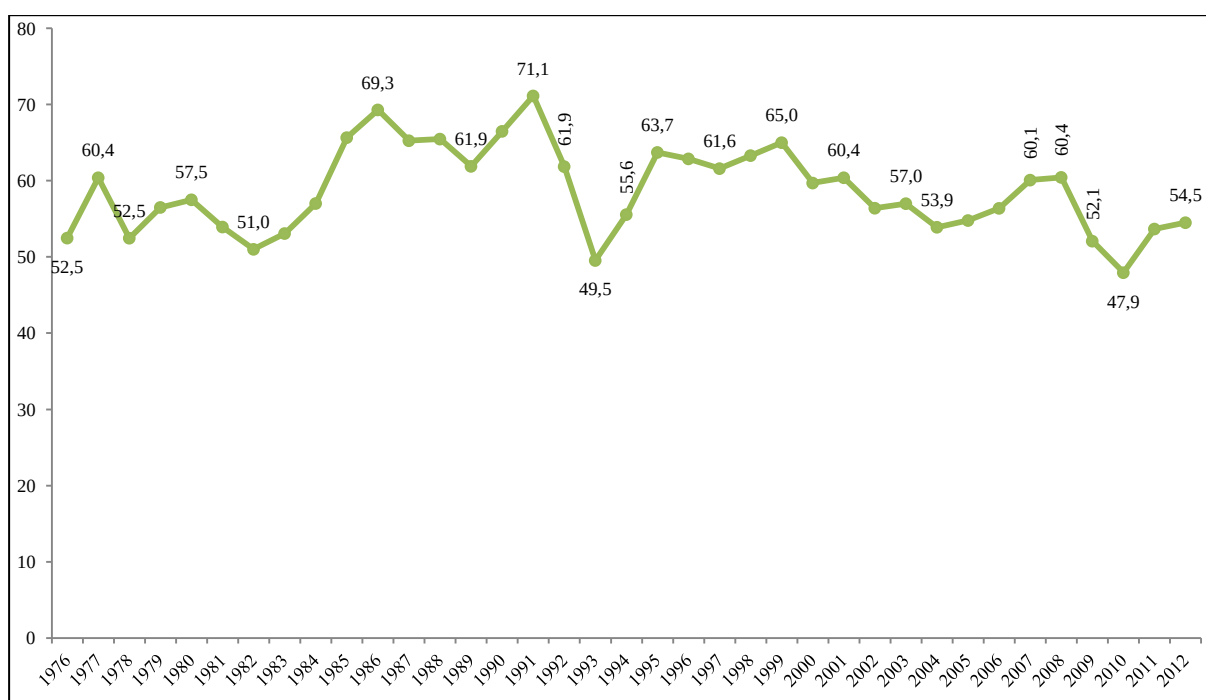


Gráfico 15 - Taxa de Ocupação-Cama nos Estabelecimentos Hoteleiros na RAM entre 1976 e 2012 (em %)¹⁶



¹⁵ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

¹⁶ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 16 - Proveitos Totais (milhares de Euros) dos Estabelecimentos Hoteleiros da RAM entre 1976 e 2012¹⁷

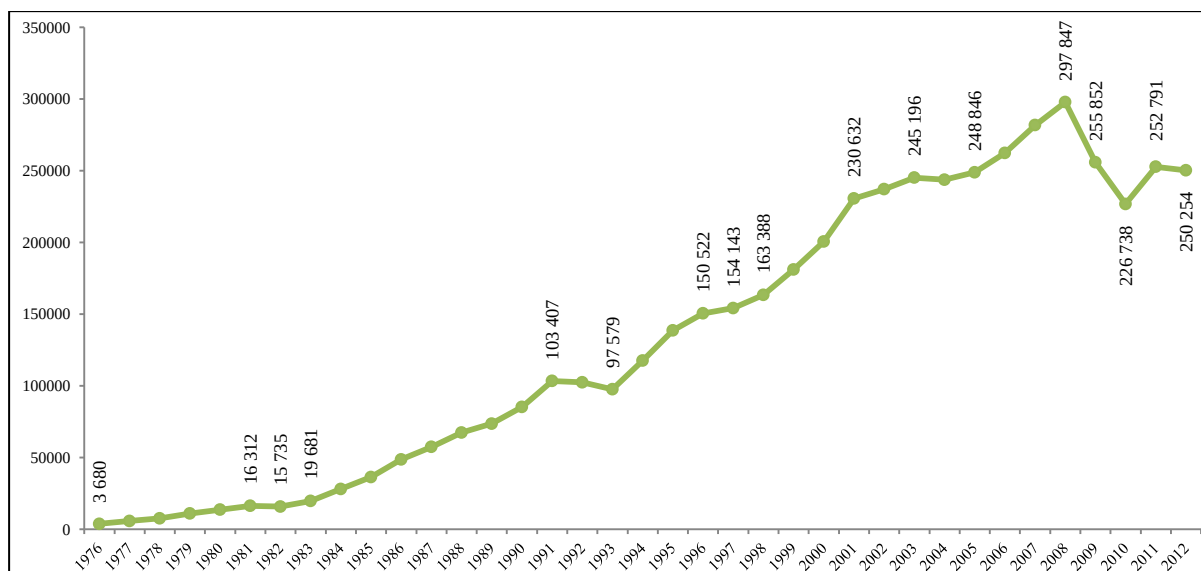
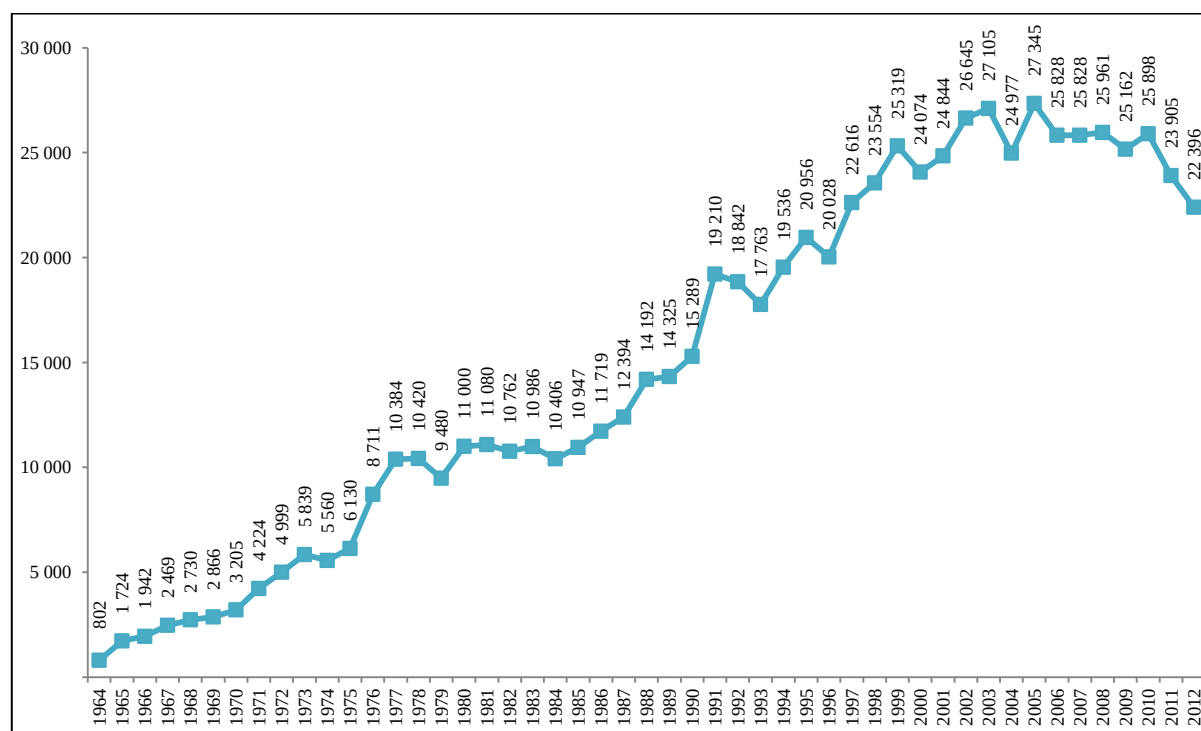


Gráfico 17 - Movimento de Aviões no Aeroporto do Funchal entre 1964 e 2012¹⁸



¹⁷ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

¹⁸ *Tráfego Geral*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://www.anam.pt/Media/Default/DocGalleries/AM%20PT%20Tráfego%20Geral/Traf%20Geral_1964-2012_PT_Fnc.pdf

Gráfico 18 - Movimento de Passageiros no Aeroporto do Funchal entre 1964 e 2012¹⁹

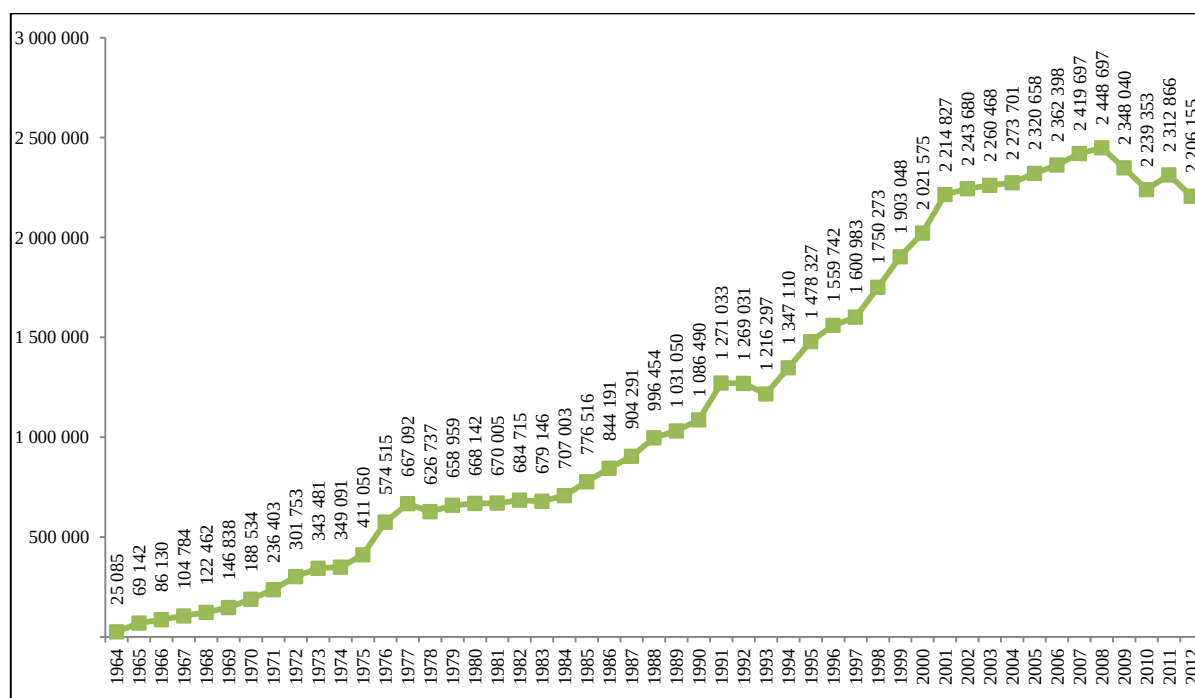
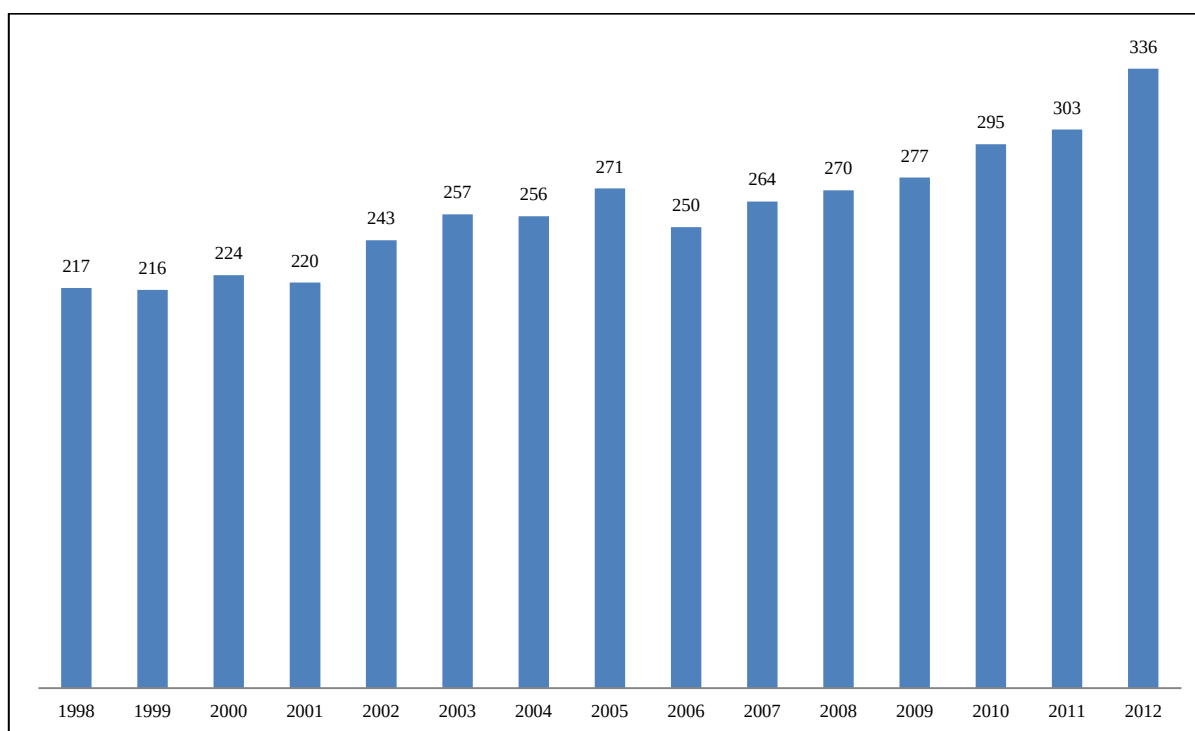


Gráfico 19 - Movimento de Navios de Cruzeiro no Porto do Funchal entre 1998 e 2012²⁰



¹⁹ *Tráfego Geral*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://www.anam.pt/Media/Default/DocGalleries/AM%20PT%20Tráfego%20Geral/Traf%20Geral_1964-2012_PT_Fnc.pdf

²⁰ *Portos da Madeira – Estatística Ano 2007*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: <http://www.portosdamadeira.com/index2.php?t=2&l=uk>; *Portos da Madeira – Estatísticas Ano 2010*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: <http://www.portosdamadeira.com/index2.php?t=2&l=uk>

Gráfico 20 - Movimento de Passageiros no Porto do Funchal entre 1998 e 2012²¹

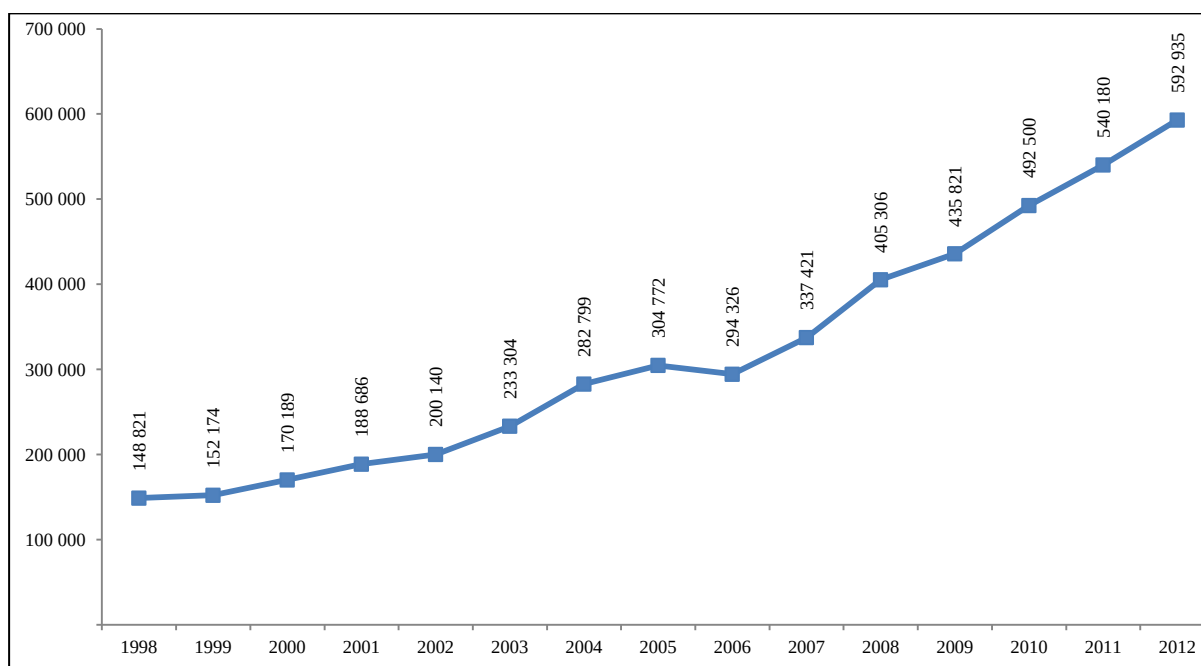
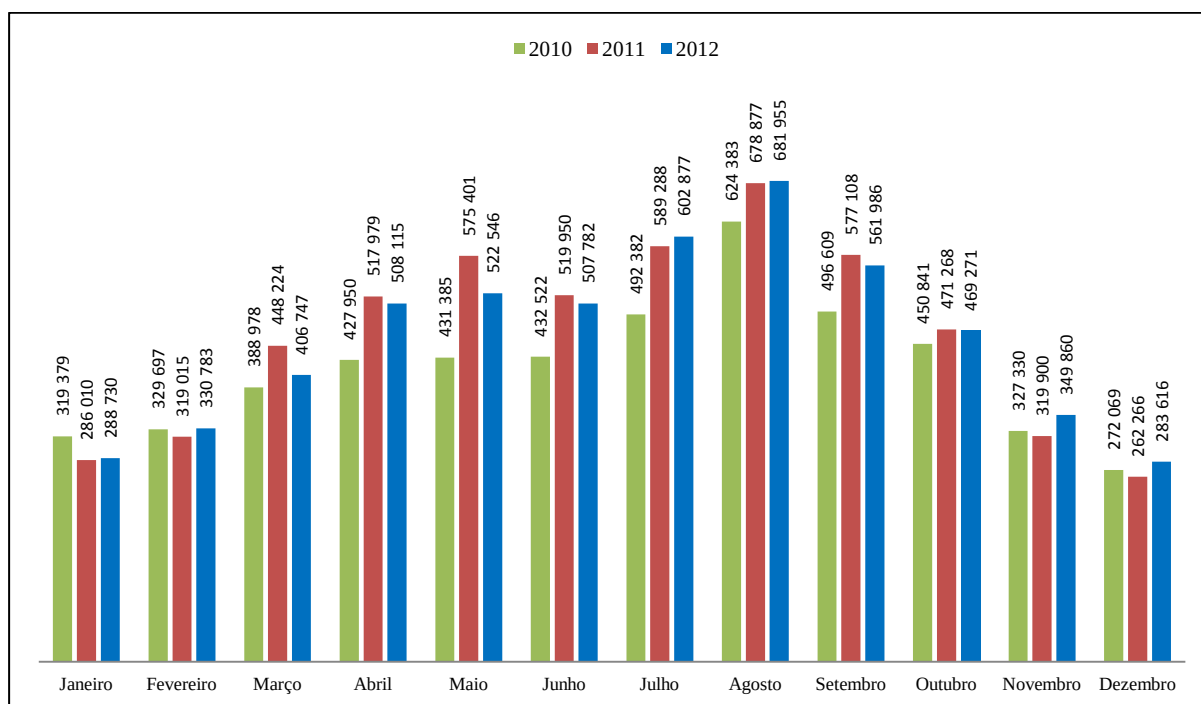


Gráfico 21 - Total de Dormidas dos turistas no Ano 2012 (por Mês)²²



²¹ *Portos da Madeira – Estatística Ano 2007*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: <http://www.portosdamadeira.com/index2.php?t=2&l=uk>; *Portos da Madeira – Estatísticas Ano 2010*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: <http://www.portosdamadeira.com/index2.php?t=2&l=uk>

²² *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 22 - Linha de Tendência do Total de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012²³

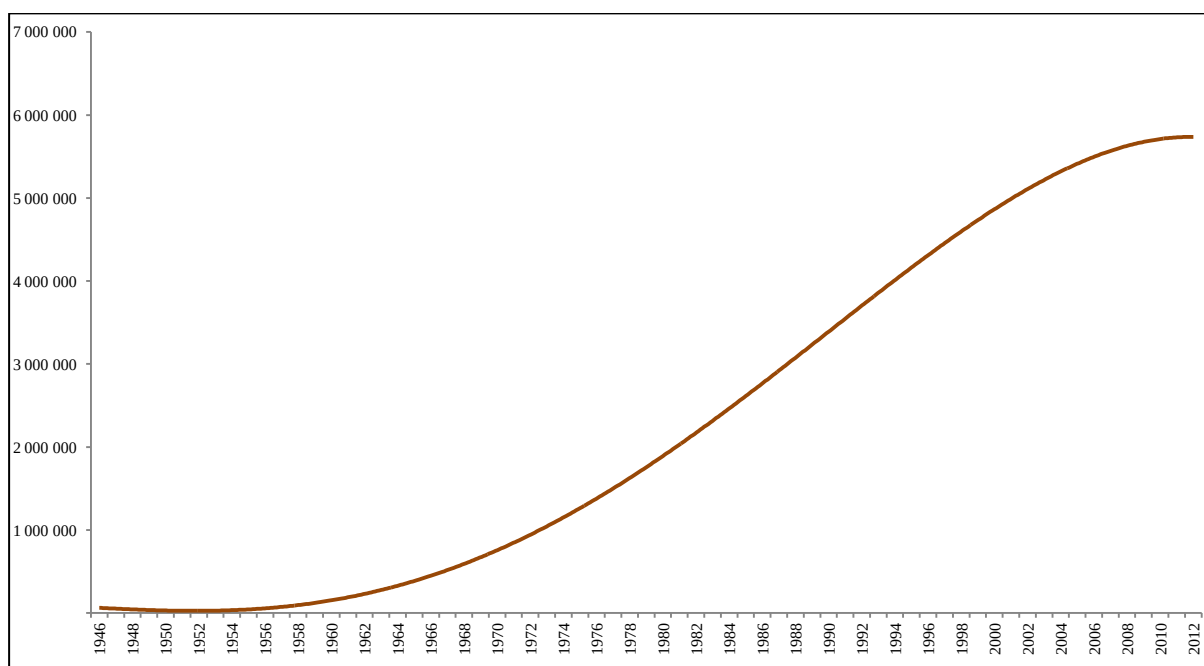
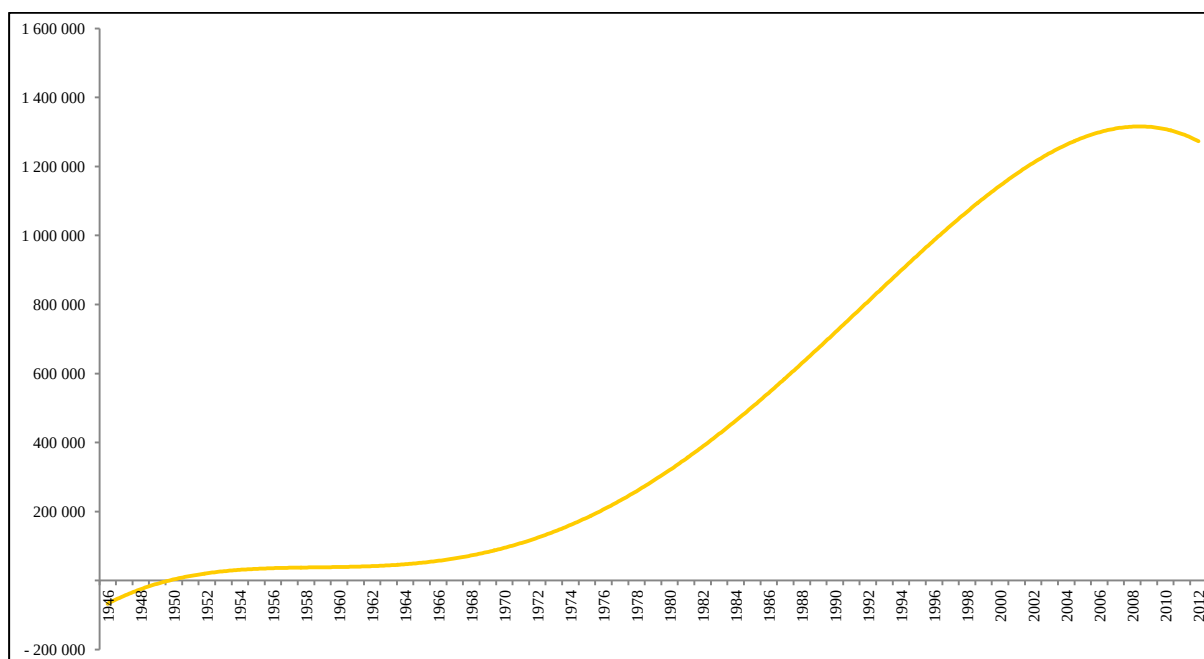


Gráfico 23 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Alemanha)²⁴



²³ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

²⁴ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 24 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (França)²⁵

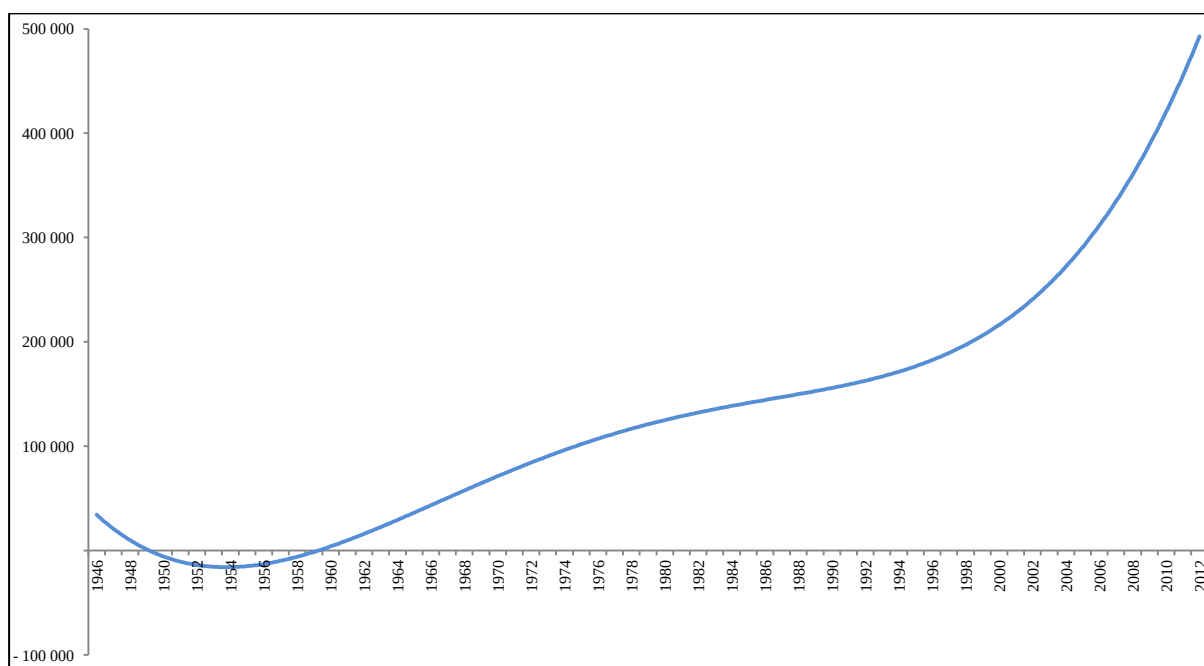
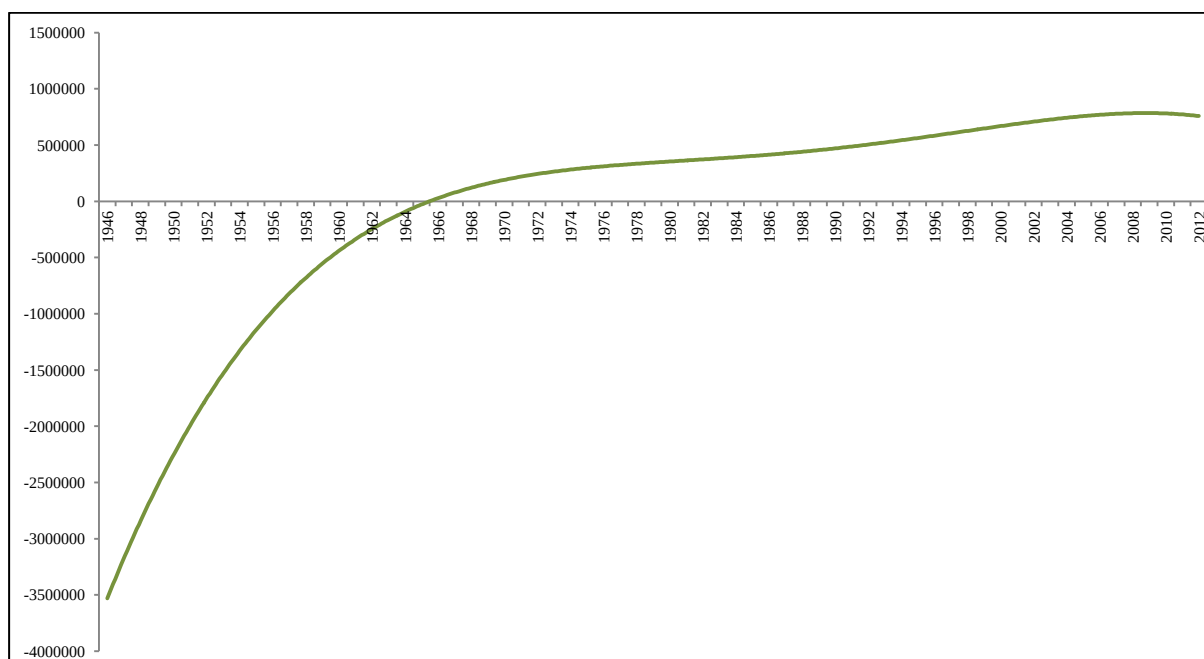


Gráfico 25 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Portugal)²⁶



²⁵ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

²⁶ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 26 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Reino Unido)²⁷

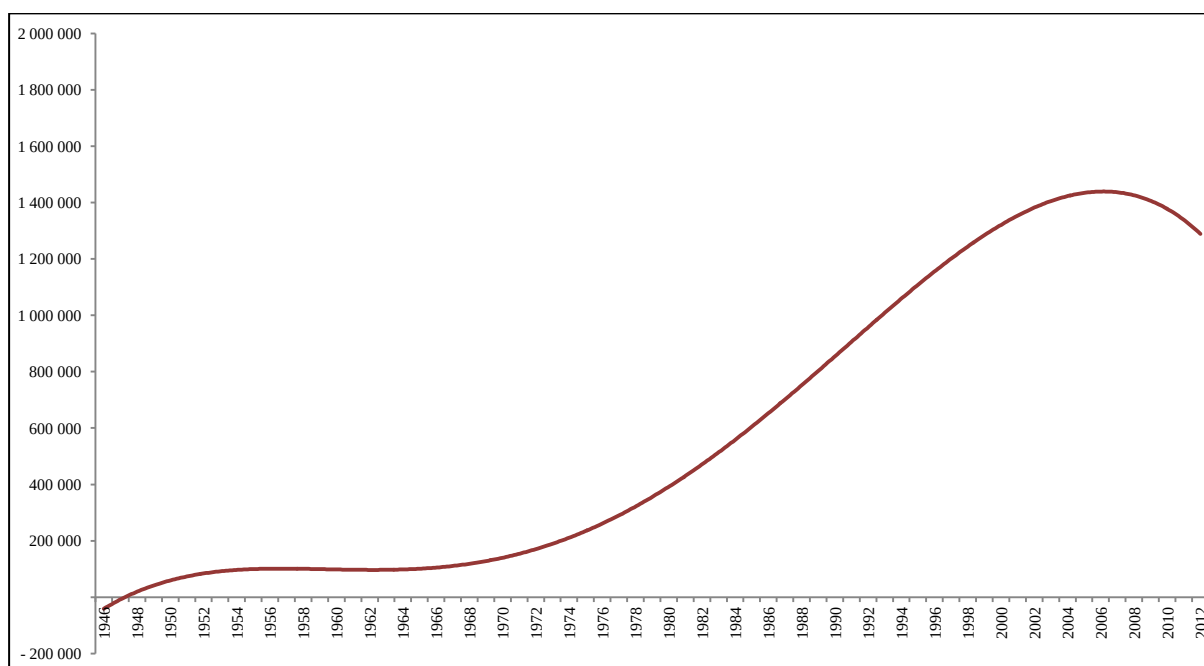
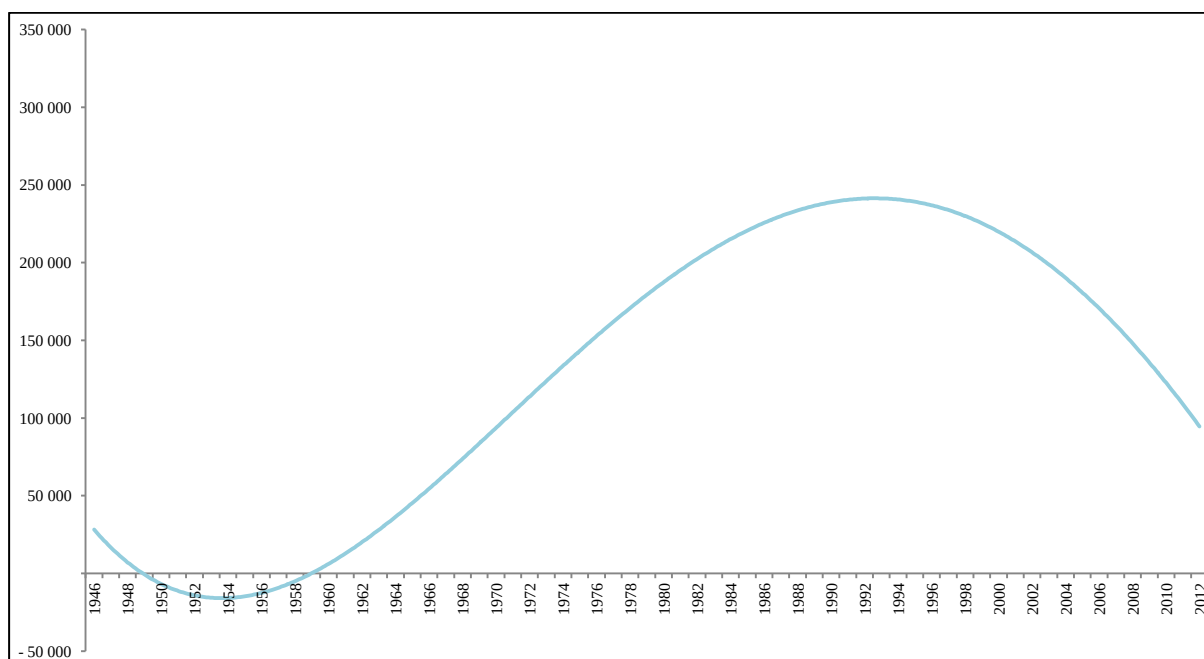


Gráfico 27 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Suécia)²⁸



²⁷ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

²⁸ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

Gráfico 28 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Holanda)²⁹

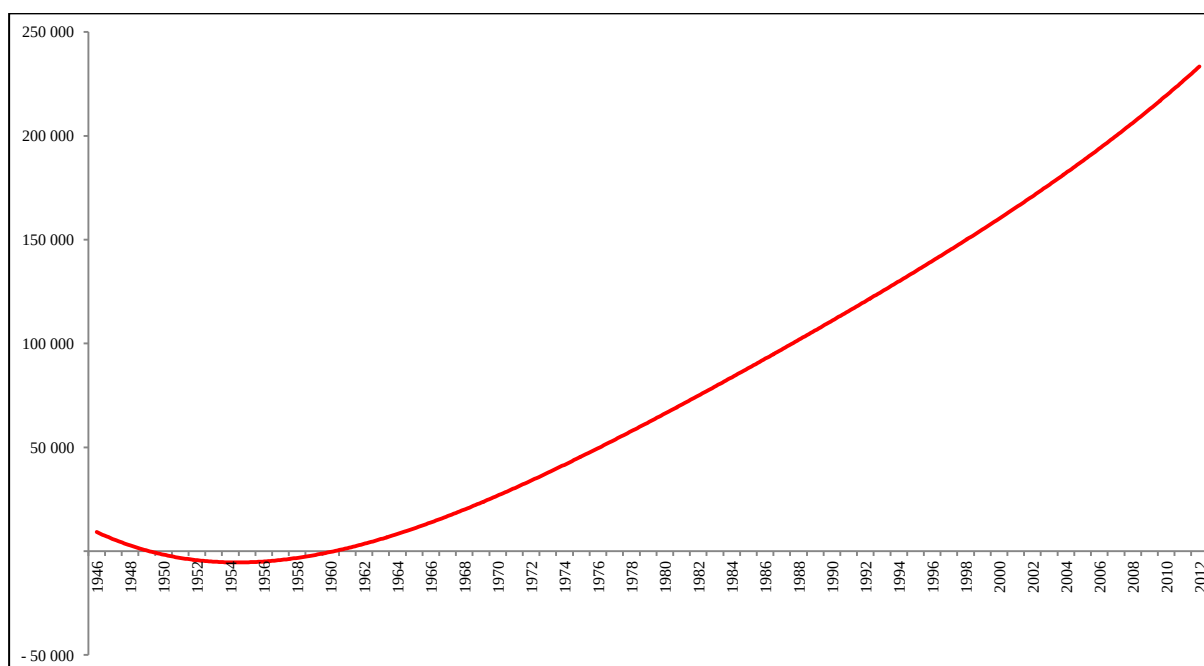
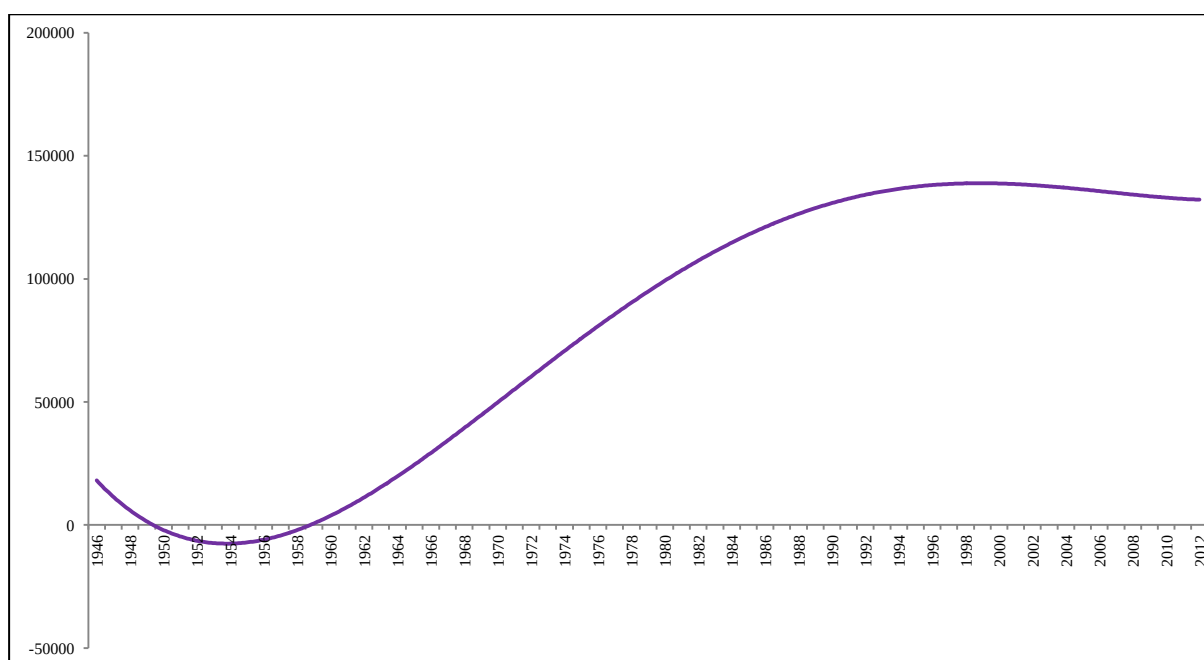


Gráfico 29 - Linha de Tendência de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012 (Dinamarca)³⁰



²⁹ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

³⁰ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

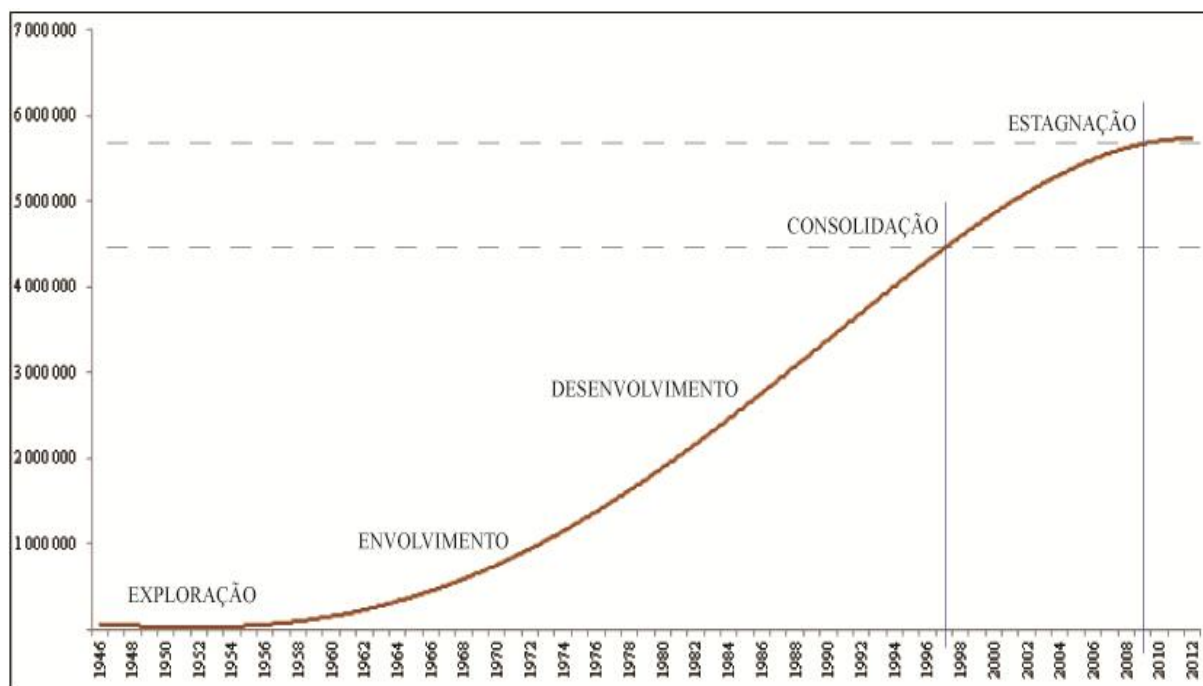
Gráfico 30 - Linha de Tendência do Total de Dormidas dos Turistas entre 1946 e 2012, segundo TALC³¹


Tabela 2: N° de Quintas existentes como Estabelecimentos Hoteleiros pertencentes à Marca Turística “Quintas da Madeira”

APM ³²		Marca “Quintas da Madeira” ³³	
Estabelecimento	Categoria	Estabelecimento	Categoria
Quinta Albatroz Beach & Yatch Club	*****	Quinta Albatroz Beach & Yatch Club	*****
Quinta Casa Velha do Palheiro	*****	Quinta Casa Velha do Palheiro	*****
Quinta da Bela Vista	*****	Quinta da Bela Vista	*****
Quinta da Casa Branca	*****	Quinta da Casa Branca	*****
Quinta da Rochinha	*****	Quinta da Rochinha	*****
Quinta do Furão	*****	Quinta do Furão	*****
Quinta Jardins do Lago	*****	Quinta Jardins do Lago	*****
Quintinha de São João	*****	Quintinha de São João	*****
Quinta do Vale	*****		
Serra Golf	*****		

³¹ *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1946-1975)*. Acedido no dia 7 de Janeiro de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/Serie%201946-1975.pdf; *Série Retrospectiva: Estatísticas do Turismo (1976-2012)*. Acedido no dia 7 de Julho de 2013, em: http://estatistica.gov-madeira.pt/DRE_SRPC/IndicadoresEstatisticos/Servicos/Turismo/PDF%20-%20Serie%20Turismo%201976-2012.pdf

³² Cf. site da APM em: http://www.ap-madeira.pt/madeira/apm/produtos_quintas.asp?Site_Lang=pt

³³ Cf. site da marca “Quintas da Madeira” em: <http://www.quintas-madeira.com/Default.aspx?ID=297>

