

A aplicabilidade dum ecotaxa em Porto Santo

Dissertação para a obtenção de grau de mestre em
Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo

Aluna: Ana Rita Azevedo Rocha

Orientadora: Prof^a Doutora Ana Maria Cortesão Pais Figueira da Silva Abreu

Funchal, Dezembro de 2008

Prefácio

“Consertando o Mundo”

“Um cientista vivia preocupado com os problemas do Mundo e estava resolvido a encontrar meios de minora-los. Passava os dias no seu laboratório em busca de respostas para as suas dúvidas...

Certo dia, seu filho, de sete anos, invadiu o seu “santuário” decidido a ajudá-lo a trabalhar. O cientista, nervoso pela interrupção, tentou fazer com que o filho fosse brincar noutra lugar. Vendo que seria impossível demovê-lo, o pai procurou algo que o entretece, com o objectivo de distrair a sua atenção.

De repente, deparou-se com o mapa do Mundo e alegrou-se, pois era isso que procurava! Com o auxílio duma tesoura, recortou o mapa em vários pedaços, e juntamente com um rolo de fita adesiva, entregou ao filho dizendo:

- Tu gostas de quebra-cabeças, não é verdade? Então, vou dar-te o Mundo para consertar... Aqui está o mundo todo partido. Vê se consegues fazê-lo bem, mas não te esqueças: faz tudo sozinho!

Calculou que a criança levaria dias para recompor o mapa, mas passadas algumas horas, ouviu a voz do filho, que o chamava calmamente:

- Pai, pai, já fiz tudo! Consegui terminar tudinho!

Ao princípio, o pai não acreditou nas palavras do filho. Era impossível, na sua idade, ter conseguido reconstruir um mapa que jamais havia visto.

Relutante, o cientista levantou os olhos das suas anotações, certo que veria um trabalho digno duma criança, quando, para sua surpresa, constatou que o mapa estava completo. Todos os pedaços haviam sido colocados nos devidos lugares. Como seria possível? Como o menino havia sido capaz? Perguntou-se o cientista e resolveu averiguar com o filho como ele tinha conseguido tal feito.

- Tu não sabias como era o Mundo, meu filho, como conseguiste?

- Pai, eu não sabia como era o Mundo, mas quando o pai tirou o papel da revista para recortar, vi que do outro lado estava a figura de um homem. Quando me deu o Mundo para construir, eu tentei... mas não consegui. Foi então que me lembrei do homem, virei os recortes e comecei a conserta-lo, que eu sabia como era. Quando acabei, virei a folha e via que ao consertar o homem, tinha conseguido consertar o Mundo!" (Autor desconhecido)

Tal como este cientista, estamos numa corrida obsessiva contra o tempo para consertar o mal que já infligimos ao Mundo, enquanto Homens, com todos os defeitos inerentes à nossa natureza.

Apesar do Turismo apresentar-se como uma arma a favor da tolerância, contra a pobreza, a desigualdade, e uma forma de obter fundos para a preservação cultural, humana e ecológica, incentivando o desenvolvimento local, a verdade é que o seu reverso pode levar à degradação e depauperação de bens tangíveis e intangíveis, se medidas de prevenção não forem planeadas e aplicadas correctamente para ajudar a "consertar o Mundo" através da indústria da Paz.

Índice Geral

Prefácio	i
Índice Geral	iii
Índice dos anexos	ix
Índice dos apêndices	ix
Índice de figuras	ix
Índice de gráficos	ix
Índice de quadros	xi
Lista de siglas e abreviaturas	xiii
Agradecimentos	xv
Resumo	xvii
Palavras-chave	xvii
<i>Abstract</i>	xviii
<i>Keywords</i>	xviii
Introdução	01
Capítulo 1 – O Turismo e enquadramento teórico da ecotaxa	03
1. 1 – Definição de Turismo	03
1. 2 – O Turismo no Mundo	03
1. 3 – Previsões para o desenvolvimento do Turismo	04
1. 4 – O Turismo sustentável: um planeamento para o futuro	04
1. 5 – A alteração da mentalidade dos turistas	05
1. 6 – A biodiversidade e as alterações climáticas	06

1. 7 – O ecoturismo	07
1. 7.1 – O perfil do turista “verde”	08
1. 8 – A sustentabilidade ambiental	08
1. 9 – Política Fiscal	10
1. 9.1 – Definição de impostos/taxas, e seus impacto na economia	10
1. 10 – Tipo de taxas turísticas	11
1.11 – O efeito multiplicador	12
1.11.1 - Benefícios económicos das viagens e turismo	12
1.12 – Definição de ecotaxa	13
1.12.1 – Tipos de ecotaxas	13
1.12.2 – Objectivos das ecotaxas	14
1.12.3 – Legislação sobre ecotaxas	14
1. 13 – Ecotaxa e turismo	15
1. 13.1 – Potenciais benefícios	15
1. 13.2 – O impacto macroeconómico duma ecotaxa num destino turístico	15
1.14 – Ecotaxas e taxas turísticas pagas em Portugal	16
Capítulo 2 – Tentativas de implementação: casos estudos	19
2.1 – O turismo nas ilhas	19
2.2 – O gasto turístico	21
2.3 – A capacidade de carga	22
2.4 – A globalização e a pressão sobre os destinos	22
2.5 – A criação da vantagem competitiva	23
2.6 – Avaliação do impacto ambiental	23
2.7 – A problemática da implementação duma ecotaxa	24
2.8 – Análise de <i>Benchmarking</i>	24

2.9 – Vários modelos de ecoturismo e protecção do meio ambiente	25
2.9.1 – Arquipélago Fernando de Noronha	25
2.9.2 – Austrália	26
2.9.3 – Bulgária	28
2.9.4 – Costa Rica	29
2.9.5 – Egipto	30
2.9.6 – Escócia	31
2.9.7 – Ilhas Baleares	32
Capítulo 3 – Porto Santo, a “ilha dourada”: enquadramento do destino	35
3.1– Breve resenha histórica	35
3.2 – Caracterização demográfica, sócio económica e cultural	36
3.2.1 – Poder de compra	38
3.2.2 – Educação	38
3.3 – Caracterização da Oferta.....	39
3.3.1– Património Natural	39
3.3.2 – Património Cultural e Humano	42
3.3.3 – Equipamentos Desportivos e de Lazer	44
3.3.4 – Parque Hoteleiro	45
3.3.5 – Restaurantes e similares	46
3.3.5.1 – Gastronomia	46
3.3.6 – Eventos	47
3.3.7 – Acessibilidades	47
3.3.8 – Análise SWOT	47
3.4 – Caracterização da Procura	50
3.4.1 – Evolução do Turismo no Porto Santo	50

3.4.2– Mercados emissores	53
3.4.3– A sazonalidade	54
3.5 – O Turismo como condutor sócio económico	55
3.5.1– Influência do Turismo no PIB da RAM	56
3.5.2– Indicador sócio económico	56
3.5.3 – Mercados potenciais	57
3.5.4 – Produtos potenciais	57
3.5.5 – Gestão actual do destino	58
3.5.5.1 – Algarve: o modelo adaptado para o estudo do Porto Santo?	58
3.5.6 – Indicadores de sustentabilidade	59
3.5.6.1 – Sustentabilidade económica	59
3.5.6.2 – Sustentabilidade social	60
3.5.6.3 – Sustentabilidade ambiental	61
3.5.7– Promoção e <i>marketing</i>	63
3.5.7.1 – Política de produto	63
3.5.7.2 – Política de preço	63
3.5.7.3 – Política de distribuição	64
3.5.7.4 – Política de comunicação	64
3.6 – O envolvimento dos <i>actores chave (Stakeholders)</i>	65
3.7 – Um destino ecológico?	66
Capítulo 4 – Porto Santo, um estudo de caso	69
4.1 – Objectivos e importância da avaliação do impacto duma ecotaxa	69
4.2 – Investigação e Metodologia	70
4.3 – Inquéritos e recolha de dados	71
4.3.1 – Análise sócio económica	72

4.3.2 – Conhecimento do destino e sensibilidade ecológica	78
4.3.3 – Satisfação com o destino	84
4.4 – Análise dos resultados	87
Conclusão	101
Reflexões finais	107
Bibliografia	111
Anexos	119
Apêndices	149

Índice dos anexos

Anexo I: POTRAM (Porto Santo)	119
Anexo II: Apoio a novas rotas (aeroporto do Porto Santo)	125
Anexo III: Dados demográficos da RAM e Porto Santo	137
Anexo IV: Unidades hoteleiras de Porto Santo	141
Anexo V: Mapa da Rede de Áreas Marinhas Protegidas do Porto Santo	145

Índice dos apêndices

Apêndice I: Inquéritos (português e inglês)	149
Apêndice II: Resultados dos testes estatísticos	159

Índice de figuras

Figura 1.1: Painel: “O turismo, fonte de enriquecimento”	17
Figura 3.1: A roda dinâmica dos <i>actores chave</i> do turismo	66
Figura 3.2: Ciclo de vida de um destino turístico segundo Butler	67

Índice de gráficos

3.1 - Evolução das entradas de turistas	50
3.2 - Evolução das dormidas	51
3.3 - Taxa de ocupação hoteleira	51
3.4 - Evolução da capacidade de alojamento	52

3.5 - Evolução do movimento no aeroporto	52
3.6 - Evolução do movimento no porto	53
3.7 - Sazonalidade	54
4.1 - Proveniência dos inquiridos	73
4.2 - Faixas etárias dos turistas	73
4.3 - Sexo dos inquiridos	74
4.4 - Habilitações académicas dos turistas	74
4.5 - Ocupação dos turistas	75
4.6 - Nível do rendimento líquido dos inquiridos	75
4.7 - Frequência das viagens	76
4.8 - Motivo das viagens	76
4.9 - Companhia nas férias	77
4.10 - Pessoas com quem os turistas costumam fazer férias	77
4.11 - Altura do ano em que preferem viajar	78
4.12 - Escolha de ecodestinos	78
4.13 - Preferência por ecodestinos	79
4.14 - Percepção dos turistas da "ilha dourada": se única ou complemento da Madeira	79
4.15 - Conhecimento das especificidades do destino Porto Santo	80
4.16 - Ambiente, um valor a preservar e a responsabilização/consciência do impacto dos turistas no destino	80
4.17 - Responsabilização dos turistas pelo desgaste no destino e se já pagou ecotaxa	81
4.18 - Opções de pagamento da ecotaxa	82
4.19 - Valor predisposto pelos inquiridos a pagar por uma ecotaxa	82
4.20 - Entidades que deveriam suportar os custos de manutenção ambiental	83
4.21 - Intenção de ir/voltar ao Porto Santo	83
4.22 - Necessidade de protecção e melhoramento do ambiente	84

4.23 - Percentagem de turistas que já tinha estado antes em Porto Santo.....	84
4.24 - Razões pelas quais os turistas escolheram o Porto Santo para passar férias	85
4.25 - Actividades realizadas pelos turistas durante a sua estada em Porto Santo	85
4.26 - Grau de satisfação	86
4.27 - Cumprimento dos objectivos/expectativas das férias	86

Índice de quadros

1.1 - Taxas aplicadas no turismo em Portugal	16
3.1 - Número de plantas vasculares endémicas em Porto Santo	40
3.2 - Análise SWOT (oportunidades/ameaças)	48
3.3 - Análise SWOT (pontos fortes/pontos fracos)	49
3.4 - Dormidas por concelho segundo países de residência habitual dos hóspedes	54
3.5 - Gasto Turístico na RAM	55
3.6 – Diversos indicadores do turismo	56
4.1 - País de origem	87
4.2 - Sexo	88
4.3 - Habilitações académicas.....	89
4.4 - Rendimento mensal líquido	89
4.5 - Duração média das deslocações em férias.....	90
4.6 - Companhia nas férias	91
4.7 - Altura preferida para fazer férias	91
4.8 - Escolha por ecodestinos	92
4.9 - Relevância das informações sobre os destinos	92
4.10 - Preferência por ecodestinos.....	92
4.11 - Tomada de conhecimento	93

4.12 - Elementos associados ao Porto Santo.....	93
4.13 - Percepção sobre o Porto Santo	94
4.14 - Porto Santo: destino único ou complementar?	95
4.15 - Conhecimento sobre endemismos no Porto Santo	95
4.16 - Noção da existência de bandeira azul.....	95
4.17 - Conhecimento das qualidades terapêuticas da areia	96
4.18 - O Porto Santo seria um destino mais atraente se fosse ecológico?.....	96
4.19 - O ambiente é um valor a preservar?	97
4.20 - Já pagou ecotaxa?	97
4.21 - Predisposição para pagar uma ecotaxa	98
4.22 - Intenção de ir ou voltar ao Porto Santo	99

Lista de siglas e abreviaturas

ACIPS – Associação Comercial do Porto Santo
ANAM – Aeroportos da Madeira e Porto Santo
AHP – Associação dos Hotéis de Portugal
AEA – Agência Europeia para o Ambiente
AP – Associação de Promoção da Madeira
CMPS – Câmara Municipal de Porto Santo
DGT – Direcção Geral do Turismo
DRE – Direcção Regional de Estatística
DRT – Direcção Regional de Turismo
ETAR – Estação de tratamento de águas residuais
FOEG – Friends of the Earth Guernsey
GIO – Gestão Integrada da Qualidade
ICN – Instituto de Conservação da Natureza
INE – Instituto Nacional de Estatística
INTERREG – Fundo Europeu de apoio às regiões ultraperiféricas
IRE – Instituto Regional de Emprego
IST – Instituto Superior Técnico
IT – Instituto de Turismo de Portugal
IVA – Imposto do Valor Acrescentado
OMT/WTO – Organização Mundial de Turismo
PDES – Plano de Desenvolvimento Económico e Social
PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo
PIB – Produto Interno Bruto
PIDDAR – Plano e Programa de Investimento e Despesas de Desenvolvimento da RAM
PIQTUR – Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo
PIT – Programa de Intervenção do Turismo
PITER – Programas Integrados Turísticos de Natureza Estruturante
PNM – Parque Natural da Madeira
POOC – Plano de Ordenamento da Orla Costeira
POT/POTRAM – Plano de Ordenamento Turístico da RAM
RAM – Região Autónoma da Madeira
RNAP – Rede Nacional de Áreas Protegidas
SDPS – Sociedade de Desenvolvimento do Porto Santo
SNAC – Sistema Nacional de Áreas Classificadas
SRTC – ex-Secretaria Regional do Turismo e Cultura
TIC – Tecnologias de informação e comunicação
TIES – The international ecotourism society
UN – Nações Unidas
UNEP – United Nations Environment Programme
UNL – Universidade Nova de Lisboa

Agradecimentos:

À minha orientadora, pela força e inteligência

Ao Dr Paulo Faria, ex-Director Regional de Turismo, pelo apoio

À ANAM pela simpatia e prontidão nas respostas

À Porto Santo Verde pela cooperação

Aos familiares:

Ana Maria, Maria José, Teresa Correia de Azevedo e Miguel Rocha

A alguns colegas de turma e de trabalho pela paciência e ajuda dispensada

Aos amigos e amigas pela compreensão

Resumo

As ilhas apresentam-se como casos muito especiais de exemplos de destinos turísticos em que nem sempre os seus recursos naturais permitem muita diversificação a nível económico, levando-as a escolher a via do turismo, como acontece no Porto Santo.

Com uma população a abandonar a ilha, na sua maioria por falta de alternativas profissionais e económicas, este pequeno oásis no meio do Atlântico pertencente à Região Autónoma da Madeira, luta pelo seu lugar de destino “Sol & Mar” por excelência, mas tentado, à *priori*, diversificar, através de outras apostas que irão ser apontadas no capítulo 3. Será assim revelada a importância e o papel do turismo na “ilha dourada” e medir até que ponto a implementação duma ecotaxa seria bem-vinda entre os seus visitantes, e constatar a sua importância para a protecção do meio ambiente único.

Numa altura em que o comportamento dos turistas e da população em geral está a mudar e a palavra sustentabilidade e ecologia começam a ter cada vez mais importância, este trabalho tem por objectivo analisar e apresentar resultados relativamente a uma alternativa inovadora para a protecção do meio ambiente daquela ilha: eventual aplicação duma ecotaxa.

Palavras-Chave

Ecotaxa

Destino Ecológico

Ecoturismo

Sustentabilidade

Abstract

Islands are a very special case studies of tourism destinations on which their natural resources don't always allow much economical diversification, taking them on choosing the road of tourism, where Porto Santo can be located.

With growing departing population, mostly for lack of opportunities professional and economical, this small oasis in the middle of the Atlantic Ocean is part of the Regional Government of Madeira and fights for its place as an excellence "sun and sea" destination, but trying to diversify the product on front, as to be shown on chapter 3. The role and importance of tourism at Porto Santo will be revealed and measuring how far the implementation of an ecotax would be welcome among visitors, and its importance for protecting the unique environment.

At this turning point of tourist and general population behaviour towards words as sustainability and ecology which are gaining power, this essay has the objective to analyse and present results to alternative and innovate plans to protect the island's environment: probable apply of an ecotax.

Keywords

Ecotax

Eco destination

Ecotourism

Sustainability

Introdução

Aos poucos, o Porto Santo tem vindo a destacar-se como um destino emergente, tendo começado por ser o local de eleição dos madeirenses para passar férias, mas que gradualmente está a conquistar o seu lugar como um destino próprio e independente. Com um reconhecido desenvolvimento nos últimos anos, vários avultados projectos de investimento público e privado continuam a decorrer, como por exemplo a finalização do empreendimento *Colombo's Resort* do grupo SIRAM, os quais irão contribuir para a consolidação das infra-estruturas de diversificação de oferta turística.

A sustentabilidade é o valor económico gerado pelo turismo, em especial para as ilhas, que muitas vezes não têm capacidade para se dedicarem a outras indústrias. No entanto, será preciso muita precaução para que não aconteça ao Porto Santo o mesmo que aconteceu a tantos outros destinos, que começaram com um futuro brilhante pela frente e terminaram na miséria e no esquecimento, ou que simplesmente tiveram que reinventar-se, como é o caso das Ilhas Baleares e das Canárias.

Neste contexto, apresentamos uma possível resposta às futuras necessidades dum destino que tem ainda muito para oferecer, imortalizadas pelas palavras de Maximiano da Silva (Fado "Porto Santo", anos 50; Wikipédia, 2008):

"Porto Santo, uma ilha sem igual...", e que, indubitavelmente, se adequam às características únicas duma ilha com uma luminosidade inimitável, bem-estar inerente e o profissionalismo possível dum destino por excelência, mas com um delinear do futuro altamente vulnerável.

O tema contemporâneo da sustentabilidade ambiental através da implementação da ecotaxa num destino, suas causas e consequências, é o ponto de apoio para o objecto deste estudo: um fenómeno real traduzido pelo aumento da procura do Porto Santo e consequente desgaste.

Está a registar-se um aumento considerável de turistas a visitarem Porto Santo através de voos *charters*, em especial na época estival. Para manter todas as características apazíveis e únicas que destacam esta ilha, e proteger a sua biodiversidade, tem que haver um trabalho conjunto

público - privado, que se alargue até à população, para que haja a possibilidade da criação da sustentabilidade e protecção do meio ambiente. Nesta conformidade, o principal objectivo geral desta investigação é sensibilizar a população, turistas, governantes e todos os *actores chave* envolvidos, para o conceito do desgaste ambiental, especialmente numa ilha, através dos inquéritos recolhidos junto dos turistas e determinar se e qual o valor que um turista estaria disposto a pagar por uma ecotaxa na “ilha dourada”.

No capítulo 1 são transmitidos vários conceitos necessários para o entendimento deste trabalho. De uma forma mais dirigida, no capítulo 2 são referidas algumas implementações da ecotaxa ao redor do globo. A descrição do destino que é a base deste estudo, com todas as suas características naturais e humanas, é apresentada no capítulo 3. O capítulo principal é o quarto, pois é aquele que revela o propósito deste trabalho. Nele são analisadas estatisticamente as respostas dos inquéritos efectuados junto de dois grupos de turistas (um que conhecia o Porto Santo e outro que não conhecia), de modo a investigar a sua receptividade a uma eventual aplicação de ecotaxa neste destino.

Por último, são apresentadas as conclusões, bem como algumas reflexões finais.

Capítulo 1

O turismo e o enquadramento teórico da ecotaxa

O turismo é uma indústria complexa, em que o seu resultado prático é obter, da deslocação de indivíduos, dividendos que crie uma melhoria económica nos locais, regiões ou países receptores.

1.1 Definição de turismo

Vocábulo considerado geralmente como derivando do inglês, exprime a tendência do homem para viajar com o objectivo de se distrair e instruir o seu espírito. O turismo revela-se como um conjunto de actividades e relações que os turistas produzem em consequência das suas viagens, que se produzem através do fenómeno socioeconómico e cultural que se baseiam na deslocação de pessoas para locais diferentes da sua residência habitual, onde permanecem por períodos superiores a 24 horas, utilizando serviços disponibilizados como alojamento, alimentação, e tudo o mais oferecido no destino para onde se deslocam (Enciclopédia Luso Brasileira, 1976 e Domingos, 1990).

Na Madeira, o turismo remonta, pelo menos ao séc. XIX, onde na altura destacadas figuras da nobreza europeia se deslocavam a esta ilha para desfrutar do seu clima, como é o exemplo da Imperatriz austro-húngara, "Sissi", que se deslocou até à Região em duas ocasiões.

1.2 O turismo no Mundo

O turismo é uma das forças económicas mais importantes do mundo. Nele ocorrem fenómenos de consumo, originam-se rendas, criando-se mercados com a oferta a ir de encontro à procura. Os resultados do movimento financeiro decorrentes do turismo são por demais expressivos: nos últimos 10 anos cresceu 25%, movimentando mais de 800 milhões de pessoas, mais de 700 milhares de

milhões de euros, e empregando mais de 74 milhões de pessoas directamente, em 2006 (OMT, 2007).

A importância crescente do turismo, enquanto indústria geradora de fluxos financeiros de certo vulto, seja nacional ou internacionalmente, e enquanto actividade profissional complexa e temporal, envolvendo inúmeras vertentes, torna indispensável a especialização e a protecção dos interesses actuais e vindouros e justifica a sua inclusão na programação da política económica da maioria dos países, de algumas regiões e mesmo a nível local.

1.3 Previsões do desenvolvimento do turismo

O turismo tem apresentado um grande desenvolvimento nos últimos anos, e a previsão apontada pela OMT até o ano 2020, é de mais de um bilião e meio de movimentação de turistas, com uma previsão de crescimento anual de cerca de 4,5%.

1.4 O turismo sustentável: um planeamento para o futuro

A OMT reconhece três dimensões para o Turismo sustentável:

- Sustentabilidade económica;
- Sustentabilidade social;
- Sustentabilidade ambiental.

O desenvolvimento sustentável requer diferentes abordagens, dependendo de quem está envolvido, do estado do processo de planeamento, do contexto do mesmo no quadro da política dum país ou duma região, ou dos objectivos.

A indústria do turismo tem de ter sensibilidade para as necessidades da comunidade local e tem, a longo prazo, de fazer evidenciar que é algo a ser aceite para manter a sustentabilidade económica por um período de tempo mais longo.

A colaboração entre os diferentes *actores chave* está a tornar-se estratégico para o planeamento do turismo, porque tornar um destino mais sustentável, já não é unicamente controlar os estragos dos

impactos negativos da indústria. Com uma posição muito especial dentro da economia, o turismo beneficia as comunidades locais, económica e socialmente, aumentando a consciência para conservar o ambiente, pois o desenvolvimento económico não deve ser encarado como força oposta da protecção do meio ambiente.

Se o crescimento previsto pela OMT para a movimentação de turistas até 2020 se aplicar, cria oportunidades, mas também levanta questões às comunidades locais se a gestão não for a mais correcta. Se não houver capacidade em captar parte desses turistas, perder-se-á a oportunidade de estimulação do desenvolvimento e criação de postos de trabalho.

O Governo detém um papel chave de responsabilidade face à construção do futuro, como mediador entre os interesses da população e dos privados, e ainda para gerir os recursos e proteger o ambiente. É necessário uma gestão equilibrada dos recursos, de forma a manter um *stock* natural, garantir a viabilidade das actividades económicas, não apenas a curto e médio, mas também a longo prazo, com respeito pelas gerações futuras.

Uma boa estratégia e visão do futuro são relevantes para lutar contra o reverso da medalha, nomeadamente: dependência do turismo, inflação e especulação imobiliária e aumento das importações. Os critérios globais subjacentes ao conceito de desenvolvimento sustentado, exigem daqueles que estão à frente do destino, uma mudança de atitude e a criação de prioridades, de critérios sérios e realistas em relação à forma como se planeia a utilização e a manutenção dos recursos.

1.5 A alteração da mentalidade dos turistas

A importância de qualquer unidade geográfica como destino turístico é determinada por três simples factores: atractividade, amenidade e acessibilidades, que muitas vezes são encaradas como as únicas qualidades para se tornar num destino (Kotler *et al.*, 1993). Mas a mentalidade da potencial clientela tem vindo a diversificar-se nos últimos anos, obrigando os *actores chave* envolvidos num destino a alterarem as suas abordagens.

Os turistas potenciais procuram agora mais o exotismo e as culturas diferentes. O turismo tem que saber satisfazer as exigências desses e verificar o seu grau de satisfação através de *feedback* conseguido por estudos estatísticos. Autenticidade e sentido são as palavras de ordem do turista contemporâneo. Viajantes mais experimentados, cultos, que querem participar na vida quotidiana daqueles que visitam, altamente segmentados, heterogéneos, imprevisíveis, exigentes, atentos aos direitos e sensíveis às políticas ambientais. Este novo turista veio alterar toda a maneira de encarar a apresentação e desenvolvimento dos destinos turísticos.

Novos hábitos de tempos livres, de compra e de consumo, aliados a novos mercados que repentinamente tornaram-se “moda”, fez com que um número de destinos apostassem nesses nichos para não perderem a oportunidade de conseguir captar ou manter a entrada de divisas e do efeito multiplicador, tão importante na maioria das vezes, para manter o nível de vida das populações. Por isso, cada destino tem o cuidado de estudar, criar e desenvolver novos produtos e pacotes, para ir de acordo com as exigências e motivações mais sofisticadas.

Mas a sensibilidade à qualidade do ambiente é cada vez maior, a consciência dos impactos das viagens realizadas estão também a aumentar e “preservação” está a tornar-se na palavra-chave. O contacto do ser humano com a natureza, a participação em actividades que liguem saúde, bem-estar, longevidade, diversão e aprendizagem, estão a tornar-se nos maiores atractivos para os turistas.

1.6 A biodiversidade e as alterações climáticas

A fragilidade dos ecossistemas e da biodiversidade são indicadores essenciais para implementar política de ordenamento turístico em zonas sensíveis, como as zonas litorais (exemplo: POOC), ou protecção de outras que detenham espécies endémicas ou de interesse (exemplo: Rede Natura). Neste caso, e de acordo com a OMT, deve-se proceder ao controlo das diferentes espécies, através da contabilização dos seguintes factores:

Fauna

- Número de espécies;
- Número de indivíduos das espécies raras;
- Superfície ocupada pelas espécies;
- Percentagem de superfície deteriorada.

Flora

- Número de espécies;
- Número de elementos das espécies raras;
- Percentagem das espécies da flora primitiva no total da cobertura vegetal;
- Superfície ocupada pelas espécies;
- Percentagem da superfície deteriorada.

O primeiro passo é sempre a identificação das áreas de maior risco, nomeadamente a construção na orla costeira. A vulnerabilidade face às alterações climáticas dos últimos anos, justifica a aplicação de certos planos, como os do ordenamento da orla costeira, protecção de zonas verdes, montanhosas, fios de água, etc., que irão ser essenciais para tentar esbater as consequências de certos factores como a subida do nível médio das águas do mar, as secas e tudo o que possa ter influência negativa. Há que tomar medidas para manter e proteger.