Gráfico 31: Distribuição por Nacionalidade

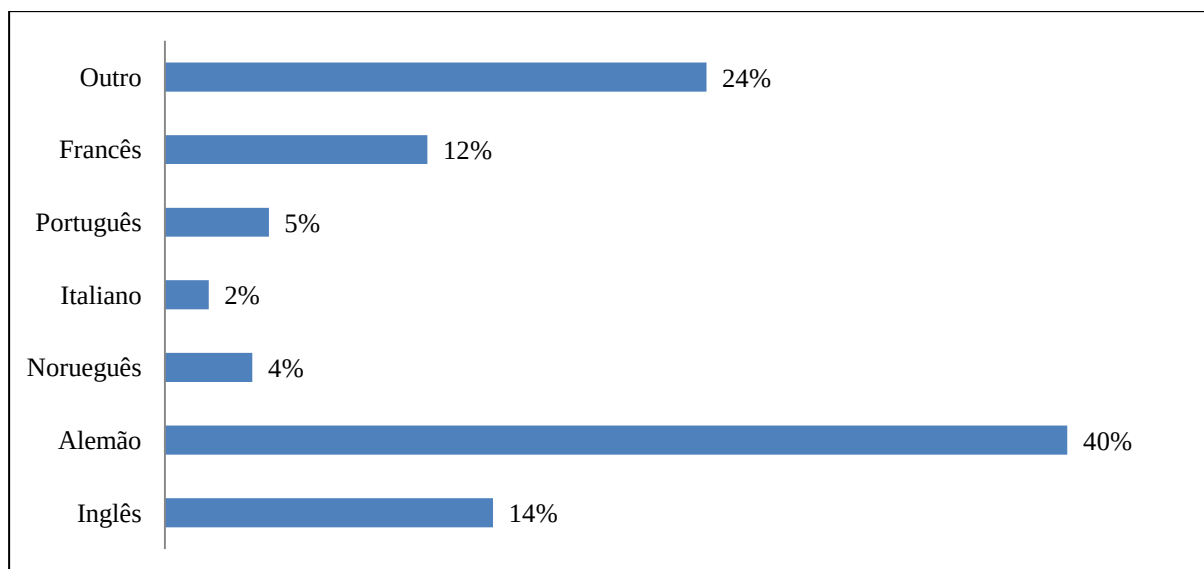
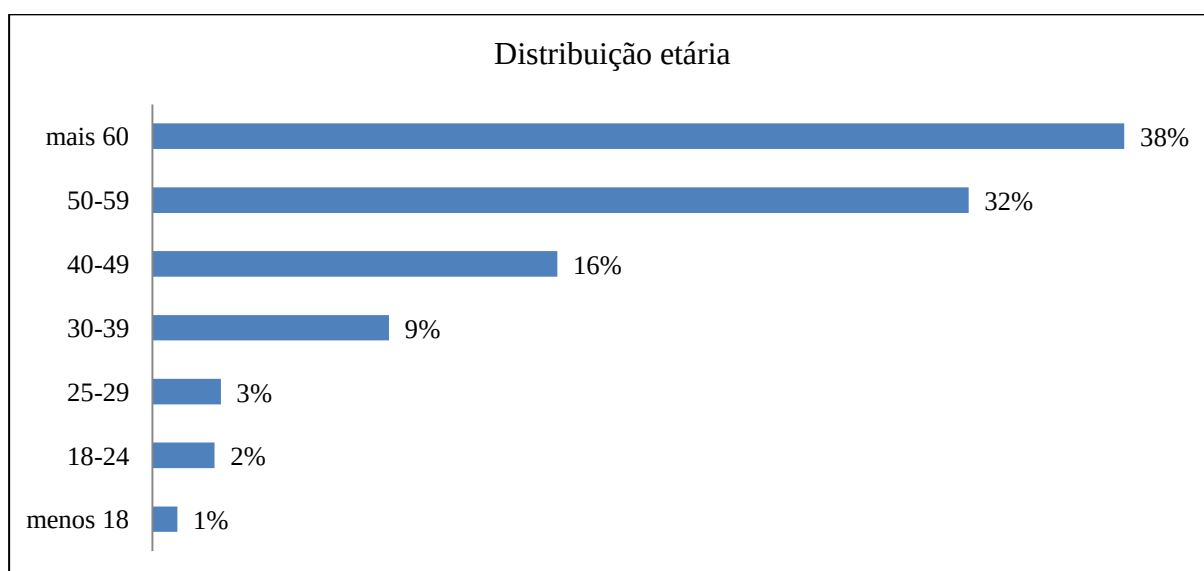


Tabela 3: Perc. de Nacionalidades na Opção “Outro”

Nacionalidade	Dinamarca	Holanda	Polónia	Suécia	Rússia	Hungria	Bélgica	Áustria	Finlândia	América	Suíça	Escócia	Irlanda	Eslováquia
Perc.	12%	7%	5%	6%	25%	2%	3%	13%	7%	1%	8%	5%	3%	2%

Gráfico 32: Distribuição Etária



AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Perc. das Faixas Etárias segundo a Nacionalidade

Gráfico 33: Inglês

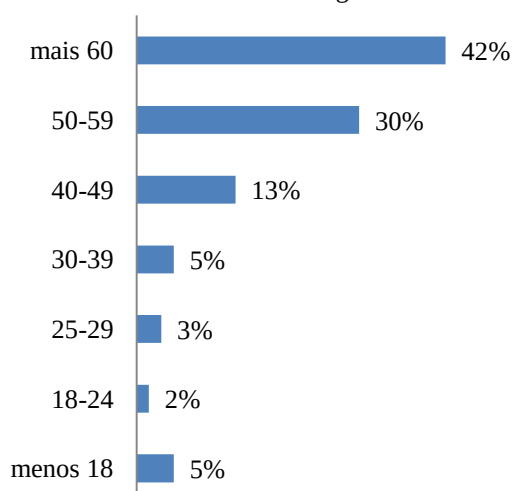


Gráfico 34: Alemão

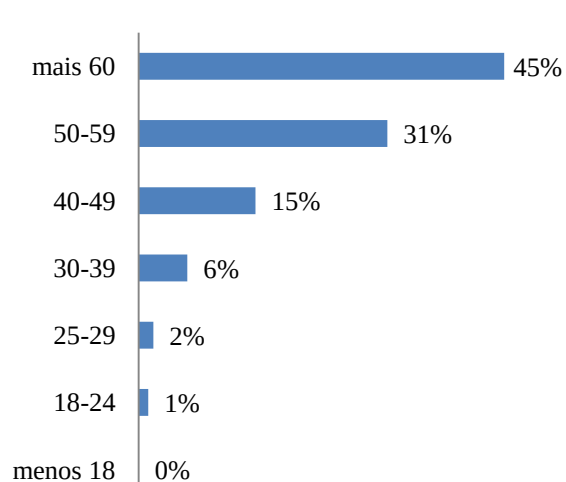


Gráfico 35: Norueguês

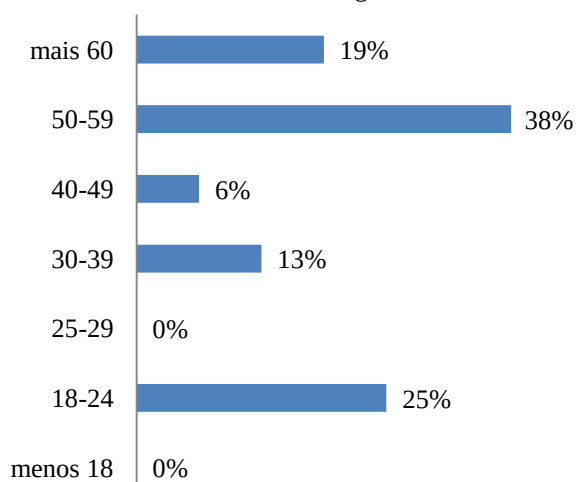


Gráfico 36: Italiano

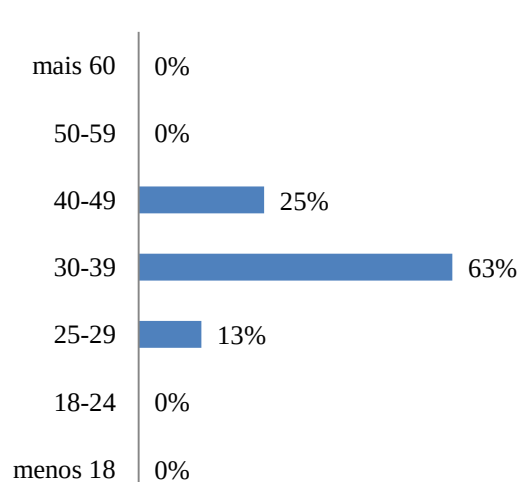


Gráfico 37: Português

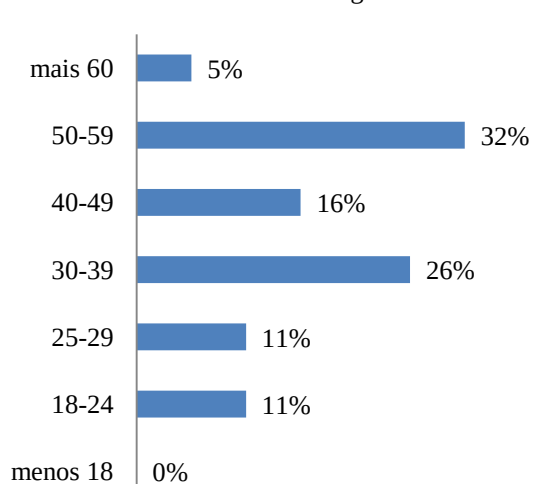


Gráfico 38: Francês

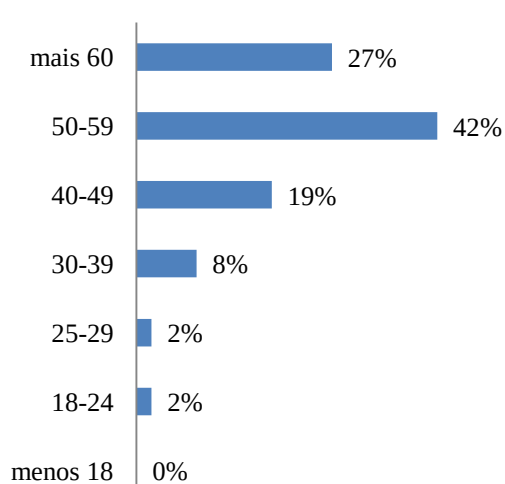


Gráfico 39: Outro

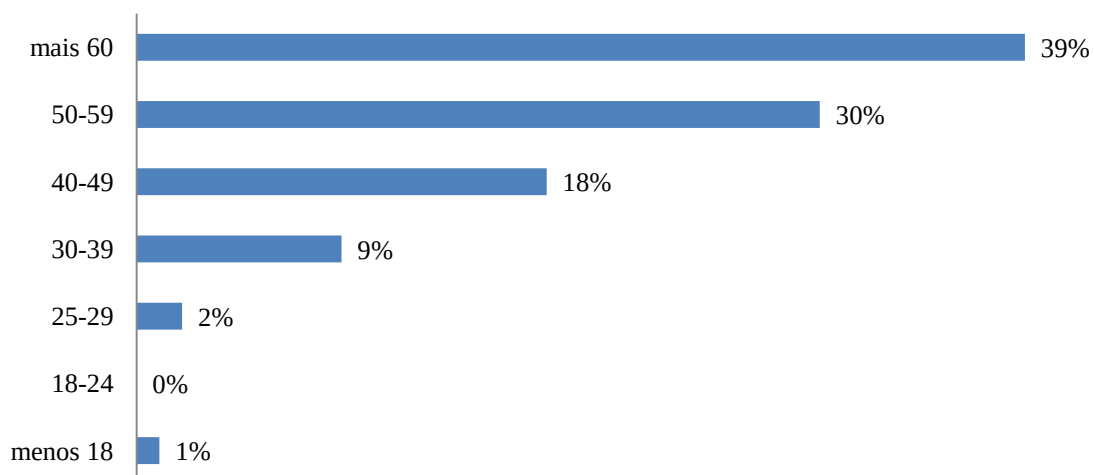


Gráfico 40: Distribuição segundo Género

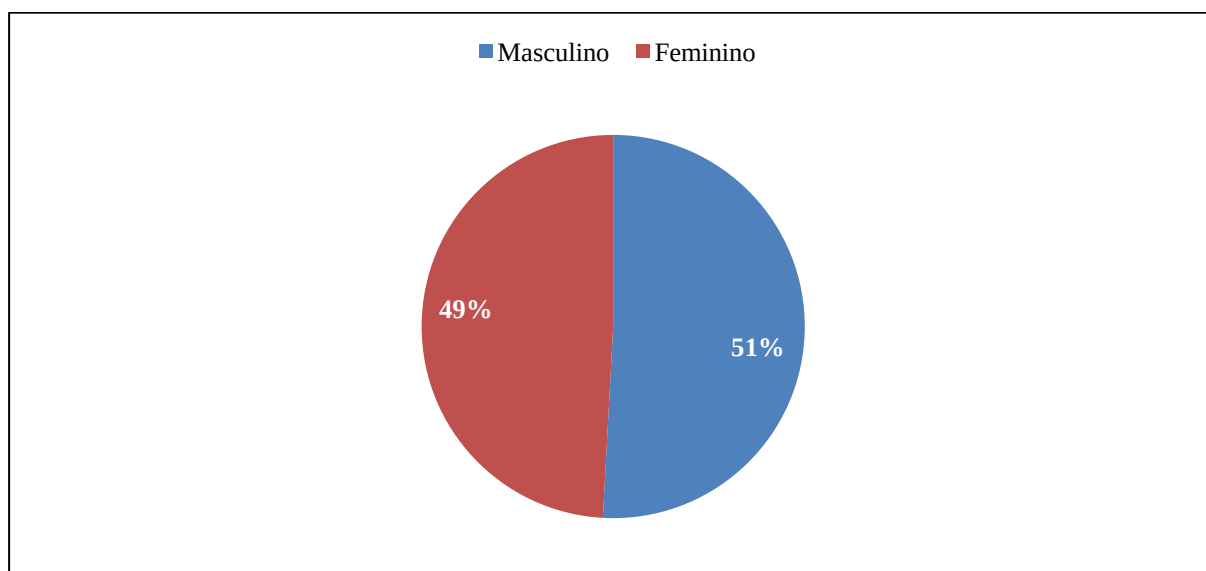


Gráfico 41: Distribuição segundo Estado Civil

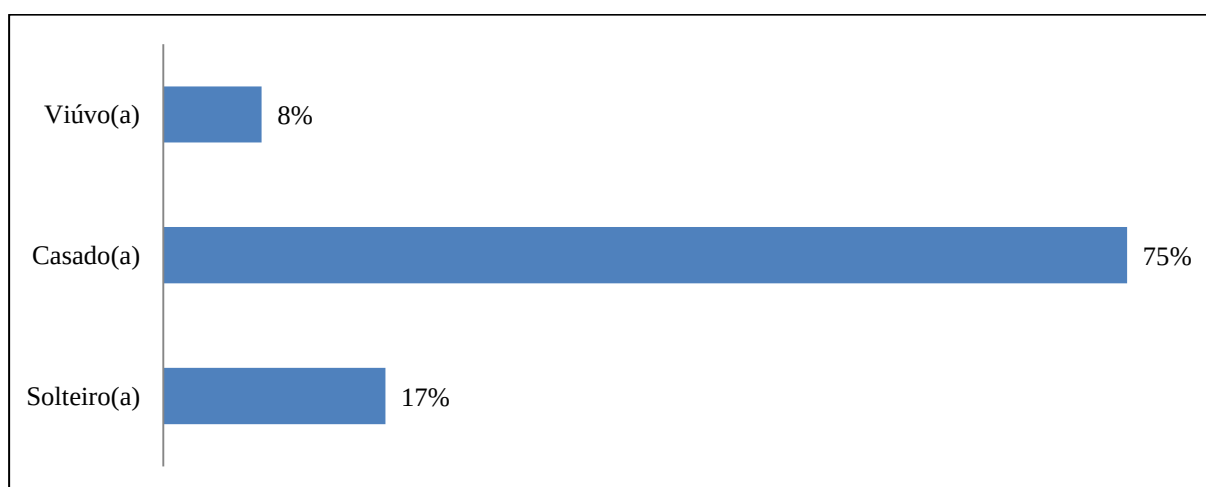


Gráfico 42: Estado Civil segundo a Nacionalidade

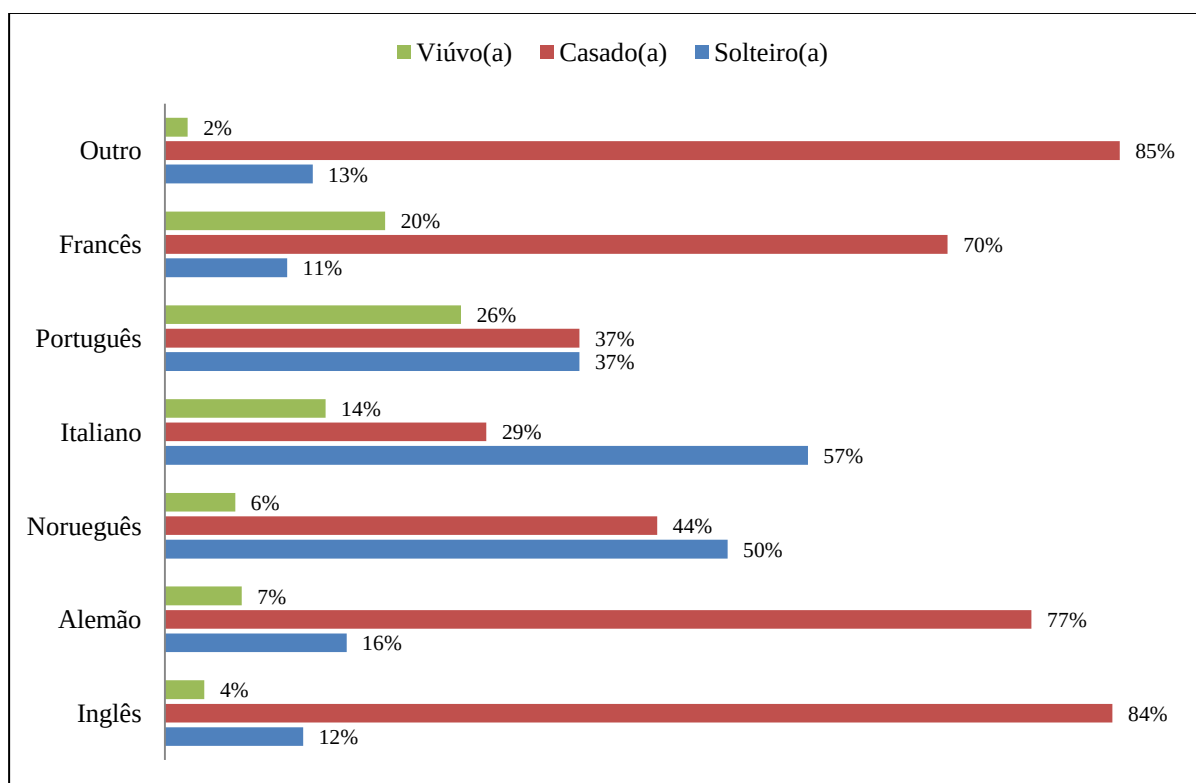
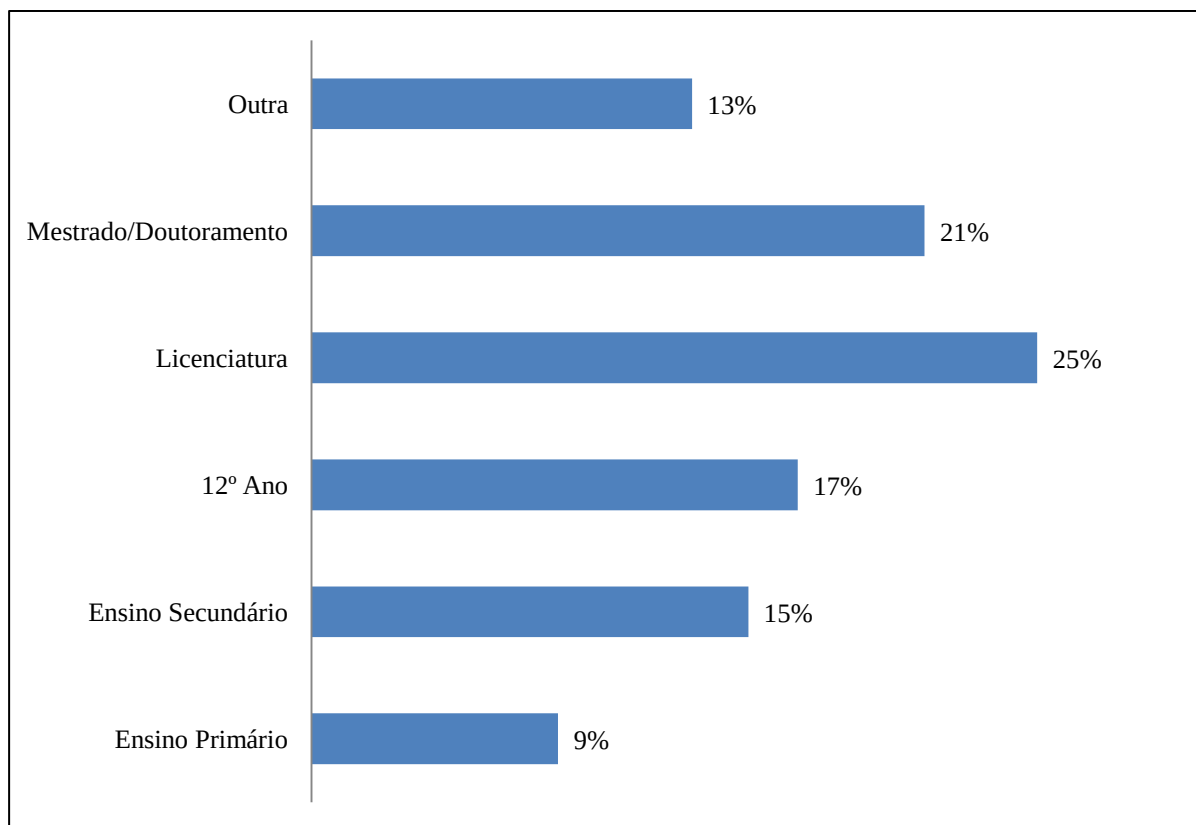


Gráfico 43: Distribuição segundo as Habilitações Académicas



AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Perc. das Habilitações Académicas segundo a Nacionalidade

Gráfico 44: Inglês

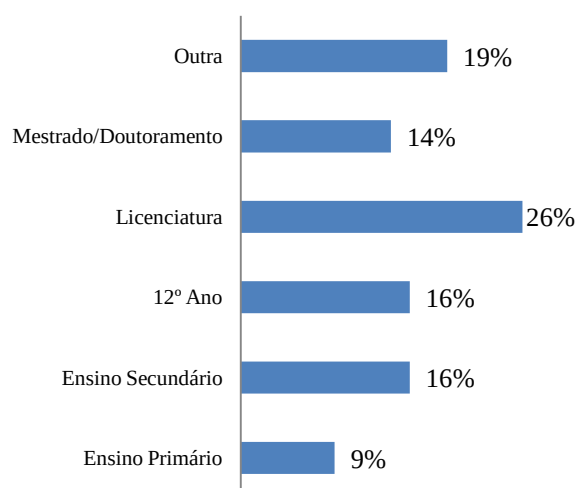


Gráfico 45: Alemão

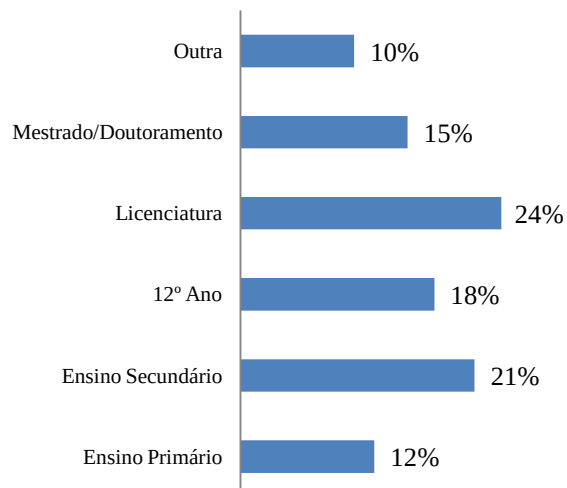


Gráfico 46: Norueguês

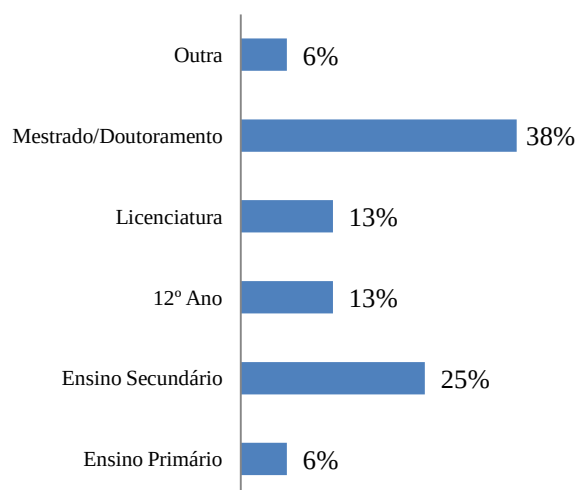


Gráfico 47: Italiano

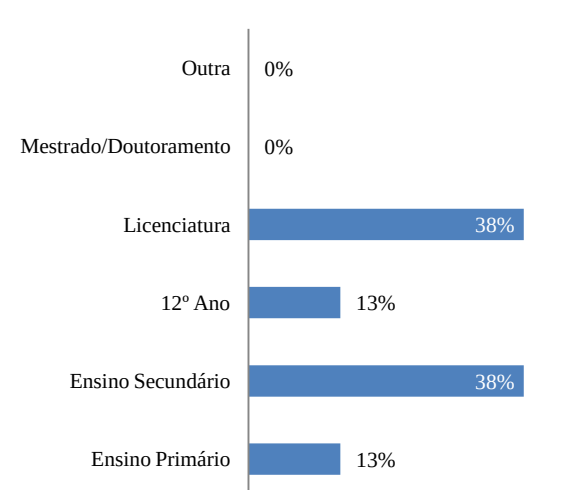


Gráfico 48: Português

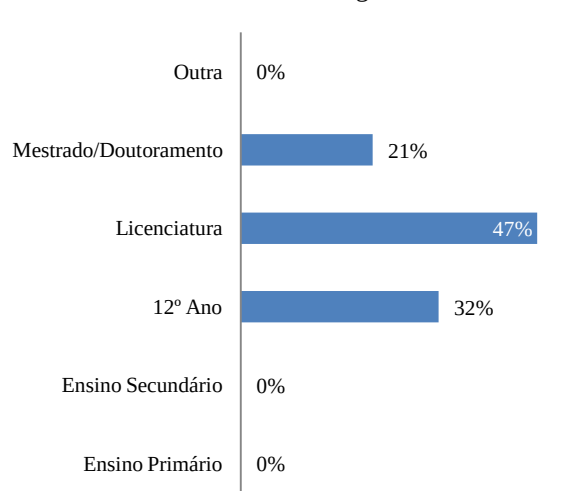


Gráfico 49: Francês

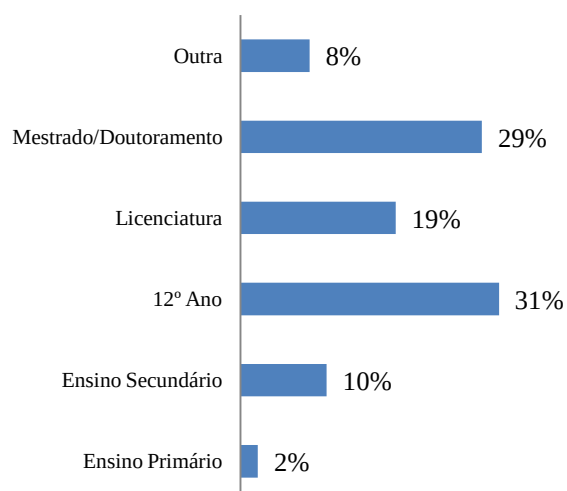


Gráfico 50: Outro

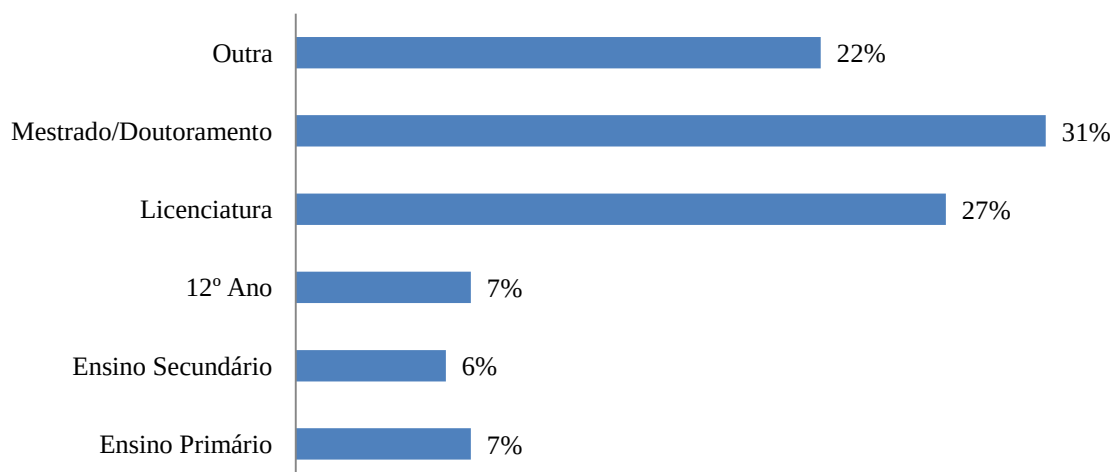


Gráfico 51: Distribuição da Situação do Trabalho

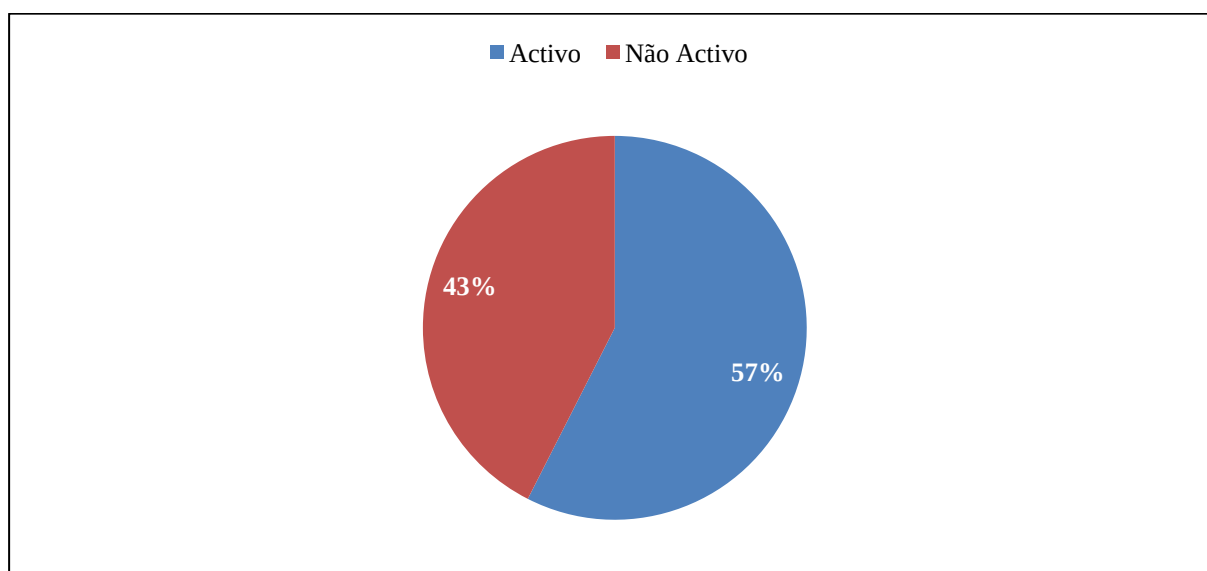


Gráfico 52: Situação do Trabalho segundo o Género

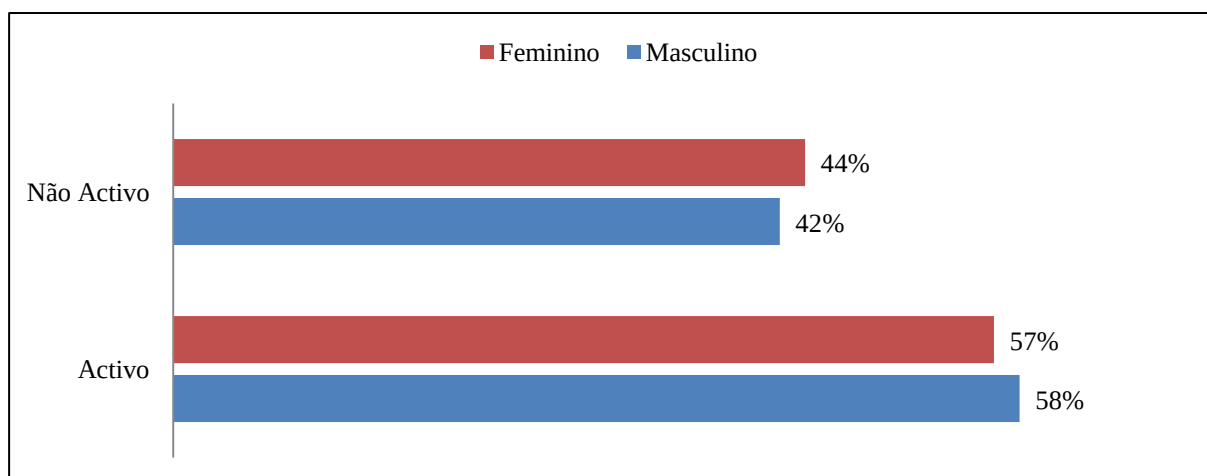


Gráfico 53: Distribuição do Rendimento Mensal

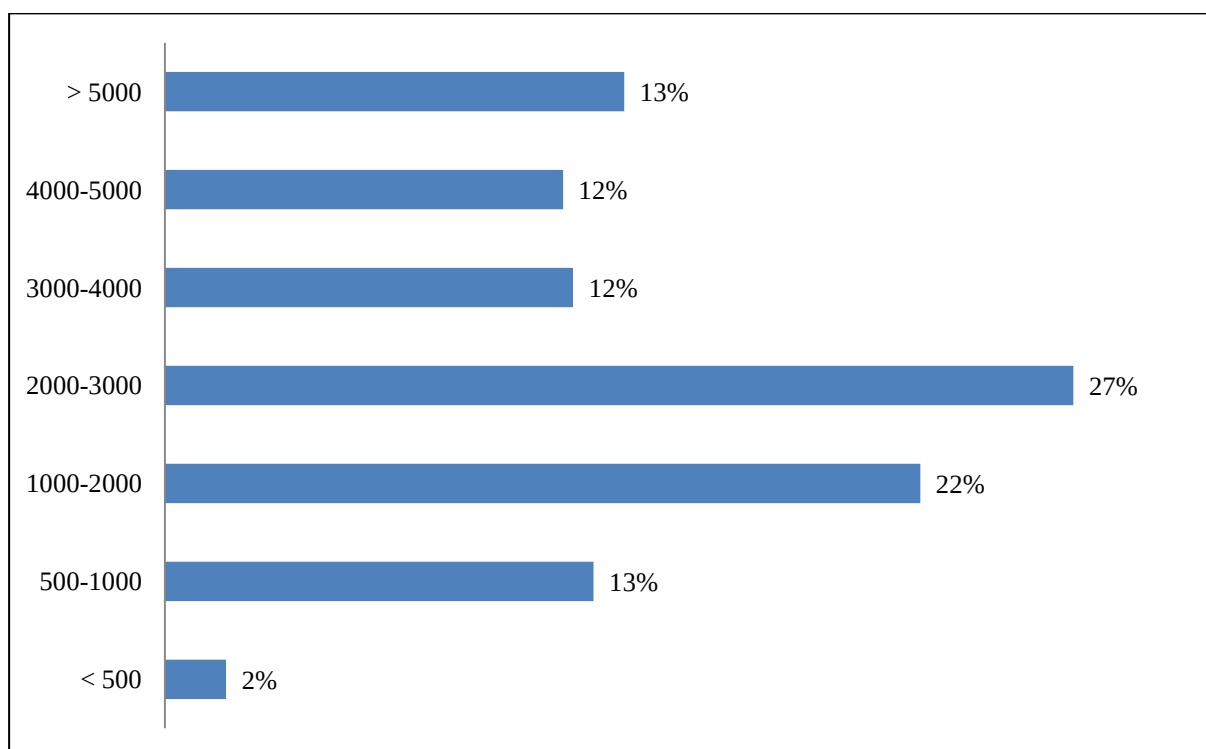


Gráfico 54: Rendimento Mensal segundo a Situação do Trabalho

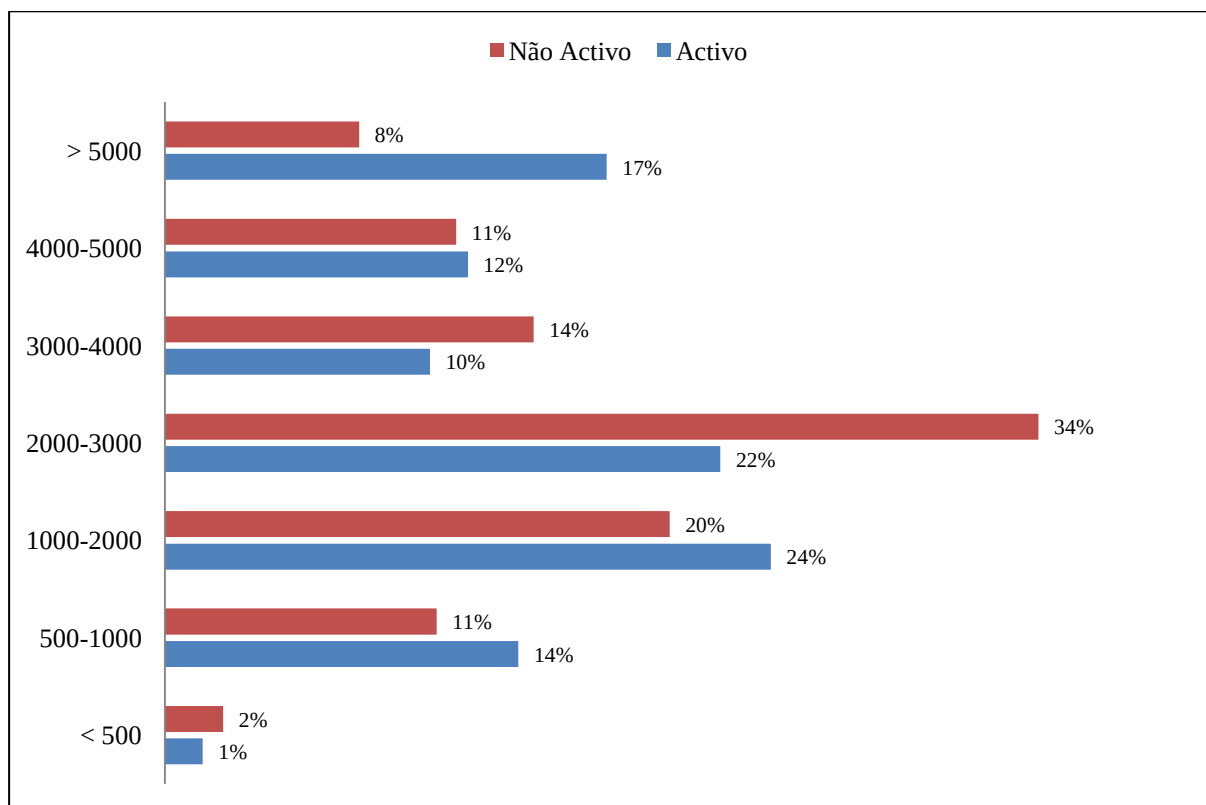


Tabela 4: Perc. do Rendimento Mensal segundo as Habilitações Académicas

	< 500	500-1000	1000-2000	2000-3000	3000-4000	4000-5000	> 5000
Ensino Primário	0%	13%	12%	16%	0%	0%	2%
Ensino Secundário	50%	18%	18%	10%	20%	26%	2%
12º Ano	33%	26%	15%	10%	20%	15%	11%
Licenciatura	17%	31%	26%	30%	23%	23%	22%
Mestrado/ Doutoramento	0%	8%	16%	21%	28%	31%	49%
Outra	0%	5%	14%	13%	10%	5%	13%
MÉDIA	2,67 12º Ano	3,18 12º Ano	3,57 Licenciatura	3,67 Licenciatura	3,88 Licenciatura	3,74 Licenciatura	4,53 Mestrado/ Doutoramento

Perc. de Rendimento Mensal por Nacionalidade

Gráfico 55: Inglês

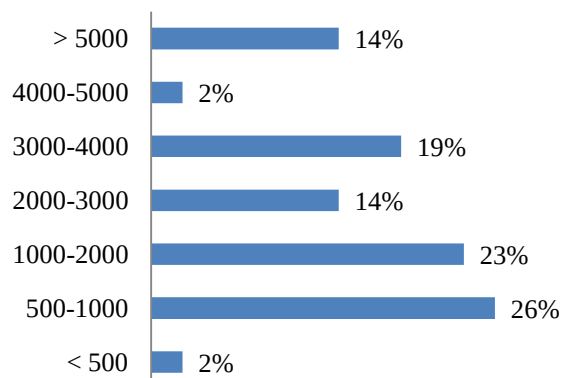


Gráfico 56: Alemão

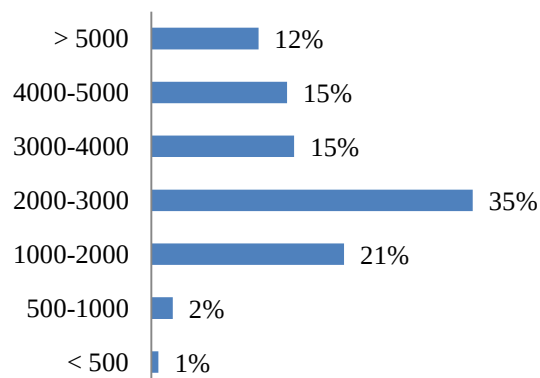


Gráfico 57: Norueguês

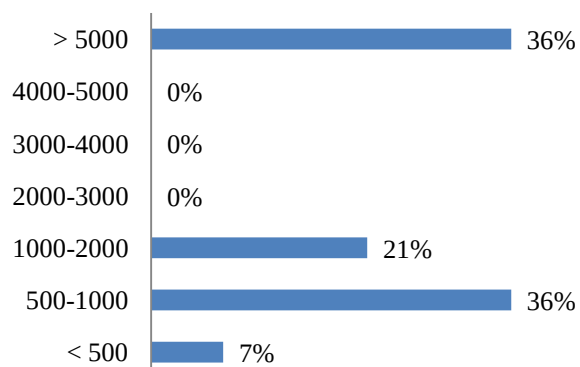


Gráfico 58: Italiano

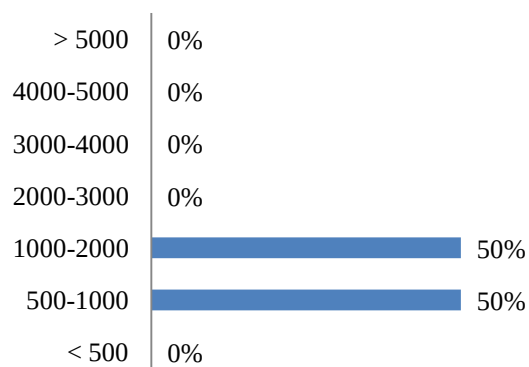


Gráfico 59: Português

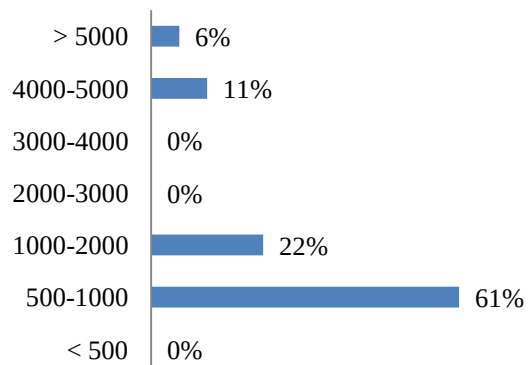


Gráfico 60: Francês

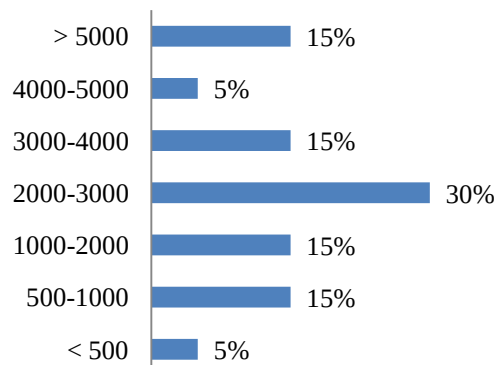


Gráfico 61: Outro

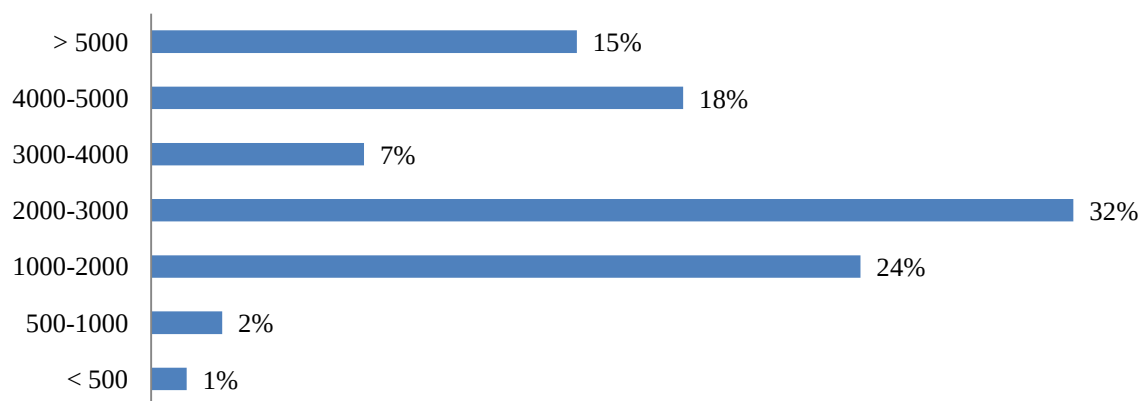


Tabela 5: Média do Rendimento Mensal segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro
MÉDIA	2703 €	3260 €	3304 €	1125 €	1708 €	2988 €	3360 €

Gráfico 62: Perc. de 'Conhece as Quintas da Madeira?'