1.7 O ecoturismo

O ecoturismo é viajar com responsabilidade para áreas naturais que conservem o seu meio ambiente, melhorando assim o bem-estar dos povos locais (TIES, 1990), social, financeira, culturalmente, etc. Em 1998, o ecoturismo representava mais de 30 milhões de chegadas internacionais (7% do total do mercado), e é o que maior crescimento tem registado, com taxas a rondar os 20% até 2006 (OMT, 2007). A sua ligação é íntima entre conservação, comunidades e turismo sustentável, e tem como princípios de responsabilidade para implementar e seguir, os que se enunciam:

- Minimizar o impacto das actividades turísticas;
- Criar respeito e consciência ambiental e cultural;
- Providenciar experiências positivas tanto para os visitantes como para os locais;
- Providenciar benefícios fiscais directos e poder de decisão aos locais;
- Providenciar benefícios financeiros directos para a conservação;
- Promover um clima de sensibilidade política, ambiental e social.

O ecoturismo tem à sua responsabilidade a salvaguarda da herança natural e cultural do mundo, trazendo alterações positivas na indústria do turismo.

1.7.1 O perfil do turista “verde”

Segundo a OMT, o turista que é normalmente denominado de “verde”, é aquele que demonstra interesse em apreciar a natureza e/ou observar a fauna e a flora, tem entre os 35 e os 54 anos, o seu nível educativo é de formação superior e tem um gasto médio diário elevado.

1.8 A sustentabilidade ambiental

Apesar do conceito geral de sustentabilidade ser lato, o significado de sustentabilidade ambiental é a preservação do capital natural, que segundo a OMT se prende nos seguintes quatro factores:

- Integridade física (manutenção e melhoramento da qualidade paisagística, urbana e rural, e evitar a degradação física e visual do ambiente);
- Diversidade biológica (apoiar a conservação das áreas naturais, habitats e vida selvagem, e minimizar os estragos sobre ela);
- Eficiência na utilização dos recursos (minimizar o uso deficiente e evitar recorrer aos recursos não renováveis no desenvolvimento e operatividade do turismo, seja nos serviços ou nos bens que providenciam);
- Pureza ambiental (minimizar a poluição do ar, água e terra, bem como o lixo gerado pelas empresas turísticas e visitantes).

O desenvolvimento do território exige um planeamento que dê expressão a uma estratégia competitiva e à avaliação da sua sustentabilidade ambiental, e não de um *status quo* que condicione a estratégia competitiva. Os turistas trazem consigo um aumento da utilização de um espaço, criando impactos ambientais negativos, em alguns casos, ruptura ecológica se não forem criadas medidas de protecção contra a sobre-exploração de recursos naturais, assim como, criação de espaços protegidos para manutenção da biodiversidade. Mas o turismo, quando bem planeado e controlado, pode ajudar a manter e melhorar o meio ambiente de várias formas.

A presença e a qualidade das características naturais são essenciais para as condições ambientais e para os valores estéticos ligados a um destino. As áreas com qualidade são largamente apreciadas e acarinhadas.

A sustentabilidade ambiental é a capacidade de conservar e gerir os recursos, em especial os não renováveis ou preciosos do ponto de vista da manutenção da vida em si. Os indicadores de fragilidade dos ecossistemas e da biodiversidade são avaliados a partir dum rácio, fornecido pela percentagem da superfície deteriorada em relação à superfície utilizada para o desenvolvimento turístico, já mencionado no ponto 1.6. É necessário tomar medidas para reduzir a poluição (ar, água e terra) e conservar a biodiversidade e a herança natural. Existem diversos indicadores que permitem monitorizar e prevenir sobrecargas, nomeadamente o tratamento de resíduos sólidos, intensidade de utilização do solo, água e atmosfera. Os custos e os benefícios das políticas e práticas ambientais deverão ser integrados na equação económica das empresas e dos projectos.

Numa altura em que muitos turistas procuram ambientes limpos e intactos, com zonas naturais atraentes, entre outros factores, está na altura de apostar numa política mais ambientalista. Assim, o desenvolvimento urbano deve ser orientado em função das áreas protegidas, pois o planeamento urbanístico tem a capacidade de poder preservar ou aumentar a dimensão e o número das áreas verdes, estimular a biodiversidade e procurar equilíbrios sustentáveis, se os responsáveis estiverem mentalizados para tal.

A excessiva urbanização e construção pode levar não só ao esgotamento de recursos naturais como à destruição da paisagem, daí a necessidade do desenvolvimento turístico ter de ser correctamente gerido, evitando consequências que não possam ser corrigidas. O futuro do mercado energético também não é nada promissor, pelo que o aproveitamento das energias naturais renováveis é um aspecto a considerar, encorajando a aplicação de fontes como a eólica ou solar para o fornecimento da população, incentivando a construção inteligente dos edifícios para melhor captação de luz natural, e a utilização de materiais mais ajustados ao clima.

É aceite a utilização de taxas como meio de conseguir fundos e que as mesmas têm de existir, pois é onde se baseiam a equidade social e a sustentabilidade ecológica. Mas sem dúvida que não deverão ser os habitantes a ficarem sobrecarregados com mais uma taxa, quando eles próprios já pagam taxas, ecotaxas e outras, já previstas na lei e cumpridas.

Os sistemas de gestão e de certificação ambiental são instrumentos cada vez mais importantes das estratégias competitivas e das políticas de qualidade.

1.9 Política fiscal

Influência macroeconómica, em que consiste, por parte do governo, no uso do seu orçamento anual, através da prática da cobrança de impostos (Wikipédia, 2007). Além de afectar o nível da actividade económica, afecta também os sectores que sejam prioritários e por onde sejam distribuídos valores e influencia o crescimento (ou não) económico. Os dois instrumentos financeiros principais do governo são: despesas e impostos.

Actualmente, muitos governos interessados em promover o desenvolvimento regional e local vêem no turismo um poderoso aliado na busca desse desenvolvimento, muitas vezes sem olhar a meios.

1.9.1 Definição de imposto/taxa e os seus impactos na economia

Um imposto ou taxa, é uma cobrança ou encargo obrigatório, sobre indivíduos ou entidades, pago monetariamente a um estado, que legisla e o recolhe para criar fundos (Wikipédia, 2007). Os fundos

criados são divididos para as mais diversas funções a que um estado se propõe. A percentagem dos impostos e taxas aplicadas variam de país para país, assim como, o tipo de imposto, dependendo do objectivo nacional. Pode ainda ser criado um imposto, dependendo de algum programa governamental específico.

Os impostos têm quatro efeitos: rendimentos públicos (serviços e infra-estruturas), redistribuição (IRS), alteração de preços (exemplo: as leis antitabagistas levam ao aumento do preço do maço de cigarros) e representação (o estado é soberano). Dependendo da sua natureza ou objectivos, podem ser proporcionais (conforme o consumo), progressivos ou regressivos, directos ou indirectos (Wikipédia, 2007). Aquando do não pagamento das suas obrigações os indivíduos ou entidades estão sujeitos a penas civis, como pagamento de multa ou pena criminal.

1.10 Tipo de taxas turísticas

Há duas categorias principais de impostos em turismo, directas e indirectas:

Directas

- Alojamento;
- *Rent-a-cars*;
- Empresas de animação turística;
- Taxas aeroportuárias ;
- Lucros das empresas turísticas ;
- Jogo;
- Vistos.

Indirectas

- IVA, pois também os turistas podem adquirir bens e serviços utilizados pelos demais cidadãos, contribuindo assim para as receitas públicas.

Por vezes é difícil determinar a influência do gasto turístico numa economia devido às variadas taxas e impostos que são pagos quer por turistas, quer por locais, porque são bens de consumo

comuns. A tendência é para aumentar as taxas impostas aos turistas, mesmo que as alterações na política fiscal tenham efeitos importantes na procura, porque nem sempre se fazem estudos direccionados e quantitativos para suportar a alteração, nem se propõem uma contrapartida.

A elasticidade do preço é um elemento chave para a análise de políticas desta natureza, tanto a nível da micro, como da macroeconomia, pois o preço será sempre uma variável importante na escolha dum destino de férias. Tem de haver conhecimento da extensão das alterações na introdução ou alteração de taxas e impostos que podem resultar em alteração de preços (Durbarry, Sinclair, 2001).

1.11 O efeito multiplicador

Como foi constatado anteriormente, o turismo tem efeito directo e indirecto na economia duma localidade ou região. O conceito mais utilizado para medir os benefícios na economia é o efeito multiplicador, que tem sido estudado desde o início do século passado, como referenciado por Fletcher e Archer (1991) que apresentaram diversos modelos passíveis de aplicação.

O turismo é uma indústria que flutua consideravelmente, em especial numa economia tão delicada como é o caso duma ilha. A dependência desse mesmo turismo está a aumentar tão rápido que não sabemos se o efeito será positivo ou negativo.

1.11.1 Benefícios económicos das viagens e turismo:

Os benefícios económicos das viagens e turismo dividem-se em (Durbarry, Sinclair, 2001):

Primários ou directos

- Receitas das empresas;
- Rendimentos de trabalhadores e proprietários;
- Lucros, dividendos, juros e rendas das empresas;
- Emprego (privado e público);
- Receitas de estado (nacional, regional e local).

Secundários

- Despesas das empresas primárias:
 - Receitas operativas;
 - Rendimento;
 - Emprego ;
 - Receitas do estado .

- Benefícios induzidos pela colocação do rendimento primário :
 - Receitas operativas;
 - Rendimento;
 - Emprego;
 - Receitas do estado.

Face ao atrás descrito, é natural que as regiões ou ilhas com poucas alternativas de desenvolvimento económico se virem para o turismo.

1.12 Definição de ecotaxa

Política fiscal que introduz impostos para promover actividades ecológicas sustentáveis, através de incentivos económicos (TIES, 1990). Tem a capacidade de garantir uma preservação sustentável do património natural, cultural, histórico e edificado, e um desenvolvimento sustentável a médio e longo prazo, dependendo das medidas que venham a ser implementadas.

É um modo de combater as exterioridades negativas, como a poluição, e ajuda a equilibrar uma deficiente balança comercial; é a criação dum imposto especial para os turistas beneficiários da paisagem, das praias, entre outros, e que simultaneamente contribuem para a deterioração do meio ambiente.

1.12.1 Tipos de ecotaxas

As ecotaxas visam a protecção do ambiente, normalmente nas seguintes vertentes:

- Emissão de gases para a atmosfera (carros e fábricas);
- Extracção de minerais, energia e produtos florestais;
- Licenças de pesca e caça;
- Certas tecnologias com exterioridades negativas;
- Lixo e reembolso de certas embalagens;
- Descargas, poluição ou lixos perigosos;
- Energias não renováveis como o petróleo;
- Actividade turística que envolva o ambiente.

Avaliar correctamente o impacto distributivo de qualquer alteração de taxa requer uma análise com instrumentos específicos designados para o objectivo final (Durbarry, Sinclair, 2001).

1.12.2 Objectivos das ecotaxas

As ecotaxas têm como objectivo garantir algum retorno para algo que necessita de ser transformado mais tarde, ou de cariz problemático face à durabilidade ou de difícil destruição, como é o caso dos pneus, electrodomésticos, entre outros.

Noutro plano, nomeadamente as ecotaxas de interesse turístico, servem em primeiro lugar para beneficiar o meio ambiente e para dar garantias de manutenção do mesmo.

1.12.3 Legislação sobre ecotaxas

A legislação sobre ecotaxas visa sempre o ambiente e o seu objectivo geral prevê que a melhor solução é estabelecer um preço adequado às diversas actividades, aplicando taxas equivalentes ao dano marginal provocado.

As ecotaxas estão previstas pela União Europeia, tendo sido criada inclusive a Agência Europeia para o Ambiente (AEA), e cada país adopta a legislação conforme as directrizes de Bruxelas. A legislação portuguesa sobre este assunto será abordada no ponto 1.14.

1.13 Ecotaxa e turismo

O ecoturismo tem registado um aumento considerável dentro do turismo, e tornou-se numa nova plataforma para aumentar a força competitiva das regiões como destinos internacionais. É a confiança implicada na boa qualidade do meio ambiente, que o ecoturismo foi encarado por organizações internacionais, como a indústria que levará o mundo ao desenvolvimento sustentável. Neste sentido, a ecotaxa pode ser aplicada ao turista através do uso dos bens e serviços do destino que o recebe, tornando-se numa mais-valia.

1.13.1 Potenciais benefícios

Os potenciais benefícios podem ser avaliados através dos seguintes impactos:

Impactos directos

- Qualificação da mão-de-obra;
- Manutenção e preservação das infra-estruturas de apoio e dos monumentos;
- Tratamento dos resíduos.

Impactos indirectos

- Diminuição da dependência da balança comercial;
- Garantia da qualidade ambiental.

Impactos induzidos

- Sustentabilidade duradoura.

1.13.2 O impacto macroeconómico duma ecotaxa num destino turístico

Quando bem implementada, uma medida, seja de que natureza for, consegue influenciar positivamente o meio onde se insere.

Conscientes de que o turismo tem um grande potencial para promover o crescimento económico em muitas regiões, a operacionalidade da introdução duma ecotaxa pode de ser testada através dum modelo econométrico para estimar e determinar o efeito sobre a economia.

1.14 Ecotaxas e taxas turísticas pagas em Portugal

A maioria das ecotaxas cobradas em Portugal estão ligadas com o consumo de bens por parte da população, conforme Dec-Lei nº 516/99 de 2/12:

- Reciclagem de electrodomésticos e produtos de electrónica;
- Óleos;
- Descargas;
- Tratamento de resíduos de natureza diversa (municipais, domésticos e industriais).

A ecotaxa pode ser cobrada de três formas:

- Acréscimo no preço com a respectiva indicação na factura;
- Acréscimo no preço sem qualquer publicitação (a lei actual não obriga o vendedor a informar o consumidor);
- Custo suportado pelo vendedor sem aumento junto do comprador.

Tipo de taxas cobradas directamente aos turistas	Tipo de taxas cobradas aos negociantes
Taxa de chegada e de saída	Imposto sobre combustível
Aluguer do espaço no aeroporto ou porto	Imposto nas importações de equipamentos
Empresas de Animação Turística	Impostos sobre propriedade (hotéis e <i>resorts</i>)
Empresas de Aluguer de Automóveis	
IVA (bens e serviços, excepto <i>duty free</i>)	

Quadro 1.1: Taxas aplicadas no Turismo em Portugal (adaptado de Durbarry, Sinclair, 2001).

Em Portugal as ecotaxas pagas são acrescidas de IVA, pelo que apresentam dupla tributação.

O art. 38 do Dec.-Lei nº 142/2008 de 24/7 prevê tributação de taxas pelo acesso e visita às áreas integradas no SNAC que sejam de titularidade do Estado e sob sua gestão, com o objectivo de contribuir financeiramente para a conservação da natureza e da biodiversidade, assim como regular naquelas áreas o impacto da presença humana.

Disciplinadas por portaria (providenciando receita nacional), o SNAC inclui o RNAP, a Rede Natura 2000 e áreas classificadas ao abrigo de compromissos internacionais assumidos pelo Estado Português.

O ordenamento jurídico deste Decreto-Lei prevê expressamente a possibilidade da existência de parques nacionais nas Regiões Autónomas.

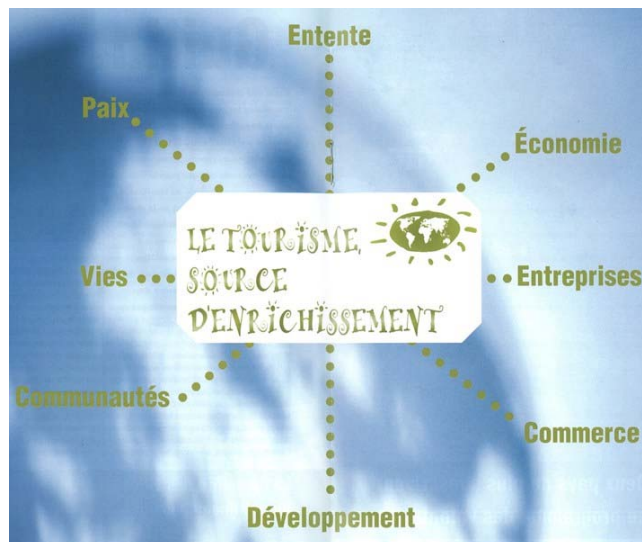


Figura 1.1: Painel: "O turismo, fonte de enriquecimento" (OMT, 2006).

Capítulo 2

Tentativas de implementação: casos estudos

Existiram e existem diversas tentativas de implementação de ecotaxas à volta do globo. Neste capítulo será explorado esse tema e a problemática ligada ao turismo nas ilhas.

2.1 O turismo nas ilhas

Pelas suas características únicas, as ilhas têm o dom de atrair turistas, mas face à sua insuficiência interna em gerar receitas relevantes para a criação de infra-estruturas, muitas vezes, especialmente dentro da União Europeia, criaram uma certa dependência dos fundos de desenvolvimento, como por exemplo do FEDER. A diversificação de produtos turísticos e a sustentabilidade é uma resposta na luta contra esta dependência, atraindo uma maior multiplicidade de nichos de mercados com maior poder de compra.

O impacto do turismo nas ilhas pode ser medido através da análise dos seguintes factores principais (Archer, 1990):

- Volume do gasto turístico;
- Dimensão da economia;
- Valor acrescentado;
- Ligação entre os estabelecimentos turísticos e outros sectores da economia;
- Importações;
- Poupanças;
- Limitação de oferta.

É indispensável alguma sensibilidade e capacidade analítica realista quando observamos um território constituído por pequenas ilhas ou arquipélago, onde o espaço é limitado e as oportunidades para o desenvolvimento sustentável devem ser equacionadas devido à diminuta

diversificação económica e industrial. Se a proporção dos bens e serviços necessários for menor do que a sua capacidade produtiva, a importação irá baixar a magnitude do impacto das receitas turísticas (Archer, 1990). Importa reter a necessidade de criar uma economia local para aumentar o consumo doméstico, e daí tentar conter ao máximo dentro dessa economia os proveitos criados por essas receitas e pelo respectivo efeito multiplicador. Uma política racional de conservação dos ecossistemas e das culturas, e consequente utilização sustentável, são pré-requisitos essenciais à plena exploração.

No seguimento das resoluções saídas da Conferência de Lanzarote (1998) sobre o turismo sustentável em pequenos estados insulares em desenvolvimento e outras ilhas, face à lacuna existente na literatura especializada no turismo referente às ilhas que façam parte dum estado, como é o caso do Porto Santo, a OMT publicou em 2004 "*Making tourism work for small island developing states*", versando sobre o desenvolvimento sustentável do turismo em pequenas ilhas, apresentando os seguintes desafios:

- Estabelecer limites e condições para o desenvolvimento compatível entre o turismo e a economia, território, ambiente, social e cultural;
- Conseguir integrar o melhor possível o turismo dentro da ilha como um todo;
- Definir estratégias e produtos turísticos que maximizem oportunidades como ecoturismo, turismo de natureza, turismo rural, etc.;
- Reduzir impactos;
- Respeitar a capacidade de carga;
- Assegurar a qualidade das infra-estruturas e projectos;
- Lutar contra a sazonalidade;
- Aumentar o gasto turístico;
- Aumentar o tempo da estadia (número de noites);
- Criar fidelidade ao destino;
- Tentar distribuir equitativamente os lucros e os custos entre os *actores chave* envolvidos;

- Elaborar planos apropriados e adaptados ao futuro desejado, implementando estratégias e acções realistas para os atingir.

2.2 O gasto turístico

O gasto turístico é o valor que um turista deixa, por dia, no destino que visita, e isto inclui alojamento, refeições, alugueres, e todas as empresas ligadas ao sector turístico. Em pequenas regiões, cria maiores oportunidades económicas, nomeadamente através do efeito multiplicador, mas como reverso da medalha, por vezes tornam-se dependentes dum ganho mais ou menos fácil, em vez de criar outras alternativas através da injeção de dinheiro entrado, e bases para um futuro sustentável.

Os efeitos do gasto turístico num destino propaga-se através da sua economia, gerando o efeito multiplicador. Estes efeitos podem ser directos, indirectos ou induzidos.

Efeitos directos:

- Resultados das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos e de apoio, pelos quais o turista pagou directamente.

Efeitos indirectos:

- Quem recebeu esse pagamento, utiliza o dinheiro, gastando-o noutra bem e serviço, por vezes ligado a algum serviço prestado.

Efeitos induzidos:

- Numa terceira etapa de circulação do dinheiro dos turistas, encontramos os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares.

No final de todo este movimento, desde a entrada do turista à sua saída, o gasto realizado vai ser reutilizado na compra de bens e serviços produzidos localmente, estimulando a actividade económica, beneficiando assim qualquer destino.

2.3 A capacidade de carga

A capacidade de carga pode ser entendida como o número de indivíduos de uma dada espécie que um dado ecossistema ou paisagem pode suportar indefinidamente sem degradação (Ashworth, 1991). Sempre que a população de uma dada espécie – inclusivamente a humana – excede a capacidade de carga correspondente para si, a degradação ambiental torna-se inevitável. Em termos simples, a capacidade de carga é o número máximo de visitantes que uma área pode suportar.

Muitas vezes a capacidade de carga está intimamente relacionada com o potencial da utilização balnear: consideram-se como factores intrínsecos às praias e meio envolvente os aspectos de morfologia (especialmente o seu comportamento perante os agentes da dinâmica litoral) e os valores e sensibilidades paisagísticas, bem como da sua capacidade de absorção. Esta pode variar de muito elevado a muito reduzido.

A avaliação da capacidade dum destino é normalmente uma componente da gestão do crescimento desse mesmo destino e será indispensável para avaliar até que ponto um local está apto a receber uma certa quantidade de turistas sem entrar em ruptura. Os governos regionais estão severamente limitados em relação ao espaço e têm que ter especial atenção ao ambiente, seja em relação ao solo, ao ar, à água, ou ao crescimento urbano exagerado. Conter este crescimento nem sempre é fácil devido a factores, na sua maioria, de interesse económico; mas será sempre o ambiente e a qualidade de vida dos habitantes que sofrerão as consequências.

2.4 A globalização e a pressão sobre os destinos

A globalização implicou uma maior pressão sobre os destinos e conseguiu, eficaz e igualmente, lançar para a ribalta novos pontos de interesse turístico que vêm fazer frente aos existentes. Deste modo, veio acentuar as implicações do planeamento turístico, em que a promoção e a imagem valem cada vez mais.

2.5 A criação da vantagem competitiva

No seguimento da força da globalização e da respectiva pressão, um destino tem de tentar criar algo que o distinga dos restantes. A vantagem competitiva dum destino prende-se com os produtos que tem para oferecer, pelo que o enfoque na sua promoção tem de residir nesses aspectos. Para ser realmente efectiva, a vantagem tem de ser difícil de imitar, única e superior à competição (Porter, 1989 e Wikipédia, 2007). O destino tem de ter ainda capacidade de ser (se tornar) sustentável e deter uma multiplicidade de oferta.

Com um *marketing* estratégico, qualquer destino que apresente as características enumeradas anteriormente pode ganhar vantagem competitiva, tentando mantê-las a longo prazo, ao se tornar alerta e ágil através dos meios possíveis para criar as suas bases para se manter à frente dos demais destinos.

2.6 A Avaliação do Impacto Ambiental

O Dec.-Lei nº 69/2000 de 3 de Maio, define impacto ambiental como o “conjunto das alterações favoráveis e desfavoráveis produzidas em parâmetros ambientais e sociais, num determinado período de tempo e numa determinada área, resultantes da realização de um projecto, comparadas com a situação que ocorreria nesse período se esse projecto não viesse a ter lugar”.

Seja qual for a natureza dum projecto, ao definirmos uma proposta deveríamos elaborar um processo de avaliação ambiental e medir os seus impactos e em especial num destino turístico que vende a sua paisagem e as suas qualidades terapêuticas.

Já posta em prática, o número de processos para avaliação desse mesmo impacto tem subido nos últimos anos em todo o país, pelo que demonstra a preocupação pelo ambiente por parte dos empresários, nem que seja para captar certos nichos de mercado ou, seguir as tendências preferenciais do novo turista. Unicamente através da criação de regras de impacto ambiental, se conseguirá uma vantagem competitiva através do meio ambiente. O Ministério do Ambiente, do

uma plataforma digital para permitir aos cidadãos acompanhar na Internet todo o processo AIA: www.maotdr.gov.pt.

2.7 A problemática da implementação duma ecotaxa

É referenciado pelo menos num estudo que normalmente a sociedade autóctone é maioritariamente de acordo quanto à necessidade de aplicar uma taxa cuja receita deva ser directa e exclusivamente aplicada na manutenção ou melhoramento ecológico das ilhas, apesar de não concordarem serem eles a pagarem o preço (Llinas, 2003).

Outros estudos prevêem igualmente que os turistas estrangeiros não serão hostis a pagar uma ecotaxa, pelo que o medo que estes recusem frontalmente esta “imposição”, e que diminua o número de entradas de turistas, nem sempre têm fundamento (TIES, 2007 e Llinas, 2003).

A aplicação duma ecotaxa coloca um problema enorme quanto à maneira de a cobrar (nos portos, nos aeroportos ou nos hotéis) e quanto às pessoas sujeitas ao pagamento da taxa (todos os membros da UE têm os mesmos direitos), sem contar com a dificuldade de classificar quem é turista e com os utilizadores de “camas paralelas”.

2.8 Análise de *Benchmarking*

É aceite largamente que a futura competitividade dos destinos será baseada na extensão da preocupação com a sustentabilidade dos seus recursos naturais, económicos e culturais. Não há como olhar para outros destinos e tentar evitar cometer os mesmos erros... com uma acção de *benchmarking* concreta, muito se pode aprender e interiorizar, incluindo a adaptação duma ecotaxa eficaz e específica.

Através deste processo, somos capazes de identificar as melhores práticas utilizadas por outros destinos, melhorando-as para proveito próprio. O melhoramento é um processo contínuo e o *benchmarking* deveria ser considerado um método de direccionamento de processos que visam a optimização da mudança, ajustando produtos, serviços ou sistemas dos destinos rivais.

2.9 Vários modelos de ecoturismo e protecção do meio ambiente

Foi a partir dos anos 90 do século XX, que começou a ser colocada mais profundamente a questão da sustentabilidade e da protecção ambiental. Várias nações começaram a lançar algumas das fundações para proteger o seu meio ambiente e a sua herança cultural, em especial após a realização da Cimeira da Terra em 1992, no Rio de Janeiro, em que foi largamente divulgado o conceito de turismo sustentável (Agenda 21 – Sucintamente pode dizer-se que uma Agenda 21 é um processo através do qual as autoridades locais trabalham em parceria com os vários sectores da comunidade na elaboração de um Plano de Acção por forma a implementar a sustentabilidade ao nível local. Trata-se de uma estratégia integrada, consistente, que procura o bem-estar social melhorando a qualidade do ambiente. O termo deriva da Agenda 21, programa global para o desenvolvimento sustentável assinado na Conferência do Rio em 1992 - Nações Unidas. O capítulo 28 deste documento atribui ao poder local a responsabilidade de desenvolver uma plataforma de diálogo e criação de consensos para promover uma estratégia participada de sustentabilidade.).

Vários exemplos com diversas alternativas aplicáveis e aplicadas serão descritas neste ponto, em ilhas ou em territórios continentais, contendo soluções prováveis de aplicação realista.

2.9.1 Arquipélago Fernando de Noronha

Fernando de Noronha, ou Fernão de Noronha, é um arquipélago brasileiro situado no Oceano Atlântico, a leste do estado do Rio Grande do Norte e formado por 21 ilhas e ilhotas que ocupam uma área de 26 km² e com uma população de 3 012 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 9 500 (*The World Factbook*, 2007). Após uma campanha liderada pelo ambientalista gaúcho José Truda Palazzo Jr., em 1988, a maior parte do arquipélago foi declarada Parque Nacional, com cerca de 8 km², para a protecção das espécies endémicas lá existentes e da área de concentração de golfinhos. É igualmente Património Natural Mundial. Fernando de Noronha é um local de mergulho recreativo internacional. Com águas quentes, os mergulhos a profundidades de 30 a 40 metros

podem ser feitos agradavelmente sem necessidade de usar roupa especial. Este arquipélago atrai os visitantes através de marketing natural (belas praias, água verde e beleza preservada), abrigando uma biodiversidade que atinge 230 espécies de peixes e 15 tipos de corais.