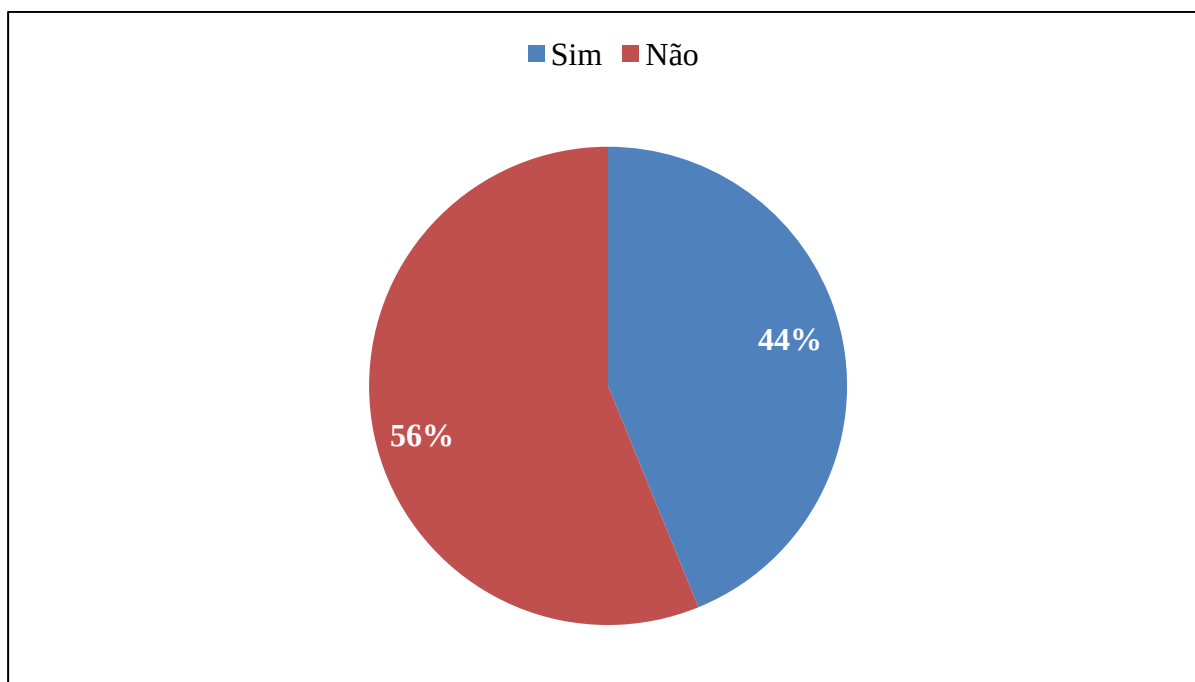


Gráfico 63: Perc. de Visita ou Alojamento numa Quinta da Madeira

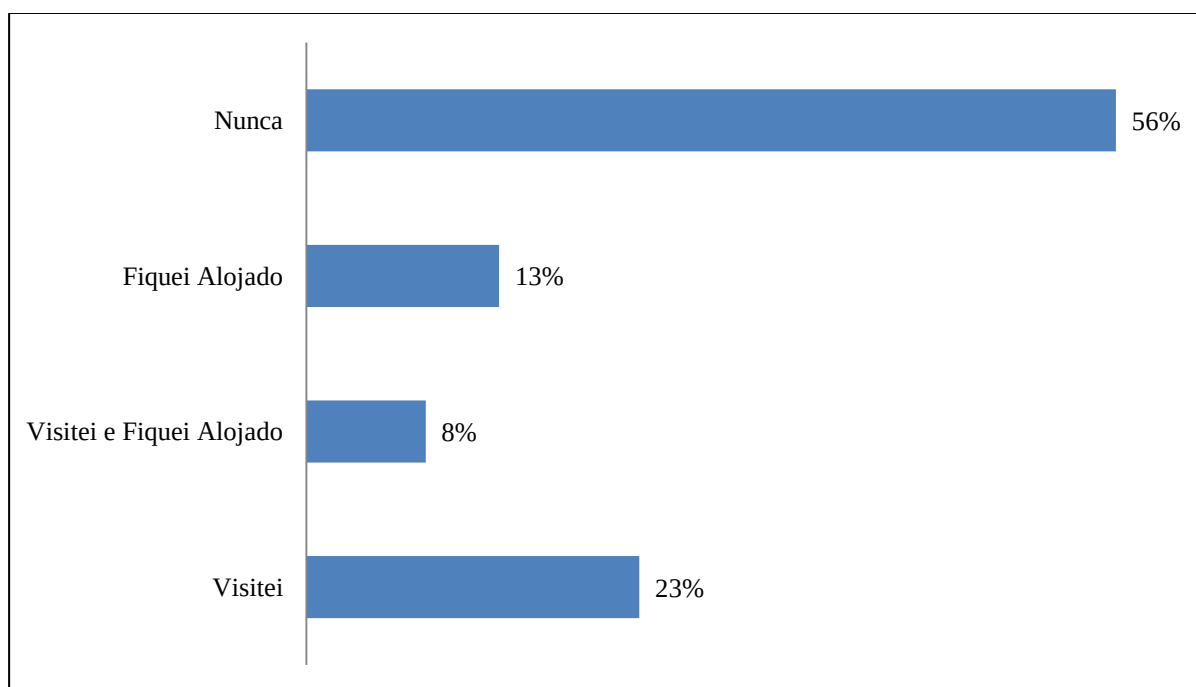


Tabela 6: Perc. de Visitas e Alojamentos segundo a Nacionalidade

	Visitei	Visitei e Fiquei Alojado	Fiquei Alojado	Nunca
Inglês	16%	26%	13%	13%
Alemão	34%	24%	29%	47%
Norueguês	7%	6%	4%	2%
Italiano	7%	0%	2%	0%
Português	7%	9%	13%	1%
Francês	18%	6%	31%	5%
Outro	11%	29%	9%	32%

Gráfico 64: Perc. de Conhecedores das 'Quintas' por Nacionalidade

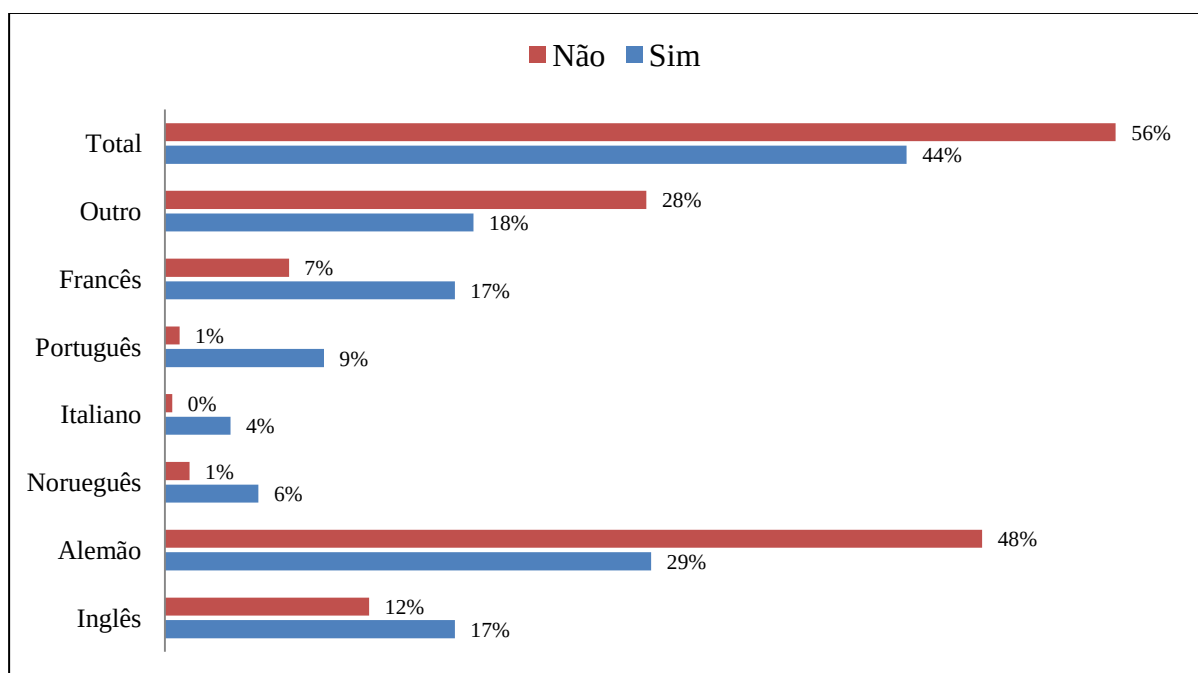
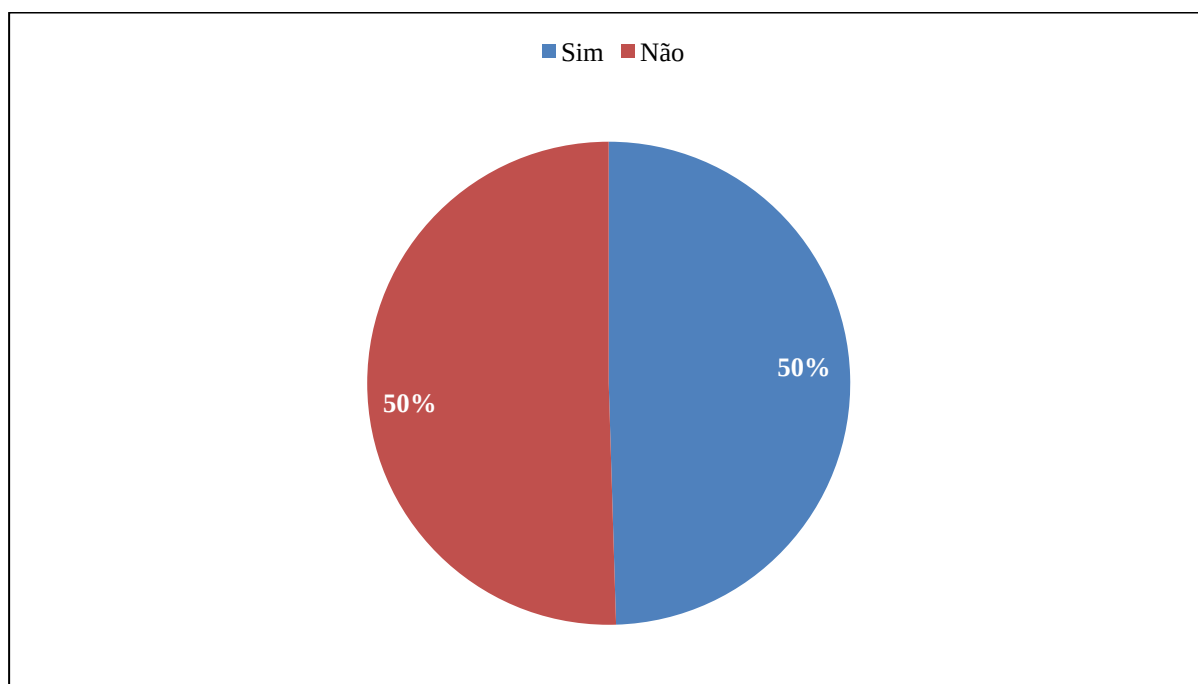
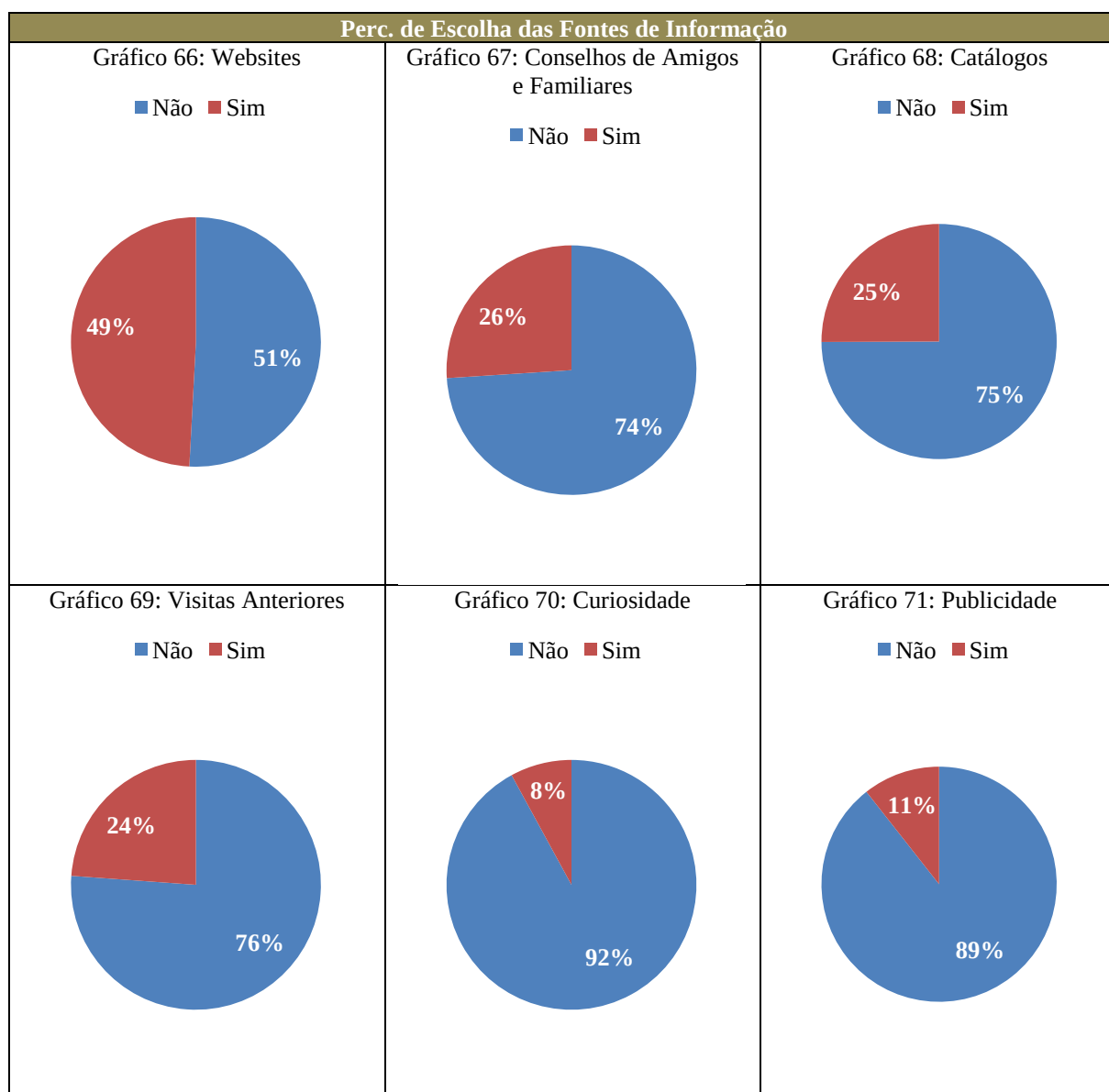
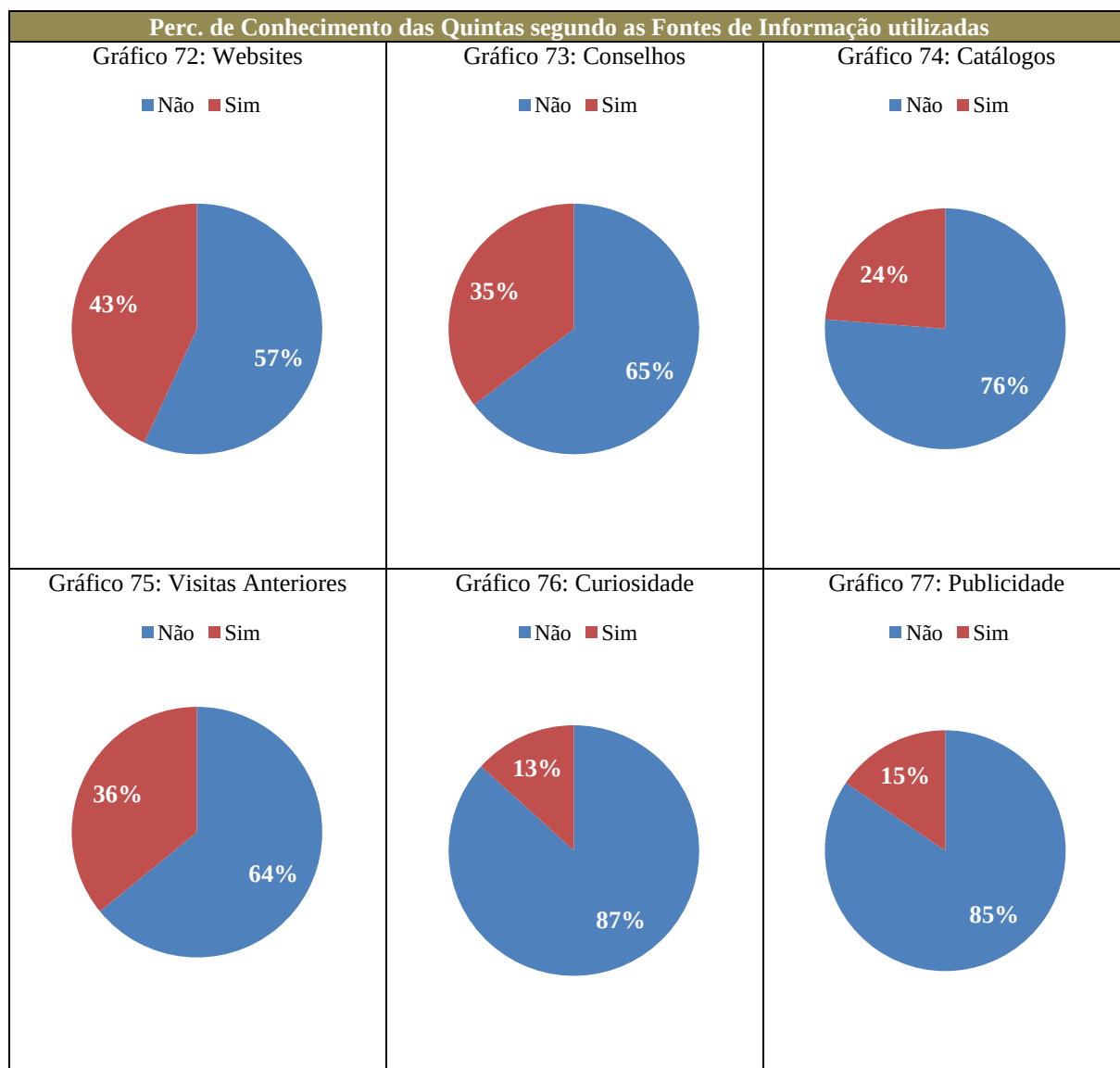


Gráfico 65: Perc. de Alojamento em outro País







Perc. das Fontes de Informação segundo a Nacionalidade

Gráfico 78: Website

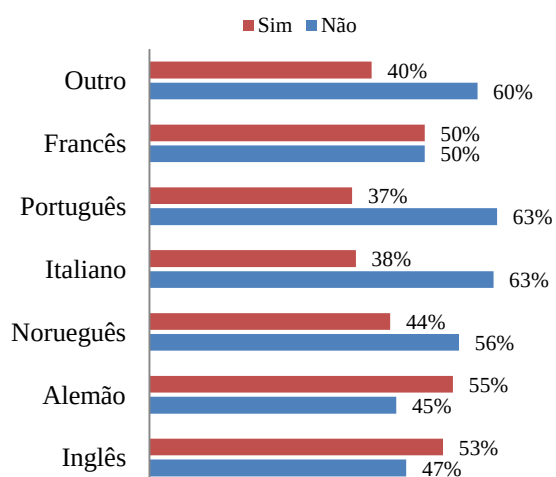


Gráfico 79: Conselho

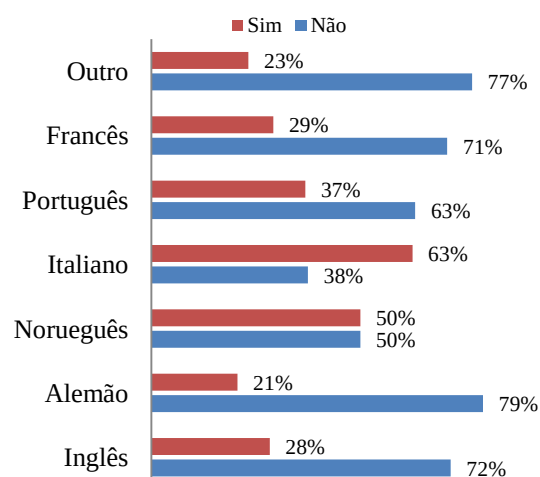


Gráfico 80: Catálogos

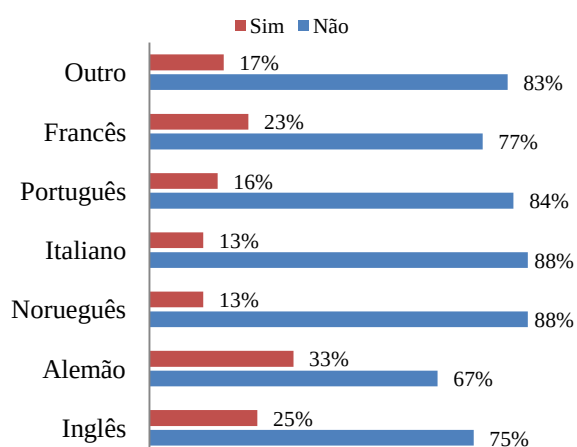


Gráfico 81: Visitas Anteriores

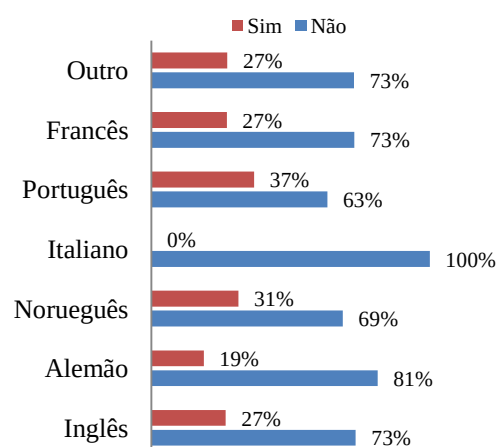


Gráfico 82: Curiosidade

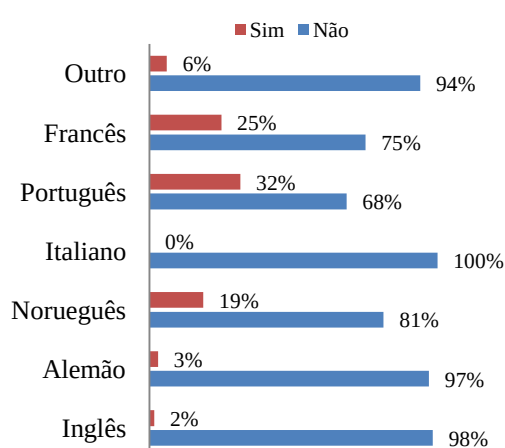


Gráfico 83: Publicidade

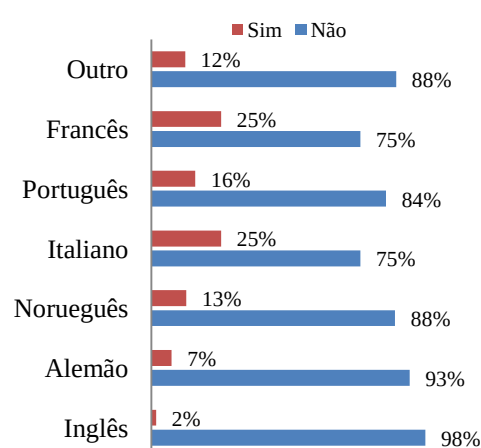


Tabela 7: Itens para a selecção do Estabelecimento Hoteleiro						
Item	Classificação (*)					Total (**)
	1	2	3	4	5	
Beleza Edifício, Jardins e Paisagem	2%	1%	13%	42%	43%	85%
Escape para um Ambiente Genuíno e Cultural	2%	5%	30%	40%	24%	64%
Clima fresco e natural	2%	2%	9%	40%	46%	86%
Reviver a memória da vida tradicional da sociedade aristocrática	13%	12%	32%	28%	16%	44%
Ponto de partida e construções típicas em harmonia	2%	6%	24%	40%	27%	67%
Qualidade do alojamento	1%	5%	18%	39%	37%	76%
Qualidade gastronómica do Estabelecimento	2%	3%	17%	49%	29%	78%
Facilidade no acesso a outros estabelecimentos	2%	4%	20%	44%	31%	74%
Turismo não massificado	1%	3%	23%	36%	37%	73%
Preço/Qualidade	1%	2%	16%	45%	36%	81%
Viver uma nova experiência num edifício diferente	6%	7%	33%	32%	22%	54%
Realização de Actividades ligadas a tradições da Ilha da Madeira	4%	11%	31%	33%	21%	54%
Bom serviço de acolhimento e hospitalidade	2%	2%	9%	32%	56%	88%
Acesso a actividades ao ar livre e/ou desportivas	4%	7%	29%	32%	28%	60%
Sentir-me desconectado	2%	4%	27%	37%	30%	67%
Realizar novas experiências	2%	7%	24%	37%	30%	67%
Enriquecer o conhecimento	2%	6%	25%	41%	27%	67%
Uma experiência a ser vivida com a família	8%	9%	29%	25%	28%	54%

(*) Sabendo que: 1 é Nada Importante, 2 é Pouco Importante, 3 é Alguma Relevância, 4 é Importante e 5 é Muito Importante.

(**) Os valores do “Total” correspondem à união dos valores do “Importante” e “Muito Importante”.

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Tabela 8: Média dos Itens Característicos do Estabelecimento Hoteleiro (Nacionalidade e Idade)

Item	Escolha				
	Média	Nacionalidade		Idade	
		Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
Beleza Edifício, Jardins e Paisagem	Importante	Italiano Inglês	Português Francês	menos de 18 anos 25-29 anos	18-24 anos 30-39 anos
Escape para um Ambiente Genuíno e Cultural	Alguma Relevância	Italiano Norueguês Inglês	Português	menos de 18 anos 30-39 anos 50-59 anos	18-24 anos
Clima fresco e natural	Importante	Norueguês Italiano Francês	Outro Português Alemão	menos de 18 anos	40-49 anos 30-39 anos
Reviver a memória da vida tradicional da sociedade aristocrática	Alguma Relevância	Norueguês	Português Italiano	menos de 18 anos 18-24 anos	30-39 anos 40-49 anos
Ponto de partida e construções típicas em harmonia	Alguma Relevância	Italiano Inglês Alemão	Norueguês Português	menos de 18 anos 25-29 anos	30-39 anos 40-49 anos
Qualidade do alojamento	Importante	Italiano Norueguês	Português Francês Alemão	menos de 18 anos 25-29 anos 30-39 anos	18-24 anos
Qualidade gastronómica do Estabelecimento	Importante	Norueguês Italiano Outro Alemão	Português Francês	menos de 18 anos 25-29 anos	50-59 anos 18-24 anos 30-39 anos
Facilidade no acesso a outros estabelecimentos	Importante	Italiano Norueguês	Francês Português Inglês	menos de 18 anos 18-24 anos 25-29 anos	30-39 anos 50-59 anos mais de 60 anos
Turismo não massificado	Importante	Italiano Norueguês	Português	menos de 18 anos	30-39 anos 18-24 anos 50-59 anos
Preço/Qualidade	Importante	Norueguês Italiano Outro Alemão	Português Francês Inglês	menos de 18 anos 18-24 anos 40-49 anos	30-39 anos
Viver uma nova experiência num edifício diferente	Alguma Relevância	Italiano Norueguês	Português	menos de 18 anos	18-24 anos 30-39 anos
Realização de Actividades ligadas a tradições da Ilha da Madeira	Alguma Relevância	Italiano	Francês Inglês Português	menos de 18 anos 18-24 anos 30-39 anos	30-39 anos
Bom serviço de acolhimento e hospitalidade	Importante	Italiano Francês	Alemão Norueguês Português Outro Inglês	menos de 18 anos	18-24 anos 25-29 anos 30-39 anos 40-49 anos 50-59 anos mais de 60 anos
Acesso a actividades ao ar livre e/ou desportivas	Alguma Relevância	Italiano Norueguês	Francês Inglês Português	menos de 18 anos	18-24 anos 30-39 anos
Sentir-me desconectado	Alguma Relevância	Italiano Norueguês	Francês Português Inglês	menos de 18 anos 40-49 anos 50-59 anos	18-24 anos 25-29 anos 30-39 anos
Realizar novas experiências	Alguma Relevância	Inglês Francês	Português Italiano	menos de 18 anos 25-29 anos	18-24 anos 30-39 anos 40-49 anos
Enriquecer o conhecimento	Alguma Relevância	Outro Alemão	Italiano Português Inglês Francês	menos de 18 anos 25-29 anos 30-39 anos 50-59 anos	18-24 anos
Uma experiência a ser vivida com a família	Alguma Relevância	Italiano	Português	menos de 18 anos 18-24 anos	25-29 anos 30-39 anos 40-49 anos

Gráfico 84: Perc. de Importância das Características do Estabelecimento Hoteleiro (Acolhimento e Hospitalidade)

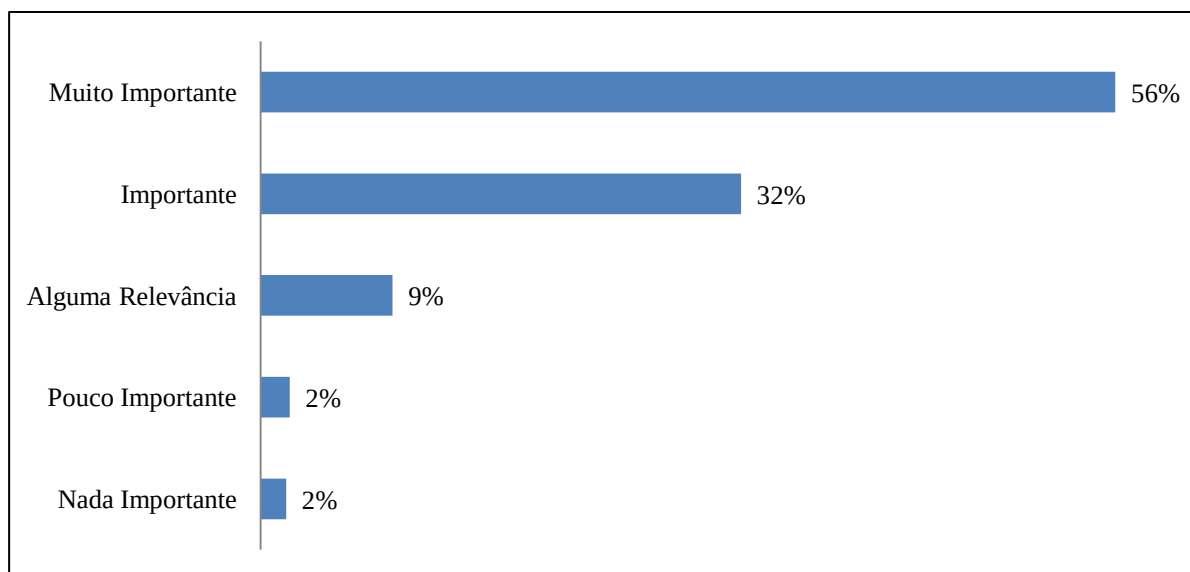


Tabela 9: Perc. de Importância da característica 'Acolhimento e Hospitalidade' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	2%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Pouco Importante	0%	2%	0%	0%	5%	2%	2%	2%
Alguma Relevância	12%	8%	6%	0%	5%	6%	11%	9%
Importante	33%	24%	38%	63%	32%	46%	32%	32%
Muito Importante	53%	62%	56%	38%	58%	46%	55%	56%

Tabela 10: Perc. de Importância da característica 'Acolhimento e Hospitalidade' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	2%	3%	2%
Pouco Importante	0%	0%	0%	3%	0%	3%	2%	2%
Alguma Relevância	0%	0%	0%	5%	9%	15%	6%	9%
Importante	75%	50%	27%	32%	37%	31%	28%	32%
Muito Importante	25%	50%	73%	61%	54%	50%	61%	56%

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 85: Perc. de Importância das Características do Estabelecimento Hoteleiro (Clima Fresco e Natural)

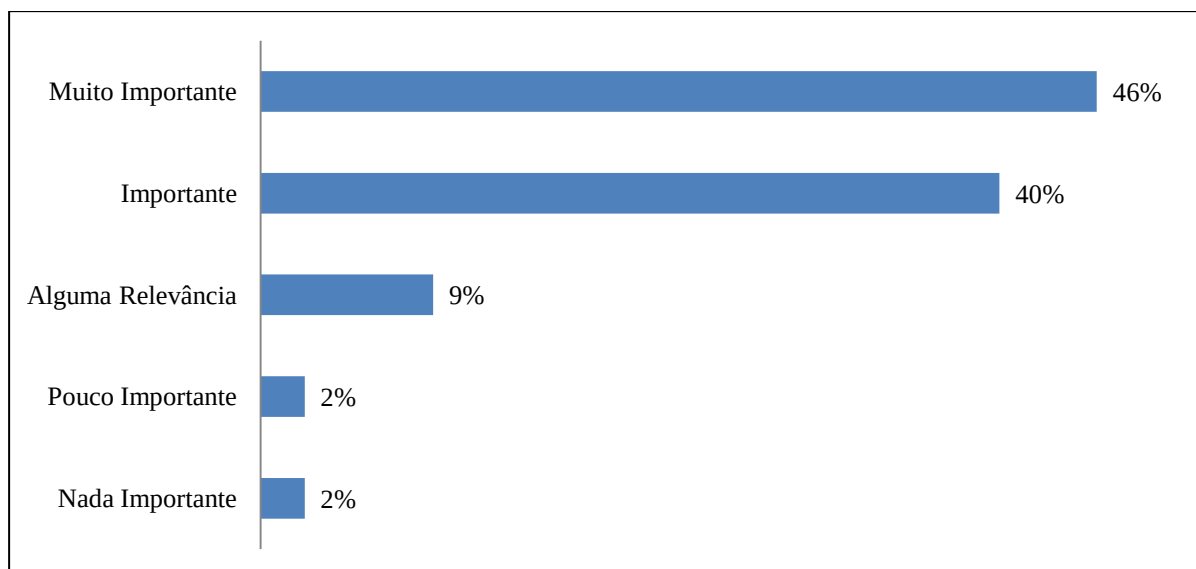


Tabela 11: Perc. de Importância da característica 'Clima Fresco e Natural' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	2%	4%	0%	0%	0%	6%	0%	2%
Pouco Importante	0%	2%	0%	0%	0%	13%	1%	2%
Alguma Relevância	15%	9%	0%	13%	11%	10%	7%	9%
Importante	40%	36%	63%	63%	42%	50%	37%	40%
Muito Importante	43%	50%	38%	25%	47%	21%	55%	46%

Tabela 12: Perc. de Importância da característica 'Clima Fresco e Natural' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	2%	2%	4%	2%
Pouco Importante	0%	10%	0%	3%	3%	3%	1%	2%
Alguma Relevância	0%	10%	18%	3%	9%	8%	12%	9%
Importante	75%	40%	36%	45%	29%	44%	40%	40%
Muito Importante	25%	40%	45%	50%	57%	42%	44%	46%

Gráfico 86: Perc. de Importância das Características do Estabelecimento Hoteleiro (Beleza do Edifício, Jardins e Paisagem)

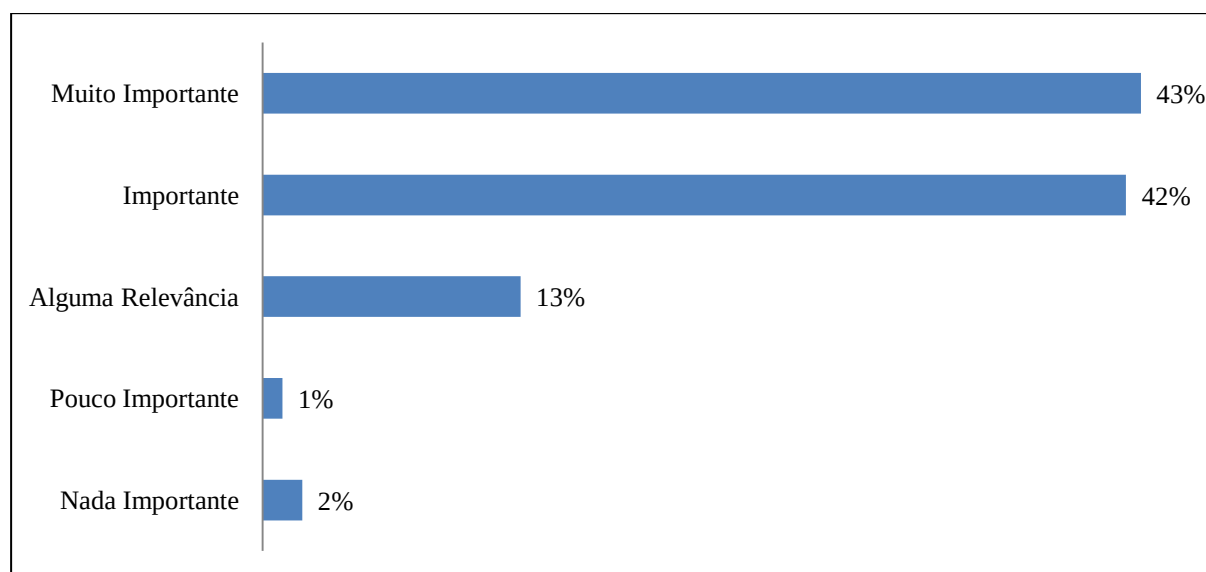


Tabela 13: Perc. de Importância da característica 'Beleza do Edifício, Jardins e Paisagem' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Pouco Importante	0%	1%	0%	0%	0%	0%	2%	1%
Alguma Relevância	12%	14%	13%	0%	0%	10%	15%	13%
Importante	50%	36%	44%	88%	32%	40%	46%	42%
Muito Importante	38%	44%	44%	13%	68%	50%	36%	43%

Tabela 14: Perc. de Importância da característica 'Beleza do Edifício, Jardins e Paisagem' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	2%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	1%
Alguma Relevância	0%	0%	0%	3%	11%	15%	15%	13%
Importante	75%	40%	55%	45%	42%	45%	37%	42%
Muito Importante	25%	60%	45%	53%	48%	35%	44%	43%

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 87: Perc. de Importância das Características do Estabelecimento Hoteleiro (Relação Preço/Qualidade)

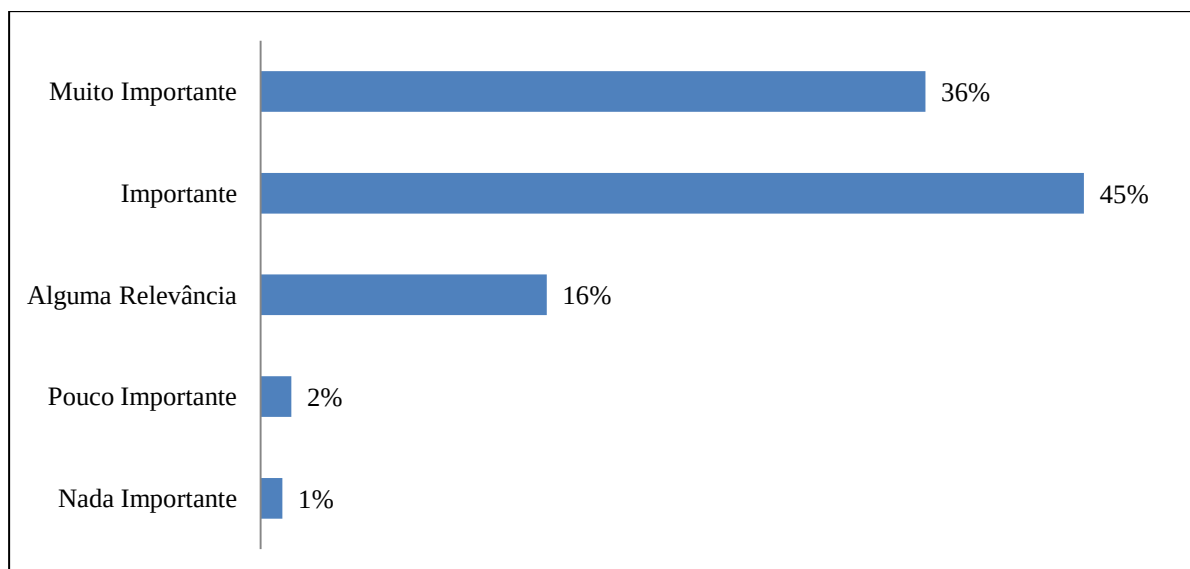


Tabela 15: Perc. de Importância da característica 'Relação Preço/Qualidade' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Pouco Importante	2%	2%	0%	0%	0%	0%	2%	2%
Alguma Relevância	13%	16%	19%	13%	16%	15%	17%	16%
Importante	42%	48%	63%	63%	21%	35%	47%	45%
Muito Importante	42%	32%	19%	25%	63%	50%	33%	36%

Tabela 16: Perc. de Importância da característica 'Relação Preço/Qualidade' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	1%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%	2%
Alguma Relevância	0%	0%	27%	3%	15%	16%	19%	16%
Importante	100%	60%	27%	39%	51%	46%	42%	45%
Muito Importante	0%	40%	45%	58%	34%	36%	33%	36%

Gráfico 88: Perc. de Importância das Características do Estabelecimento Hoteleiro (Qualidade Gastronômica do Estabelecimento)

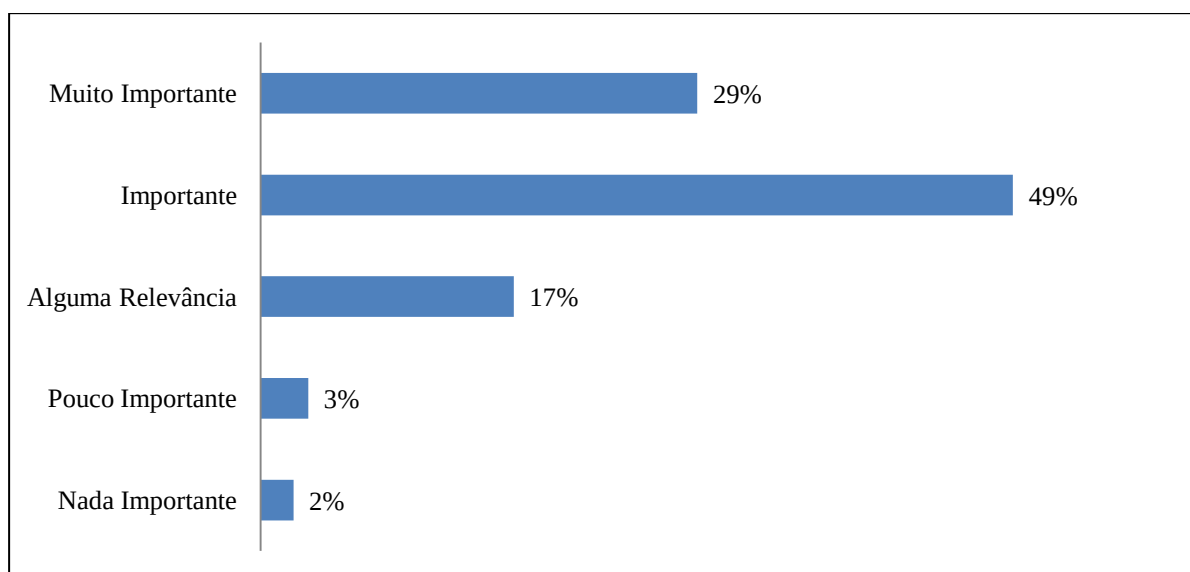


Tabela 17: Perc. de Importância da característica 'Qualidade Gastronômica do Estabelecimento' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	2%	2%	0%	0%	0%	2%	3%	3%
Pouco Importante	2%	4%	0%	0%	5%	4%	3%	3%
Alguma Relevância	20%	17%	19%	0%	11%	17%	16%	17%
Importante	43%	51%	75%	75%	32%	38%	54%	49%
Muito Importante	33%	26%	6%	25%	53%	40%	24%	29%