Durante a estada tem de ser paga uma “compensação” monetária diária de R\$ 34,48 (cerca de 12,87 euros – Setembro de 2008) e deve ser pago no aeroporto no momento do desembarque ou pela internet. Existe também uma taxa de preservação que deve ser paga para fazer as trilhas e custa em média R\$ 9,00 (Setembro de 2008) com o objectivo de proteger a natureza, o ambiente e controlar a entrada e o número de turistas no arquipélago, para não haver o desgaste originado pelos visitantes.

A sua estratégia baseia-se na conservação do meio ambiente, na protecção da paisagem, da biodiversidade, no controlo da capacidade de carga e na gestão dos recursos naturais.

Os instrumentos implicados na aplicação desta ecotaxa são:

- Legislação adequada (taxa directa);
- Certificação;
- Apoio do governo e da população.

Embora protegida pela designação de parque nacional e património mundial, parte do ecossistema terrestre está destruído. A maior parte da vegetação original foi cortada (sem a cobertura das plantas não há retenção suficiente de água durante a estação seca) e existe também o problema das espécies invasoras nas ilhas de maiores dimensões. Observa-se também a incoerência da permissão de criação de ovelhas, ao mesmo tempo que se pede aos visitantes que preservem a Mata Atlântica insular, em recuperação.

2.9.2 Austrália

Com uma área total de 7 686 850 km², 21 007 310 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 37 300 (*The World Factbook*, 2007), a Austrália teve um trabalho pioneiro no desenvolvimento do ecoturismo e da sustentabilidade focando a qualidade, baseia-se ainda no desenvolvimento de

estratégias e mecanismos práticos entre turismo e conservação, empregando cerca de 7% da população activa. Por ser um destino longínquo, contrapõe na luta face a outros destinos através da aposta na oferta de qualidade autêntica e de experiências enriquecedoras, conhecido pelo “Platinum Plus”, tendo como pano de fundo a beleza natural do país e o seu legado cultural. Foi em 1992 que o departamento estratégico do turismo australiano evidenciou a necessidade para a sustentabilidade do desenvolvimento turístico, com uma aproximação aos assuntos económicos, sociais e ambientais, dando ênfase à política de desenvolvimento do ecoturismo, acreditando que contribuiria significativamente para a sustentabilidade das áreas naturais.

O objectivo da Austrália é ligar o turismo à conservação do meio ambiente, pois acreditam que há uma necessidade particular, que o turismo em ambientes frágeis é sustentável e que o ecoturismo pode ser o exemplo mentor para o resto da indústria turística. Após consulta geral a nível nacional, no sector público e privado, a estratégia nacional do ecoturismo incluía 252 directrizes, e várias políticas, que incluem apoio ao planeamento a nível regional, ferramentas para a gestão dos recursos naturais, desenvolvimento de infra-estruturas adequadas, redes de colaboração, educação, desenvolvimento de nichos de mercado e de produtos turísticos e suporte do desenvolvimento turístico dentro das comunidades indígenas.

Os instrumentos são os seguintes:

- Fundos governamentais;
- Programa de Certificação;
- Publicações sobre ecoturismo, incluindo estudos e monitorização;
- Monitorização e adequação por parte do Governo australiano;
- Desenvolvimento duma “agenda” turística e de conservação.

O fortalecimento de relações entre os diversos *actores chave*, trabalho em “rede” entre eles, e uma indústria de ecoturismo sofisticada, consegue manter a Austrália como um destino único. Os parques sob jurisdição governamental foram uma forma de encorajar várias regiões do país a

desenvolver planos e políticas específicas. Incentivar o turismo inovador e protector dos ecossistemas são os objectivos actuais do governo australiano.

2.9.3 Bulgária

A Bulgária é um país pequeno, com uma área de 110 910 km², 7 262 675 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 11 800 (*The World Factbook*, 2007), que detém um considerável património natural e cultural, que instituiu uma estratégia e plano nacional de ecoturismo, de modo a influenciar o pensamento local e nacional, na direcção da sustentabilidade do turismo. A importância do planeamento do ecoturismo surgiu, e foi reconhecido, após a apresentação e desenvolvimento da estratégia nacional da conservação da diversidade biológica daquele país, que aumentou o apoio político das áreas protegidas.

O objectivo é o de criar oportunidades de crescimento económico, aumentar o nível social das comunidades para fortalecer o apoio à conservação e contribuir para o desenvolvimento geral das áreas rurais.

O ecoturismo não é percebido unicamente para a protecção de habitats, mas inclui também a cultura. Após dois anos de trabalho e pesquisa, a estratégia apresentada consiste na protecção da natureza, ruralidades e sítios de interesse cultural, no apoio do planeamento a nível regional, em estímulo nacional e internacional, no desenvolvimento institucional e da competitividade.

Entre os instrumentos para levar a cabo esta tarefa, encontram-se os seguintes:

- Fundos da União Europeia;
- Fundo próprio;
- Parceria entre diversos ministérios e algumas agências internacionais;
- Criação de parcerias e associações nacionais;
- Guia de produtos a desenvolver no ecoturismo;
- Institucionalização de prémios;
- Sistema de indicadores de sucesso e impacto dos produtos do ecoturismo;

- Legislação adequada para aumentar rendimentos do ecoturismo;

O ecoturismo na Bulgária é visto essencialmente como um meio para diversificar o produto turístico e providenciar as bases para transformar a imagem do turismo em geral desse país, em especial na zona dos Balcãs.

2.9.4 Costa Rica

Com apenas 51 100 km², 30% da floresta é protegida, tem 4 195 914 habitantes, um rendimento *per capita* de US \$ 11 700 (*The World Factbook*, 2007) e 4% do total global de biodiversidade. Foi a partir dos anos 70 do séc. XX que começaram a surgir reservas biológicas, através de acções de particulares, como biólogos. Presentemente totalizam cerca de setenta.

O objectivo da implementação do ecoturismo é manter intacta a beleza e a biodiversidade do país, consolidando o sistema das áreas protegidas, estabilidade social e política, aumentar o nível educacional e aumentar a eficiência das infra-estruturas e serviços. A estratégia passa por uma ética forte para a conservação, tornando-a num modelo a seguir a nível nacional, na implementação de práticas ambientais, sociais e de conservação, no apoio ao planeamento a nível regional e no ênfase ao respeito da capacidade de carga local.

Os instrumentos existentes são:

- Apoio governamental aos particulares;
- Subsidição governamental e particular;
- Certificação;
- Isenção de imposto sobre as reservas.

Mais de metade das reservas particulares da Costa Rica oferecem algum tipo de ecoturismo, recebendo por isso apoios financeiros anuais para protecção da biodiversidade, beleza cénica, produção de água, assim como, redução da emissão de dióxido de carbono que aumentaria se houvesse desflorestação. Apesar de diversos estudos apontarem que a protecção da natureza não tem como principal motivação razões monetárias, é reconhecido, de modo geral, que sem os

incentivos económicos governamentais e a entrada de capitais estrangeiros através do turismo, haveria já muita área desflorestada naquele país.

2.9.5 Egipto

País com 1 001 450 km², 81 713 520 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 35 000 (*The World Factbook*, 2007) o turismo representa cerca de 15% do PIB e 8% de empregos directos. A história e a tradição eram, até aos anos 80, o mais importante factor para a atracção de turistas ao Egipto. Neste momento esta tendência está a alterar-se e o interesse pelo Mar Vermelho está a aumentar em grande escala, pelo que as autoridades desejam proteger as áreas costeiras à sua volta.

O objectivo é desenvolver o ecoturismo como meio de diversificar a oferta turística, atrair um mercado em crescimento e satisfazer os objectivos de conservação do meio ambiente.

A estratégia adoptada foi o planeamento com atenção à capacidade de carga costeira, num plano de gestão, na subdivisão das áreas costeiras para melhor gestão e no desenvolvimento de regulamentos de conservação para assegurar a preservação ecológica e preservar-la do desenvolvimento urbano. Os instrumentos são:

- Plano detalhado da área costeira;
- Parcerias internacionais;
- Fundos internacionais;
- Utilização da avaliação do impacto ambiental (AIA);
- Monitorização governamental;
- Manuais de construção para *resorts*;
- Apoio a tecnologias "limpas";
- Isenção alfandegária;
- Certificação e prémios.

Parte da costa sul do Mar Vermelho foi declarada área protegida em 2003, contendo os mais diversos factores naturais, históricos e culturais, alguns de grande raridade. O desafio será criar oportunidades e condições para abraçar o turismo, respeitando as condições ambientais.

2.9.6 Escócia

A Escócia, com 78 772 km², 5 116 900 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 35 000 (*The World Factbook*, 2007), com a sua natureza e meio ambiente único, tem um programa de Turismo Verde para empresas (*Green Tourism Business Scheme*) e um fórum "Turismo e Ambiente", com o objectivo de promover uma estrutura comunicante de longa duração entre os *actores chave* tendo em vista a sustentabilidade do turismo escocês, assim como um programa de certificação efectiva. Com uma qualidade ambiental muito boa, de acordo com diversas pesquisas, é esta a razão principal pela qual os turistas escolhem aquele país para destino de férias. Cerca de 215 000 empregos são mantidos directamente pelo Turismo.

Fundado em 1994, o Fórum de Turismo e Ambiente é independente, inovador, com uma estrutura activa para promover a sustentabilidade do turismo, e foi único no sentido de juntar e tornar coesas diversas entidades responsáveis por diversos sectores: turismo, ambiente e desenvolvimento económico. Mais tarde juntaram-se privados.

O objectivo primordial é o de trazer benefícios a longo prazo às empresas e benefícios ambientais à indústria turística, através do apoio à herança natural e edificada.

Sem qualquer poder legislativo, tem como base de funcionamento a influência sobre quem redige as leis, desde que esteja dentro dos objectivos do fórum, conseguindo equilibrar ambiente, turismo e sustentabilidade. Em 2004, criou um documento para a sustentabilidade daquele país, para melhor desenvolver futuros pontos de acção junto do governo, com as estratégias para diminuir a sazonalidade, aumentar a protecção do ambiente por parte das pessoas, investir no profissionalismo, no aumento do gasto turístico, do envolvimento das populações e do uso de transportes públicos pelos turistas.

Os instrumentos encontrados para implementar estas medidas foram:

- Controlo por parte duma única associação (centralização);
- Apoio governamental;
- Programas de gestão turística;
- Certificação ambiental;
- Apoios financeiros.

Este fórum promoveu várias iniciativas como sejam programas de gestão, para tornar cada vez mais coesos e unidos os diversos sectores do turismo e conservação nas diversas comunidades da Escócia, nomeadamente através de directivas de curto prazo (até 5 anos), exemplificando e incentivando a práticas de sustentabilidade, gestão de turismo e protecção do meio ambiente.

O programa de "Turismo Verde" é um instrumento chave para promover as empresas que desejam obter uma certificação, obtendo um crescimento de cerca de 30% anual desde que foi criado em 1998. Este programa acabou por se tornar no elo crítico no que concerne às inspecções de qualidade, aconselhamento dos participantes, alteração do comportamento do tecido empresarial através do país, envolvimento do governo, maiores alternativas financeiras de apoio, suporte publicitário, vantagem comercial, entre outros. O maior impulsionador deste programa foi o reconhecimento oficial, tornando-o mais credível e associando algumas das mais-vallias mencionadas. Além disso, ao ser fundado demonstrou simultaneamente que a indústria turística corresponde a iniciativas voluntárias e que é capaz de construir metas para o futuro.

2.9.7 Ilhas Baleares

O turismo foi o motor para o crescimento económico deste arquipélago espanhol com 4 992 km², 983 131 habitantes e um rendimento *per capita* de US \$ 33 600 (*The World Factbook*, 2007), tornando-se numa das regiões mais prósperas de Espanha. A maturidade do produto turístico foi atingido nos anos 90 do séc. XX, em que 50% do PIB provinha da actividade turística, assim como 67% de empregos directos.

O impacto negativo no ambiente e nos recursos naturais levou à diminuição da qualidade de vida dos seus habitantes, e a alguma desilusão por parte dos turistas, por quase não conseguirem encontrar espaços naturais intocados. Confrontando os seus próprios limites espaciais e de recursos, a exigência e a maior sensibilidade por parte da sociedade em relação à qualidade ambiental, o objectivo foi criar uma ecotaxa paga unicamente pelos turistas para compensar o desgaste da prática da actividade turística.

A estratégia consistia na criação de fundos específicos, na conservação da natureza existente, na requalificação e reabilitação dos espaços turísticos, num maior respeito pela capacidade de carga local e pela natureza por parte das empresas ligadas ao turismo e dos turistas, um maior controlo sobre o turismo de massa e na diminuição da dependência económica derivada da sazonalidade.

Os instrumentos disponíveis foram:

- Legislação própria;
- Apoio do governo e da população;
- Anuimento por parte dos turistas (constatação através da realização de inquéritos);
- Imposição de taxa directa sobre as noites de estada dos turistas, dependendo da categoria do estabelecimento hoteleiro.

A dificuldade em aplicar a taxa só a turistas, e não conseguindo abranger todos (por exemplo, não era possível aplicar a taxa aos utilizadores das “camas paralelas”), mais a inconformidade por parte dos hoteleiros (únicos empreendedores visados), levou à suspensão da ecotaxa nas Ilhas Baleares apesar da relação entre o problema e o objectivo da taxa ser clara. Foi igualmente constatado que a taxa cobrada pelos hotéis não tinha qualquer influência no ambiente (Fonte: Palmer, Riera, 2002, Gago *et al.*, 2006 e Rodriguez, Diaz, 2006)

Ao não persistir naquela forma, a ecotaxa foi substituída por um novo método, indirecto, um cartão denominado de “Tarjeta Verde”, o qual é comprado localmente, por um valor fixo (€10 euros, Setembro de 2008) e é gerido por uma fundação entre governo e particulares. Este cartão atribui descontos em diversos locais (restaurantes, entradas em monumentos, transportes públicos, entre

outros), tem uma validade de 15 dias e também pode ser adquirida pelos habitantes. Foi instituído com o objectivo de sensibilizar os residentes e os visitantes para os valores ambientais e patrimoniais do arquipélago, assim como evidenciar a importância da sua preservação, educando-os no intuito de harmonizar a actividade humana e a preservação, e ainda gerar recursos que impulsionem a sustentabilidade.

Capítulo 3

Porto Santo, a “ilha dourada”: enquadramento do destino

De características únicas, a ilha do Porto Santo está localizada a noroeste da ilha da Madeira. Com uma área aproximada de 42 km², esta é a segunda maior ilha do arquipélago, atingindo o seu comprimento máximo de 11 km na direcção nordeste/sudoeste, e a largura máxima de 6 km, rematada a sul com uma extensão de 7 km de areia macia e dourada, que a torna numa estância balnear muito apreciada pelos turistas, e que lhe conferiu a denominação de “ilha dourada”.

A ilha do Porto Santo tem origem vulcânica e é datada da era terciária, como a ilha da Madeira. Os quatro ilhéus mais importantes são: o ilhéu de Baixo ou da Cal, o Ilhéu de Cima, o ilhéu das Cenouras e o ilhéu de Ferro. Esta ilha tem três planícies: duas mais pequenas (Vila e Areias) e uma maior que comporta o aeroporto. Esta orografia peculiar faz-se sentir no clima. O Pico mais alto, o Pico do Facho, tem 517 metros. Apresenta características semi-áridas, com uma precipitação anual entre 380 e 400 mm e valores de temperatura entre 13°C e 25°C, com médias anuais superiores a 18°C. Este clima seco e estável, com pouca variação de temperatura entre as estações, permite que se desenvolva uma actividade turística durante todo o ano. O contraste sentido entre o norte e o sul é devido à força abrasiva do mar e à preponderância dos ventos, em especial do nordeste.

O acesso à ilha pode ser efectuado de avião ou de barco.

3.1 Breve resenha histórica

A ilha do Porto Santo foi descoberta, em 1418, pelos portugueses João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira. Em 1420, os mesmos, agora acompanhados de Bartolomeu Perestrello, voltaram para melhor conhecerem as ilhas. Este último foi designado primeiro Capitão Donatário desta ilha, pelo Infante D. Henrique em 1446, através de doação.

Existem duas teorias na atribuição do topónimo "Porto Santo" à ilha, semelhantes no acontecimento que originou o nome, mas com dados diferentes relativamente à data e origem dos navegantes.

Conta uma lenda popular que João Gonçalves Zarco e restantes navegadores ter-lhe-iam dado tal nome pelo facto de a ilha lhes ter servido de refúgio no decurso de uma terrível tempestade. Já a segunda versão, historicamente sustentada, aponta que, ainda na Baixa Idade Média, uma embarcação teria encontrado porto seguro nesta ilha, depois de uma violenta tempestade. Assim sendo, confirma-se que antes dos portugueses terem iniciado o seu povoamento, já a ilha tinha sido baptizada com o nome de Porto Santo.

Certa é a data que marcou a chegada dos portugueses, Zarco e Tristão Vaz, e que com essa viagem marcaram o início dos descobrimentos ultramarinos.

Outro importante dado histórico da ilha, constitui o facto de Cristóvão Colombo nela ter habitado, após o seu casamento com Filipa Moniz, filha de Bartolomeu Perestrello, numa casa situada no centro da Vila Baleira, hoje Casa Museu Cristóvão Colombo, onde o navegador genovês preparou a viagem da descoberta da América.

O Porto Santo foi elevado a concelho em 1835. E em Agosto de 1996 a sua capital, Vila Baleira, foi elevada à categoria de cidade (Vieira, Ribeiro, 1989).

3.2 Caracterização demográfica, social e económica

Porto Santo sofre de dupla insularidade, tendo vindo a juntar-se uma nova realidade: a desertificação. Entre 1991 e 2001 houve um decréscimo de cerca de 5% na população residente no Porto Santo, como se pode constatar através do quadro aIII.1 – Anexo III. É urgente a tomada de medidas para contrariar este cenário, criando sustentabilidade que a sua população possa usufruir, conforme demonstrado nos quadros do INE, baseados nos censos de 2004 (quadro aIII.2 – Anexo III). Ainda em 2001, de acordo com os Censos do mesmo ano (quadro aIII.1 – Anexo III), a taxa de actividade (relação entre a população economicamente activa e a população total) situava-se nos 49,4%.

Em relação aos Censos de 1991, ocorreu um aumento da taxa de actividade e um decréscimo da taxa de desemprego, tanto no Porto Santo (45,1% para 49,4% e 13,3% para 5,6%, respectivamente) como na média regional.

Dados mais recentes do IRE para a RAM, apontavam em 2008 para uma taxa de actividade aproximada aos 50%. De acordo com o mesmo instituto, actualmente a taxa de desemprego situa-se em 3%, em oposição ao aumento generalizado do desemprego que ocorre no país.

Ainda de acordo com os censos de 2001 o sector primário era constituído por 1,48%, o secundário por 23,28% e o terciário por 75,24% da população (quadro all.2 – Anexo III).

Ainda de acordo com os censos de 2001, a estrutura do emprego por sectores, revela então a predominância de dois tipos de actividades económicas na ilha: a construção civil (que assegura quase um quarto do emprego) e os serviços públicos, que asseguram actualmente cerca de 45,7%.

Estas circunstâncias traduzem a grande dependência da economia da ilha em relação à iniciativa pública, pois têm sido as obras de infra-estruturas realizadas ao longo das últimas décadas e o reforço da administração pública regional e autárquica que têm garantido cerca de 2/3 dos empregos. A empregabilidade nas actividades de comércio, restauração e hotelaria, bem como as actividades imobiliárias e de transporte, asseguram actualmente cerca de 54,3% do emprego total no sector terciário, o que demonstra o seu crescimento ao longo dos anos. Esta estrutura de actividades vem se mantendo nas últimas décadas e aparenta que irá se manter no futuro (INE).

Sector Primário: A superfície agrícola útil ocupa cerca de 413 ha (menos de 10% da superfície total – sendo 75,8% usada para prados e pastagens, culturas permanentes (18,9%) e 0,02% de hortas familiares). A superfície florestal é também muito reduzida.

A água é um recurso escasso sendo a maior parte obtida através da dessalinização da água do mar ou de pequenas barragens. Assim sendo, há uma tendência confirmada do empobrecimento da agricultura na ilha, aumentando a dependência em relação ao exterior, em termos de produtos agrícolas.

A pesca regista descargas anuais de pescado na ordem das 140 toneladas.

A pecuária assume uma importância residual.

Na ilha, como infra-estruturas relacionadas com o sector, existe um matadouro e um aviário.

Sector Secundário: Regista pequenas actividades de reparação e ligadas à construção civil, e algum artesanato.

Sector Terciário: Essencialmente actividades ligadas ao turismo. Há a ressaltar a importância do funcionalismo público, o qual assume predominância na ilha.

3.2.1 Poder de compra

O custo médio de vida no Porto Santo é cerca de 4 a 5% mais elevado do que na Madeira mas, apesar disso, e em comparação com o poder de compra *per capita* médio do país (100), em 2004 o Porto Santo apresentava-se acima da média (110,78). O total da RAM era de 83,69, sendo que apenas o Funchal apresentava valor superior ao Concelho do Porto Santo (120,78; INE)

3.2.2 Educação

A taxa de analfabetismo, que se situava em 1991 nos 12,3%, decresceu em 2001 para 9,5%, sendo a terceira mais baixa da Região Autónoma da Madeira, cuja taxa é de 12,7%. Para um concelho tão pequeno, o Porto Santo apresenta um número significativo de pessoas com ensino superior, ligeiramente abaixo da média regional (7,7%), que é no entanto claramente influenciada pelo concelho do Funchal. O Porto Santo apresenta-se como o terceiro concelho da Região com a mais alta taxa de população com ensino superior (INE).

As entidades responsáveis têm se esforçado nos últimos anos em criar protocolos com entidades formadoras para melhorar o nível de formação da população, especialmente nas áreas das TIC, línguas e turismo. Merece especial referência a ACIPS. Estão também presentes no Porto Santo duas escolas profissionais: a Cristóvão Colombo e a Atlântico. No entanto, persistem carências a nível de infra-estruturas de formação e insuficiência de competências em termos de formadores. Todavia, não menosprezando o esforço do que vem sendo feito, salienta-se a inexistência de um

pólo da escola hoteleira da Madeira na ilha do Porto Santo, assim como o de uma escola de línguas, num destino turístico com ambições de qualidade...

O aumento da idade média da população activa é uma tendência facilmente analisável e que tornará mais lento o processo de requalificação da população. Uma intensificação das políticas de formação dirigidas à população adulta, com especial atenção aos aspectos relacionados com as condições de trabalho, a produtividade e a aprendizagem ao longo da vida, deverão ser perspectivados. Por outro lado, analisando as faixas etárias e face ao nível de escolarização e formação detectada nas camadas mais jovens, irá traduzir-se a médio prazo em melhorias na qualificação do emprego.

3.3 Caracterização da Oferta

A oferta turística é o conjunto de factores naturais, equipamentos, bens e serviços que provoquem a deslocação de visitantes e que satisfaçam as suas necessidades (Domingos, 1990). Neste sentido o Porto Santo detém uma posição privilegiada face a outros destinos "Sol & Mar" graças a diversos factores que constroem a sua diversidade, que inclui biodiversidade, sócio-cultural, e diversidade em termos de produtos e actividades recreativas oferecidas aos turistas, conforme se referem em seguida:

3.3.1 Património Natural

O mais importante factor da ilha dourada é sem dúvida a sua areia. Desde o século XVII, diversos relatos dão conta do seu valor terapêutico (Vieira, Ribeiro, 1989). São aconselhadas para melhorar as dores provocadas por reumatismo, artrite e para acelerar a recuperação de fracturas e traumatismos ósseos. É também indicada para as chamadas "doenças da vida moderna", como o stress, a fadiga, ou mesmo o sedentarismo; por isso, esta é a característica mais determinante no ponto de vista da Oferta. Quando se decide implementar algum tipo de desenvolvimento, existem sempre algumas perdas em diferentes campos, a não ser que se criem zonas protegidas ou sem

actividades intensivas. Nos *resorts* já desenvolvidos, é praticamente impossível medir mudanças na biodiversidade resultantes do turismo, uma vez que nem sempre estão disponíveis dados mais antigos.

Fazendo parte do legado da Macaronésia (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde), a flora indígena da RAM é considerada, em parte, uma relíquia do Terciário, sendo muitos dos endemismos encontrados nas ilhas que fazem parte da Região, resultantes de um longo processo evolutivo de especialização, que se diferenciaram devido ao isolamento e às diferentes condições ecológicas, durante milhares de anos. A vegetação do Porto Santo faz parte deste legado que não está incluído em nenhuma zona protegida, é essencialmente herbácea, predominando plantas anuais e bienais, encontrando-se, actualmente, restrita às zonas pouco acessíveis dos picos, devido à actividade humana, mas também pela melhor captação de água para a sua sobrevivência.

	<i>Spermatophyta</i>
Porto Santo	10
Madeira e Porto Santo	6
Madeira, Porto Santo e Desertas	20
Madeira, Porto Santo, Desertas e Selvagens	3
Totais	39

Quadro 3.1: Número de Plantas vasculares endémicas em Porto Santo (PNM, 2007).

As 10 espécies endémicas de Porto Santo são raras ou muito raras, e uma única encontra-se sob a protecção legal da Convenção de Berna, e descrita como espécie prioritária (*Saxifraga portossancta Bois*).

Quanto à existência da Rede Natura 2000 na “ilha dourada”, esta abrange as seguintes áreas (através da Directiva "Habitats"):

- Ilhéus do Porto Santo - PTPOR 0001
- Pico Branco - Porto Santo - PTPOR 0002

Em 2005 a Rede Natura ocupava cerca de 8% da superfície (PNM, 2007).

Apesar da paisagem, agora menos árida, devido à intervenção do homem, a verdade é que relatos do séc. XVII indicam a existência de arvoredos, não só de dragoeiros (hoje extintos), mas também de zimbros (que constituíam a maior parte do arvoredo de Porto Santo) e urzes, que ainda se encontram em pequenas quantidades. Nas costas viradas a norte de alguns picos, árvores de grande porte ainda subsistem, tais como o Zimbreiro.

Relativamente à fauna, a espécie mais relevante é sem dúvida a tarântula que vive no ilhéu do Ferro, mas a ilha do Porto Santo é, a nível mundial, aquela que apresenta maior diversidade de espécies de moluscos terrestres por unidade de área. A sua fauna é extremamente rica, sendo que alguns dos seus ilhéus encerram mesmo espécies exclusivas, das quais se destacam:

- *Caseolus punctulatus punctulatus* (Sowerby, 1824) – Ocorre em zonas áridas junto ao solo, debaixo de pedras;
- *Discula rotula* (Lowe, 1831) – Ocorrem junto ao solo, debaixo as pedras;
- *Geomitra turricula* (Lowe, 1831) – Ocorrem no Ilhéu de Cima junto ao solo, debaixo de pedras e entre a vegetação rasteira.

Indicadores de biodiversidade a nível regional/ local:

- Número de locais especiais de interesse (natural, cultural) sob protecção, versus os que não têm protecção;
- Existência de legislação para a protecção de espécies;
- Número de espécies em vias de extinção na região;
- Monitorização do número (rácio de desaparecimento e/ou versus número actual) e dos padrões de espécie;
- Monitorização dos padrões de mobilidade da fauna.

A superfície da costa urbanizada é cerca de 20% (CMPS, 2007).

Como forma de proteger os recursos do Porto Santo, o Governo Regional criou a Rede de Áreas Marinhas Protegidas, através do Decreto Legislativo Regional nº 32/2008/M, delineando as áreas marítimas à volta dos ilhéus, incluindo-os também como parte integrante da rede (Anexo V).

3.3.2 Património Cultural e Humano

Desde a sua descoberta que o homem tem deixado o seu legado espalhado pela ilha, que inclui já um espólio de alguma importância histórica e cultural.

Pico Castelo

Nesta elevação, cujo ponto mais alto atinge os 430 metros, podemos encontrar as ruínas de uma fortaleza do século XVI, na qual a população se refugiava dos ataques de piratas e corsários.

Veredas de pedra ladeadas de pinheiros são o único caminho para se chegar ao seu cume, de onde se desfruta de uma vista sobre quase toda a ilha. Mesmo no cimo está o busto de Schiappa de Azevedo, o impulsionador da arborização da montanha, que até ao primeiro quartel do século XX fora praticamente despida de árvores.