Tabela 18: Perc. de Importância da característica 'Qualidade Gastronômica do Estabelecimento' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	2%
Pouco Importante	0%	0%	9%	5%	2%	4%	3%	3%
Alguma Relevância	0%	10%	0%	3%	31%	12%	20%	17%
Importante	100%	60%	64%	63%	42%	48%	47%	49%
Muito Importante	0%	30%	27%	29%	26%	33%	27%	29%

Gráfico 89: Perc. de Primeira Escolha

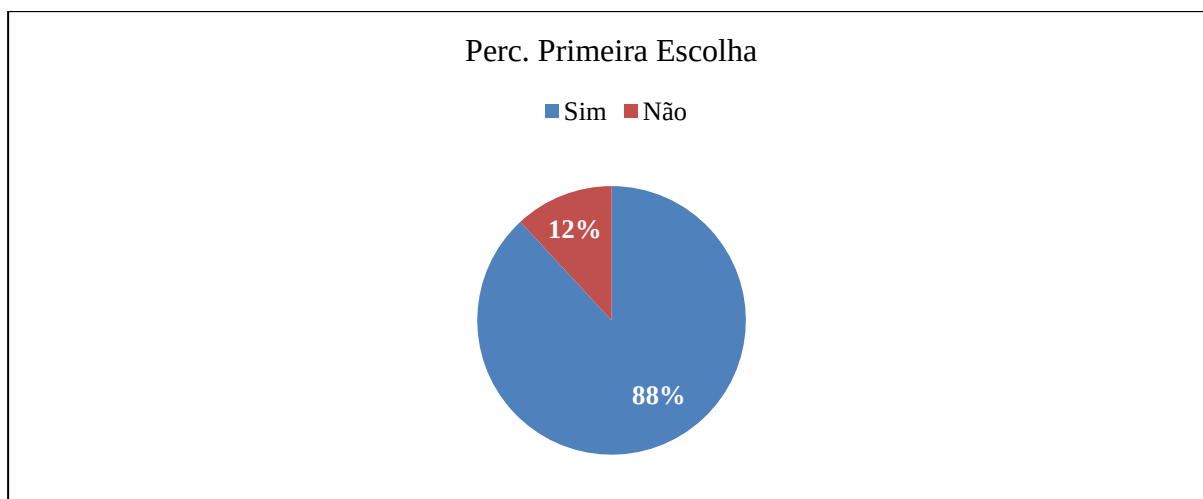
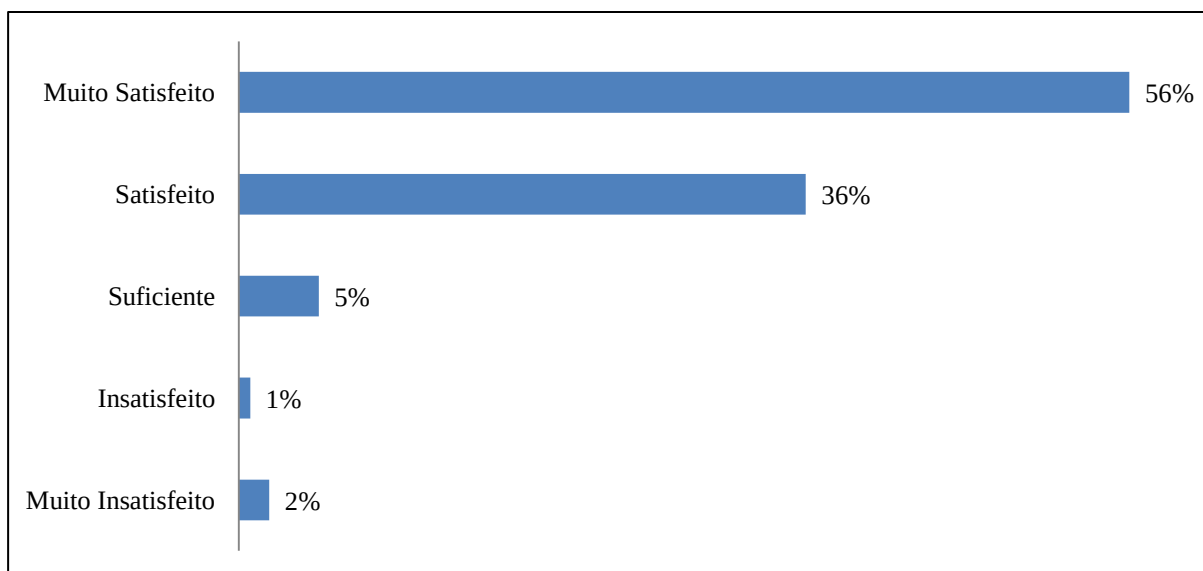


Gráfico 90: Perc. do Grau de Satisfação



Perc. de Regresso e Recomendação do Estabelecimento em questão

Gráfico 91: Perc. de Regresso

■ Sim ■ Não

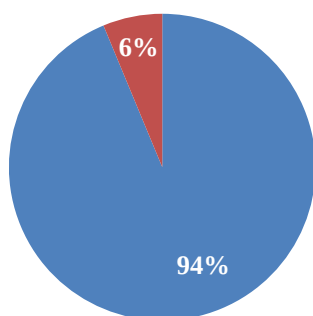
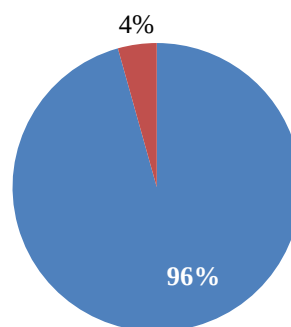
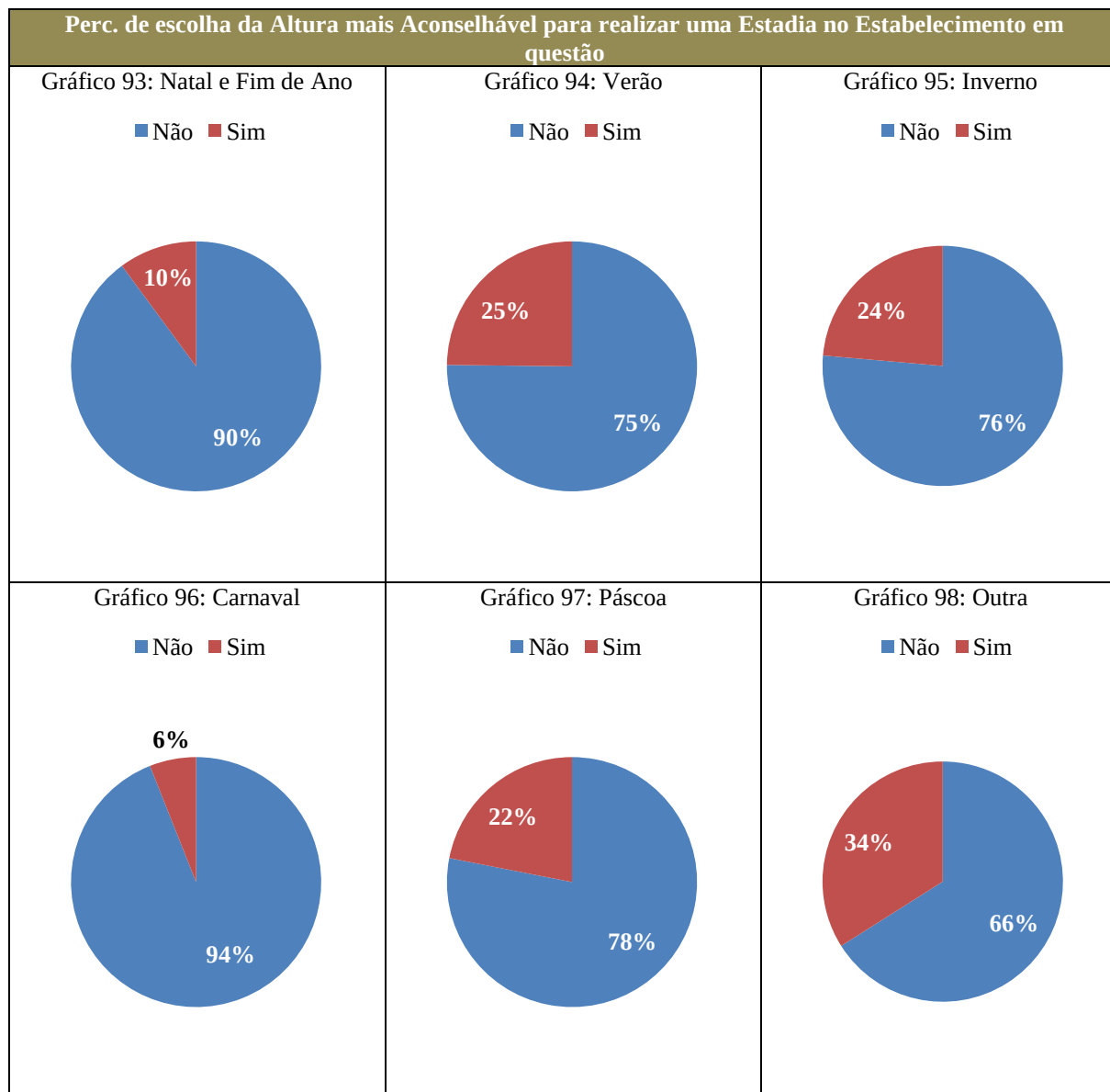


Gráfico 92: Perc. de Recomendação

■ Sim ■ Não





Perc. de Altura de Estadia segundo a Nacionalidade

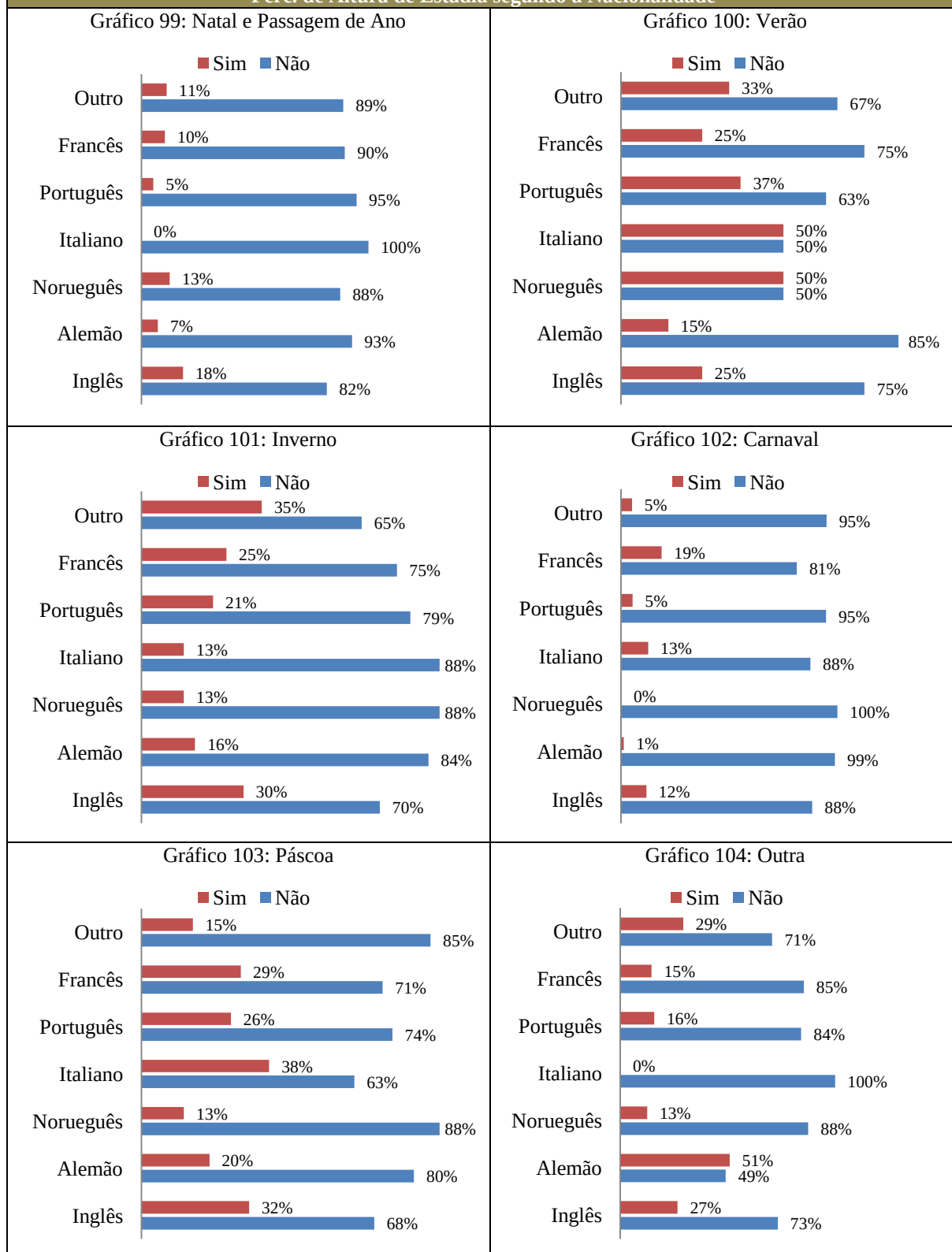
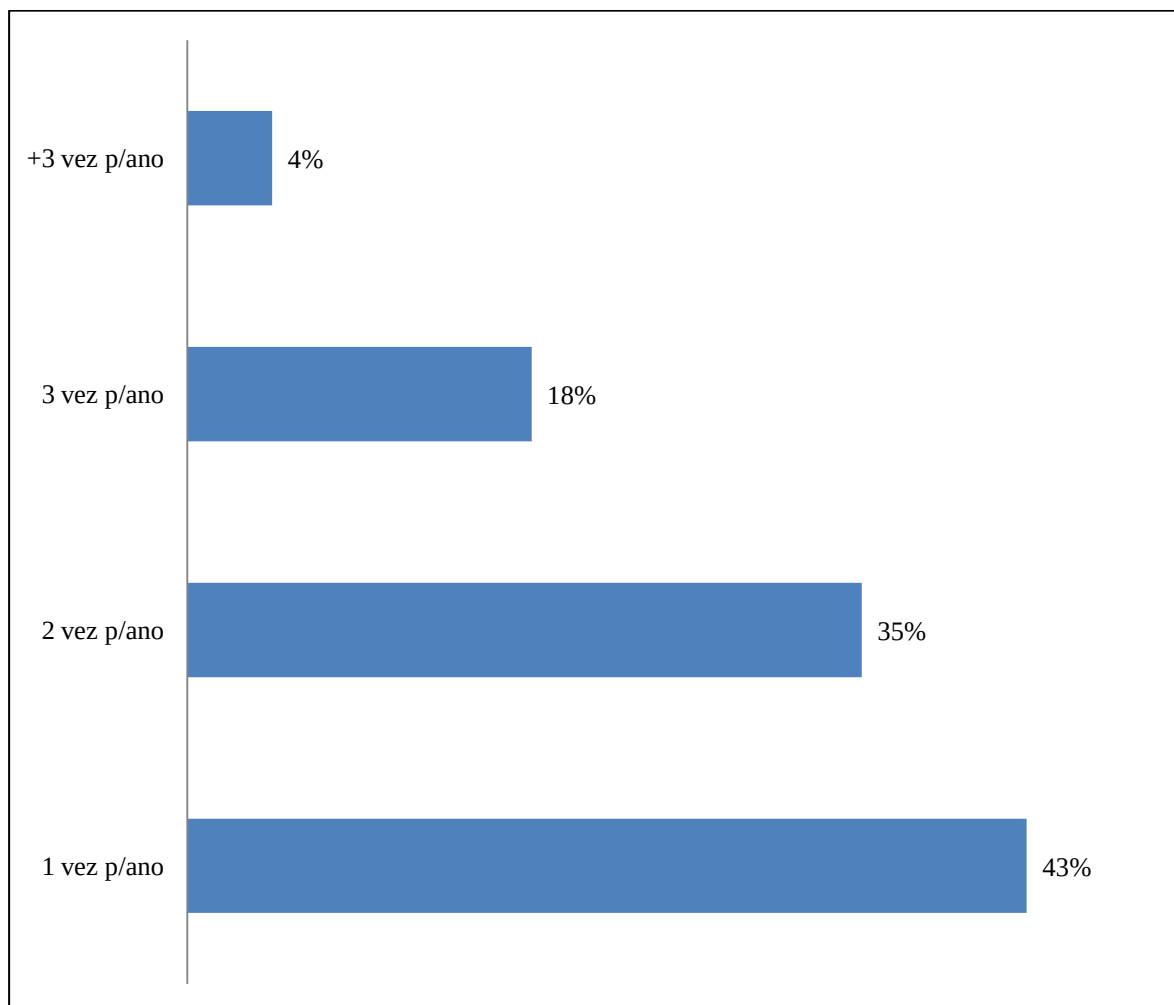
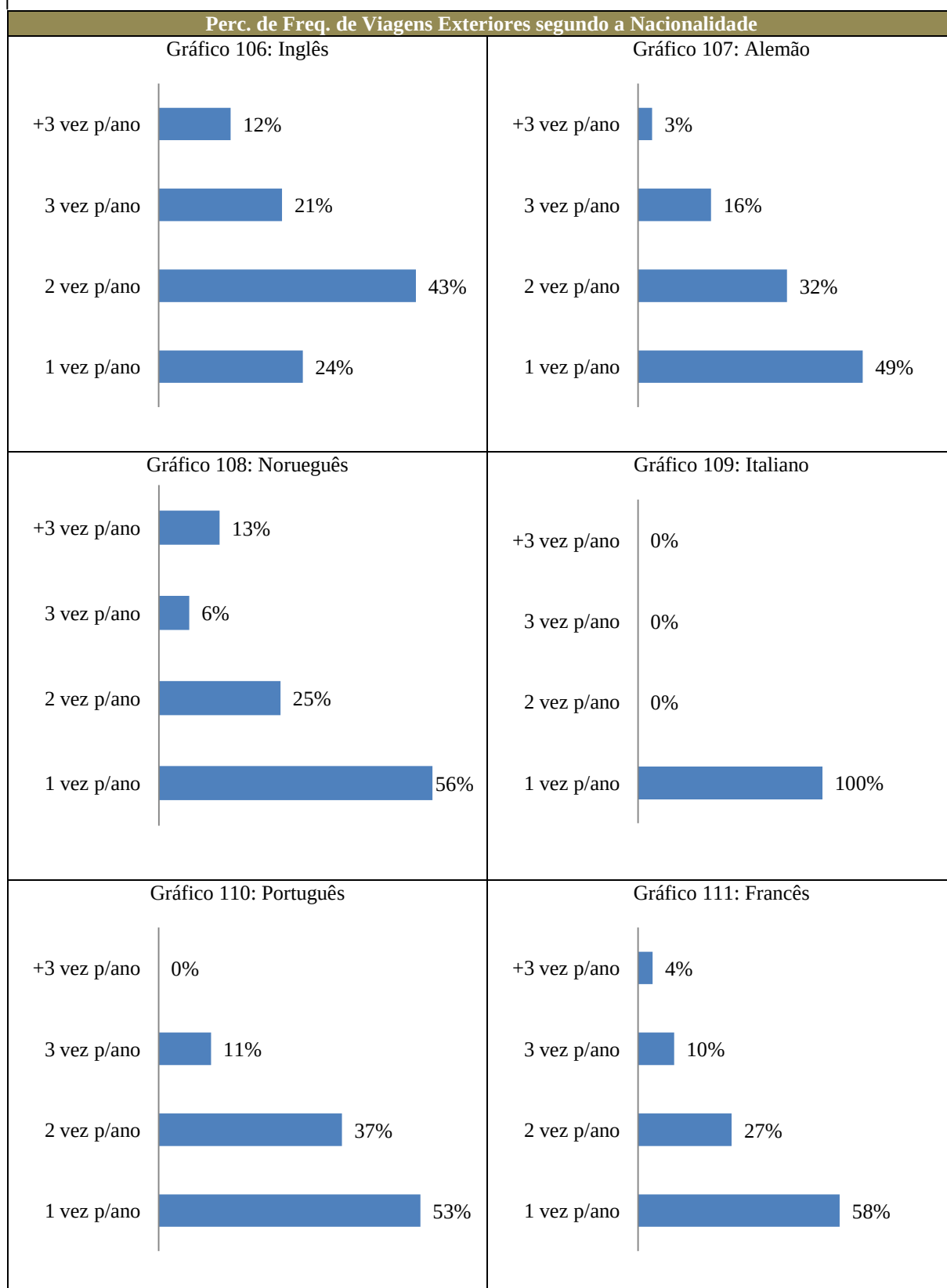


Gráfico 105: Perc. de Viagens Exteriores



AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA



AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

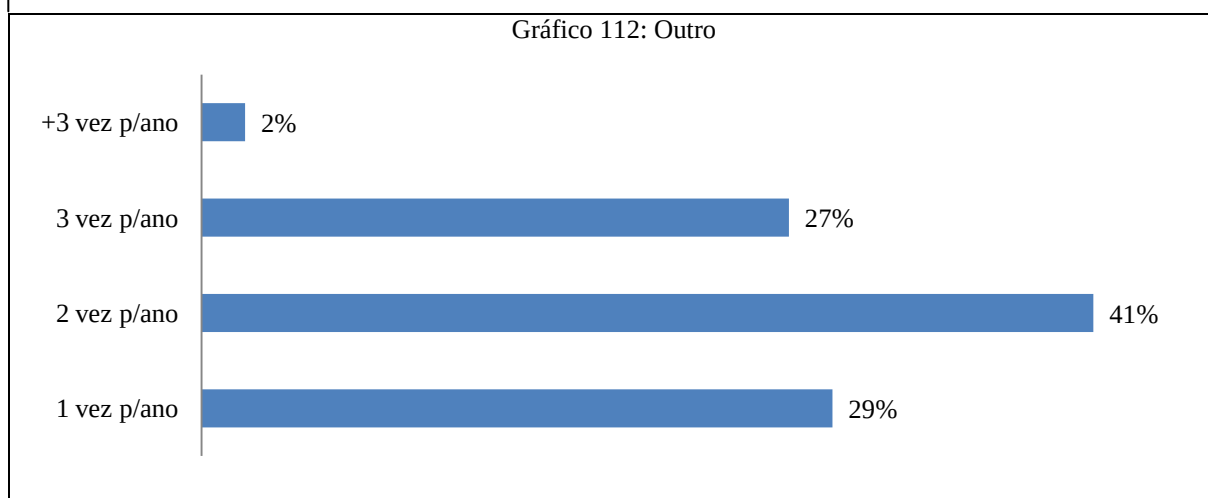


Tabela 19: Perc. da Freq. de Viagens Exteriores em relação à Faixa Etária

	Menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	Mais 60	Total
1 vez p/ano	50%	50%	55%	63%	57%	51%	25%	43%
2 vez p/ano	50%	40%	18%	11%	31%	35%	42%	35%
3 vez p/ano	0%	10%	9%	21%	9%	13%	26%	18%
+3 vez p/ano	0%	0%	18%	5%	3%	2%	6%	4%

Tabela 20: Perc. de Freq. de Viagens Exteriores em relação ao Rendimento Monetário

	1 vez p/ano	2 vez p/ano	3 vez p/ano	+3 vez p/ano	Total
< 500	3%	1%	0%	0%	2%
500-1000	17%	11%	5%	0%	12%
1000-2000	29%	18%	14%	29%	22%
2000-3000	27%	31%	24%	7%	27%
3000-4000	12%	12%	12%	14%	12%
4000-5000	7%	12%	24%	7%	12%
> 5000	6%	15%	22%	43%	14%

Gráfico 113: Perc. de Primeira Visita

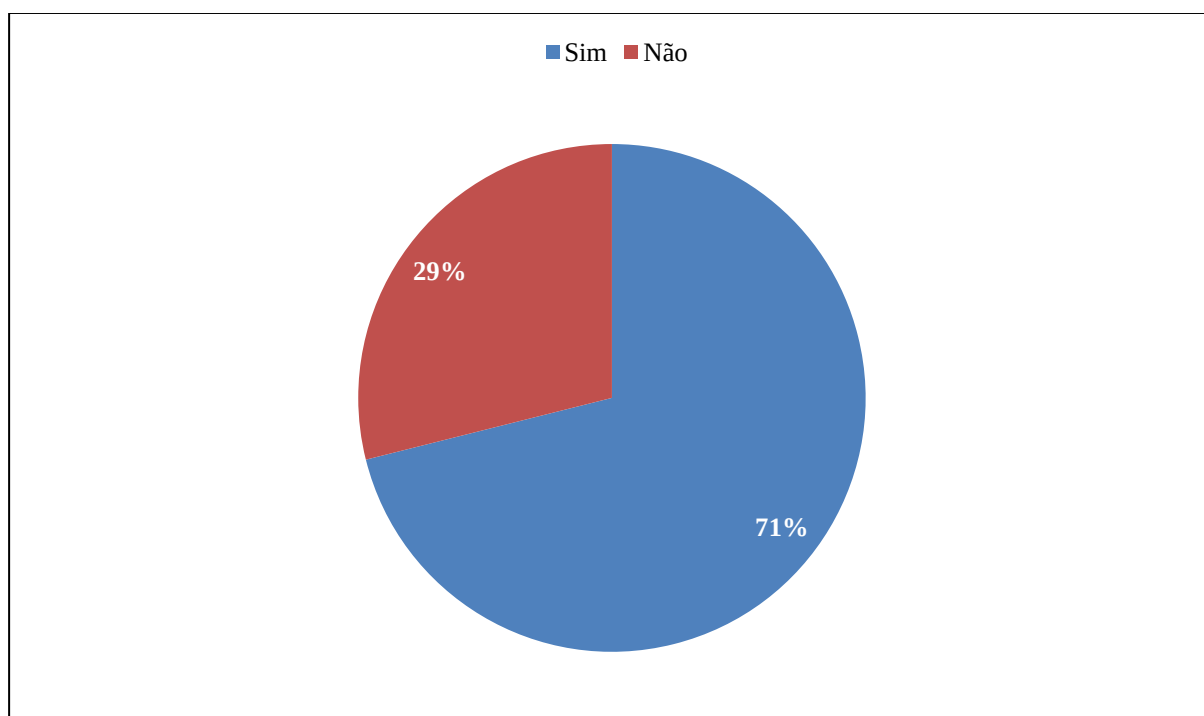


Gráfico 114: Perc. de Repetição de estadia na Madeira

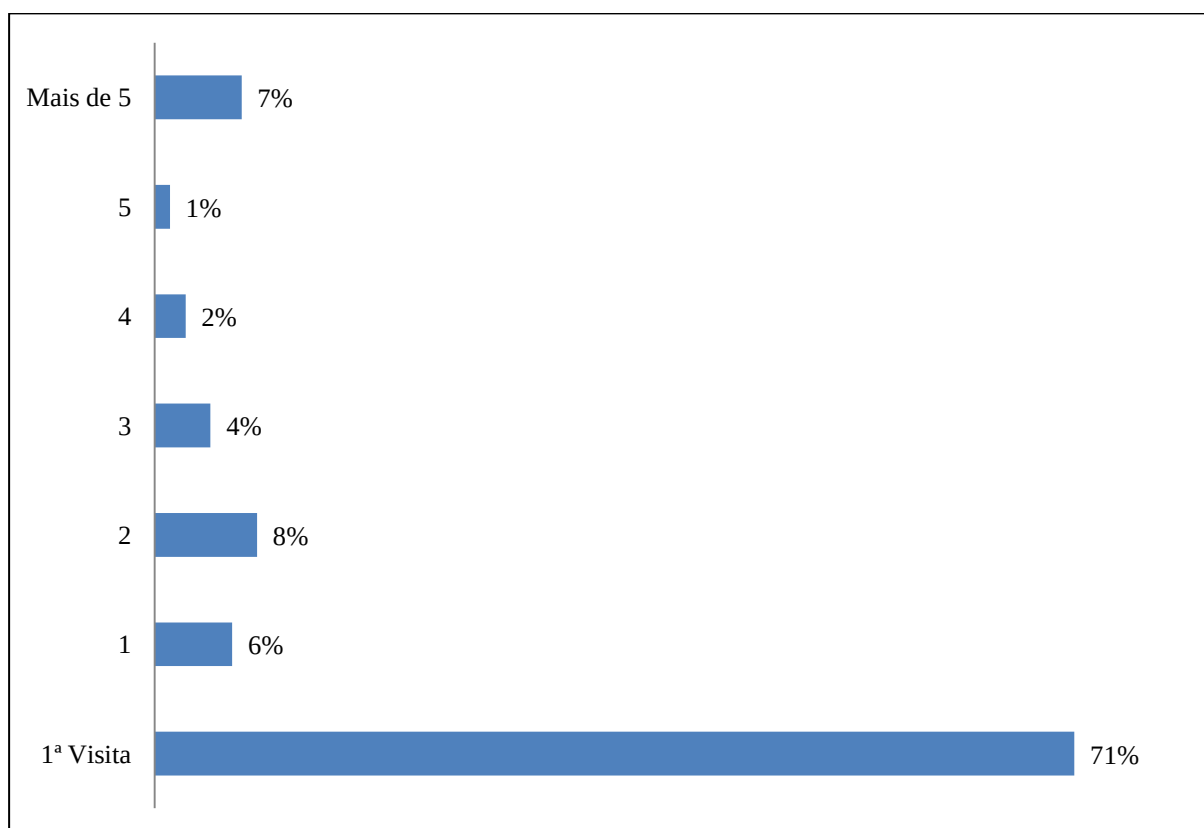


Gráfico 115: Perc. de Viagens Exteriores segundo à Primeira Visita à Madeira

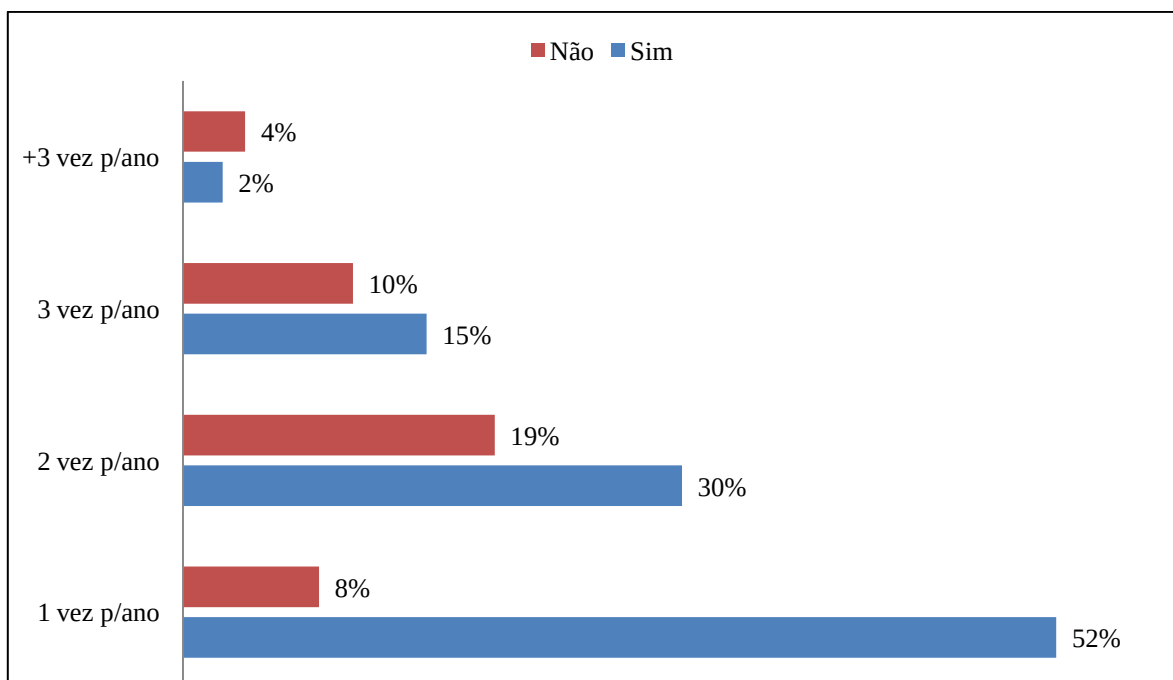


Gráfico 116: Perc. de Viajantes Solitários

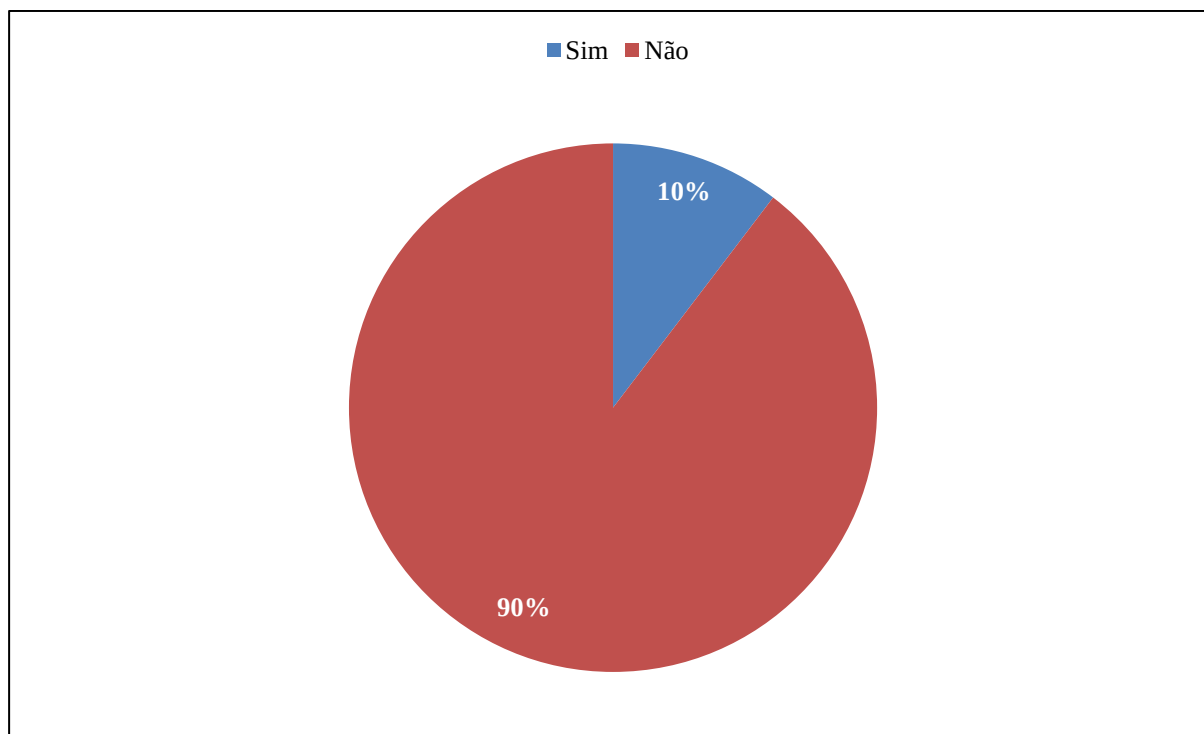


Gráfico 117: Perc. de Número de Adultos Acompanhantes

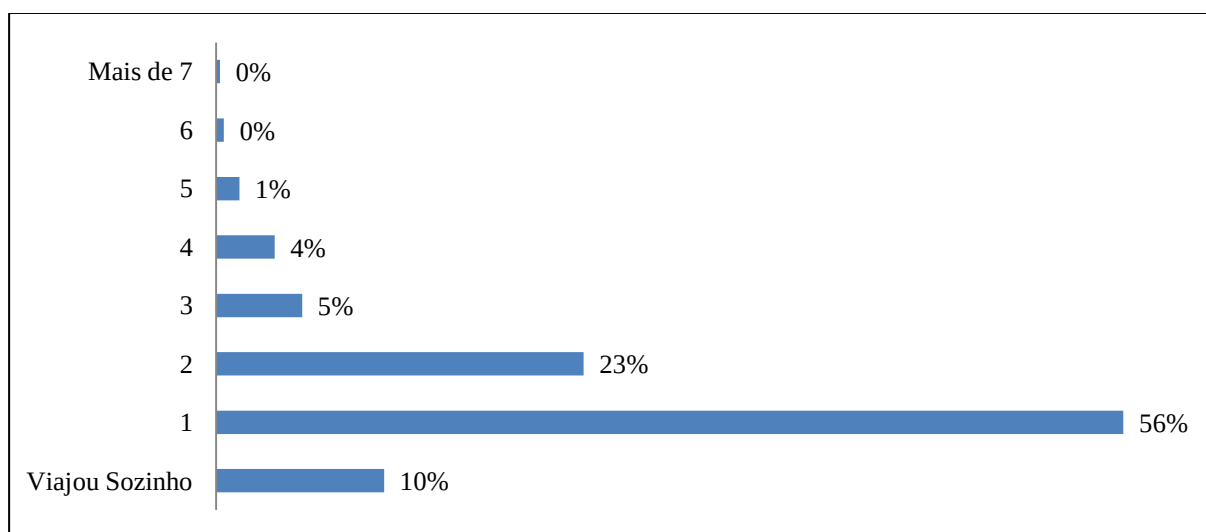
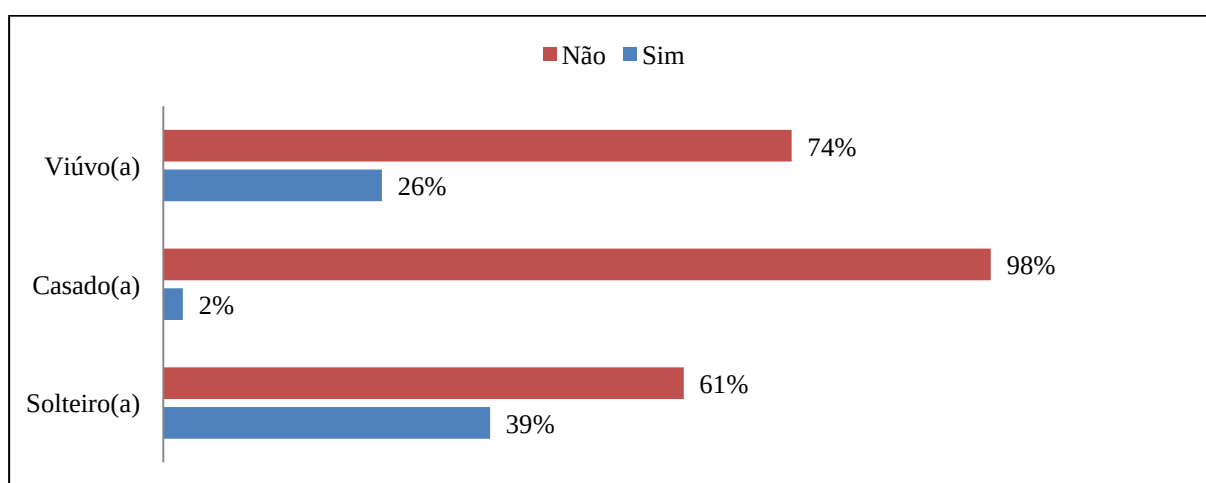
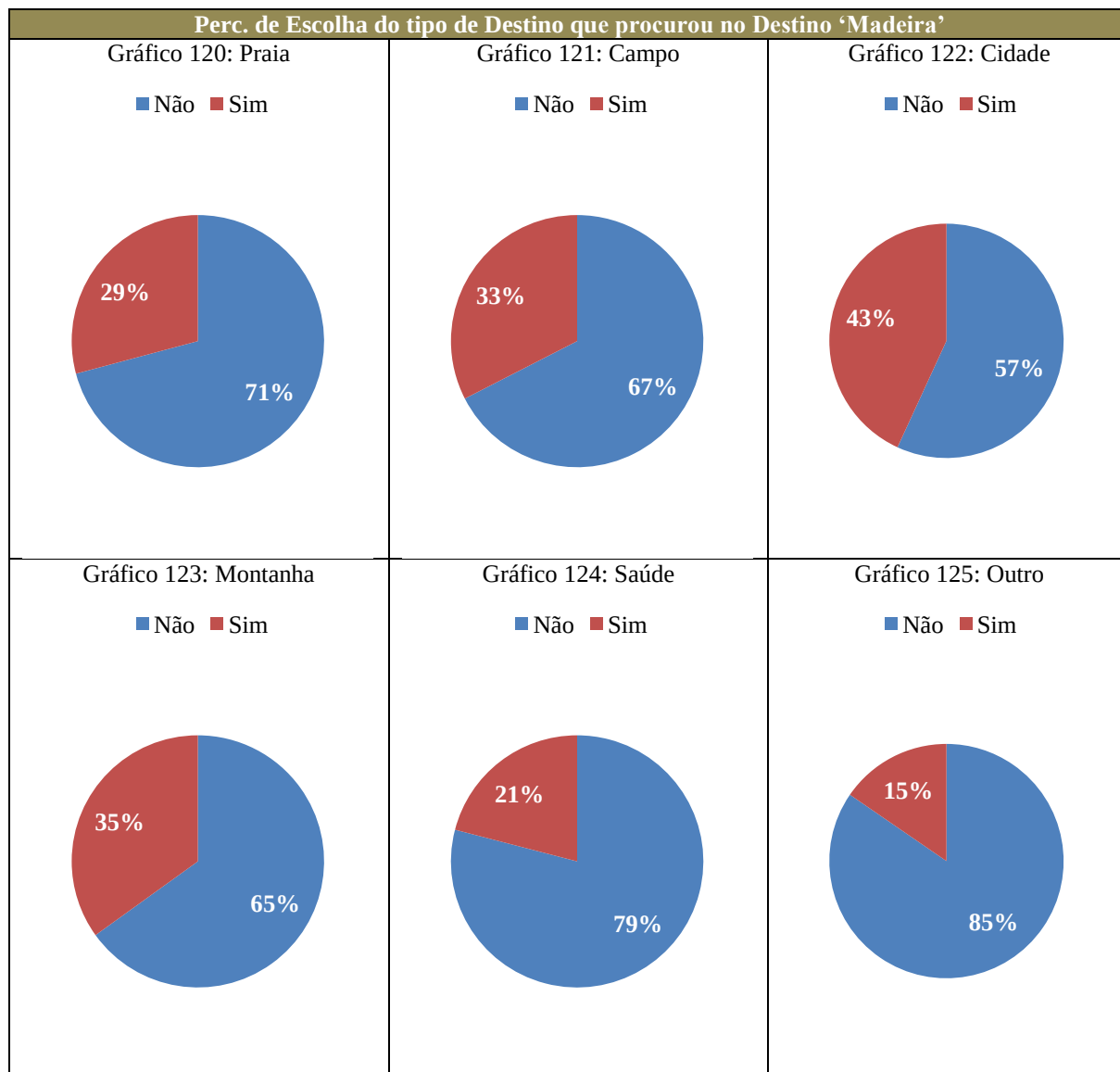