Padrão das Descobertas

Mais conhecido pelo "Pau de Sabão", fica situado na Alameda do Infante e foi inaugurado a 28 de Agosto de 1960. Tem em cada uma das suas faces relevos alusivos aos descobrimentos henriquinos.

Pedreira do Pico da Ana Ferreira

Esta rara disjunção colunar de basalto forma um conjunto de colunas e disjunções prismáticas de vários metros. Situa-se nas extremidades do Pico Ana Ferreira.

Capela da Graça

Esta ermida é uma das mais antigas construções religiosas do Porto Santo, datada dum período anterior a 1533. Destruída no ano de 1812, foi reconstruída em 1951 já com feição moderna. Era aqui que se refugiavam muitos dos habitantes para escapar à perseguição dos piratas.

Igreja Matriz

Construída no decorrer do séc. XV, esta igreja é também chamada Igreja de Nossa Senhora da Piedade e fica situada no Largo do Pelourinho. Foi incendiada por piratas e corsários que

aportavam na Ilha. No seu interior conserva belíssimos altares e telas da autoria de Martim Conrado e Max Romer.

Forte de São José

Desde a sua construção no século XVIII, foi profundamente alterado. Chegou a estar equipado com uma linha de oito bombardas que serviram na defesa da ilha. No decorrer do século XX tornou-se propriedade particular.

Cais velho da cidade

A sua construção teve início a 19 de Março de 1929, sendo que foi restaurado muito recentemente. Era neste cais que os passageiros desembarcavam dos barcos como o Maria Cristina e o Cruz Santa, entre outros, provenientes da Ilha vizinha.

Casa Museu Cristóvão Colombo

A passagem de Cristóvão Colombo pelo Porto Santo contribuiu para o aparecimento de vários edifícios, sendo o mais emblemático, a casa museu Colombo. Situada junto à Igreja Matriz, é neste local que existe um núcleo museológico dedicado às Descobertas, em que o navegador genovês Cristóvão Colombo residiu antes da sua viagem às Américas.

Casado com a filha de Bartolomeu, D. Filipa, o espaço possui peças de grande valor e importância históricas.

Museu Cardina

Situado no Sítio da Camacha, este espaço museológico privado possui peças históricas de valor incalculável, como é o caso de arados, réplicas de fontanários, um moinho de vento em tamanho natural, entre outras.

Para além deste panteão, destaca-se na vila as seguintes infra-estruturas:

- Biblioteca Municipal;
- Centro Cultural e de Congressos;
- Centro de Artesanato;
- Casa do Povo de Nossa Senhora da Piedade.

Outros sítios a visitar são o Jardim do Tanque (espaço lúdico), a Vereda da Terra Chã (percurso pedestre) e o Jardim das Palmeiras (mini zoo botânico).

3.3.3 Equipamentos Desportivos e de Lazer

O Porto Santo é excelente para a prática de desportos náuticos como vela, canoagem, *windsurf*, *jet-ski* e ski aquático, entre outros. A grande visibilidade debaixo de água e a riqueza ao nível das espécies marinhas torna este destino ideal para a prática de actividades subaquáticas.

Porto Santo Golfe

Implantado numa área de 1,6 mil metros quadrados, nesta sua primeira fase contempla um recinto de 18 buracos de par 72 (classificação para profissionais) e um circuito rápido de 9 buracos de par 3. Espaço idealizado e desenhado pelo golfista internacional Severiano Ballesteros, foi construído ao longo da encosta nascente do Pico Ana Ferreira.

Possui ainda um *club house* com serviços de bar, lazer, loja, entre outros.

Porto Santo Ténis

Dotado dos principais equipamentos para a realização de torneios de alta competição, o complexo é composto por um estádio principal, 5 campos secundários e 2 campos de *paddel*.

Tem um *club house* de apoio.

Centro Hípico

Com uma capacidade para albergar até 15 cavalos, em boxes amplas, tem um conjunto de *paddocks* onde os equídeos podem permanecer em liberdade.

O complexo está ainda dotado de um picadeiro coberto e um redondo de desbaste, uma pista de galope, um campo de salto, um bar e um restaurante.

Centro de Mergulho

Equipado com duas embarcações, dois compressores, um PADI *resort* e um TDI *facility*, está localizado na marina do porto de abrigo, e dispõe de equipamentos completos para alugar.

Clube Naval do Porto Santo

Localizado no porto de abrigo, possui uma das melhores instalações da Região para a realização de actividades náuticas.

Ginásios, dormitórios, hangar, oficina, sala de convívio, sala de conferências, parques de apoio, centro de mergulho, entre outros, compõem a sede da única colectividade náutica da ilha.

Estádio de Desportos de Praia

Recinto construído para a realização de competições de futebol e volei de praia, é constituído por um campo de areia de grande dimensão, rebaixado sob as bancadas dispostas em anfiteatro com capacidade para 900 lugares sentados. Possui ainda um campo secundário de piso sintético e instalações de apoio para jogadores e árbitros.

Existem outros pavilhões gimnodesportivos para diversas modalidades, desde o futsal, hóquei em patins ao ténis de mesa, entre outros, bem como uma piscina para a prática da natação. A ilha dispõe de condições para a prática de parapente ou asa delta. Além disso, o seu perfil ligeiramente montanhoso permite uma interessante prática de montanhismo, passeios a pé e de bicicleta (BTT). Existe ainda um passeio dunar e uma via para bicicletas.

3.3.4 Parque Hoteleiro

O Porto Santo tem um parque hoteleiro que varia entre Pensões/Residenciais e Hotéis de 3, 4 e 5 estrelas, predominando uma oferta de cariz superior de hotéis de 4 estrelas, caracterizando o turista médio que visita esta ilha. Existe uma única unidade hoteleira que oferece o serviço em forma de apartamentos. A capacidade de alojamento existente é de 1 500 camas distribuídas por 26 empreendimentos turísticos (Anexo IV). Neste momento está a ser construído um, recebendo fundo de apoio europeu através do PITER, apoio que contempla projectos públicos e privados no valor total de 113 998 204 euros. Encontra-se em desenvolvimento dois projectos de relevância: um segundo hotel do grupo Pestana e outro do futebolista madeirense Cristiano Ronaldo (CMPS, 2008).

Os hotéis oferecem várias componentes de lazer, cujos valores de venda ao público (cliente directo) e contrato (agentes de viagens e Operadores Turísticos) estão dentro do nível aceite para ofertas não diferenciadas, em que o turismo de praia é o seu objectivo principal. Existe um único empreendimento que oferece turismo alternativo à praia. Na sua maioria, os empreendimentos em projecto continuam virados para o turismo de praia, ou seja, o de massas.

3.3.5 Restaurantes e similares

A oferta de restauração e bares é alargada (17 na Vila Baleira, 10 nos Campos de Cima e de Baixo, 7 junto à praia e 7 no porto de abrigo – Penedo do Sono –, que funciona em pleno nos meses de Verão, semelhante à zona das docas de Lisboa), distribuída pelas zonas marítimas, praias e núcleo urbano.

3.3.5.1 Gastronomia

A gastronomia é pobre e pouco explorada. Existem vários pratos típicos e receituário em desaparecimento, devido à descontinuação da lavoura e conseqüente falta dos ingredientes base e tradicionais para compor os pratos. Este factor está a registar-se devido ao exacerbamento dos preços dos terrenos para a construção de habitação e hotéis, o que leva os habitantes a optarem pela venda dos mesmos.

Na "ilha dourada" também é servida a espetada, o bolo do caco, o milho cozido e frito, assim como o atum, cujos receituários típicos estão intimamente ligadas à gastronomia habitualmente confeccionada na Madeira. Fazem ainda parte da gastronomia portossantense, para além da caldeirada com vários tipos de peixe (garoupa, bodião, etc.) e gaiado (espécie de tunídeo) seco ou de escabeche.

Como especialidades da terra são confeccionados os biscoitos e as capelas de S. João, que não são produzidos na Madeira. Pode-se encontrar igualmente as frutas da terra como as uvas, a melancia, o melão e os figos. É também produzido vinho de características únicas, devido à casta

que cresce no Porto Santo e à influência do clima. No Inverno, nascem as serralhas ou sarralhas (usadas em saladas), assim como os ranchões, saramagos e acelgas, plantas selvagens que cozidas com sal, azeite e alho, são muito apreciadas. Referência ainda para a escapiada ou escarpiada, uma espécie de pão de milho típico do Porto Santo, feito numa chapa ou frigideira sem levedar. Estas iguarias são, no entanto, pouco conhecidas pelos turistas, pois não são promovidas nos restaurantes locais.

3.3.6 Eventos

Todos os anos, a Câmara Municipal do Porto Santo tem o cuidado de editar um folheto onde contém todos os eventos programados, e onde se destacam, sem sombra de dúvida, o São João (24 de Junho), a Festa em honra de Nossa Senhora a 15 de Agosto e o Festival de Colombo (em Setembro).

3.3.7 Acessibilidades

Sabemos de antemão que os factores de acessibilidade são críticos para o desenvolvimento dum destino, em particular quando se trata duma ilha ou dum arquipélago. Porto Santo é caracterizado por uma dupla insularidade (que irá ser mencionada no ponto 3.3.9: análise SWOT), dado ser a ilha habitada de menor dimensão do arquipélago.

Face ao exposto, as acessibilidades detêm um papel fundamental no processo de desenvolvimento turístico, daí a existência do programa de incentivos ao desenvolvimento do tráfego aéreo, promovido pela entidade responsável: a ANAM (Anexo II).

3.3.8 Análise SWOT

Esta secção consiste na análise SWOT (onde são analisados pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades do destino) patente nos quadros 3.2 e 3.3.

<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Factor "novidade" - Novos projectos de investimento de projecção (golfe, casino, marina...) - Reestruturação e criação de infra-estruturas adequadas - Existência de produtos variados e complementares - Criação de pacotes turísticos apelativos (redefinição de Produto Turístico) - Aumento do número de ecoturistas - Apoios da União Europeia - Gastronomia e enologia inexplorados - Biodiversidade para criar áreas protegidas, enriquecendo o destino - Apoios oficiais a novas rotas (DRT e ANAM) - Entrada de novas rotas - Complementaridade do destino Madeira - Inclusão no PENT como produto estratégico e novo pólo de atracção turística - Afirmação das suas especificidades - Possibilidade atempada de requalificação e controlo urbanístico, turístico e da frente marítima (execução dum POOC) - Aumento do emprego; - Possibilidade de esbatimento da sazonalidade - Incentivo ao consumo de produtos locais e redução da dependência - Crescimento de produtos agrícolas biológicos - Valorização do tradicional, criando boas perspectivas para o artesanato - Criação de mais espaços para crianças e consequentemente a atracção de mais famílias 	<p><u>Ameaças</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Contínuo monopólio por parte da Madeira, e consequente dependência nas ligações marítimas e aéreas - Abandono dos campos - Desertificação populacional - Aumento dos preços dos terrenos - Associação de dependência do destino Madeira - Destinos longínquos com preços mais apelativos - Política promocional e comercial pouco agressiva - Falta de identidade ou associação a um ícone (que diferencie da Madeira, e outros destinos "Sol e Mar") - Falta de planeamento estratégico do turismo, rígido e realista (local) - Um único produto estratégico como aposta da Secretaria de Estado para o Turismo (é consequente falta de aposta em outros produtos potenciais, logo falta de disponibilização de verbas) - Aumento da poluição e sobrecarga na utilização dos recursos disponíveis, em especial o meio natural devido à excessiva urbanização - Possibilidade de aculturação - Proliferação de camas paralelas - Não rentabilização e utilização das infra-estruturas criadas, por insuficiência na promoção das mesmas (à excepção do campo de golfe)
--	---

Quadro 3.2: Análise SWOT (oportunidades/ameaças)

<p><u>Pontos fortes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interesse de Operadores - Clima ameno - Excelente temperatura e limpeza da água do mar - Extenso areal com qualidades terapêuticas - Paisagem natural/Beleza única - Segurança e estabilidade - Oferta hoteleira de qualidade - Elementos culturais fortes (essencialmente históricos) - Calma e tranquilidade, propício como destino "wellness" - Oferta variada de actividades - Destino pouco explorado - Reduzido grau de intervenção humana (exceptuando a cidade Vila Baleira) - Património geológico impar no arquipélago - Património natural com biodiversidade importante - Progressos significativos em algumas infra-estruturas - Existência de condições para a prática da agricultura 	<p><u>Pontos fracos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Efeito de dupla insularidade (dependência de ligações aéreas e marítimas; preços mais altos em todos os bens) - Grande dependência da Madeira para quase tudo (inclusive entrada de turistas) - Atraso na construção e manutenção de infra-estruturas quando faltam materiais - Algumas infra-estruturas essenciais com fraca aposta de intervenção (estradas e Centro de Saúde) - Falta de mão-de-obra qualificada - Produtos turísticos pouco estruturados e formatados - Sinalética turística deficiente - Promoção independente fraca e escassa - Fraca divulgação da animação existente - Destino percebido e equiparado a longínquo pois envolve, na sua maioria, escalas - Pouca orientação para o turista por parte dos naturais - Forte sazonalidade - Fraca notoriedade ou desconhecimento do destino - Alguma construção desregrada - Sobre-ocupação no Verão - Maior circulação automóvel com a entrada do Lobo Marinho nas ligações marítimas (com capacidade de transportar veículos automóveis) - Deficientes ligações aéreas - Desleixo generalizado no sector primário - Custo e pouca disponibilidade de água - Persistência de algumas carências de infra-estruturas de recolha e tratamento de resíduos sólidos
--	--

Quadro 3.3: Análise SWOT (pontos fortes/pontos fracos)

3.4 Caracterização da Procura

O Porto Santo possui todas as características para criar uma identidade única regional, face ao descrito no ponto anterior. Com a Madeira como referência, já foram criadas condições para captar alguns nichos de mercado.

As famílias são quem mais procuram a “ilha dourada” para passarem as suas férias, devido ao mar calmo, à segurança e tranquilidade associada, e por ser o oposto das suas vidas diárias. Cada destino tem o cuidado de estudar, criar e desenvolver novos produtos e pacotes, para ir de acordo com as novas exigências e motivações que vão surgindo, para abranger uma panóplia de alternativas e não ficar dependente dum único nicho. No entanto, neste momento, sem dúvida que o Porto Santo está muito dependente da procura do produto “Sol & Mar”, apesar de já existir alguma procura no nicho da “saúde”.