Gráfico 118: Perc. de Número de Crianças Acompanhantes

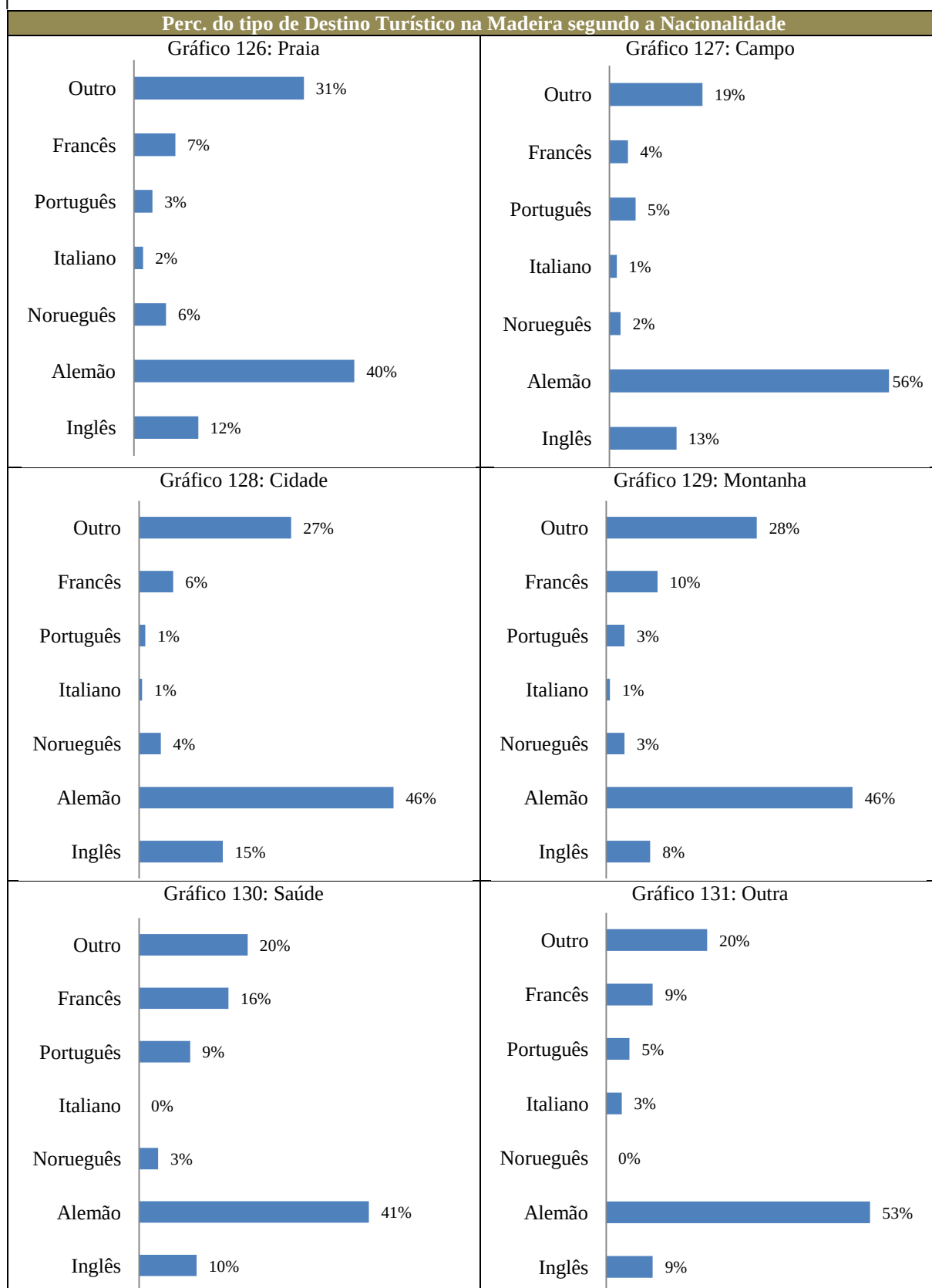


Gráfico 119: Perc. de Viajar Sozinho segundo o Estado Civil

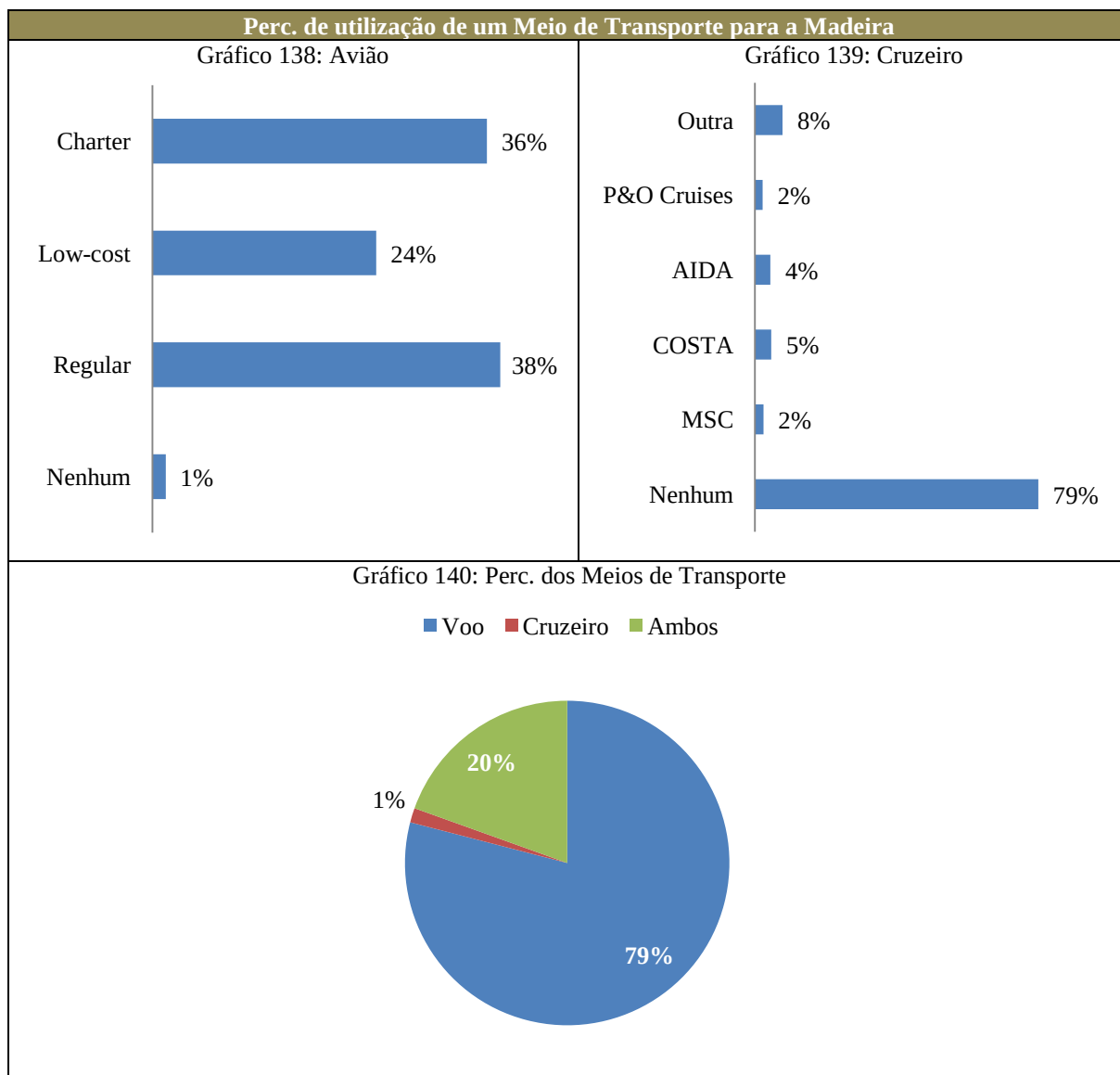


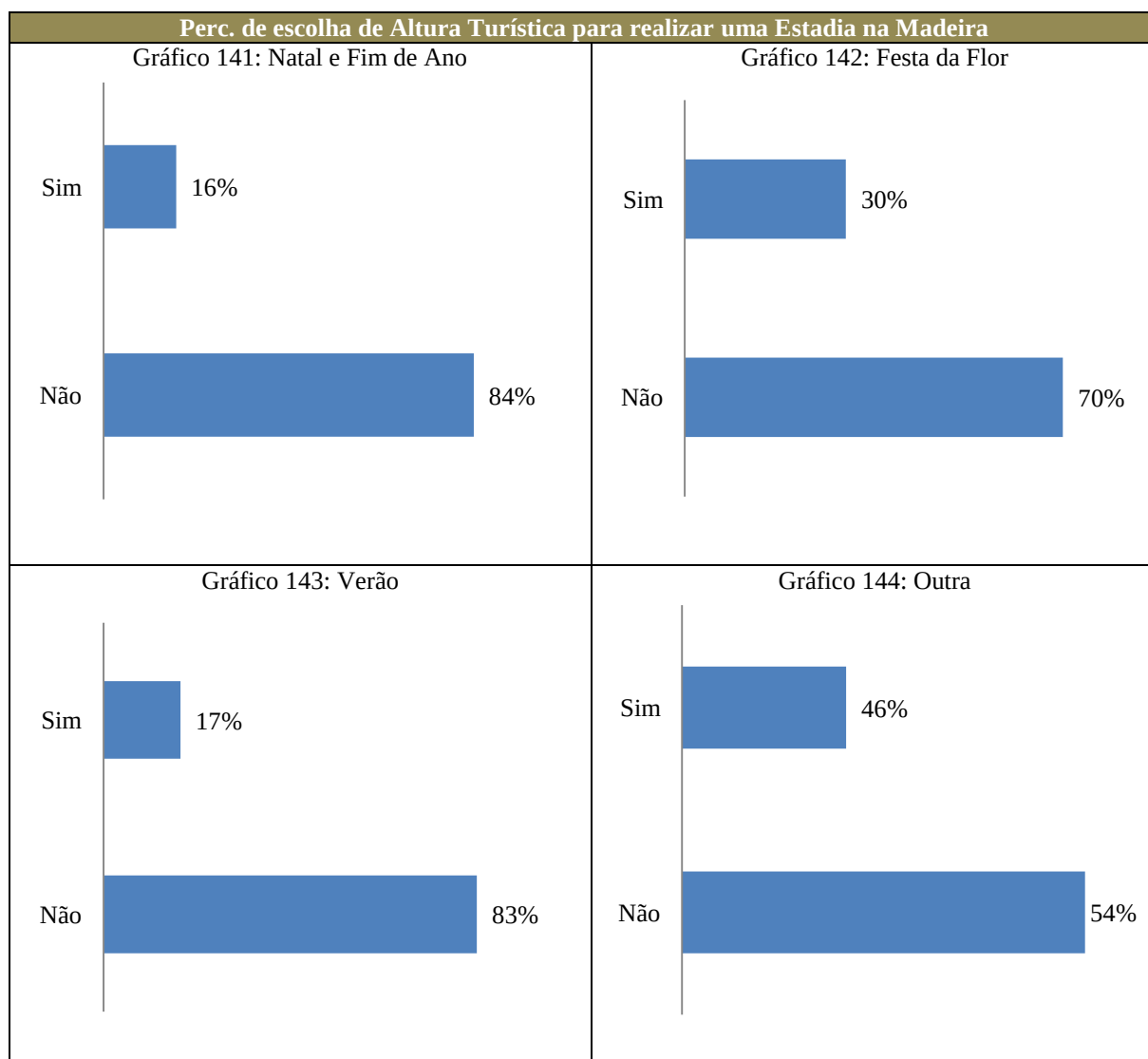


AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA









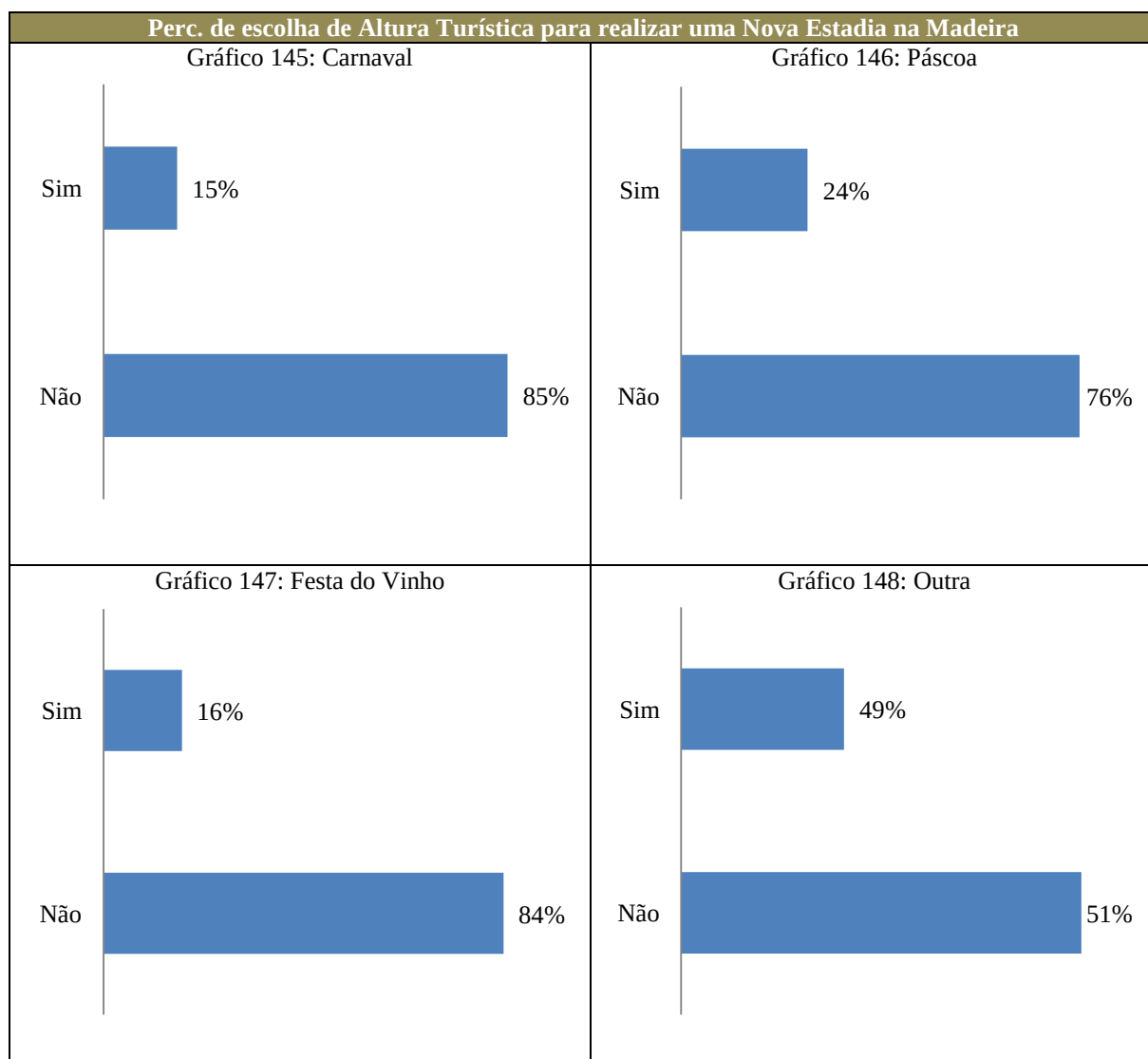


Gráfico 149: Perc. de Antecedência de Planeamento

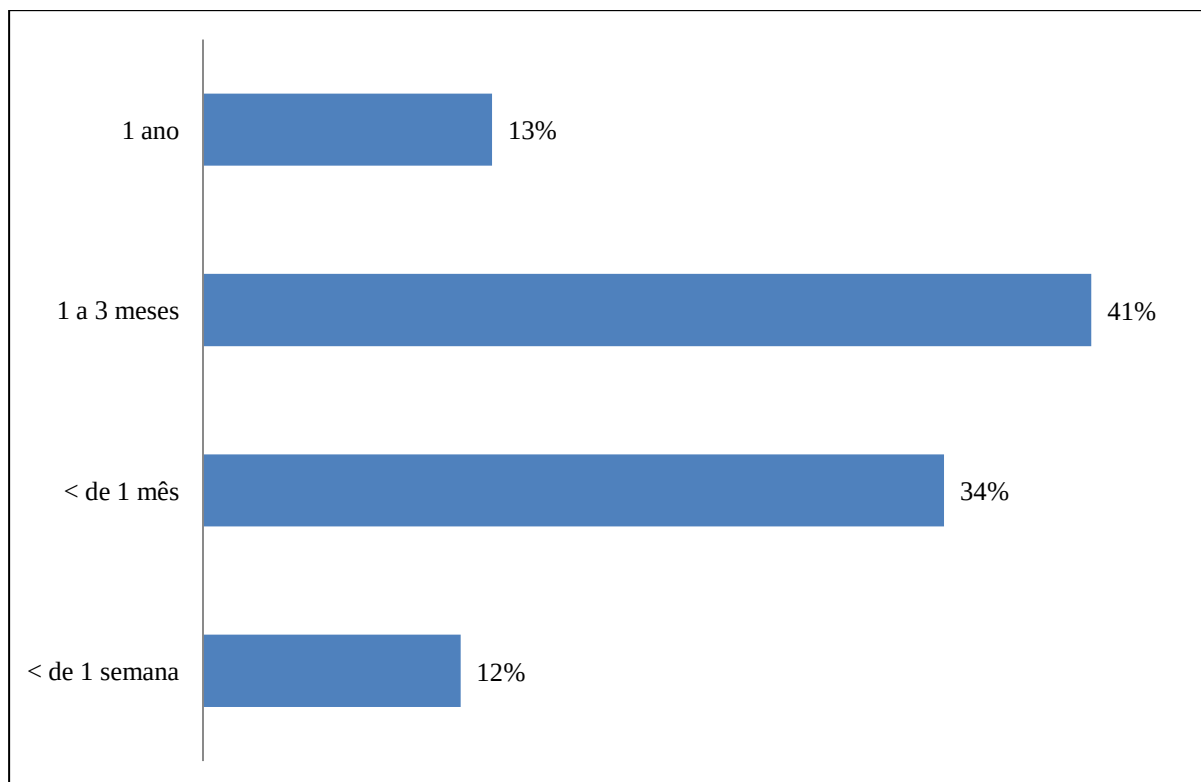
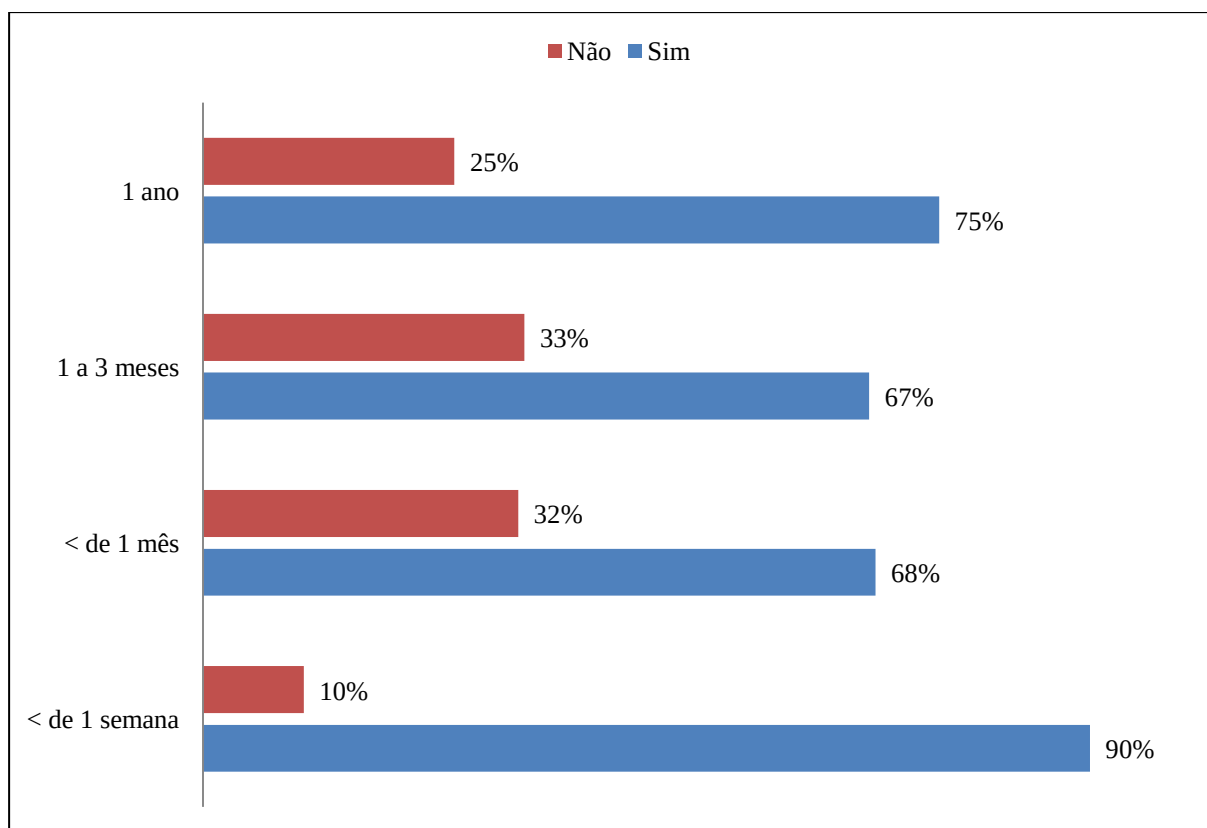
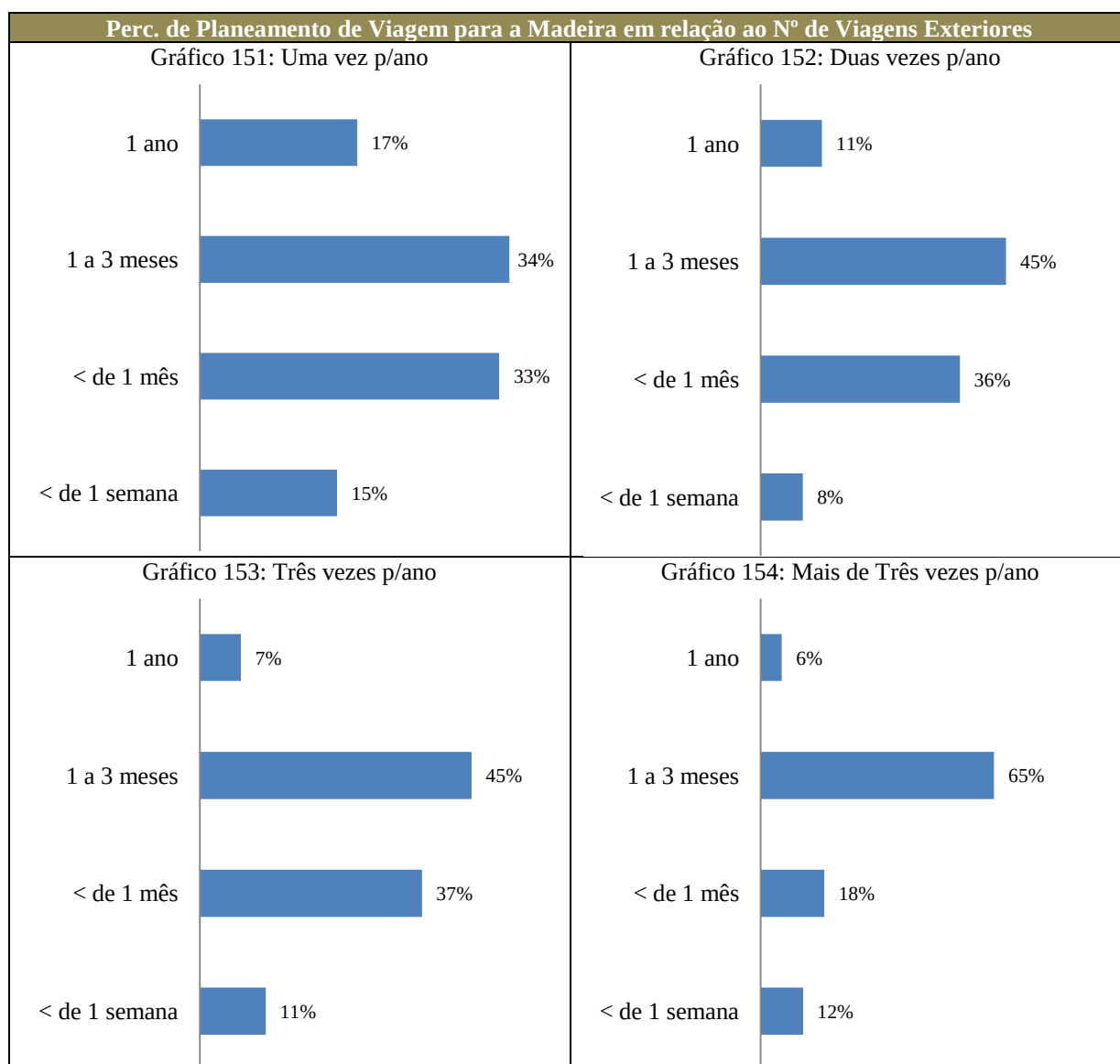


Gráfico 150: Perc. de Antecedência de Planeamento de Viagem em relação à Primeira Visita à Madeira





AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Perc. de Aquisição de Pacote de Viagem e/ou Regime de Pequeno-Almoço

Gráfico 155: Perc. Pacote de Viagem

■ Sim ■ Não

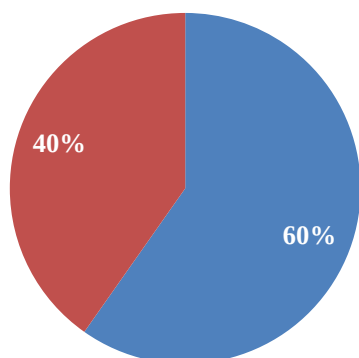


Gráfico 156: Perc. Regime de Pequeno-almoço

■ Sim ■ Não

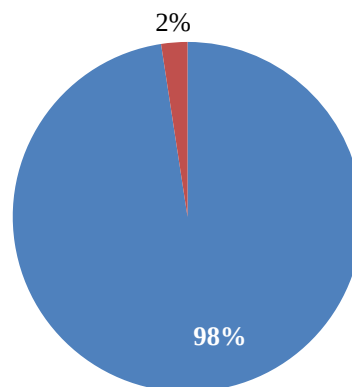


Gráfico 157: Montante de Despesa durante a Estadia (em Euros)

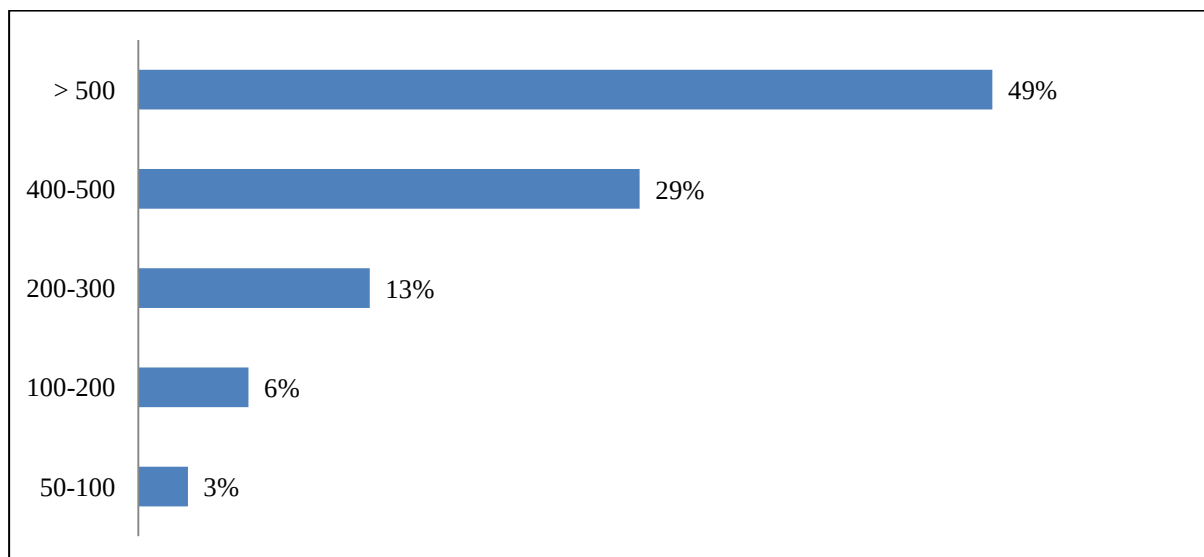


Tabela 21: Montante de Despesa em relação ao Rendimento Mensal

	< 500	500-1000	1000-2000	2000-3000	3000-4000	4000-5000	> 5000	Total
50-100	0%	3%	3%	3%	0%	5%	3%	3%
100-200	20%	26%	7%	2%	10%	3%	6%	8%
200-300	20%	13%	18%	14%	12%	11%	13%	14%
400-500	20%	29%	38%	30%	19%	28%	28%	31%
> 500	40%	29%	34%	52%	58%	43%	50%	44%

Gráfico 158: Montante de Despesa em relação à aquisição de Pacote de Viagem

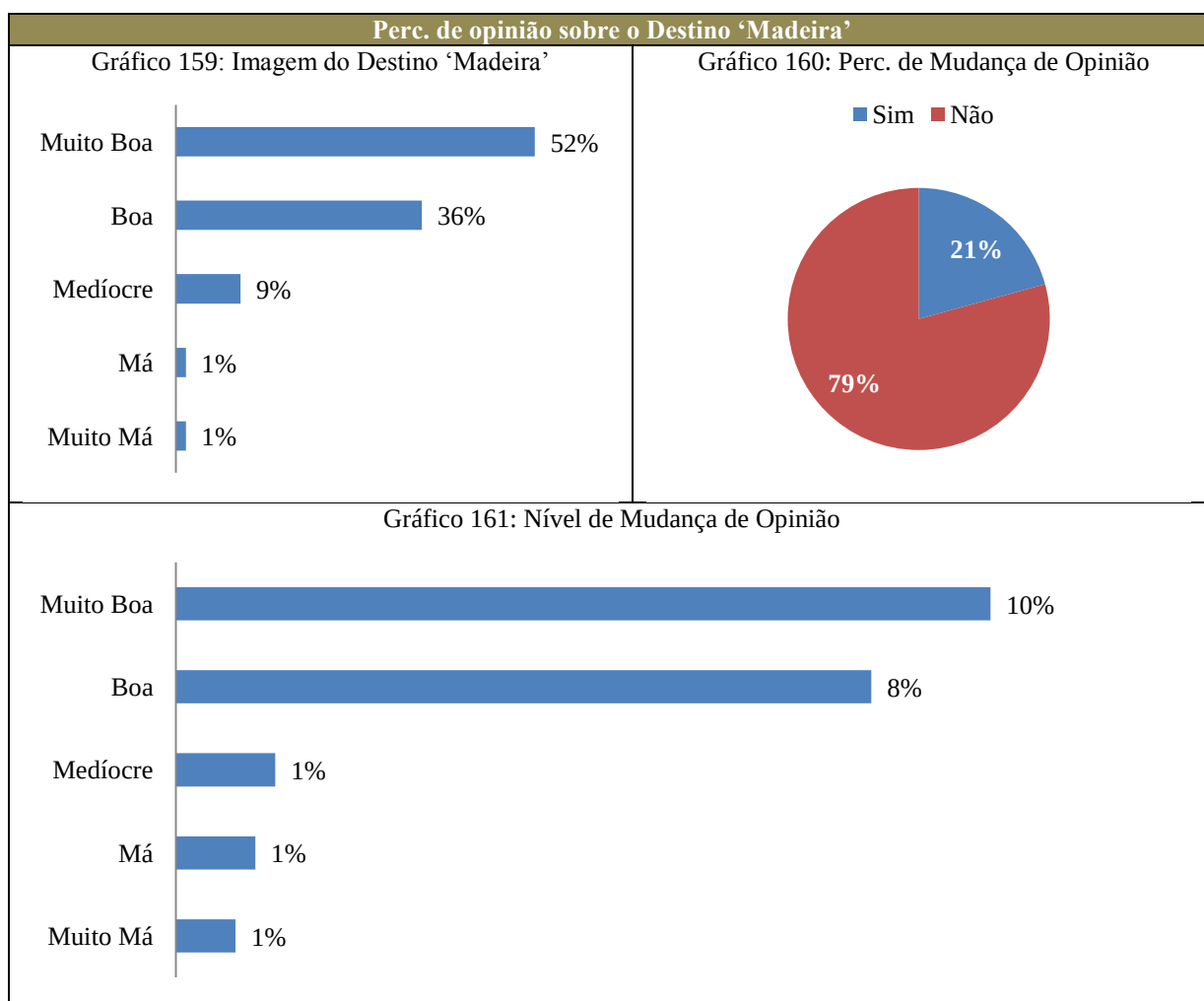
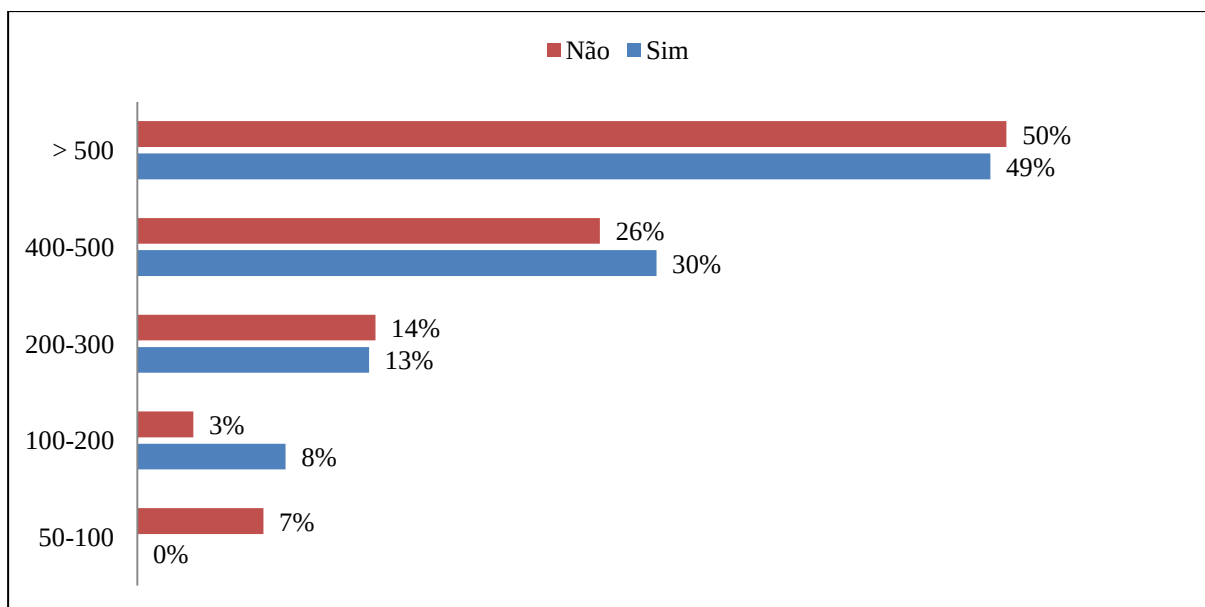


Gráfico 162: Apreciação Final do Destino Madeira

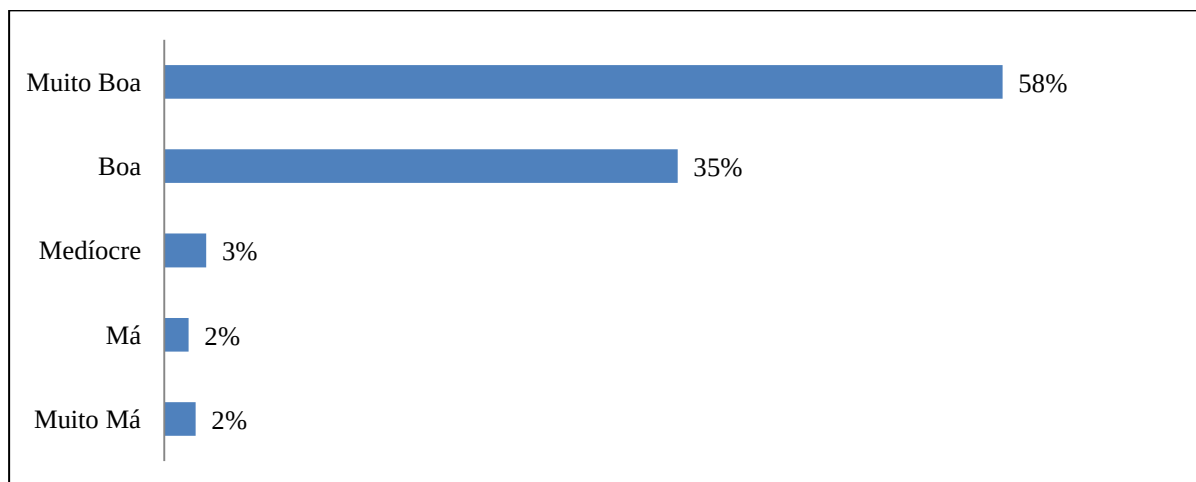


Tabela 22: Perc. da Imagem Final em relação à Primeira Impressão do Destino 'Madeira'

	Muito Má	Má	Medíocre	Boa	Muito Boa	Total
Muito Má	100%	33%	3%	0%	0%	2%
Má	0%	50%	10%	0%	0%	2%
Medíocre	0%	0%	13%	3%	1%	3%
Boa	0%	17%	49%	65%	14%	35%
Muito Boa	0%	0%	26%	32%	84%	56%

Gráfico 163: Grau de Satisfação do Destino 'Madeira'

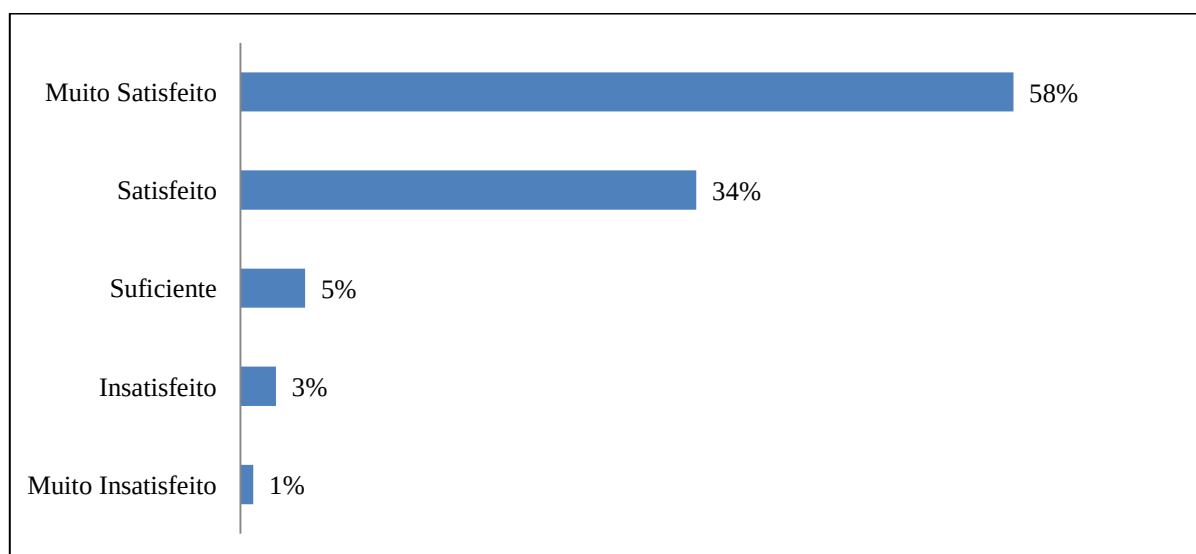


Gráfico 164: Visitas realizadas durante a Estadia

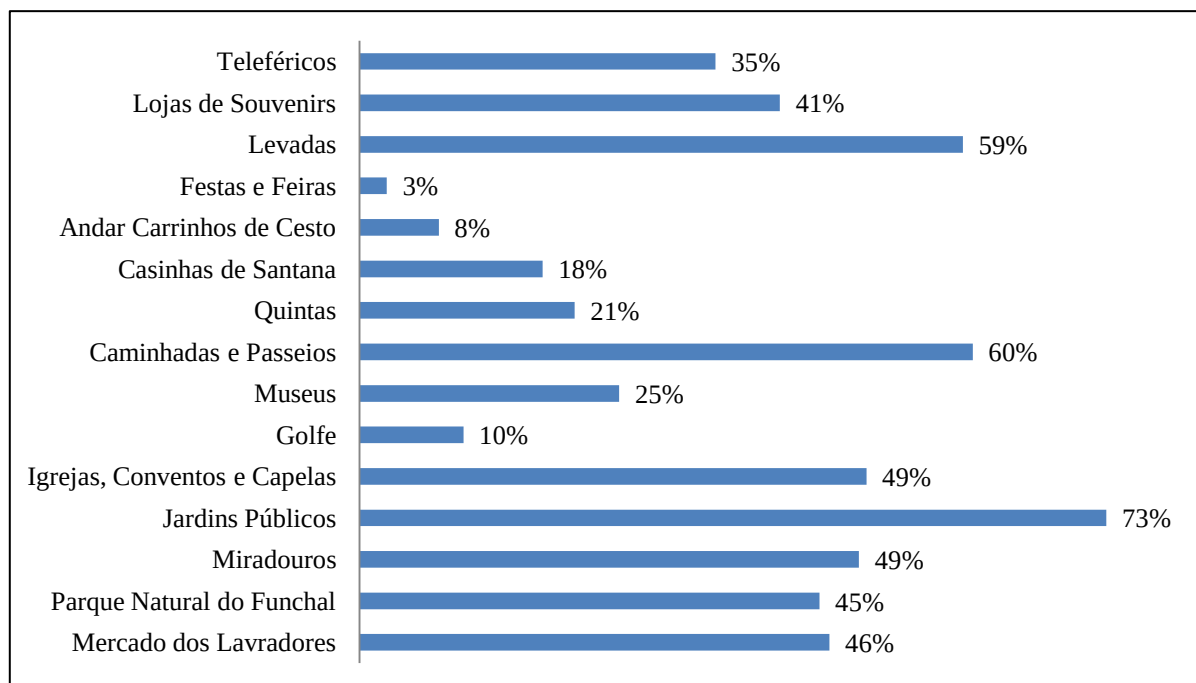


Tabela 23: Perc. de Escolha de Conhecimento de Quintas da Madeira

Quintas	Percepção	Conhecimento
Quinta Rochinha (Estalagem da Ponta do Sol)	22%	17%
Quinta Monte Palace (Jardins Tropicais Monte Palace)	10%	7%
Quinta da Casa Branca (Estalagem Quinta da Casa Branca)	5%	5%
Quinta Jardins do Imperador	5%	4%
Quinta das Cruzes (Museu e Jardins Quinta das Cruzes)	20%	15%
Quinta das Vinhas (Estalagem Quinta das Vinhas)	7%	5%
Quinta Jardins do Lago (Estalagem Jardins do Lago)	6%	5%
Quinta do Arco	8%	4%
Quinta Bela S. Tiago (Hotel Quinta Bela de São Tiago)	10%	9%
Quinta Perestrello (Quinta Perestrello Heritage House)	8%	3%
Quinta Mãe dos Homens	3%	2%
Quinta da Palmeira	15%	11%
Quinta Mirabela (Estalagem Quinta Mirabela)	13%	9%
Quinta da Penha França (Hotel Quinta da Penha de França)	4%	4%
Quinta do Palheiro Ferreiro (Estalagem da Casa Velha)	10%	7%
Quinta de São Lourenço	4%	6%

Gráfico 165: Perc. de Conhecimento de Outras Quintas

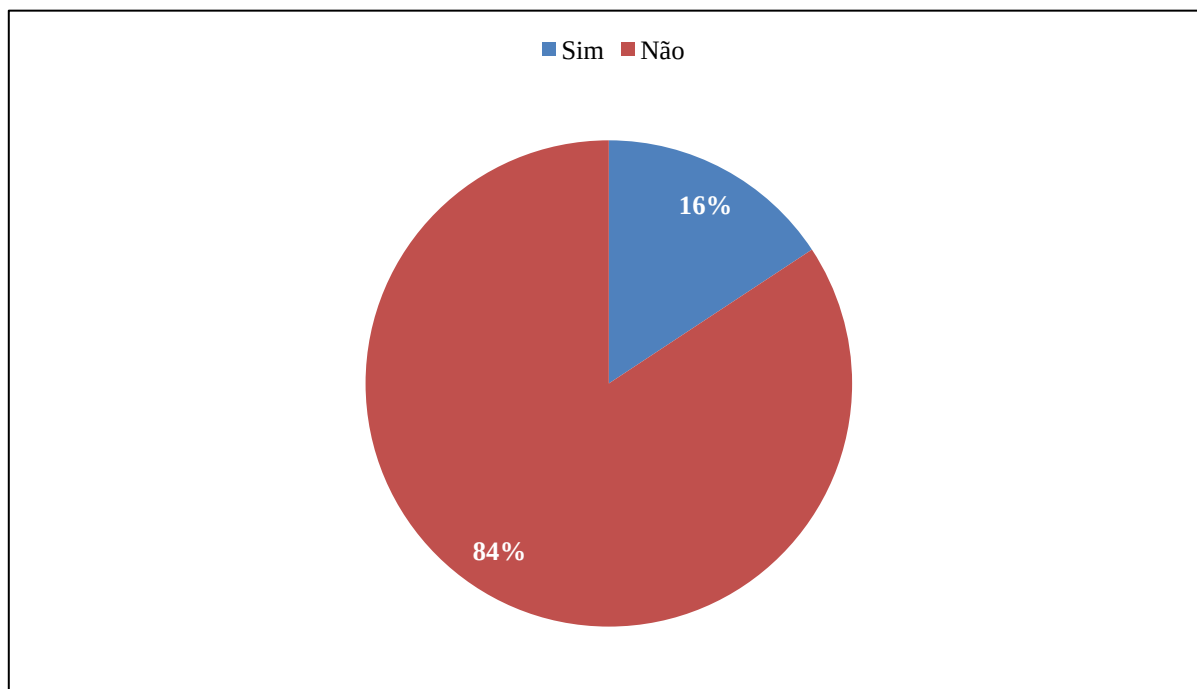


Tabela 24: Perc. dos Itens que devem ser melhorados em termos de Informação

Melhoria	Perc
Edifício(s) Histórico(s)	18%
Mobiliário	4%
Gastronomia	27%
Pontos de interesse	12%
Jardins e Parques	22%
Levadas	42%
Transportes	16%
História da Madeira	18%
Preços	25%
História da(s) Quinta(s)	15%
Tradição	16%
Restaurante(s) e/ou Bar(es)	8%
Espaço(s) Habitacional(ais)	7%
Estradas e Caminhos	17%
Laurissilva	5%
Clima	20%

Tabela 25: Itens para a Selecção do Destino ‘Madeira’

Item	Classificação (*)					Total (**)
	1	2	3	4	5	
Beleza da Ilha e das paisagens naturais e genuínas	1%	0%	4%	22%	72%	94%
“Atmosfera” nova e exótica, clima agradável	2%	1%	7%	36%	53%	89%
Atracções culturais	2%	6%	33%	33%	25%	58%
Qualidade das infraestruturas	3%	3%	17%	44%	33%	77%
Preços atractivos e competitivos	1%	4%	27%	40%	29%	68%
Um destino seguro para visitar com a família	8%	5%	20%	31%	35%	66%
Acolhimento e hospitalidade da população local	2%	1%	11%	34%	52%	86%
Procurar escapar da rotina diária	2%	5%	22%	36%	35%	71%
Procurar novos entretenimentos culturais e festivos	14%	18%	29%	21%	18%	39%
Um destino diferente e/ou especial	7%	9%	35%	22%	26%	48%

(*) Sabendo que: 1 é Nada Importante, 2 é Pouco Importante, 3 é Alguma Relevância, 4 é Importante e 5 é Muito Importante.

(**) Os valores do “Total” correspondem à união dos valores do “Importante” e “Muito Importante”.

Tabela 26: Itens de Atracção para o destino ‘Madeira’

Razão de Atracção	Média	Dev. Padrão
Beleza da Ilha e das paisagens naturais e genuínas	4,64	,705
“Atmosfera” nova e exótica, clima agradável	4,37	,835
Acolhimento e hospitalidade da população local	4,33	,878
Qualidade das infraestruturas	4,01	,943
Procurar escapar da rotina diária	3,96	,985
Preços atractivos e competitivos	3,91	,907
Um destino seguro para visitar com a família	3,80	1,211
Atracções culturais	3,72	,989
Um destino diferente e/ou especial	3,50	1,181
Procurar novos entretenimentos culturais e festivos	3,11	1,285

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Gráfico 166: Perc. de Importância da Caracterização 'Beleza da Ilha e das Paisagens Naturais e Genuínas'

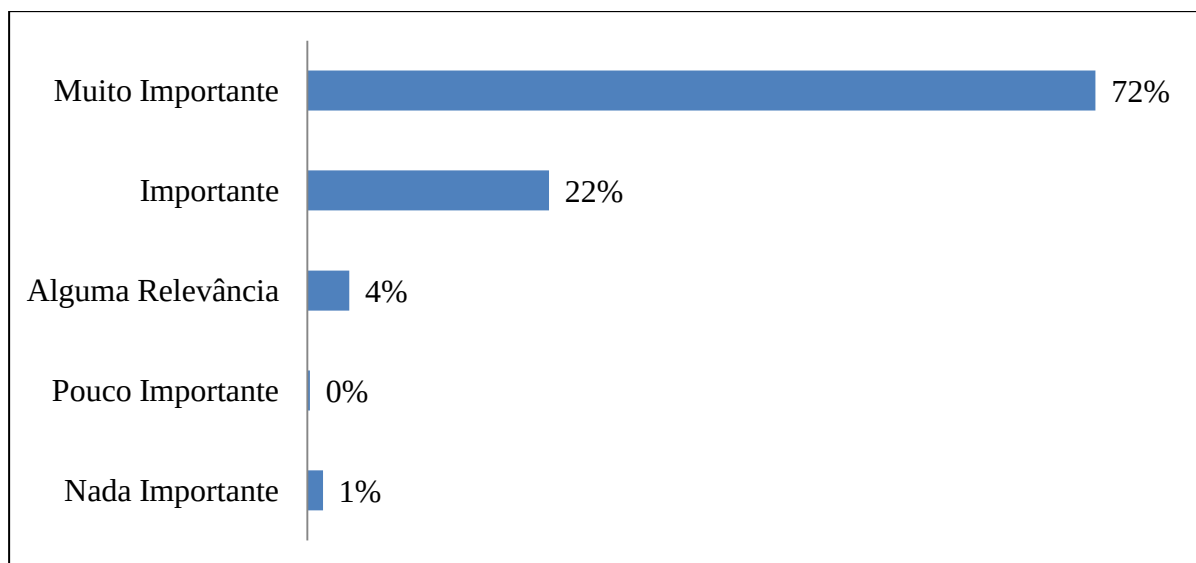


Tabela 27: Perc. de Importância da característica 'Beleza da Ilha e das Paisagens Naturais e Genuínas' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Pouco Importante	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Alguma Relevância	0%	3%	13%	13%	5%	0%	7%	4%
Importante	15%	21%	19%	38%	37%	37%	18%	22%
Muito Importante	85%	72%	69%	50%	58%	63%	75%	72%

Tabela 28: Perc. de Importância da característica 'Beleza da Ilha e das Paisagens Naturais e Genuínas' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	2%	3%	1%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Alguma Relevância	0%	10%	0%	3%	6%	5%	3%	4%
Importante	0%	10%	18%	37%	28%	25%	15%	22%
Muito Importante	100%	80%	82%	61%	66%	69%	79%	72%

Gráfico 167: Perc. de Importância da Caracterização 'Atmosfera Nova e Exótica e Clima Agradável

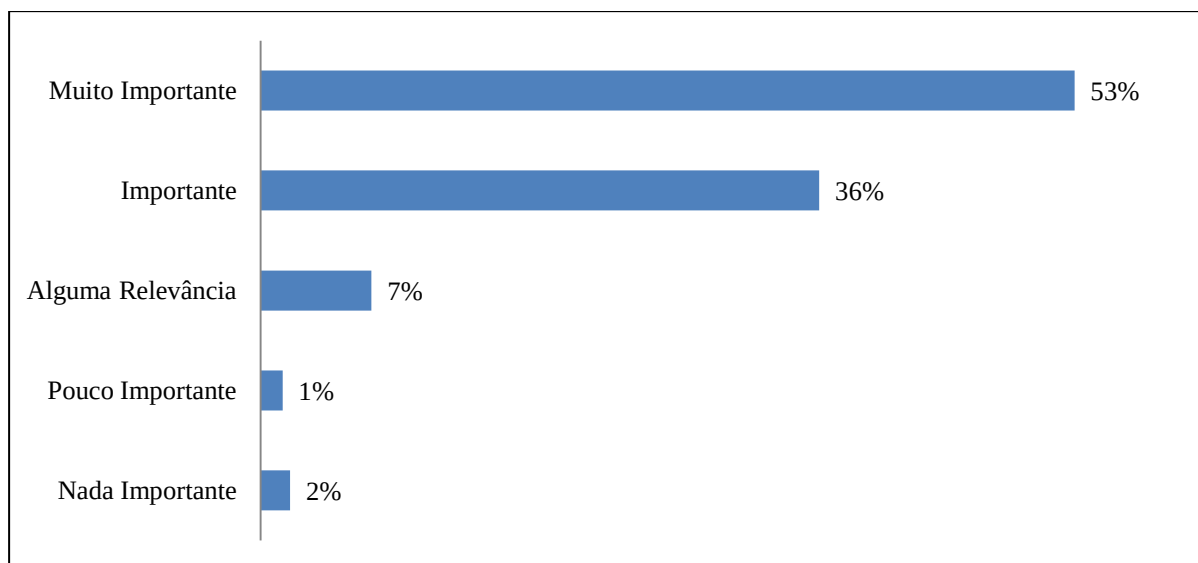


Tabela 29: Perc. de Importância da característica 'Atmosfera Nova e Exótica e Clima Agradável' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Pouco Importante	0%	2%	6%	0%	0%	0%	2%	1%
Alguma Relevância	3%	8%	0%	13%	0%	4%	12%	7%
Importante	32%	32%	38%	50%	58%	48%	36%	36%
Muito Importante	65%	54%	56%	38%	42%	48%	49%	53%

Tabela 30: Perc. de Importância da característica 'Atmosfera Nova e Exótica e Clima Agradável' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	2%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	2%	3%	1%
Alguma Relevância	0%	0%	9%	8%	8%	5%	9%	7%
Importante	0%	30%	55%	47%	38%	40%	29%	36%
Muito Importante	100%	70%	36%	45%	54%	50%	56%	53%

Gráfico 168: Perc. de Importância da Caracterização 'Acolhimento e Hospitalidade da População Local'

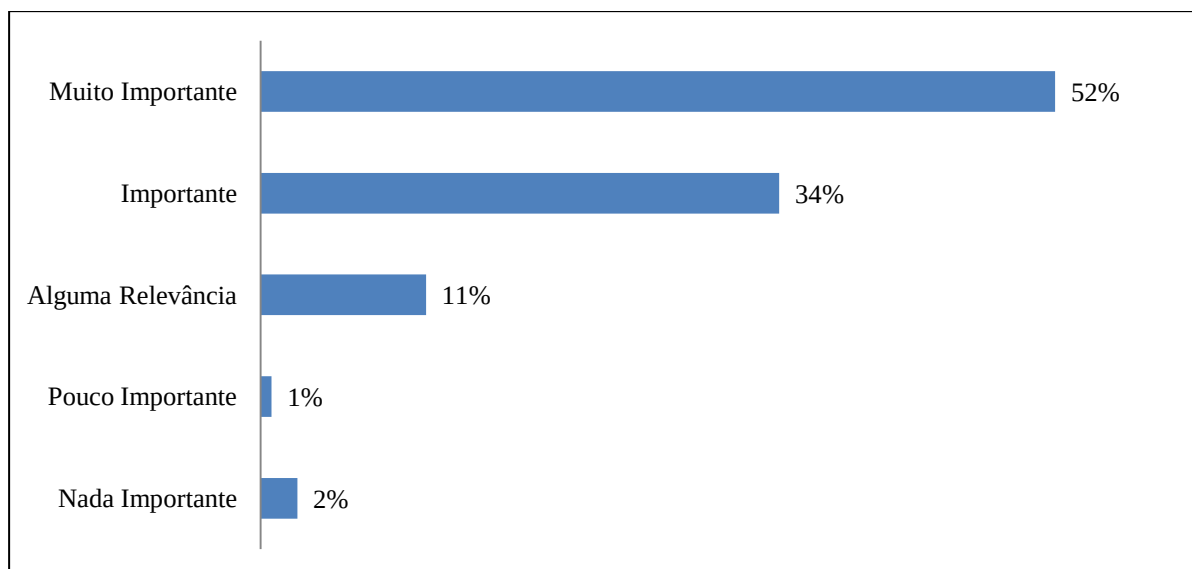


Tabela 31: Perc. de Importância da característica 'Acolhimento e Hospitalidade da População Local' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	5%	0%	0%	0%	0%	3%	2%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	1%
Alguma Relevância	8%	10%	13%	0%	5%	21%	10%	11%
Importante	12%	34%	44%	75%	32%	40%	40%	34%
Muito Importante	80%	52%	44%	25%	63%	33%	46%	52%

Tabela 32: Perc. de Importância da característica 'Acolhimento e Hospitalidade da População Local' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	5%	3%	2%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%
Alguma Relevância	0%	0%	0%	11%	15%	11%	11%	11%
Importante	0%	30%	27%	45%	46%	30%	31%	34%
Muito Importante	100%	70%	73%	45%	38%	54%	54%	52%

Gráfico 169: Perc. de Importância da Caracterização 'Qualidade das Infraestruturas'

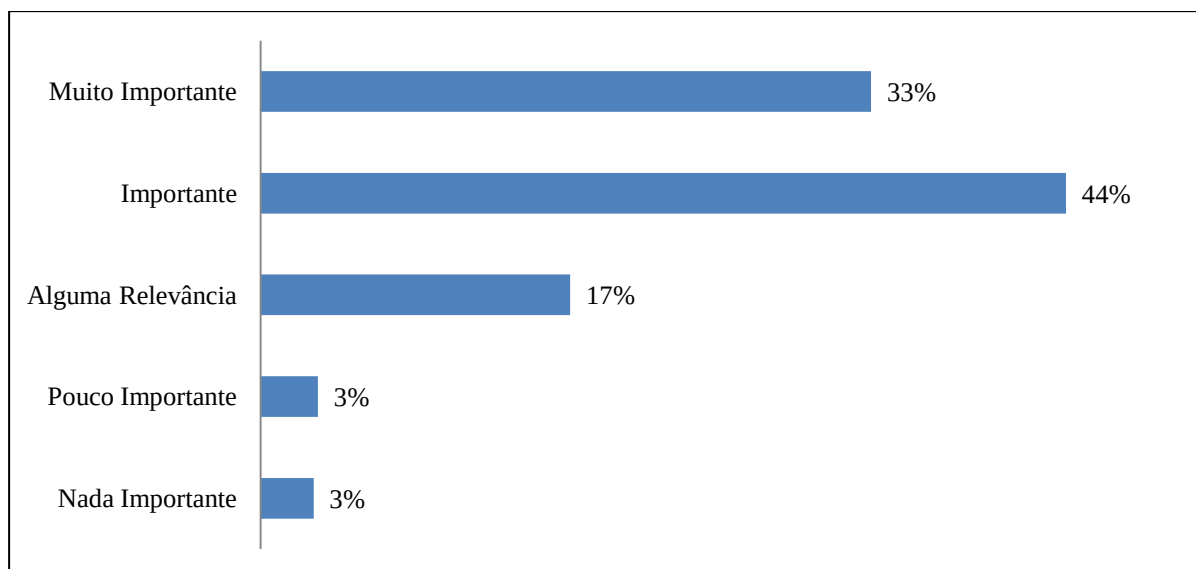


Tabela 33: Perc. de Importância da característica 'Qualidade das Infraestruturas' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	4%	0%	0%	0%	6%	3%	3%
Pouco Importante	2%	3%	0%	0%	5%	6%	3%	3%
Alguma Relevância	8%	18%	13%	25%	21%	15%	20%	17%
Importante	40%	45%	38%	50%	42%	48%	43%	44%
Muito Importante	50%	30%	50%	25%	32%	25%	30%	33%

Tabela 34: Perc. de Importância da característica 'Qualidade das Infraestruturas' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	5%	3%	3%
Pouco Importante	0%	0%	9%	0%	5%	2%	4%	3%
Alguma Relevância	0%	20%	18%	32%	22%	10%	17%	17%
Importante	0%	40%	36%	34%	51%	46%	44%	44%
Muito Importante	100%	40%	36%	34%	23%	37%	31%	33%

Gráfico 170: Perc. de Importância da Caracterização 'Procurar Escapar da Rotina Diária'

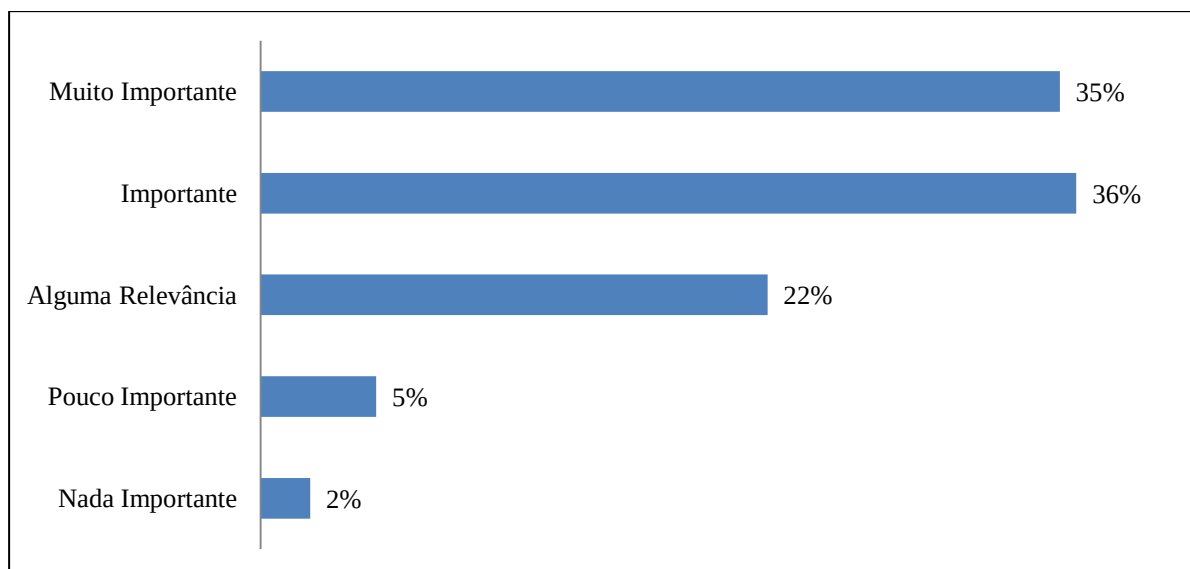


Tabela 35: Perc. de Importância da característica 'Procurar Escapar da Rotina Diária' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	2%	0%	0%	0%	6%	2%	2%
Pouco Importante	2%	7%	0%	0%	5%	4%	6%	5%
Alguma Relevância	15%	22%	25%	13%	0%	17%	33%	22%
Importante	23%	38%	44%	63%	32%	50%	30%	36%
Muito Importante	60%	31%	31%	25%	63%	23%	28%	35%

Tabela 36: Perc. de Importância da característica 'Procurar Escapar da Rotina Diária' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	3%	0%	0%	4%	2%
Pouco Importante	0%	0%	9%	0%	2%	6%	7%	5%
Alguma Relevância	0%	0%	9%	3%	22%	28%	25%	22%
Importante	25%	40%	55%	50%	38%	31%	34%	36%
Muito Importante	75%	60%	27%	45%	38%	34%	30%	35%

Gráfico 171: Perc. de Importância da Caracterização 'Preços Atractivos e Competitivos'

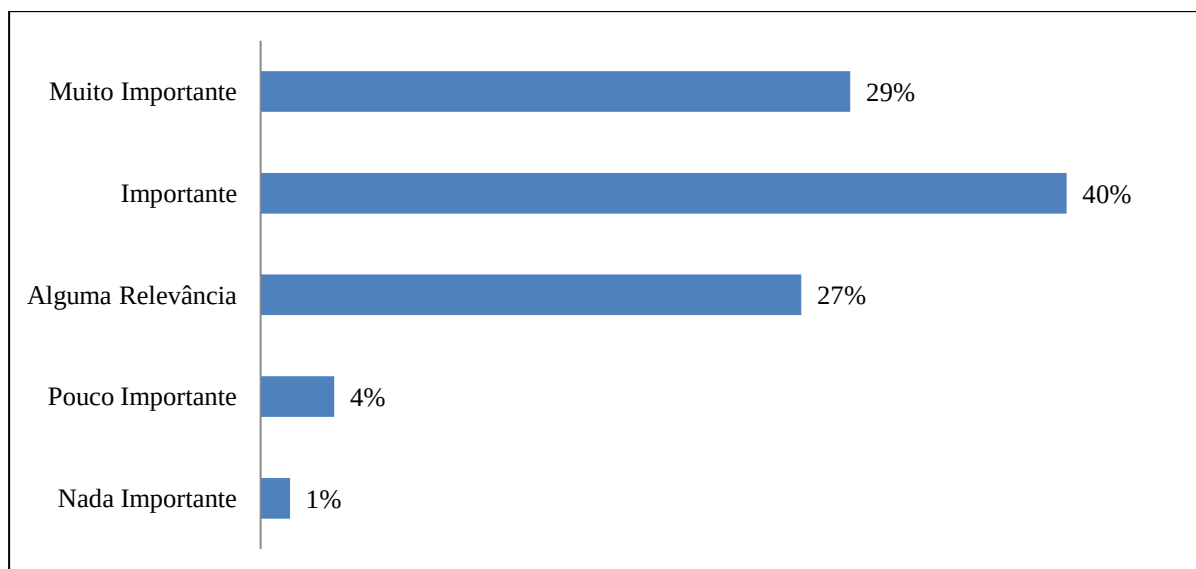


Tabela 37: Perc. de Importância da característica 'Preços Atractivos e Competitivos' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	2%	0%	0%	0%	0%	2%	1%
Pouco Importante	3%	4%	0%	0%	0%	8%	3%	4%
Alguma Relevância	12%	32%	38%	13%	11%	21%	31%	27%
Importante	43%	38%	25%	63%	42%	42%	39%	40%
Muito Importante	42%	24%	38%	25%	47%	29%	24%	29%

Tabela 38: Perc. de Importância da característica 'Preços Atractivos e Competitivos' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	1%
Pouco Importante	0%	0%	0%	0%	2%	4%	6%	4%
Alguma Relevância	0%	30%	18%	26%	26%	23%	31%	27%
Importante	25%	30%	64%	42%	42%	43%	35%	40%
Muito Importante	75%	40%	18%	32%	31%	31%	25%	29%

Gráfico 172: Perc. de Importância da Caracterização 'Destino Seguro para a Família'

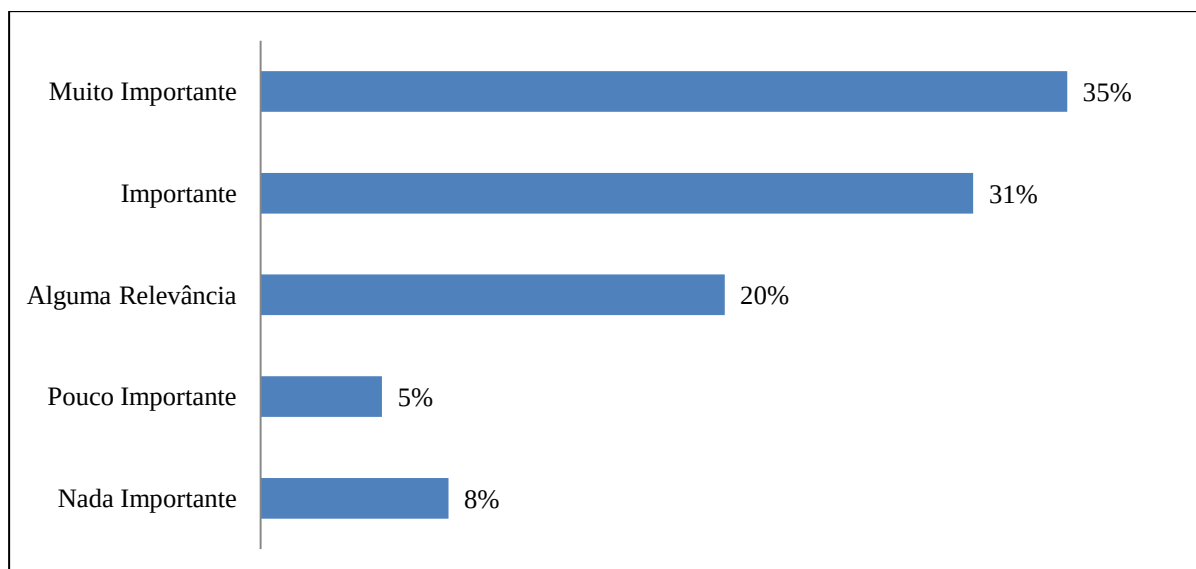


Tabela 39: Perc. de Importância da característica 'Destino Seguro para a Família' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	5%	12%	0%	0%	0%	15%	5%	8%
Pouco Importante	3%	8%	0%	0%	0%	6%	4%	5%
Alguma Relevância	8%	28%	13%	0%	0%	15%	23%	20%
Importante	23%	24%	44%	63%	26%	31%	43%	31%
Muito Importante	60%	28%	44%	38%	74%	33%	24%	35%

Tabela 40: Perc. de Importância da característica 'Destino Seguro para a Família' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	3%	2%	7%	15%	8%
Pouco Importante	0%	0%	0%	3%	8%	10%	2%	5%
Alguma Relevância	0%	10%	9%	8%	17%	22%	25%	20%
Importante	25%	30%	55%	47%	34%	24%	31%	31%
Muito Importante	75%	60%	36%	39%	40%	37%	28%	35%

Gráfico 173: Perc. de Importância da Caracterização 'Atrações Culturais'

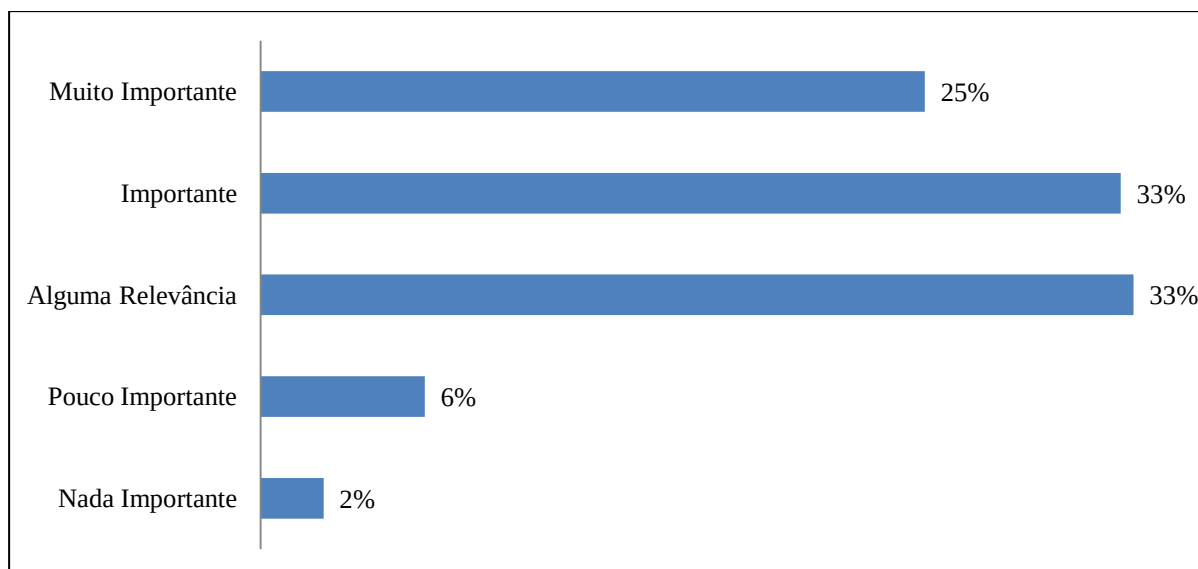


Tabela 41: Perc. de Importância da característica 'Atrações Culturais' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	0%	3%	0%	0%	0%	0%	6%	2%
Pouco Importante	10%	4%	13%	0%	5%	8%	6%	6%
Alguma Relevância	25%	39%	6%	13%	11%	33%	39%	33%
Importante	30%	38%	44%	50%	47%	31%	20%	33%
Muito Importante	35%	16%	38%	38%	37%	27%	28%	25%

Tabela 42: Perc. de Importância da característica 'Atrações Culturais' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	6%	0%	2%	5%	3%
Pouco Importante	0%	0%	0%	3%	6%	5%	8%	6%
Alguma Relevância	0%	22%	30%	18%	31%	26%	38%	31%
Importante	0%	22%	50%	47%	39%	32%	32%	35%
Muito Importante	100%	56%	20%	26%	24%	35%	16%	26%

Gráfico 174: Perc. de Importância da Caracterização 'Um Destino Diferente e/ou Especial'

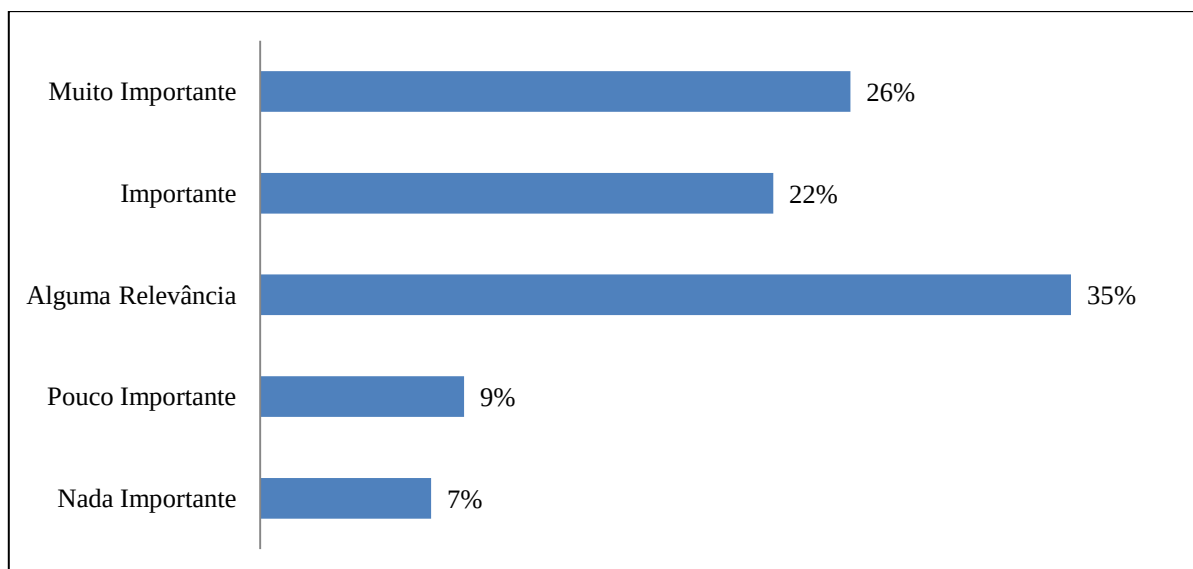


Tabela 43: Perc. de Importância da característica 'Um Destino Diferente e/ou Especial' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	2%	12%	0%	0%	0%	6%	7%	7%
Pouco Importante	0%	11%	6%	0%	0%	17%	10%	9%
Alguma Relevância	10%	55%	19%	0%	11%	25%	34%	35%
Importante	30%	12%	31%	50%	37%	27%	26%	22%
Muito Importante	58%	10%	44%	50%	53%	25%	22%	26%

Tabela 44: Perc. de Importância da característica 'Um Destino Diferente e/ou Especial' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	0%	3%	12%	5%	10%	7%
Pouco Importante	0%	10%	9%	0%	9%	9%	11%	9%
Alguma Relevância	25%	10%	18%	13%	29%	40%	43%	35%
Importante	0%	20%	27%	34%	28%	20%	20%	22%
Muito Importante	75%	60%	45%	50%	22%	26%	17%	26%

Gráfico 175: Perc. de Importância da Caracterização 'Procurar Novos Entretenimentos'

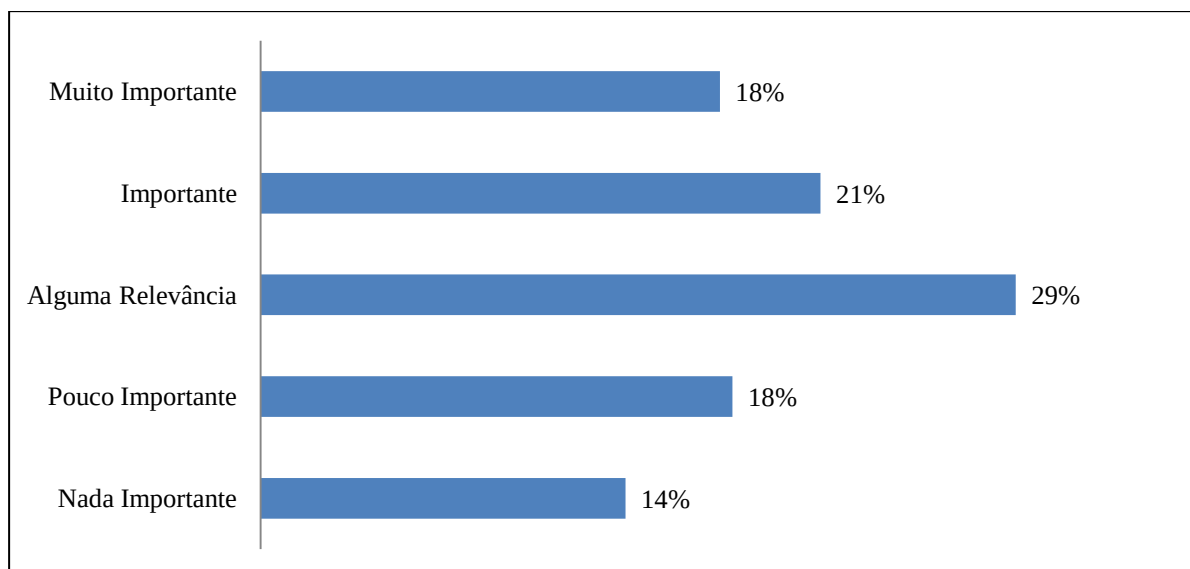


Tabela 45: Perc. de Importância da característica 'Procurar Novos Entretenimentos' segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Nada Importante	13%	14%	19%	0%	0%	19%	15%	14%
Pouco Importante	13%	26%	13%	0%	11%	8%	16%	18%
Alguma Relevância	25%	37%	19%	0%	11%	15%	32%	29%
Importante	18%	13%	13%	75%	32%	38%	24%	21%
Muito Importante	30%	10%	38%	25%	47%	21%	12%	18%

Tabela 46: Perc. de Importância da característica 'Procurar Novos Entretenimentos' segundo a Faixa Etária

	menos 18	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	mais 60	Total
Nada Importante	0%	0%	9%	16%	11%	11%	19%	14%
Pouco Importante	0%	20%	27%	3%	25%	20%	17%	18%
Alguma Relevância	0%	10%	18%	18%	29%	26%	37%	29%
Importante	25%	10%	27%	45%	23%	19%	17%	21%
Muito Importante	75%	60%	18%	18%	12%	24%	10%	18%

Gráfico 176: Perc. de Novo Regresso

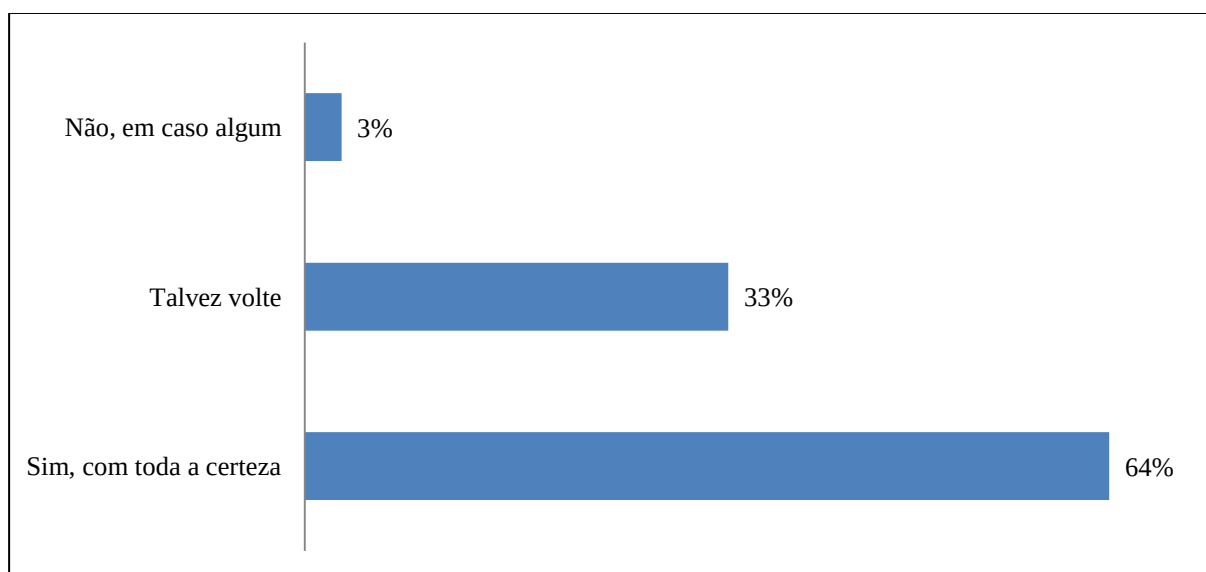


Tabela 47: Perc. de Regresso para Nova Estadia segundo a Nacionalidade

	Inglês	Alemão	Norueguês	Italiano	Português	Francês	Outro	Total
Sim, com toda a certeza	67%	64%	81%	100%	89%	63%	52%	64%
Talvez volte	27%	35%	19%	0%	5%	38%	44%	33%
Não, em caso algum	7%	2%	0%	0%	5%	0%	4%	3%

Gráfico 177 - Resumo do Conhecimento das 'quintas' pelos inquiridos

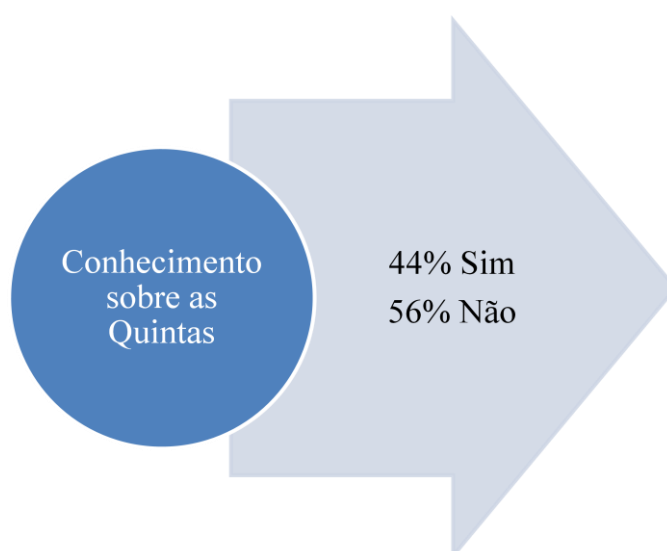


Gráfico 178 - Resumo das Fontes de Informação escolhidas pelos inquiridos

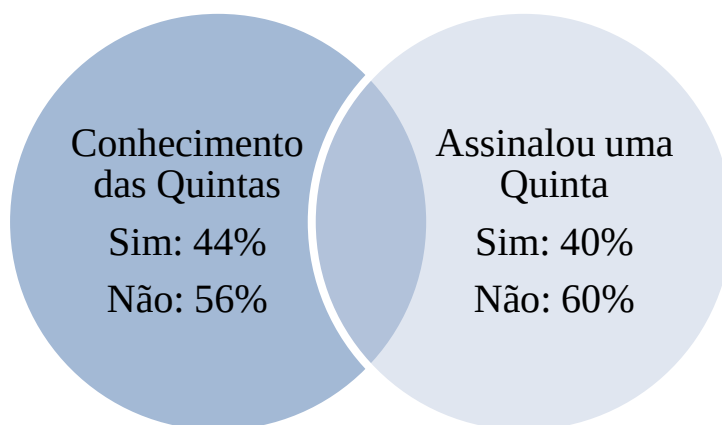


Gráfico 179 - Resumo das Fontes de Informação escolhidas pelos inquiridos

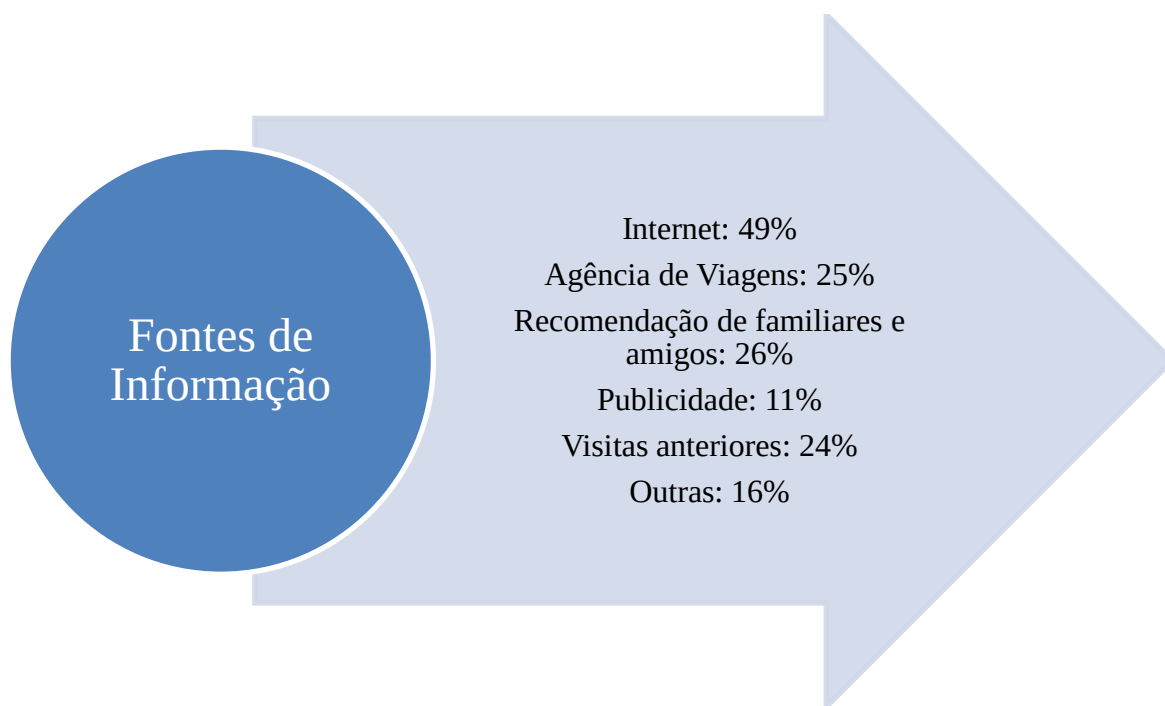


Gráfico 180 - Resumo da Percepção sobre o Destino 'Madeira' e o estabelecimento hoteleiro

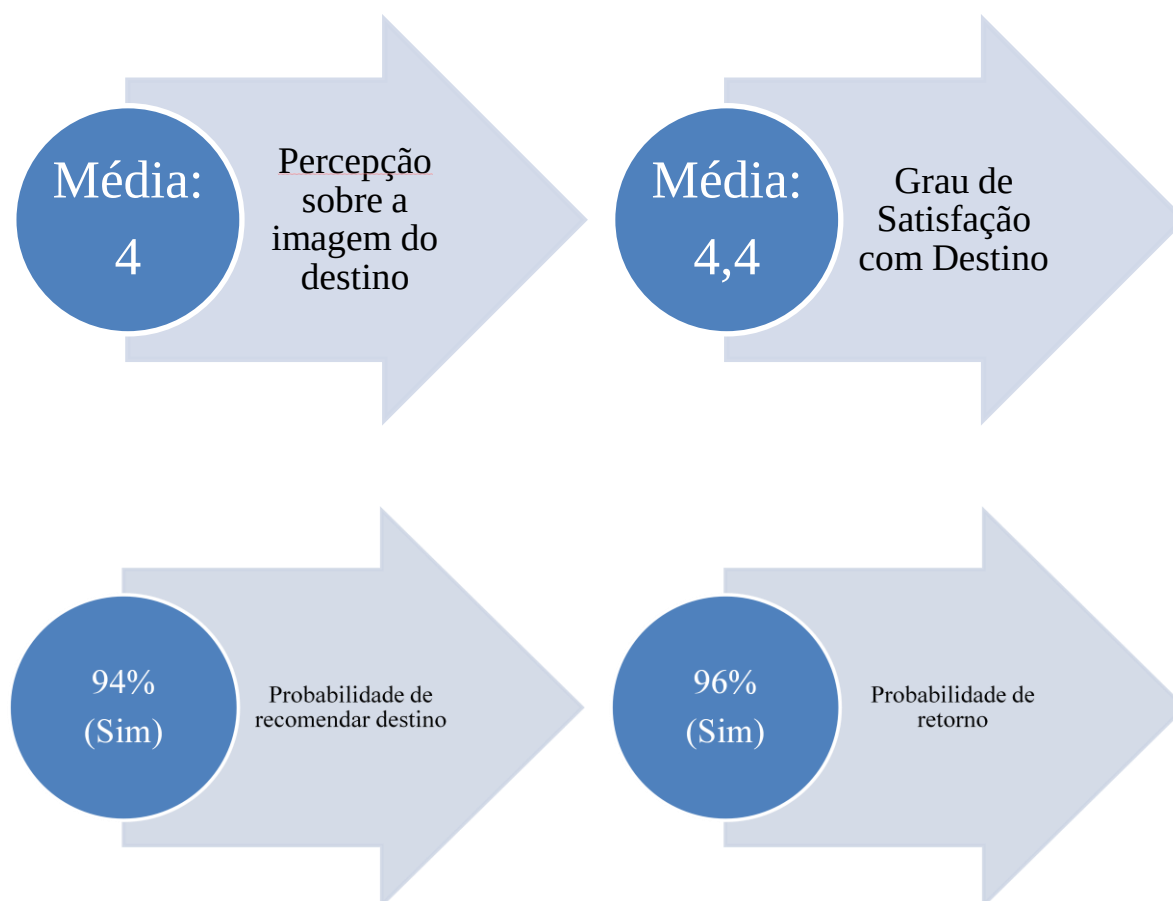


Gráfico 181 - Resumo das Fontes de Informação escolhidas pelos inquiridos

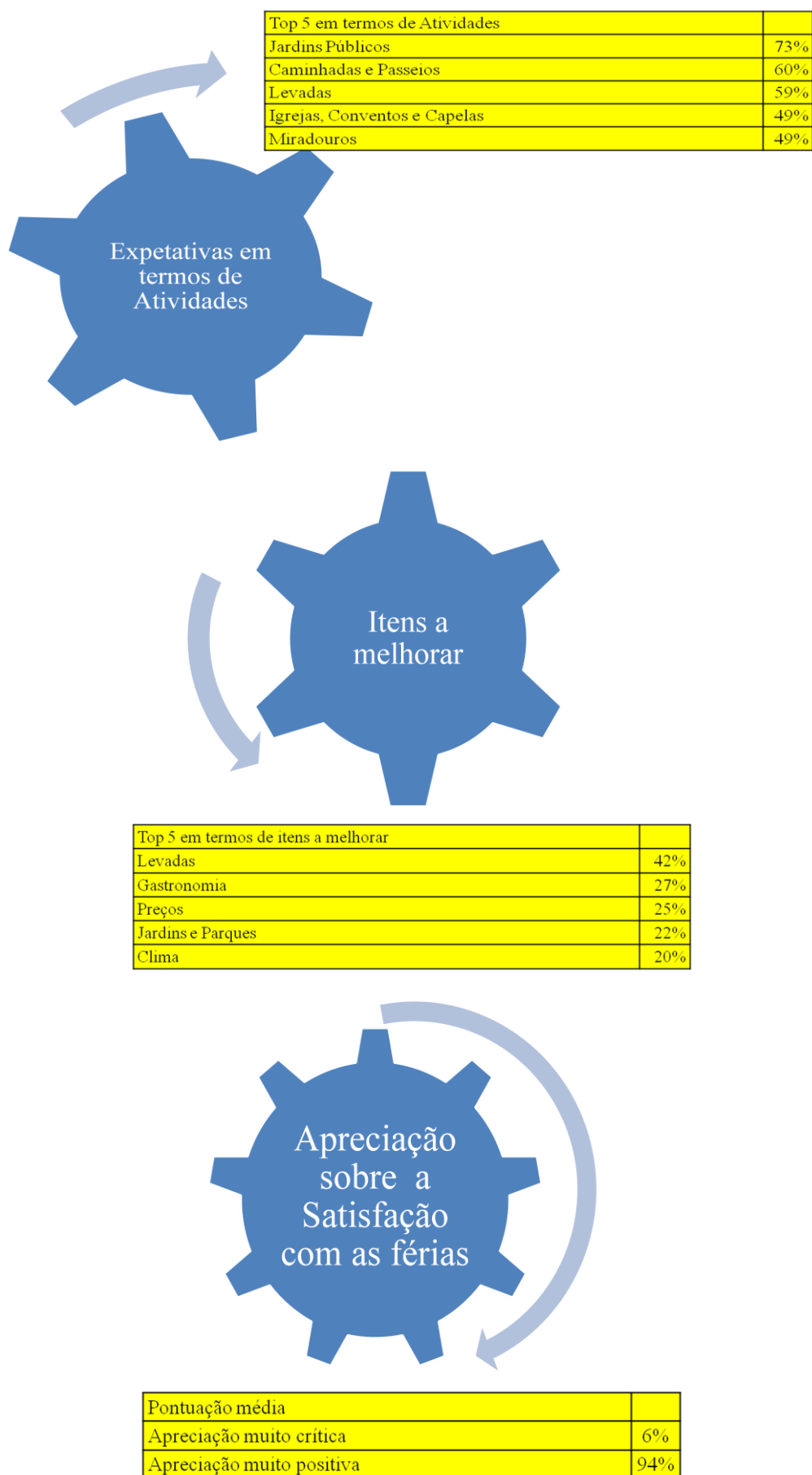
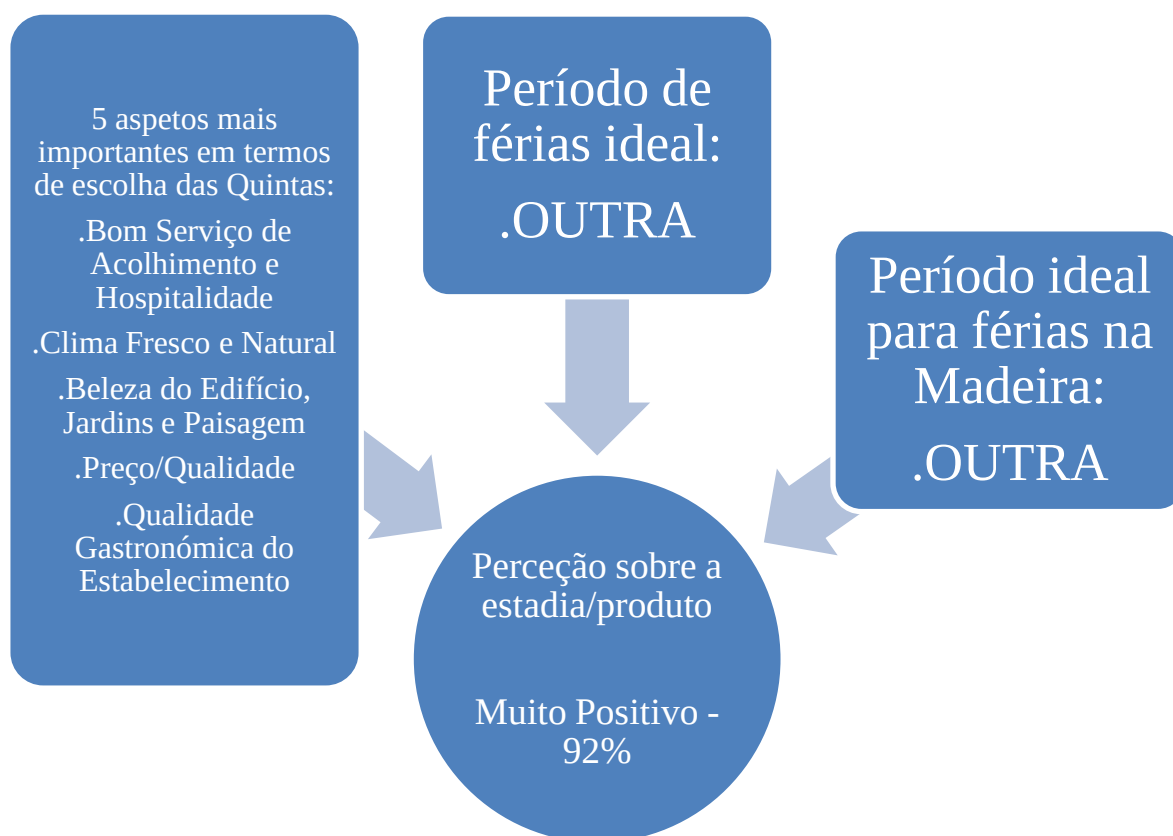


Gráfico 182 - Resumo da Percepção da estadia e do produto pelos inquiridos



AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

Tabela 48 - Lista de Quintas Madeirenses, segundo a Literatura estudada
(sem contabilizar com as Quintas destruídas)

Nº	Denominação	Localização	Estado	Observações
1	Quinta das Almas	Esquina da Vereda Ribeiro Achadinha e o Caminho da Portela, CAMACHA	Abandonado	Património da DRAC
2	s. de.	Caminho dos Saltos nº 86, FUNCHAL	n. a.	
3	s. de.	Caminho dos Saltos nº 79, FUNCHAL	n. a.	
4	s. de.	Entre o Caminho dos Saltos e a Rua de D. João, FUNCHAL	n. a.	
5	s. de.	Entre a Estrada dos Marmeleiros e o Caminho dos Saltos, FUNCHAL	Abandonado	
6	Casa da Achada da Cruz	s. l.	n. a.	Património da DRAC
7	Casa da Família Abreu	Sítio da Fajã do Arco, SÃO VICENTE	n. a.	Património da DRAC
8	Casa do Capitão	São Jorge, SANTANA	n. a.	Património da DRAC
9	Casa do Ladrilho	E.R. 101, PONTA DELGADA	Recuperado	Património da DRAC, Casa-museu Dr. Horácio Bento de Gouveia
10	Casa do Massapez	ARCO DA CALHETA	Recuperado	Património da DRAC, Turismo Rural
11	Casa do Massapez	s. l.	n. a.	Património da DRAC
12	Casa do Morgado Barbosa	Ribeira da Janela, PORTO MONIZ	n. a.	Património da DRAC
13	Casa dos Britos	Lugar da Ribeira, Campanário, RIBEIRA BRAVA	Abandonado	Património da DRAC
14	Casa Solarenga da Fajã Alta	Fajã Alta, SÃO JORGE	n. a.	Património da DRAC
15	Casa/Quinta da Jangalinhã	s. l.	Abandonado	Património da DRAC
16	Chalet	Rua da Levada de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
17	Chalet Pires	Estrada Monumental, FUNCHAL	Abandonado	
18	Chalet Reid	Estrada Monumental, FUNCHAL	Recuperado	Banco BES
19	Chalet Vicente	Estrada Monumental, FUNCHAL	Recuperado	Restaurante/Bar 'All in One'
20	Chalet Zinos	Zona do Lugar de Baixo, PONTA DO SOL	Abandonado	Património da DRAC, Propriedade do GRAM
21	Quinta Aceisseiro	Santo da Serra, FUNCHAL	n. a.	Património da DRAC
22	Quinta Alemã	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Abandonado	
23	Quinta Aluisio	Estrada da Liberdade, FUNCHAL	Habitação Privada	
24	Quinta Alves	Rua da Rochinha, FUNCHAL	Habitação Privada	

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

25	Quinta Andrade	Entre a Rua da Torrinha e Rua do Comboio, FUNCHAL	Habitação Privada	
26	Quinta Avista Navios	Esquina do Caminho de São Martinho e Caminho da Nazaré, FUNCHAL	Habitação Privada	
27	Quinta Belmonte	Caminho do Monte, FUNCHAL	Instalações Públicas	Colégio do Infante, ex-Quinta Bello Monte, Património da DRAC
28	Quinta Belo Mar	Rua do Gorgulho, FUNCHAL	Recuperado	Pestana Palms Aparthotel
29	Quinta Bettencourt	Caminho do Pilar, FUNCHAL	Habitação Privada	
30	Quinta Brandão	Rua do Til, FUNCHAL	n. a.	
31	Quinta Calaça	Rua da Quinta da Calaça	Recuperado	Sede do Club Naval do Funchal
32	Quinta Calixto	Caminho do Palheiro, FUNCHAL	n. a.	
33	Quinta Cannavial	Cruzamento entre Caminho da Lombada e Caminho da Portada de Santo António, Monte, FUNCHAL	n. a.	
34	Quinta Carlos Alberto	Rua dos Jasmineiro, FUNCHAL	Abandonado	
35	Quinta Conceição	Rua da Rochinha, FUNCHAL	Habitação Privada	
36	Quinta Coutinho	Calçada de Santa Clara, FUNCHAL	Habitação Privada	
37	Quinta Cova	Rua da Torrinha, FUNCHAL	n. a.	
38	Quinta Cristóvão	Caminho dos Saltos, FUNCHAL	Habitação Privada	Existiu uma outra Quinta na mesma Rua com a mesma denominação
39	Quinta Cuibem	Beco do Sales, Rua do Til, FUNCHAL	Habitação Privada	
40	Quinta D. João	s. l.	n. a.	
41	Quinta da Achada	Calçada do Pico, Caminho da Achada, FUNCHAL	Habitação Privada	Apresenta-se como uma Quinta Madeirense do século XXI
42	Quinta da Achada	Rua Dr. João Lemos Gomes, FUNCHAL	Recuperado	Estalagem Quinta Jardins do Lago, conhecida como Quinta Lindon (Mapa de 1910)
43	Quinta da Achadinha	s. l.	n. a.	Património da DRAC
44	Quinta da Alegria	Entre o Caminho Lombo Alegria, o Caminho Velho da Igreja e o Caminho da Alegria, FUNCHAL	Habitação Privada	
45	Quinta da Aragem	Rua da Quinta da Aragem (transversal à Rua da Torrinha), FUNCHAL	Habitação Privada	
46	Quinta da Bela Vista	Caminho da Nazaré, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Estalagem Quinta da Bela Vista

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

47	Quinta da Bella Vista	Rua dos Jasmineiro, FUNCHAL	Recuperado	Seminário Diocesano
48	Quinta da Boa Nova	s. l.	n. a.	
49	Quinta da Boa Vista	Rua do Lombo da Boa Vista, FUNCHAL	Habitação Privada	
50	Quinta da Boa Vista	Rua do Lombo da Boa Vista, FUNCHAL	Recuperado	Boa Vista Orchids Garden (Jardins), denominada primeiro por Quinta do Leste, depois Quinta Braz e Quinta Gerino
51	Quinta da Capela	Sítio do Folhadal, Porto da Cruz	Recuperado	Património da DRAC, Turismo de Habitação
52	Quinta da Casa Branca	Rua da Casa Branca, FUNCHAL	Recuperado	Estalagem da Quinta da Casa Branca, conhecida como Quinta Leacock
53	Quinta da Choupana	Caminho dos Pretos, FUNCHAL	n. a.	
54	Quinta da Cova	Caminho de Ferro, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Hotel do Monte
55	Quinta da Estrela	Sítio da Estrela, CALHETA	Habitação Privada	Património da DRAC
56	Quinta da Fajã	Caminho do Palheiro (Estrada do Aeroporto), FUNCHAL	Habitação Privada	
57	Quinta da Fé	Entre a Rua Dr. Pita e o Caminho da Fé, FUNCHAL	Habitação Privada	
58	Quinta da Fidalga	s. l.	n. a.	Património da DRAC, conhecida também como Quinta do Concelo
59	Quinta da Fonte	Entre o Caminho dos Saltos e a Estrada dos Marmeleiros, FUNCHAL	Recuperado	Turismo de Habitação
60	Quinta da Graça	Rua José Joaquim da Costa, FUNCHAL	Habitação Privada	
61	Quinta da Levada	Esquina entre a Rua da Levada de Santa Luzia e a Rua de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	
62	Quinta da Levada	Camacha, SANTA CRUZ	n. a.	Património da DRAC
63	Quinta da Lombada	Caminho da Lombada, MONTE	Habitação Privada	Património da DRAC, a DRAC menciona que esta Quinta se situa na Luso-Brasileira
64	Quinta da Nogueira	Esquina da Estrada Monumental com a Rua Dr. Pitta, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Apartamentos
65	Quinta da Nora	Avenida de Santiago Menor, FUNCHAL	Abandonado	
66	Quinta da Palmeira	Esquina da Rua da Torrinha com a Rua da Levada de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC, Jardins abertos ao público
67	Quinta da Paz	Caminho do Monte, FUNCHAL	Habitação Privada	

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

68	Quinta da Paz	Junto à entrada da estrada para a Quinta das Colmeias, SANTO DA SERRA	n. a.	
69	Quinta da Pedra Sina	Rua da Pedra Sina, Funchal	Recuperado	Residência para Artistas
70	Quinta da Penha	Rua Imperatriz Dona Amélia, FUNCHAL	Destruída	Pertencia aos terrenos do Hotel Savoy
71	Quinta da Penha de França	Rua da Penha de França, FUNCHAL	Recuperado	Estalagem da Quinta da Penha de França
72	Quinta da Piedade	JARDIM DO MAR	Abandonado	Conhecido como Solar da Nossa Senhora da Piedade, Património da DRAC e propriedade do Governo da RAM
73	Quinta da Portada Branca	Rua Maria Ascensão, CAMACHA	Recuperado	Património da DRAC, Turismo de Habitação
74	Quinta da Ribeira	Beco da Rua de S. João, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
75	Quinta da Torrinha	Entre a Rua da Torrinha e o Caminho do Comboio, FUNCHAL	Habitação Privada	
76	Quinta da Vista Alegre	Rua Dr. Pitta, FUNCHAL	Habitação Privada	
77	Quinta das Amoreiras	Esquina da Rua Visconde Caçongo e a Rua da Quinta das Amoreiras, FUNCHAL	Habitação Privada	Também conhecida como Quinta da Boa Hora
78	Quinta das Angústias	Avenida do Infante, FUNCHAL	Recuperado	ex-Quinta Lambert, conhecida como Quinta de Nossa Senhora das Angústias, hoje Quinta Vigia (Residência do Presidente do Governo da RAM)
79	Quinta das Camélias	Rua da Torrinha, FUNCHAL	Habitação Privada	
80	Quinta das Colmeias	SANTO DA SERRA	Recuperado	Turismo de Habitação
81	Quinta das Cruzes	Esquina entre a Rua das Cruzes e a Calçada do Pico, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Museu da Quinta das Cruzes
82	Quinta das Fontes	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Recuperado	Quinta das Fontes Empreendimentos Turísticos, S. a.
83	Quinta das Malvas	Rua de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	
84	Quinta das Maravilhas	Rua das Maravilhas, FUNCHAL	Recuperado	Cônsul da Noruega
85	Quinta das Romeiras	Rua Dr. Alberto Araújo (junto ao Caminho das Mantas), FUNCHAL	Habitação Privada	
86	Quinta das Tangerinas	Travessa de S. Luís (transversal à Rua de Santa Luzia), FUNCHAL	Habitação Privada	
87	Quinta das Tílias	Caminho da Feirinha, MONTE	n. a.	

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

88	Quinta das Vinhas	Entrada da Quinta (junto à Igreja do Estreito da Calheta), ESTREITO DA CALHETA	Recuperado	Património da DRAC, Turismo Rural
89	Quinta das Vistas	Caminho de Santo António, FUNCHAL	Recuperado	Antiga Villa Castelo do Pico de S. João e Quinta Dr. Américo Durão, Hotel Quinta das Vistas
90	Quinta de Santa Ana	Caminho de Santana, MACHICO	Recuperado	A Capela de Santa Ana é Património da DRAC, Externato Escola Sant'Ana
91	Quinta de Santa Luzia	Entre a Rua da Levada de Santa Luzia e a Rua de Santa Luzia, FUNCHAL	Recuperado	Empresa de Exploração Agrícola
92	Quinta de Santana	Caminho de Ferro, Monte, FUNCHAL	Recuperado	Lar de Santa Isabel
93	Quinta de Santo Amaro	s. l.	n. a.	Património da DRAC
94	Quinta de Santo António	Caminho Dr. William Eduardo Clode, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
95	Quinta de Santo António	Entre o Caminho Velho do Foro e o Caminho do Lombo da Quinta de Santo António, Estreito de Câmara de Lobos, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
96	Quinta de São João	Entre a Estrada João Gonçalves Zarco e o Caminho de São João, Câmara de Lobos, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC, Turismo de Habitação
97	Quinta de São João	s. l.	n. a.	Património da DRAC
98	Quinta de São Jorge	s. l.	Instalações Privadas	Património da DRAC, denominado de Casa do Bispo ou Quinta do Bispo, propriedade da Diocese do Funchal
99	Quinta de São Roque	Esquina da Estrada Dr. João Abel de Freitas e o Caminho de São Roque, FUNCHAL	Instalações Privadas e Públicas	Propriedade da Universidade da Madeira
100	Quinta Devónia	Caminho do Meio, FUNCHAL	Recuperado	Turismo de Habitação
101	Quinta Dias	Esquina entre a Rua do Jasmineiro e a Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
102	Quinta do Alto	Esquina do Caminho da Casa Velha e a Estrada Visconde Caçongo, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
103	Quinta do Alto da Pena	s. l.	n. a.	Conhecida como Quinta Miles
104	Quinta do Alto de São João	Lombo de São João, PONTA DO SOL	Recuperado	Turismo Rural
105	Quinta do Arco	Arco de São Jorge, SANTANA	Recuperado	Turismo Rural
106	Quinta do Bom Despacho	Caminho Municipal da Vigia, Campanário, RIBEIRA BRAVA	n. a.	

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

107	Quinta do Bom Sucesso	Esquina do Caminho do Meio, Rua Visconde Cagongo e a Estrada da Boa Nova, FUNCHAL	n. a.	
108	Quinta do Brasileiro	Rua Pedro José de Ornelas, FUNCHAL	Recuperado	Colégio de Santa Teresinha
109	Quinta do Conde	Vereda da Escola, Arco da Calheta, CALHETA	Recuperado	Turismo Rural
110	Quinta do Conde da Calçada	Rua da Torrinha, FUNCHAL	Habitação Privada	
111	Quinta do Descanso	Rua de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
112	Quinta do Durão/Quinta Albatroz	Santa Cruz, abaixo do Aeroporto	Recuperado	Albatroz Beach & Yatch Club
113	Quinta do Estreito	Esquina da Rua José Joaquim da Costa e a Rua Francisco Figueira Ferraz, Estreito de Câmara de Lobos, FUNCHAL	Recuperado	Hotel Quinta do Estreito
114	Quinta do Faial	Entre a Estrada do Visconde Cagongo, Caminho do Palheiro e a Rua Cidade de New Bedford, FUNCHAL	Habitação Privada	Denominada também de Quinta da Boa Vista, Património da DRAC
115	Quinta do Leme	Esquina entre a Rua da Quinta do Leme e o Caminho de Santo António, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Serviço Técnico de Educação para a Deficiência Intelectual
116	Quinta do Loureiro	Canico, SANTA CRUZ	n. a.	Património da DRAC
117	Quinta do Monte	Caminho da Corujeira de Baixo, Monte, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Jardins abertos ao público, denominada de Quinta Gordon, Quinta do Monte, Quinta Rocha Machado, Quinta Jardins do Imperador, Quinta do Imperador
118	Quinta do Palheiro Ferreiro	Estrada da Camacha, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Estalagem do Palheiro Ferreiro e da Casa Velha
119	Quinta do Pântano	s. l.	n. a.	
120	Quinta do Pico da Pedra	s. l.	n. a.	
121	Quinta do Pico de São João	Caminho de Santo António, FUNCHAL	Habitação Privada	
122	Quinta do Pico dos Jesuítas	s. l.	Instalações Privadas	Património da DRAC
123	Quinta do Pilar	Caminho do Pilar, FUNCHAL	Instalações Privadas	Património da DRAC
124	Quinta do Poço	Entre a Estrada dos Marmeleiros, o Caminho dos Saltos e a Rua da Levada de Santa Luzia, FUNCHAL	Instalações Privadas	Propriedade da Câmara Municipal do Funchal

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

125	Quinta do Pomar	Abaixo da Vereda da Fonte do Inhame, QUINTA GRANDE	Abandonado	Património da DRAC
126	Quinta do Pomar	Caminho do Meio, FUNCHAL	Habitação Privada	Jardins abertos ao público
127	Quinta do Revoredo	SANTA CRUZ	Recuperado	Centro Cultural de Santa Cruz
128	Quinta do Ribeiro Seco	Esquina oposta da Rua dos Ilhéus com a Avenida Luís de Camões, FUNCHAL	n. a.	
129	Quinta do Salão	Entre a Rua José Joaquim da Costa e a Vereda do Salão, Estreito de Câmara de Lobos, FUNCHAL	Abandonado	Património da DRAC
130	Quinta do Salvador	Monte, FUNCHAL	n. a.	
131	Quinta do Santo	SANTO DA SERRA	Recuperado	Enotel do Santo
132	Quinta do Serrado das Ameixieiras	s. l.	n. a.	Conhecida como Quinta Acciauolli
133	Quinta do Telhal	Zona do Trapiche, FUNCHAL	Recuperado	Instituto Casa de Saúde de São João de Deus
134	Quinta do Terreiro da Luta	E.R. 103, TERREIRO DA LUTA	Recuperado	Património da DRAC, Estalagem do Terreiro da Luta
135	Quinta do Til	Rua do Til, FUNCHAL	Habitação Privada	
136	Quinta do Vale da Bica	Sítio do Vale da Bica, CALHETA	n. a.	Património da DRAC
137	Quinta do Vale Formoso	Rua do Vale Formoso, FUNCHAL	Recuperado	Conhecida como Quinta do Valle, Lar do Vale Formoso
138	Quinta Donalson	Avenida Calouste Gulbenkian, FUNCHAL	Recuperado	Denominada de Quinta da Ribeira, Pousada da Juventude
139	Quinta Dorlhe	Caminho de São Roque, FUNCHAL	n. a.	Junto aos terrenos da Quinta de São Roque
140	Quinta dos Cedros	Caminho de Santo António, FUNCHAL	Habitação Privada	A habitação não mantém a arquitectura original
141	Quinta dos Charcos	SANTO DA SERRA	n. a.	Património da DRAC
142	Quinta dos Ilhéus	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Instalações Privadas	A original Villa Amélia passou a denominar-se de Quinta dos Ilhéus quando a segunda foi demolida juntamente com a Quinta Ilhéus
143	Quinta dos Leais	PORTO DA CRUZ	n. a.	Património da DRAC
144	Quinta dos Louros	Entre a Travessa do Lazareto e a Travessa do Caetano, FUNCHAL	n. a.	
145	Quinta dos Pinheiros	Rua da Torrinha, FUNCHAL	n. a.	
146	Quinta dos Saltos	Rua D. João, FUNCHAL	n. a.	
147	Quinta dos Santos Reis	Estrada do Aeroporto, FUNCHAL	Abandonado	Património da DRAC

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

148	Quinta Edina	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
149	Quinta Elisabeth	Entre a Rua do Coronel Cunha e o Beco da Rodinha, FUNCHAL	Habitação Privada	Antiga Quinta Hollway
150	Quinta Esperança	Entre a Rua Conde Carvalhal e o Caminho do Palheiro, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Turismo de Habitação
151	Quinta Falcão	Rua da Quinta Falcão, FUNCHAL	Recuperado	Centro Comunitário Quinta Falcão
152	Quinta Faria	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
153	Quinta Farinha	Rua da Levada de Santa Luzia, FUNCHAL	n. a.	
154	Quinta Ferraz	s. l.	Abandonado	ex-Quinta do Seixeiro
155	Quinta Florença	Beco da Rua de S. João, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC
156	Quinta Goes	Ao lado da Quinta Henriques	Habitação Privada	
157	Quinta Henriques	Entre a Rua de Santa Luzia e a Rua do Vale Formoso, FUNCHAL	Habitação Privada	
158	Quinta Henriqueta	Entre a Rua Pedro José de Ornelas e a Rua da Pena, FUNCHAL	Habitação Privada	
159	Quinta Jardim da Serra	Entre a Estrada Chote e a Estrada da Corrida, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Hotel Quinta Jardim da Serra
160	Quinta Jiovenal	Rua da Torrinha, FUNCHAL	Habitação Privada	
161	Quinta Josephina	Caminho de Santo António, FUNCHAL	n. a.	
162	Quinta Keogh	Rua da Levada de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	Denominada de Quinta Loaring
163	Quinta Leitão	Entre o Caminho do Palheiro, Rua do Lanço e a Rua de Julio Dinis, FUNCHAL	n. a.	
164	Quinta Lyra	Entre a Rua da Torrinha e a Rua da Carne Azeda, FUNCHAL	Recuperado	Denominada de Quinta Vale Paraíso, Clínica de Santa Luzia
165	Quinta Mãe dos Homens	Entre a Rua da Rochinha e a Rua Mãe dos Homens, FUNCHAL	Habitação Privada	Património da DRAC, Turismo de Habitação
166	Quinta Magnólia	Rua Dr. Pitta, FUNCHAL	Recuperado	Ex-Sede do British Club, Jardins abertos ao público, Sede da Protecção Civil e Biblioteca
167	Quinta Margarida	Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
168	Quinta Mirabela	Caminho do Monte, MONTE	Recuperado	Estalagem Quinta Mirabela
169	Quinta Miramar	Estrada Monumental, FUNCHAL	Recuperado	Pestana Miramar Hotel

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

170	Quinta Monte Palace	Caminho de Ferro, Monte, FUNCHAL	Instalações Privadas	Jardins Tropicais Monte Palace, Património da DRAC
171	Quinta Nazareth	Caminho da Nazaré, FUNCHAL	Habitação Privada	
172	Quinta Noemi	Rua da Torrinha, FUNCHAL	n. a.	
173	Quinta Olinda	Entre a Rua de D. João e o Caminho dos Saltos, FUNCHAL	Recuperado	Sede da DRE/DREER, anteriormente denominada de Quinta Dona Isabel
174	Quinta P. J. de Ornelas	Entre a Rua da Pena e a Rua Silvestre Quintino de Freitas, FUNCHAL	n. a.	
175	Quinta Perestrel(l)o	Rua Dr. Pitta, FUNCHAL	Recuperado	Património da DRAC, Quinta Perestrello Heritage House
176	Quinta Pimenta	Caminho dos Saltos (nas imediações da Escola APEL), FUNCHAL	Recuperado	Hoje denominada de Quinta dos Saltos, Exploração Agrícola Quinta dos Saltos
177	Quinta Rato	Entre a Rua D. João e o Caminho dos Saltos, FUNCHAL	n. a.	
178	Quinta Reid	Caminho do Meio, FUNCHAL	Recuperado	Antiga Quinta do Bom Sucesso e Quinta da Paz, Jardim Botânico da Madeira
179	Quinta Sales	Beco do Sales, Rua do Til, FUNCHAL	n. a.	
180	Quinta Santo André	Rua de Santa Luzia, FUNCHAL	Habitação Privada	
181	Quinta Santo António da Serra	SANTO DA SERRA	Recuperado	Turismo Rural
182	Quinta Santo da Serra	SANTO DA SERRA	Recuperado	Património da DRAC, Jardins abertos ao público, propriedade do Governo da RAM
183	Quinta São Gonçalo	Rua Nova da Igreja, FUNCHAL	Recuperado	Turismo de Habitação
184	Quinta Sarmento	Rua dos Ihéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
185	Quinta Sarmento	Travessa da Saudade (transversal à Rua de Santa Luzia), FUNCHAL	Habitação Privada	
186	Quinta Serra Golf	SANTO DA SERRA	Recuperado	Porto Bay Serra Golf
187	Quinta Splendida	Estrada da Ponta Oliveira, CANIÇO	Recuperado	Património da DRAC, Quinta Splendida Wellness & Botanical Garden Hotel
188	Quinta Tibério	Estrada Monumetal, FUNCHAL	Habitação Privada	
189	Quinta Vale do Paraíso	Caminho do Passeio da Quinta, CAMACHA	Recuperado	Quinta do Vale Paraíso, Património da DRAC, Aldeia do Padre Américo

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

190	Quinta Valentim	Nova Rua dos Ilhéus, FUNCHAL	n. a.	
191	Quinta Vasconcellos	Rua da Torrinha, FUNCHAL	Habitação Privada	
192	Quinta Vila Lido	Rua do Gorgulho, FUNCHAL	Recuperado	Pestana Palms Aparthotel
193	Quintinha de São João	Levada de São João, FUNCHAL	Recuperado	Estalagem Quintinha de São João, a Quintinha nasceu após a divisão dos terrenos da Quinta de São João (hoje Four Views)
194	Solar da Dona Mécia	Rua dos Aranhas, FUNCHAL	Recuperado	Sede da ACIF
195	Solar da Encarnação	s. l.	n. a.	Património da DRAC
196	Solar da Ponta Delgada	PONTA DELGADA	Abandonado	Património da DRAC
197	Solar da Referta	Sítio da Referta, PORTO DA CRUZ	n. a.	Património da DRAC, Propriedade da Diocese do Funchal
198	Solar da Ribeira da Vaca	Impasse do Pico, Ribeira da Vaca, PONTA DO PARGO	Habitação Privada	Património da DRAC
199	Solar da Silveira	Sítio da Silveira, Boaventura, SÃO VICENTE	n. a.	Património da DRAC
200	Solar das Almas	Travessa da Capela da Encarnação, ESTREITO DE CÂMARA DE LOBOS	n. a.	Património da DRAC
201	Solar das Meninas Leais	Esquina da Rua Dr. Semião Sousa e Freitas com o Caminho dos Leais, PORTO DA CRUZ	Instalações Privadas	Património da DRAC
202	Solar das Mudanças	CALHETA	Recuperado	Centro de Artes da Calheta - Casa das Mudanças, Património da DRAC
203	Solar de São Cristóvão	Sítio do Caramachão, MACHICO	Recuperado	Património da DRAC, Centro de Cultura de Machico
204	Solar de São Filipe	Travessa e Rua de São Filipe (transversais da Avenida Santiago Menor), FUNCHAL	Instalações Privadas e Públicas	A Capela de São Filipe é Património da DRAC, Escola Básica, propriedade da Diocese do Funchal
205	Solar de São Gil	Sítio São Gil, SANTA CRUZ	n. a.	Património da DRAC
206	Solar do Aposento	PONTA DELGADA	Abandonado	Museu D. Hilária Freitas, Património da DRAC
207	Solar do Cannavial	Entre a Rua da Carreira e a Rua Major Reis Gomes, FUNCHAL	Abandonado	Património da DRAC
208	Solar do Capitão	Caminho Velho do Massapez, PORTO DA CRUZ	Abandonado	Património da DRAC
209	Solar do Engenho	Rua Sousa e Freitas, PORTO DA CRUZ	Abandonado	Património da DRAC
210	Solar do Massapez	Sítio da Lapa e Massapez, RIBEIRA BRAVA	Recuperado	Património da DRAC, Campanário Centrum Club

AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

211	Solar do Ribeirinho	Rua do Ribeirinho, MACHICO	Recuperado	Património da DRAC, Núcleo Histórico de Machico
212	Solar dos Esmeraldos	Abaixo da Igreja da Lombada, PONTA DO SOL	n. a.	Conhecida como Casa da Lombada dos Esmeraldos, Casa dos Esmeraldos, Património da DRAC
213	Solar dos Freitas da Madalena	Abaixo da Igreja da Madalena do Mar, CALHETA	Abandonado	Conhecida como Casa da Madalena do Mar, Património da DRAC
214	Solar dos Heréidas	Ao lado da Igreja da Ribeira Brava, RIBEIRA BRAVA	Recuperado	Património da DRAC, Câmara Municipal da Ribeira Brava
215	Solar dos Reis Magos	Rua D. Francisco Santana, CANIÇO	Abandonado	Património da DRAC
216	Solar Nossa Senhora da Nazaré	Caminho do Serrado, CÂMARA DE LOBOS	n. a.	Património da DRAC
217	Spingfield Villa	Rua dos Ihéus, FUNCHAL	Habitação Privada	
218	Villa Acacia	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	Habitação Privada	
219	Villa Alegria	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	Habitação Privada	
220	Villa Andrade	Rua dos Ihéus, FUNCHAL	Abandonado	Consul da Republica Dominicana
221	Villa Azalea	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	Habitação Privada	
222	Villa Bouganville	Rua das Cruzes, FUNCHAL	Recuperado	Denomina-se Villa Teresinha, Turismo de Habitação
223	Villa Cipriani	Estrada Monumetal, FUNCHAL	Recuperado	Restaurante/Bar Villa Cipriani
224	Villa Conceição	Esquina da Rua Conde Carvalhal e a Rua do Acciaolli, FUNCHAL	n. a.	
225	Villa Damaso	Rua Conde Carvalhal, FUNCHAL	Habitação Privada	
226	Villa Dick	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	Habitação Privada	
227	Villa Magdalena	Caminho de Santo António, FUNCHAL	Habitação Privada	
228	Villa Olinda	Monte, FUNCHAL	n. a.	
229	Villa Passos	Esquina da Rua Alferes Veiga Pestana e a Rua João de Deus, FUNCHAL	Instalações Privadas	A original Quinta Lopes ficou com o nome de Villa Passos após a destruição da segunda, Jardins abertos ao público
230	Villa Passos	PONTA DO SOL	Recuperado	Património da DRAC, Centro Cultural John dos Passos

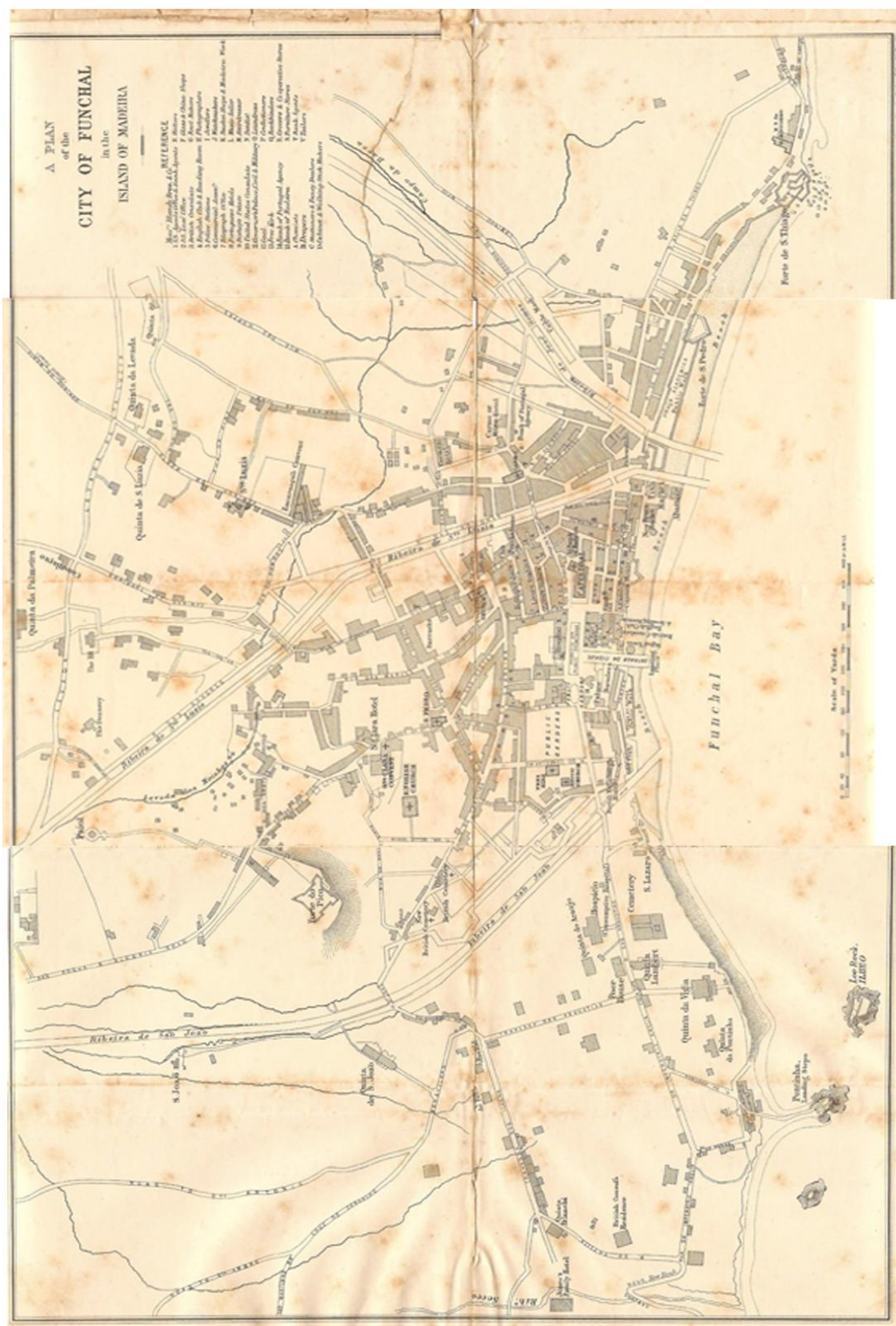
AS QUINTAS MADEIRENSES COMO UMA OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA

231	Villa Rachel	Entre a Rua Imperatriz Dona Amélia e a Rua Carvalho Araújo, FUNCHAL	n. a.	
232	Villa Rego	Rua Conde Carvalhal, FUNCHAL	n. a.	
233	Villa Violeta	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	n. a.	
234	Villa Waldeck	Beco da Rua das Cruzes, FUNCHAL	n. a.	
235	s. de.	Ladeira da Casa Branca, FUNCHAL	Habitação Privada	
236	s. de.	Ladeira da Casa Branca, FUNCHAL	Habitação Privada	
237	s. de.	Ladeira da Casa Branca, FUNCHAL	Recuperado	Turismo de Habitação
238	Quinta New Avenue	Avenida Luís de Camões, FUNCHAL	Recuperado	Antigo Hotel Nova Avenida, Património da DRAC, Conservatório de Música da Madeira
239	s. de.	Caminho das Virtudes, FUNCHAL	Abandonado	
240	s. de.	Caminho das Virtudes, FUNCHAL	Abandonado	
241	Quinta do Rato	Entre a Rua D. João e o Caminho dos Saltos, FUNCHAL	n. a.	
242	Quinta Vitória	Cruzamento da Avenida do Infante com a Rua do Jasmineiro, FUNCHAL	Recuperado	Apartamentos, antiga propriedade da Villa Gonçalves
243	Quinta Stanford	Rua Dr. Pita, FUNCHAL	Recuperado	Quinta Vista Alegre Cottage, Turismo de Habitação
244	Quinta Christovão	Rua dos Saltos, FUNCHAL	n. a.	Existe uma habitação na mesma Rua com a mesma denominação
245	Quinta Faria	Entre a Rua D. João e o Caminho dos Saltos, FUNCHAL	n. a.	Apresenta um estado de degradação avançada
246	Quinta Guimarães	Calçada de Santa Clara, FUNCHAL	n. a.	
247	Quinta dos Reis	Estrada do Livramento, Funchal	Habitação Privada	

Legenda: s. de. – Sem Denominação; s. l. – Sem Local; n. a. – Não Avaliado

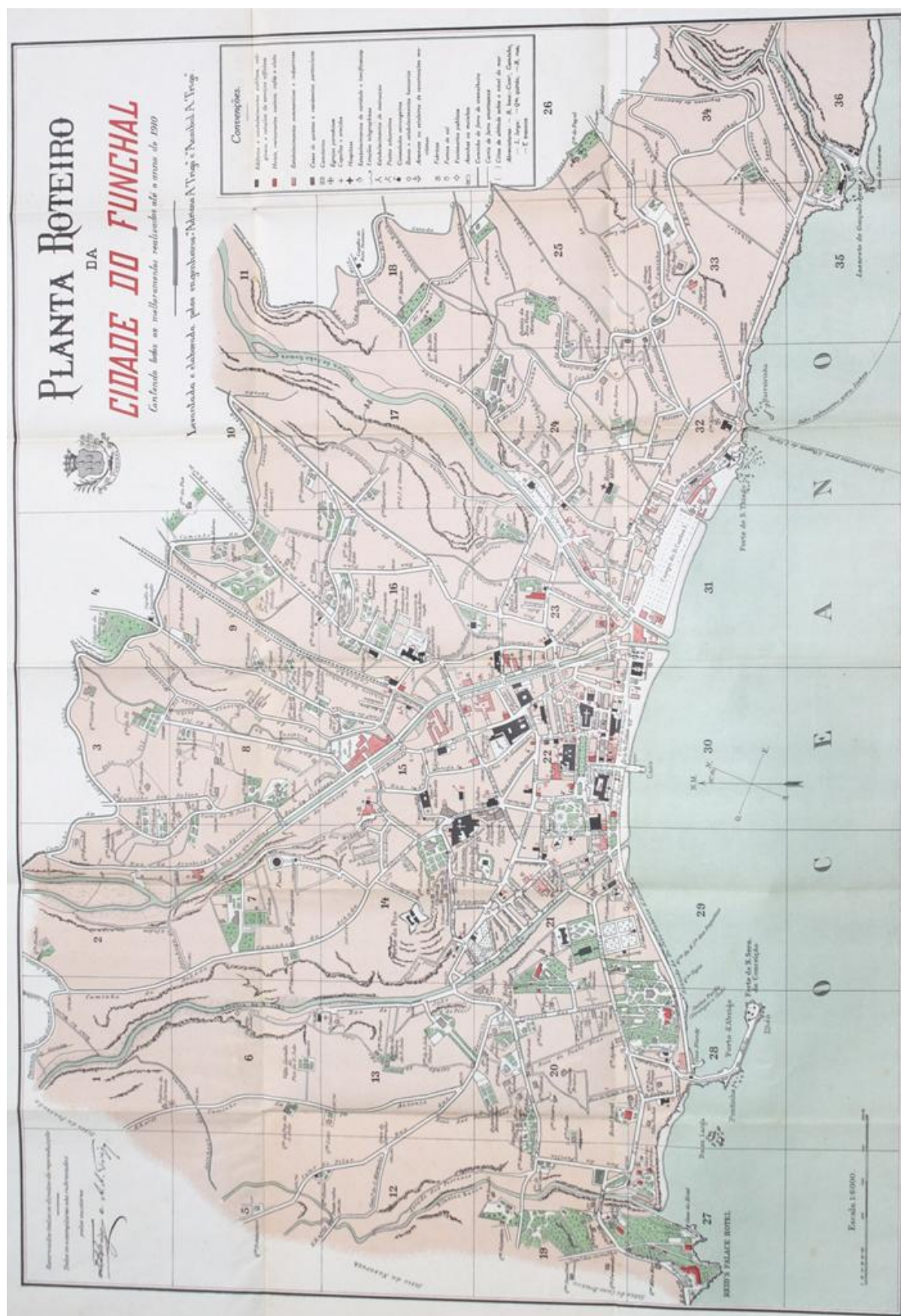
ANEXO VI – IMAGENS E ILUSTRAÇÕES

Fig. 1 – Mapa da Cidade do Funchal (1882)³⁴



³⁴ “City-map” apud TAYLOR, E.M. (1882), Madeira: Its scenery and how to see it, London: Trubner and Co., P.13.

Fig. 2 – “Planta Roteiro da Cidade do Funchal – 1910”³⁵



³⁵ Fonte: <http://fotos.sapo.pt/bmfunchal/fotos/?uid=4uCezEc9qpiQcLw01Bo0>

Fig. 3 – Entrada principal da Quinta dos Cedros com os muros de pedra emparelhada (Autoria própria)



Fig. 4 – Portão da entrada principal da Quinta da Casa Branca com os muros de pedra emparelhada (Autoria própria)



Fig. 5 – Antigo portão de entrada da Quinta das Angústias (Autoria própria)



Fig. 6 – Quinta do Pico de São João, localizada no Caminho de Santo António (Autoria própria)



Fig. 7 – Portão de entrada da Quinta dos Cedros (Autoria própria)



Fig. 8 – Portão de entrada da Quinta das Maravilhas (Autoria própria)

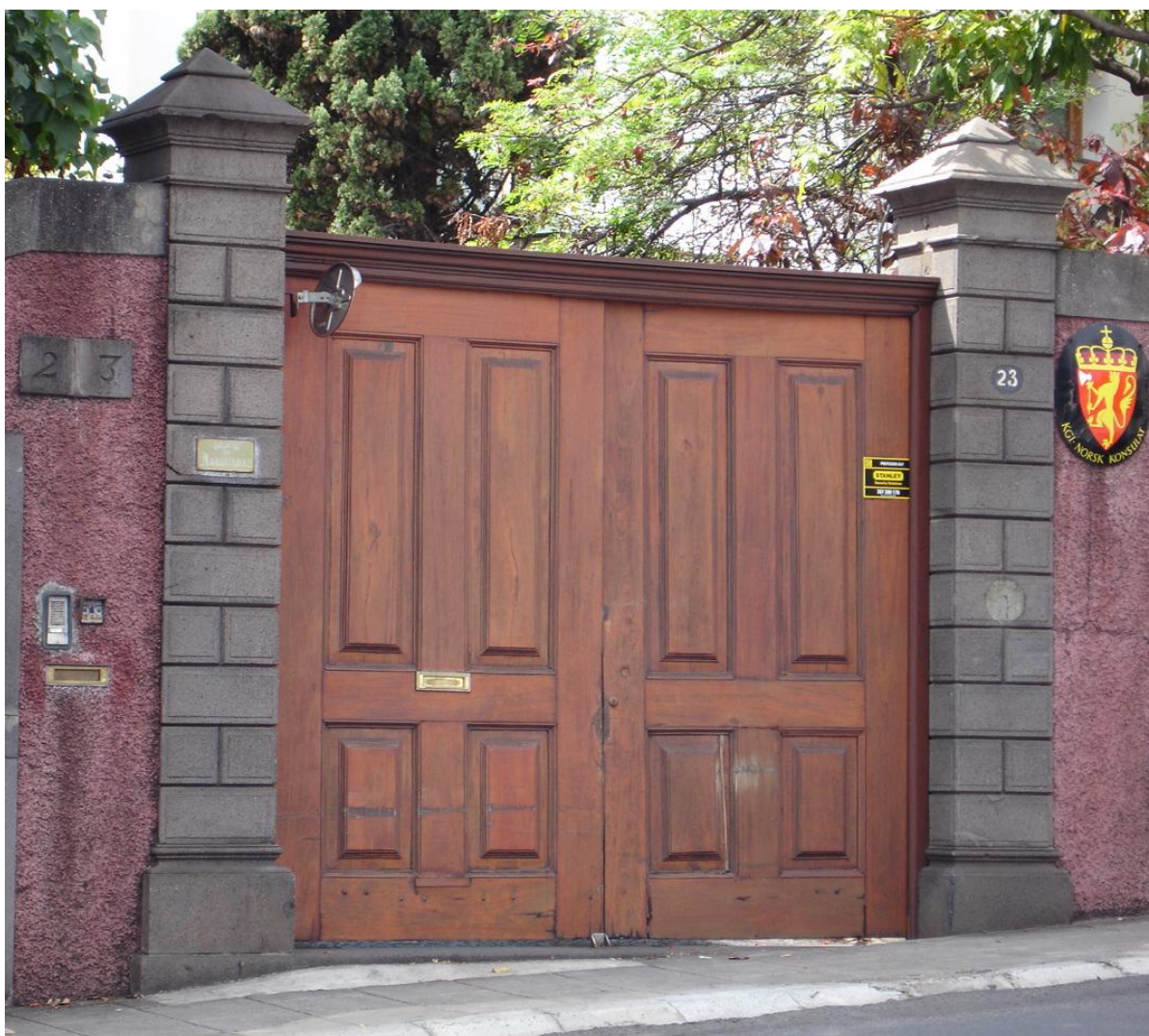


Fig. 9 – Portão de entrada e edifício da Quinta das Cruzes (Autoria própria)



Fig. 10 – Quinta Vista Alegre e o portão de entrada (foto de cima) (Autoria própria)

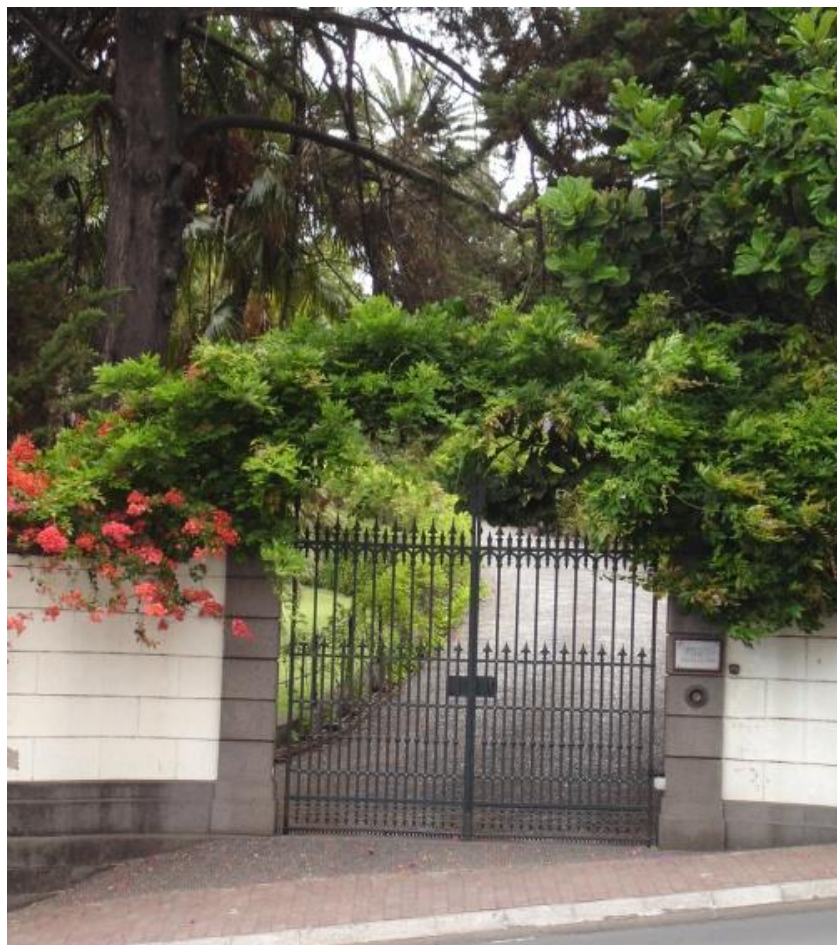


Fig. 11 – Jardins da Quinta Jardins do Imperador, Monte³⁶



³⁶ Fonte: http://www.cm-funchal.pt/ambiente/index.php?option=com_content&view=article&id=225:quinta-jardins-do-imperador-antiga-quinta-gordon-ou-cossart&catid=105:lista-de-outros-jardins&Itemid=274 (foto superior); http://www1.cm-funchal.pt/ambiente/index.php?option=com_content&view=article&id=225:quinta-jardins-do-imperador-antiga-quinta-gordon-ou-cossart&catid=105:lista-de-outros-jardins&Itemid=274 (foto inferior)

Fig. 12 – Jardins paradisíacos da Quinta Monte Palace³⁷



³⁷ Fonte: <http://olhares.sapo.pt/jardim-monte-palace-foto3249582.html> (foto superior); <http://www.geolocation.ws/v/P/8670779/jardin-tropical-monte-palace-funchal/en> (foto inferior)

Fig. 13 – Jardins paradisíacos do Palheiro Ferreiro³⁸



³⁸ Fonte: <http://www.flickr.com/photos/thesixthland/5452747453/> (foto superior); http://www.cm-funchal.pt/en/index.php?option=com_content&view=article&id=348%3AQuinta-do-palheiro-ferreiro-garden&catid=42&Itemid=381 (foto inferior)

Fig. 14 – Casinhas de prazer das: Quinta do Pico de São João (Autoria própria), Quinta Jardins do Imperador³⁹, Quinta das Maravilhas (Autoria própria) e Quinta Josephina (Autoria própria)



³⁹ Fonte: http://www1.cm-funchal.pt/ambiente/index.php?option=com_content&view=article&id=225:quinta-jardins-do-imperador-antiga-quinta-gordon-ou-cossart&catid=105:lista-de-outros-jardins&Itemid=274

Fig. 15 – Jardins tropicais e paradisíacos da Quinta Monte Palace⁴⁰, Quinta Reid⁴¹, Quinta da Palmeira⁴² e Quinta Jardins do Lago⁴³



⁴⁰ Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:2011-03-05_03-13_Madeira_198_Monte_Jardim_tropical_Monte_Palace.jpg

⁴¹ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/88440948>

⁴² Fonte: http://www1.cm-funchal.pt/ambiente/index.php?option=com_content&view=article&id=230:jardim-da-quinta-palmeira&catid=105:lista-de-outros-jardins&Itemid=274

⁴³ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/82277157>

Fig. 16 – Grandes relvados da Quinta do Palheiro Ferreiro⁴⁴



⁴⁴ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/18414549> (foto superior); <https://ssl.panoramio.com/photo/65162253> (foto inferior)

Fig. 17 – Quinta Reid, hoje Jardim Botânico da Madeira Engenheiro Rui Vieira⁴⁵



⁴⁵ Fonte: http://www.amigosdoparque.com/2010_04_01_archive.html (foto superior);
<https://ssl.panoramio.com/photo/51368389> (foto inferior)

Fig. 18 – Quinta Alemã, Rua dos Ilhéus (Autoria própria)

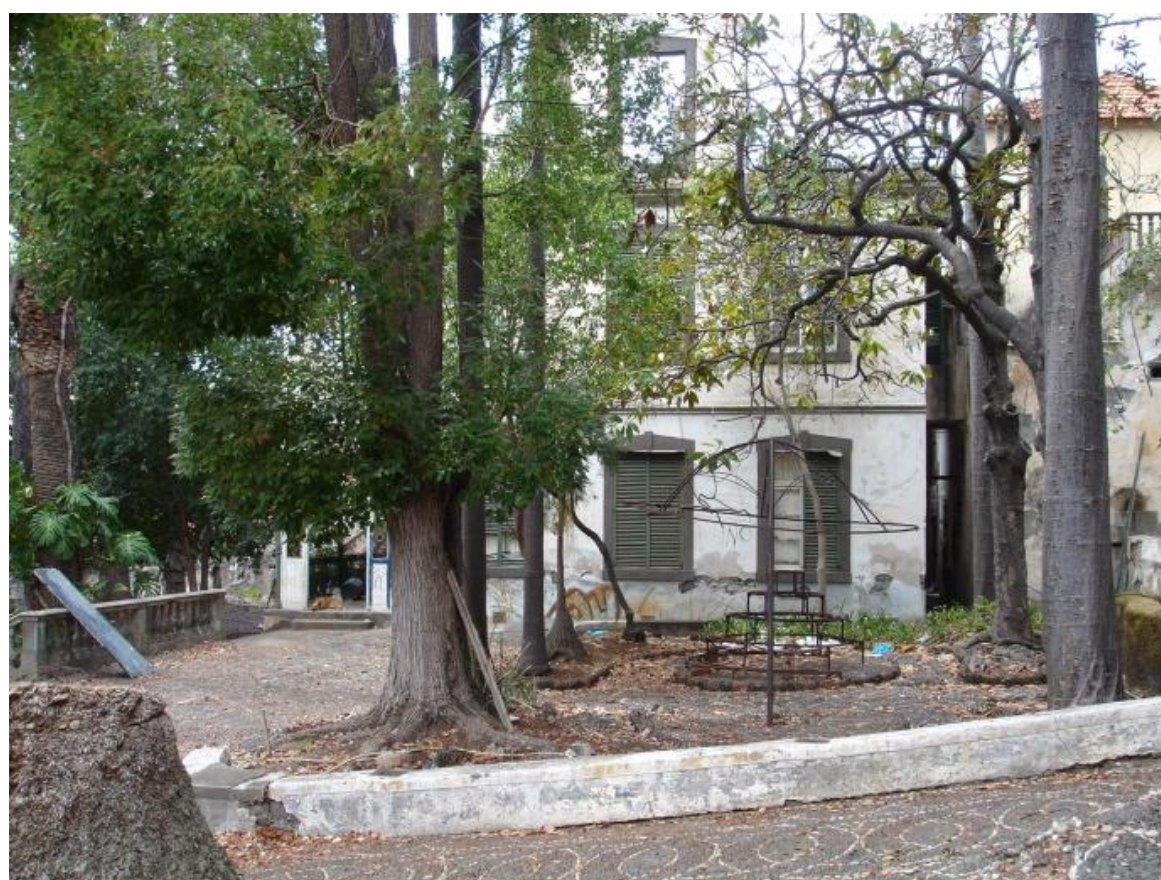


Fig. 19 – Quinta Carlos Alberto (Autoria própria)



Fig. 20 – Quinta da Nora, Avenida Santiago Menor, Funchal (Autoria própria)



Fig. 21 – Quinta Miramar, hoje Pestana Miramar Garden Resort Aparthotel (Autoria própria)



Fig. 22 – Quinta das Vistas, onde o edifício vermelho (foto comprida) e a parede branca (foto central) são as únicas características da casa-mãe original (Autoria própria)



Fig. 23 – O antes⁴⁶ e o depois da Quinta do Sol (hoje Enotel Quinta do Sol (Autoria própria))



⁴⁶ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 50.

Fig. 24 – O antes⁴⁷ e o depois da Quinta de São João (hoje Hotel Four Views (Autoria própria))



⁴⁷ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 53.

Fig. 25 – Jardins da Quinta Magnólia (Autoria própria)

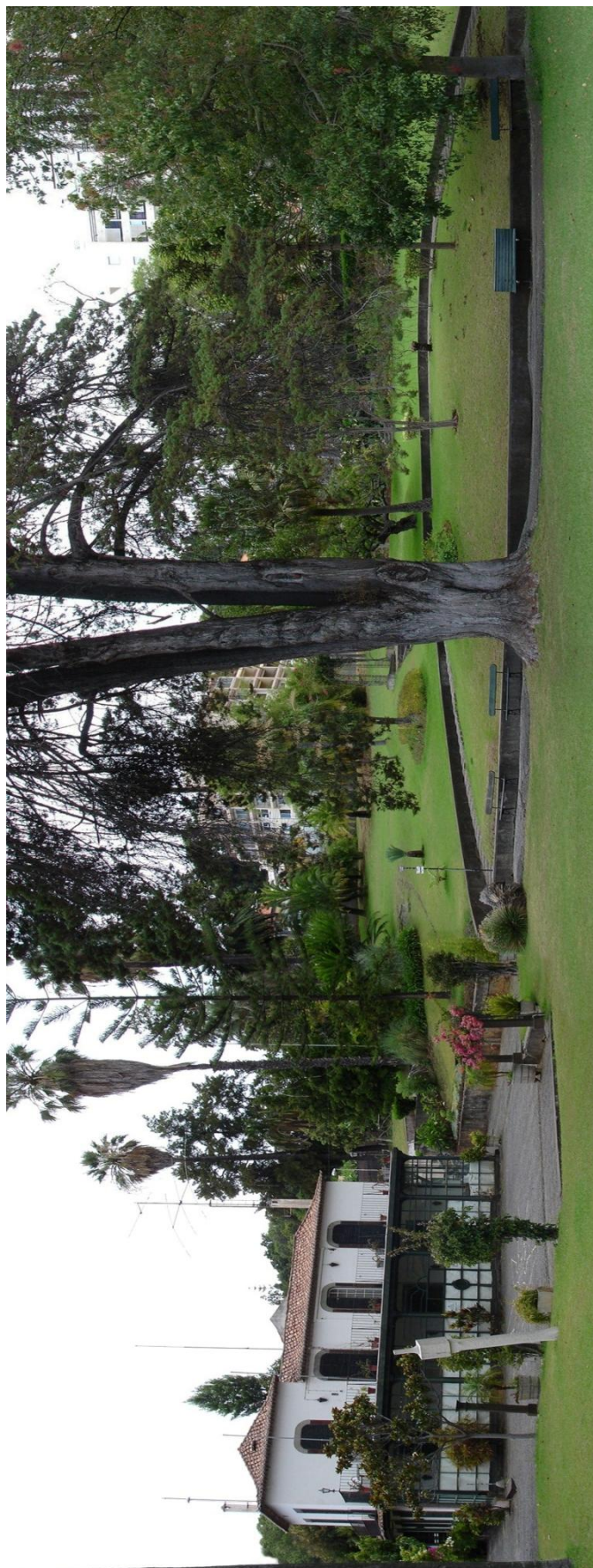


Fig. 26 – Quinta da Capela, Porto da Cruz (Autoria própria)



Fig. 27 – O antes⁴⁸ e o depois da Quinta Deão (hoje um aglomerado urbanístico na Rua da Quinta do Deão (Autoria própria))



⁴⁸ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 68.

Fig. 28 – O antes, durante⁴⁹ e depois das Quintas Vigia⁵⁰, Pavão⁵¹ e Bianchi⁵² (hoje Hotel Pestana Casino Park)
(Autoria própria)



⁴⁹ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 107.

⁵⁰ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 100.

⁵¹ MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 103.

⁵² MATOS, Rui Campos (Fevereiro de 2013), *As Origens do Turismo na Madeira – Quintas e Hotéis do Acervo da Photographia Museu – «Vicentes»*, Funchal, Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas & DRAC (Madeira), Photographia Museu – «Vicentes», P. 106.

Fig. 29 – Quinta das Angústias, hoje Quinta Vigia e Residência Oficial do Governo Regional da RAM (Autoria própria)



Fig. 30 – Quinta Villa Passos, hoje Sede da Secretaria Regional dos Recursos Humanos (Autoria própria)



Fig. 31 – Quinta Lyra, hoje Clínica de Santa Luzia (Autoria própria)



Fig. 32 – Quinta da Ribeira, hoje uma Pousada da Juventude, Funchal (Autoria própria)



Fig. 33 – Quinta Sant’Anna (Machico), hoje Escola do 1º Ciclo⁵³

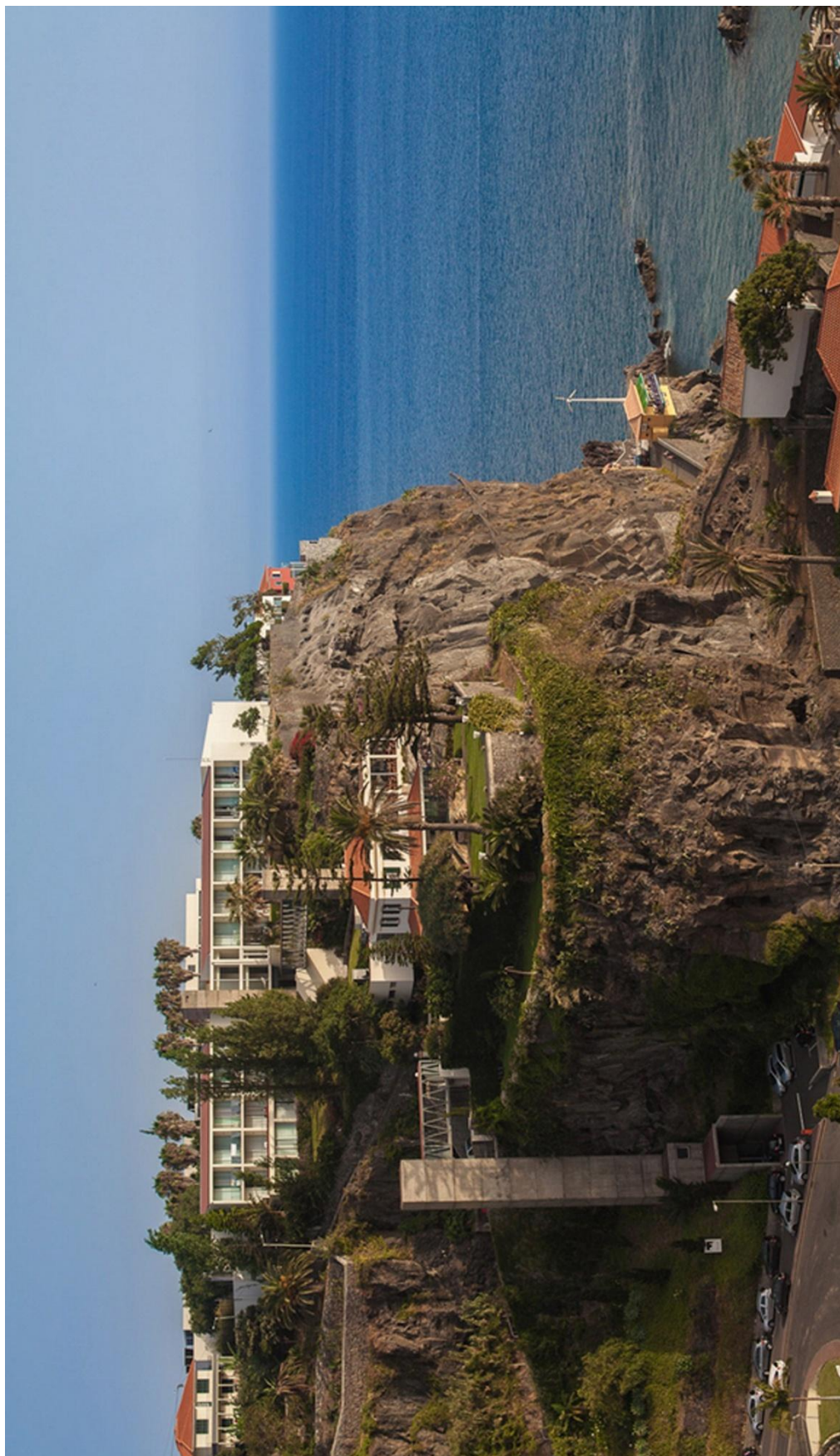


⁵³ Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/52088576>

Fig. 34 – Quinta Perestrello, hoje Quinta Perestrello Heritage House (Autoria própria)



Fig. 35 – Quinta da Rochinha⁵⁴



⁵⁴ Fonte: http://www.pontadosol.com/?page_id=2844&lang=pt

Fig. 36 – Quinta das Colmeias, Santo da Serra⁵⁵



⁵⁵ Fonte: http://www.quinta-das-colmeias.com/en/gallery/house_photos.html#.../photos/house_exterior1.jpg (foto superior); http://www.quinta-das-colmeias.com/en/gallery/quinta_photos.html#.../photos/croquet_lawn.jpg (foto inferior)

Fig. 37 – Solar da Bica, São Vicente (Autoria própria)



Fig. 38 – Quinta da Piedade, Jardim do Mar (Autoria própria)



Fig. 39 – Solar do Aposento e Solar da Ponta Delgada, ambos em Ponta Delgada (Autoria própria)



Fig. 40 – Solar dos Canaviais, Funchal (Autoria própria)



Fig. 41 – TALC de Butler (1980)⁵⁶

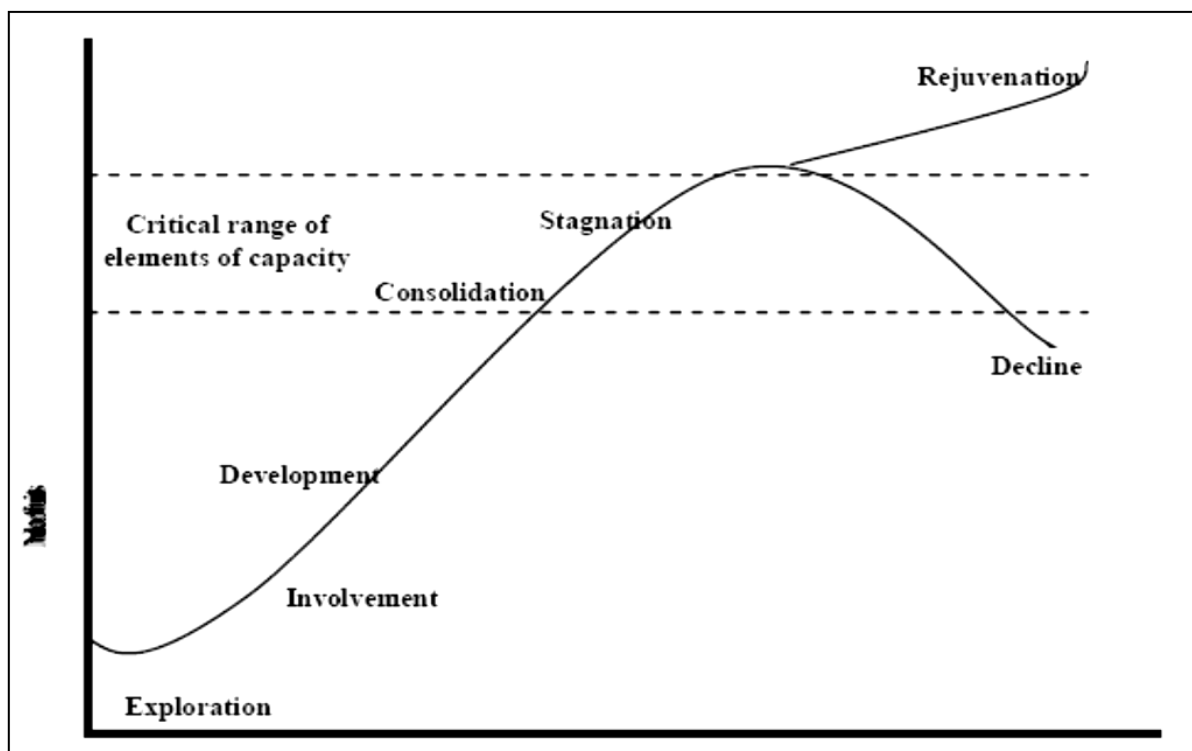


Fig. 42 – Jardins da Quinta Jardins do Lago, Funchal⁵⁷



⁵⁶ ANDRIOTIS, Dr. Konstantinos (S.d.), “The Tourism Life Cycle : an Overview of the Cretan Case”, S.I., S.e., retirado de [http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Andriotis_paper\[1\].pdf](http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Andriotis_paper[1].pdf)

⁵⁷ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/82277157>

Fig. 43 – Quinta Monte Palace⁵⁸



⁵⁸ Fonte: (foto superior) http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Monte_Palace_Tropical_Garden_A.jpg; (foto central) http://commons.wikimedia.org/wiki/File:2011-03-05_03-13_Madeira_191_Monte,_Jardim_tropical_Monte_Palace.jpg; (foto inferior) http://commons.wikimedia.org/wiki/File:2011-03-05_03-13_Madeira_194_Monte,_Jardim_tropical_Monte_Palace_%285544352495%29.jpg

Fig. 44 – Jardins da Quinta da Palmeira⁵⁹



⁵⁹ Fonte: (foto superior) <https://picasaweb.google.com/flippie39/QuintaPalmeira#5602517266889318226>; (foto inferior) <https://picasaweb.google.com/flippie39/QuintaPalmeira#5602517660002427714>

Fig. 45 – Jardins da Estalagem Quinta da Casa Branca, situada no lado esquerdo, ao fundo, na fotografia e com o anexo para os hóspedes (Autoria própria)



Fig. 46 – Quinta do Monte Hotel and Panoramic Gardens⁶⁰



⁶⁰ Fonte: (foto superior) <http://www.lightbluetravel.co.uk/hotel/quinta-do-monte-hotel-madeira.html>; (foto inferior) http://funchaldailyphoto.blogspot.pt/2010_05_01_archive.html

Fig. 47 – Quinta do Estreito, Câmara de Lobos (Autoria: Departamento de Marketing e Vendas da Charming Hotels)



Fig. 48 – Solar da Boaventura, São Vicente (Autoria própria)



Fig. 49 – Quinta da Fonte⁶¹



⁶¹ Fonte: <http://www.madeirarural.com/pt/quinta-fonte.html> (foto superior); http://www.feriendomizile-online.com/nc/de/66/holiday/domizil/Quinta_da_Fonte///2/ (foto inferior)

Fig. 50 – Quinta do Arco⁶²



⁶² Fonte: <http://www.quintadoarco.com/pt/hotel-special-offers.html>
<http://www.lauradenktash.com/rose-diva/quinta-do-arco-rose-garden/> (foto inferior)

(foto superior);

Fig. 51 – Jardins da Estalagem da Quinta da Casa Branca (Autoria própria)



Fig. 52 – Hotel Pestana Palms, à direita está a Vila Lido e atrás do edifício central encontra-se a Quinta Belo Mar
(Autoria própria)



Fig. 53 – Quinta de São Lourenço, Fajã da Ovelha (Autoria própria)



Fig. 54 – Resposta do Porto Bay Serra Golf por correio electrónico

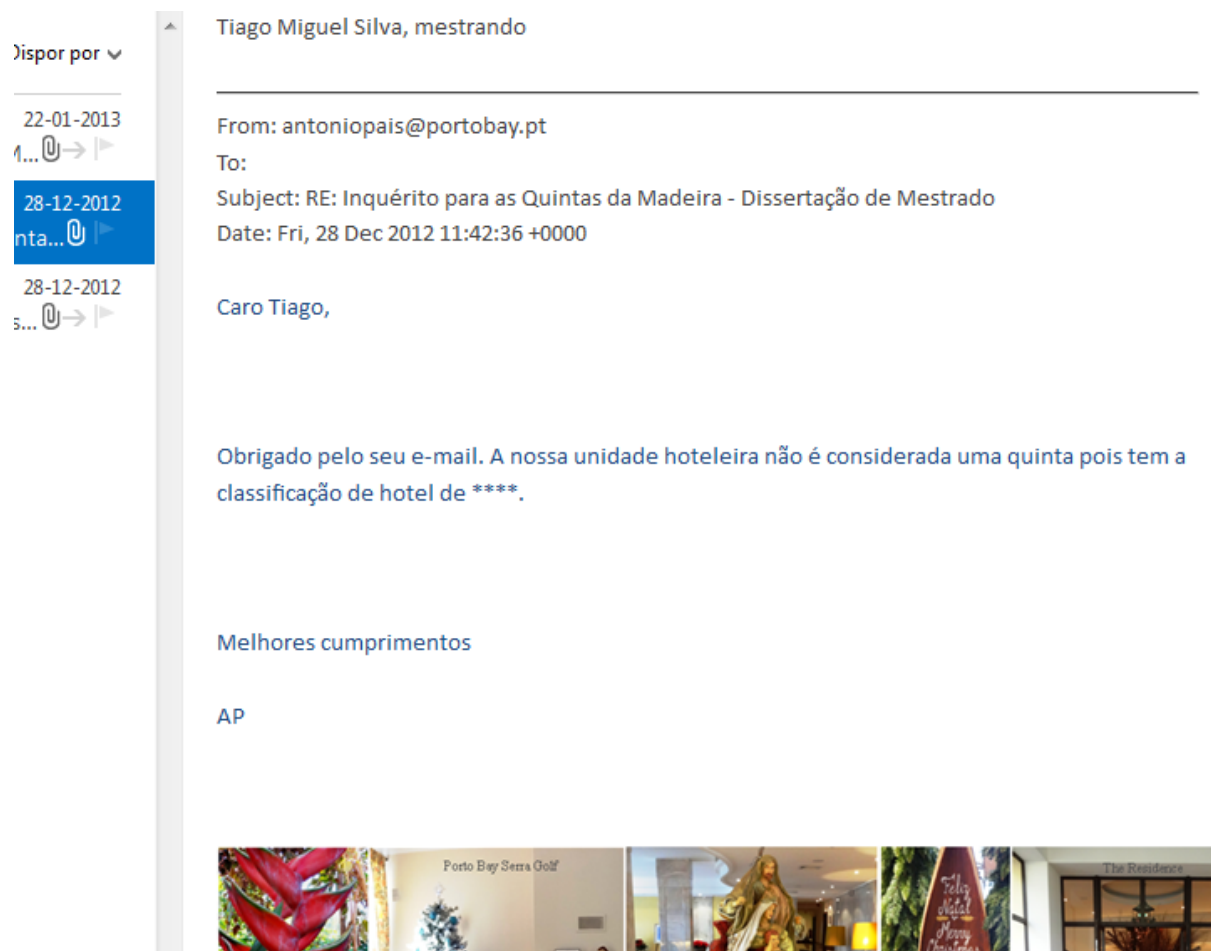


Fig. 55 – Quinta do Revoredo, Casa da Cultura de Santa Cruz⁶³



⁶³ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/27276281> (foto superior); <https://ssl.panoramio.com/photo/27276263> (foto inferior)

Fig. 56 – Quinta das Mudas, Casa-museu das Mudas, Calheta⁶⁴



⁶⁴ Fonte: <http://7maravilhasdacalheta.blogspot.pt/2011/02/casa-das-mudas.html> (foto superior); <http://www.bandolins-madeira.net/projectos/encontro-regional-2008/> (foto inferior)

Fig. 57 – Casa do Ladrilho, Casa-Museu Horácio Bento de Gouveia, Ponta Delgada, Madeira (Autoria própria)

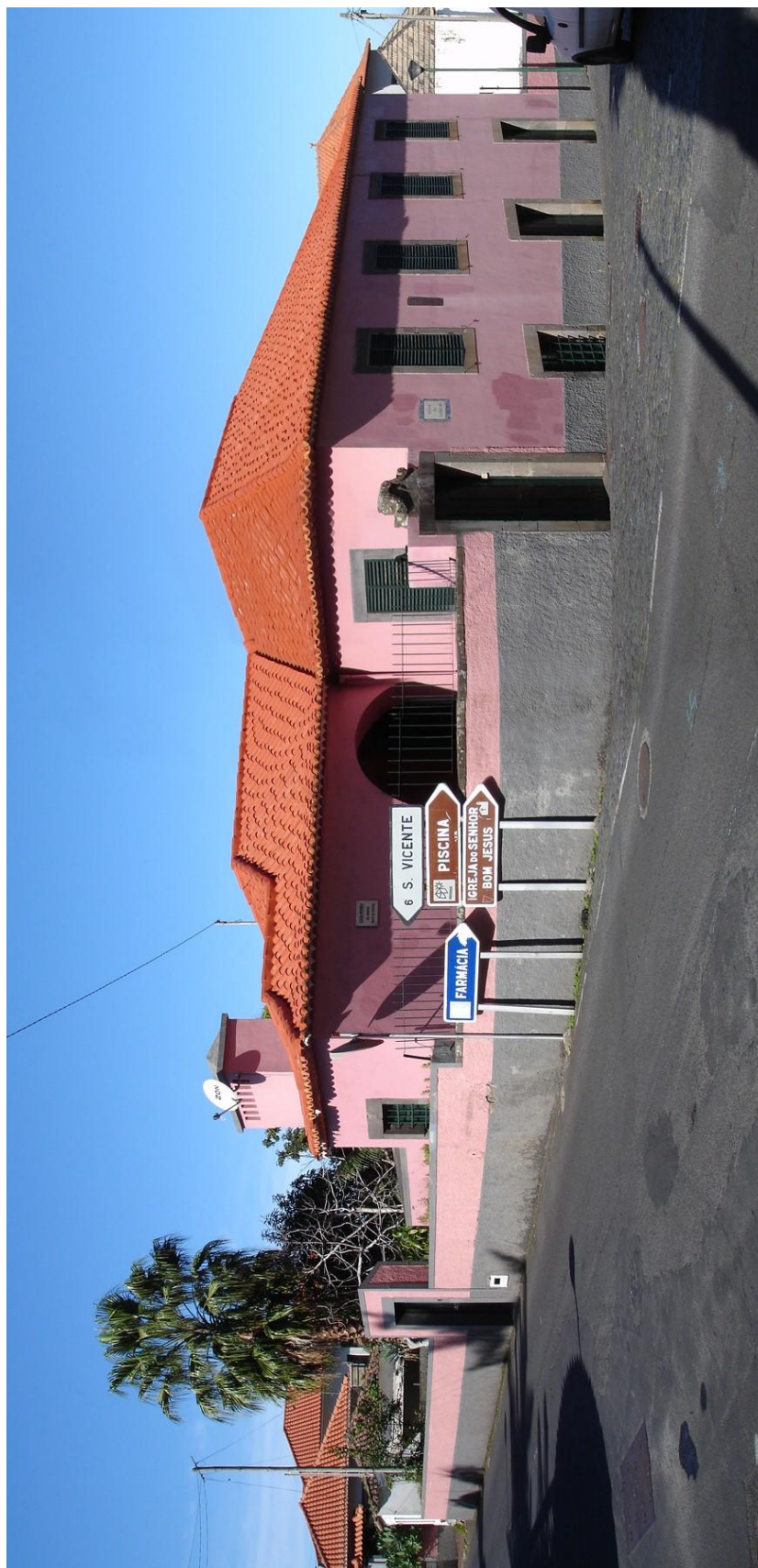


Fig. 58 – Solar do Ribeirinho, Machico⁶⁵



⁶⁵ Fonte: http://xananep.blogspot.pt/2010_10_01_archive.html?zx=a67188d4a6c5ab93 (foto superior);
<https://ssl.panoramio.com/photo/45028768> (foto inferior)

Fig. 59 – Quinta das Vinhas (Autoria própria)



Fig. 60 – Quinta do Santo da Serra, Santo da Serra⁶⁶



⁶⁶ Fonte: http://www.cm-machico.pt/index.php?pag=patrimonio_s_quinta_junta_governo (foto superior); http://www.cm-machico.pt/index.php?pag=patrimonio_s_quinta_junta_governo (foto inferior)

Fig. 61 – Quinta Serra Golf, Santo da Serra⁶⁷



⁶⁷ Fonte: <https://ssl.panoramio.com/photo/58501259>

Fig. 62 – Chalet Vicente, Restaurante na Rua Monumental, Funchal (Autoria própria)



Fig. 63 – Madeira Hotel Quinta do Furão, Santana (Autoria própria)

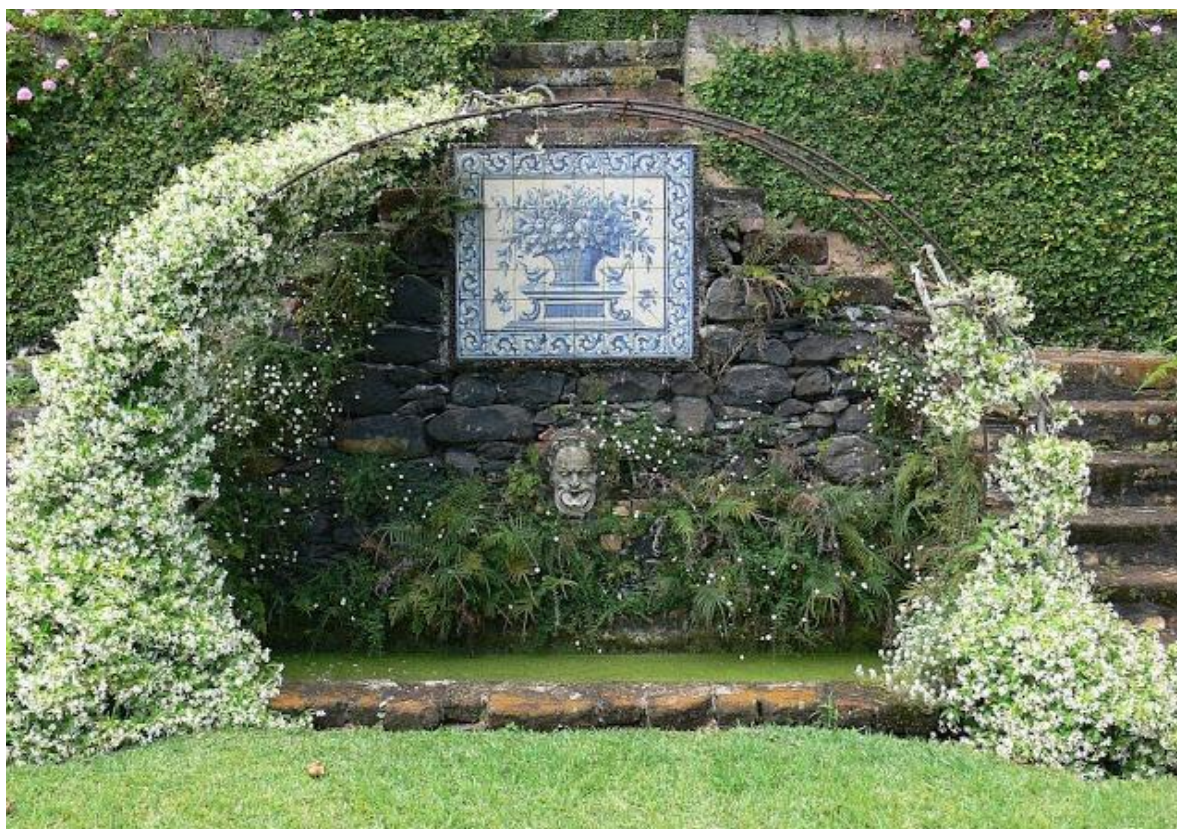


Fig. 64 – Quinta Calaça, hoje Sede do Clube Naval do Funchal⁶⁸



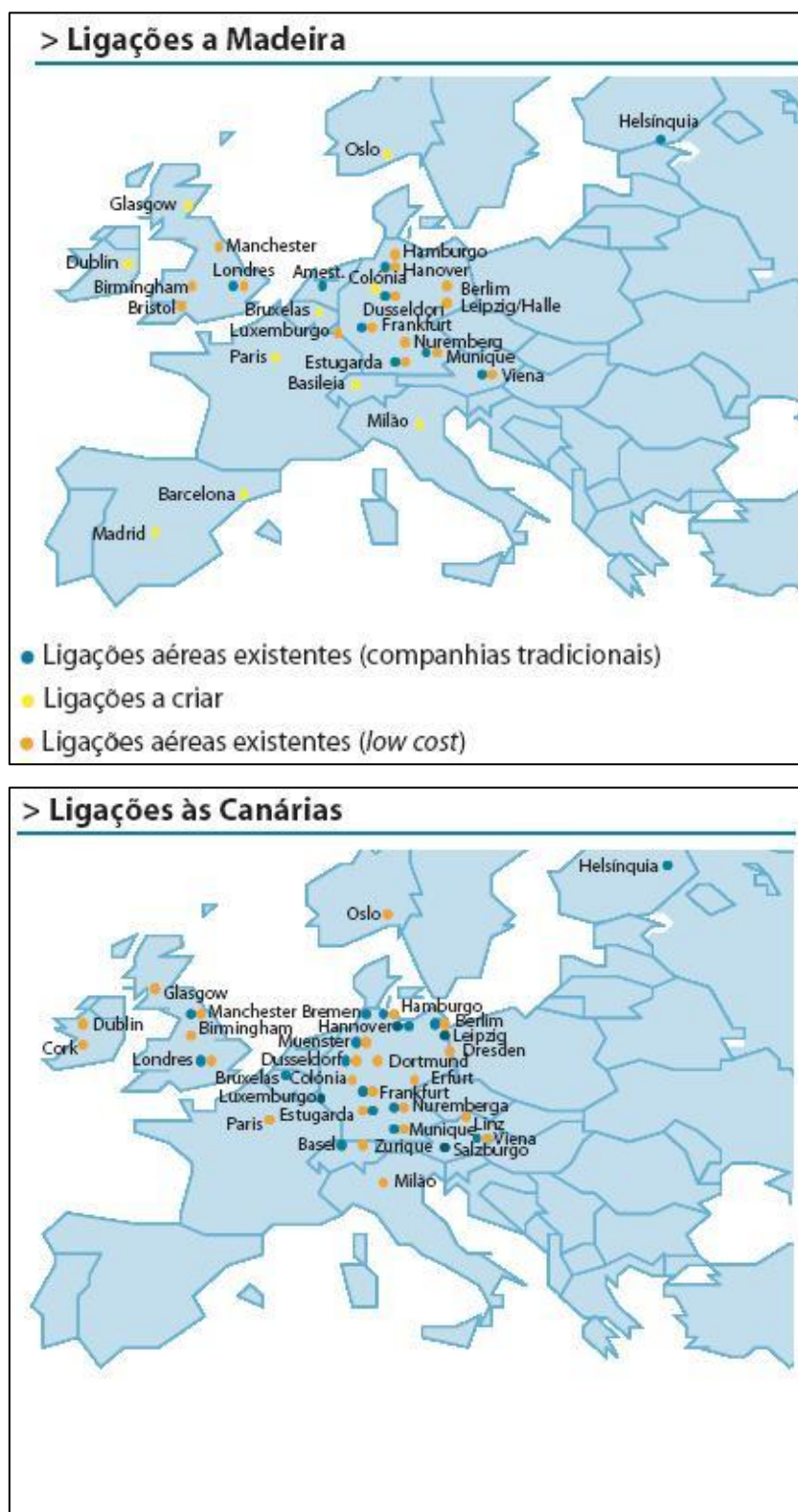
⁶⁸ Fonte: <http://clubenaval.blogspot.pt/> (foto superior); http://www.clubenavaldofunchal.com/clube/localiza%C3%A7%C3%A3o/sede-quinta_cala%C3%A7a.aspx (foto inferior)

Fig. 65 – Jardins da Quinta Plameira, Rua de Santa Luzia, Funchal⁶⁹



⁶⁹ Fonte: <https://picasaweb.google.com/flippie39/QuintaPalmeira#5602517387918839618> (foto superior); <https://picasaweb.google.com/flippie39/QuintaPalmeira#5602517629363614274> (foto inferior)

Fig. 66 – Ligações Aéreas existentes em Setembro de 2006 da RAM e Canárias⁷⁰



⁷⁰ INOVAÇÃO, Ministério da Economia e da (2007), *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Lisboa, 2007. Turismo de Portugal, ip. P. 90.