3.4.1 Evolução do turismo em Porto Santo

A ilha de Porto Santo encontra-se numa fase de franco desenvolvimento, tendo vindo a registar excelentes taxas de crescimento nos últimos anos, com excepção para as entradas.

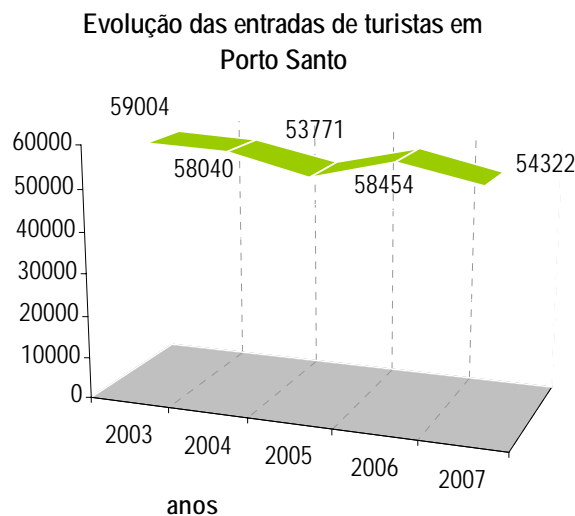


Gráfico 3.1: Evolução da entrada de turistas (DRT/DRE).

Conforme se poderá constatar no gráfico 3.1, há uma ligeira oscilação na entrada de turistas, verificando-se um pequeno abrandamento em 2005 (-7,4%) e em 2007 (-6,8%). Em contrapartida, no gráfico 3.2, nota-se uma evolução positiva a nível das dormidas.

Evolução das dormidas em Porto Santo

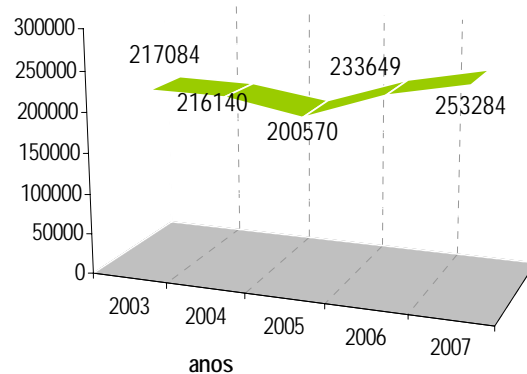


Gráfico 3.2: Evolução das dormidas (DRT/DRE).

Porto Santo foi o concelho da Região Autónoma da Madeira que registou a maior variação positiva (+ 8,4%) no número de dormidas de turistas de 2006 para 2007 (DRE).

Taxa de ocupação em Porto Santo

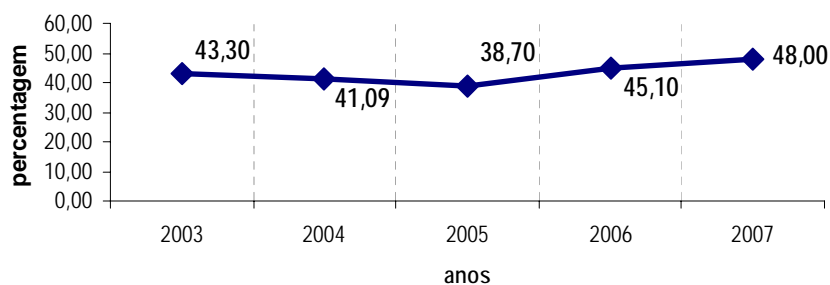


Gráfico 3.3: Taxa de ocupação hoteleira (DRT/DRE).

A taxa de ocupação hoteleira em Porto Santo transcreve a evolução positiva (quase 3%) registada entre os anos de 2006 e 2007, como se pode observar no gráfico 3.3. Ainda de acordo com a DRE, a estada média dos turistas é de cinco dias e meio.

O número de camas existentes em Porto Santo manteve-se de 2006 para 2007 (1 500 camas), como se poderá observar no gráfico 3.4.

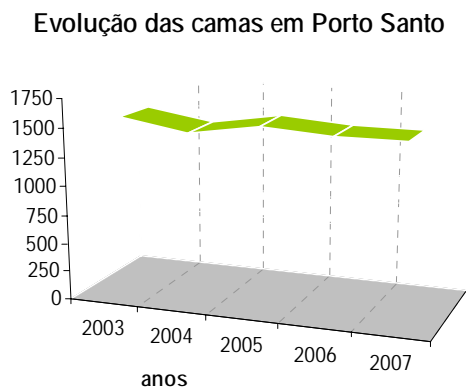


Gráfico 3.4: Evolução da capacidade de alojamento em Porto Santo (DRT/DRE).

O máximo de camas apontadas pelo POTRAM para o Porto Santo era de 4 000 (actualmente suspenso), com uma estimativa de 132 720 entradas de turistas por ano (Anexo I). Neste momento encontra-se apontada a possibilidade de alterar esta directiva para 8 000 camas.

A primeira infra-estrutura aeroportuária da RAM surgiu no início dos anos 60 do século passado, na ilha de Porto Santo, devido à sua orografia menos acentuada que a ilha da Madeira. Entretanto, foi inaugurado a 28 de Agosto de 1995 um novo e moderno terminal, com uma capacidade de um milhão de passageiros/ano.

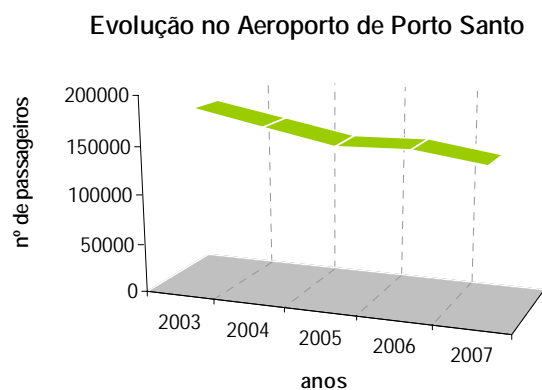


Gráfico 3. 5: Evolução do movimento no aeroporto do Porto Santo (DRT/DRE).

Como se pode constatar numa rápida análise do gráfico anterior, o número de passageiros a circular no aeroporto de Porto Santo está estável.

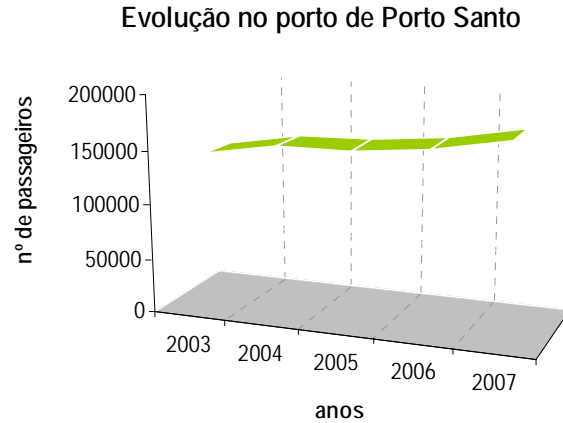


Gráfico 3.6: Evolução do movimento no porto do Porto Santo (Fonte: Portos da Madeira).

O Porto de abrigo do Porto Santo foi renovado recentemente para ter capacidade de receber navios de maior porte.

Como podemos verificar através do gráfico 3.6, o aumento na entrada de passageiros tem sido regular. A maioria dos passageiros chega ao Porto Santo no barco Lobo Marinho. Este barco, com capacidade para 1 150 passageiros e 145 viaturas, é o navio que assegura a ligação entre as duas maiores ilhas da Região. Embarcação moderna e confortável, é uma boa alternativa ao transporte aéreo devido ao preço e à comodidade. Cada viagem dura cerca de 2 horas e 15 minutos. Habitualmente no período baixo faz seis viagens de ida e volta por semana e no período alto chega a fazer onze (Porto Santo Line, 2008).

3.4.2 Mercados Emissores

O principal mercado turístico da ilha é o nacional, 70% madeirense e 12% residentes do Continente, havendo também uma forte presença de italianos e alemães (quadro 3.4).

Dormidas por concelho, segundo os países de residência habitual dos hóspedes

Países	RAM	Funchal	Porto Santo
Total anual	5 990 015	4 081 038	253 284
Portugal	805 825	530 764	141 018
Alemanha	1 462 176	664 175	12 386
Austria	204 265	135 795	844
Bélgica	145 339	92 169	139
Dinamarca	137 712	128 381	228
Espanha	249 769	205 840	1 338
Finlândia	149 727	144 462	203
França	308 768	227 924	1 929
Itália	121 035	29 269	83 345
Países Baixos	204 102	125 029	1 493
Reino Unido	1 447 683	1 188 449	5 370
Suécia	167 568	153 665	364
Noruega	154 307	146 378	367

Quadro 3.4: Dormidas por país de residência em 2007 (DRE).

3.4.3 Sazonalidade

Um dos problemas com que o Porto Santo se depara é a sazonalidade do turismo, resultante do perfil da procura “Sol & Mar”, o qual é preponderante neste destino. A sazonalidade é expressa pelo número de turistas entrados ao longo do ano.

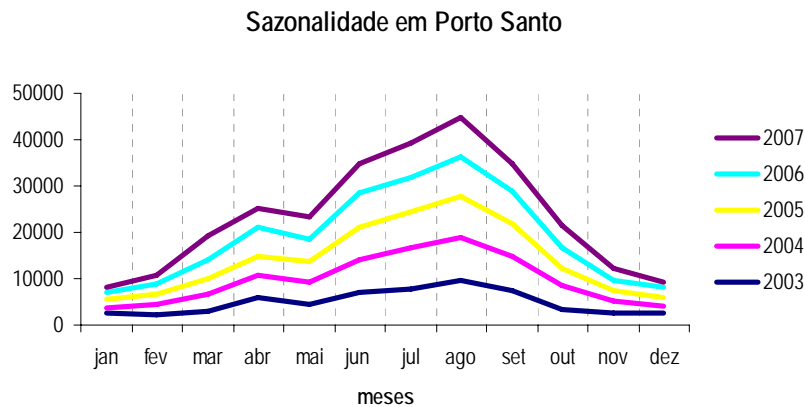


Gráfico 3.7: Sazonalidade expressa pelo número de turistas entrados (DRT/DRE).

Como se pode observar no gráfico 3.7, este efeito está patente nas reduzidas taxas de ocupação durante o ano, à excepção da época de Verão, em que são bastante elevadas, representando 64% das dormidas da hotelaria. As restantes distribuem-se entre os 8 meses, com o maior pico em Abril, habitualmente coincidente com as férias da Páscoa.

Para fazer face a este problema, foram criadas diversas infra-estruturas, como o campo de golfe, o centro cívico; realizou-se ainda a revitalização do centro histórico da cidade e a dinamização do Centro Hípico.

Neste momento encontra-se ainda em projecto a Marina Atlântica, um Casino e um centro de estágio desportivo.

O turismo de residência também está a ser tentado através do projecto "Colombo's *Resort*".

3.5 O Turismo como condutor sócio económico

Para qualquer Região que aposta em turismo, é muito importante a entrada de capitais. O valor do Gasto Turístico diário em 2004, na RAM, situava-se nos € 90, conforme indicado no quadro 3.5, dos quais 40% referiam-se ao alojamento.

GASTO DIÁRIO	GLOBAL
Alojamento	36,9 €
Alimentação	15,9 €
Deslocações	7,8 €
Aluguer Automóvel	2,2 €
Combustível	0,9 €
Telefone	1,8 €
Internet	1,1 €
Correio	0,9 €
Tours / Excursões (*)	4,8 €
Actividades culturais	1,5 €
Actividades desportivas	3,3 €
Artesanato	6,6 €
Comércio	6,6 €
ESTIMATIVA	90,3 €

Estudo sobre o Gasto Turístico na Madeira*
Dezembro 2003/Janeiro 2004

Quadro 3.5: Gasto Turístico na RAM (Synovate).

Hóspedes Entrados e Dormidas, por Concelho

Registered Guests and Nights, by Municipality

Dezembro 2007

Região Concelhos	Hóspedes Entrados				Dormidas			
	Mês	Acumulado	Var. homól. mens.%	Var. homól. acum.%	Mês	Acumulado	Var. homól. mens.%	Var. homól. acum.%
R.A. Madeira	62 748	966 430	+5,0	+6,4	363 412	5 984 674	+3,4	+4,6
Calheta	1 519	27 457	+14,2	+12,9	9 445	161 814	+19,1	+5,9
Câmara de Lobos	615	10 510	-6,0	+1,5	2 352	55 411	-40,0	+6,2
Funchal	44 719	639 382	+4,0	+6,4	261 957	4 079 958	+3,2	+3,8
Machico	1 581	27 630	+9,6	+14,2	8 949	138 392	+28,5	+18,8
Ponta do Sol	580	10 111	+28,0	+6,5	2 912	57 591	+4,7	-1,2
Porto Moniz	661	14 737	-20,5	+5,8	1 623	28 923	+0,9	+5,8
Ribeira Brava	740	12 961	+16,5	+1,0	2 279	40 959	+2,4	+1,6
Santa Cruz	9 306	136 174	+16,6	+5,5	61 421	1 031 241	+5,7	+5,5
Santana	537	12 749	+5,1	+3,5	1 660	44 695	+3,7	+11,6
São Vicente	1 188	20 397	+12,8	+5,0	5 772	92 406	+12,5	+2,2
Porto Santo	1 302	54 322	-29,7	+5,8	5 042	253 284	-32,5	+8,4

Quadro 3.6: Diversos indicadores do turismo (DRE).

Face à variação positiva na entrada de turistas, patente no quadro 3.6, se o interesse dos Operadores se mantiver, o Porto Santo tem uma grande oportunidade de sustentabilidade através do efeito multiplicador que essas verbas produzem no local de acolhimento.

3.5.1 Influência do Turismo no PIB do Porto Santo

Um estudo encomendado pela ex-Secretaria Regional do Turismo e Cultura (em 2000), para determinar a influência do Turismo no PIB da Região, resultou na conclusão de que a mesma se situava em 30%, ou seja, superior à média de Portugal Continental (10%).

3.5.2 Indicador sócio económico

O turismo com base local ou regional constitui um meio de dar algum dinamismo económico que por vezes não é tão representativo como deveria, para ir de acordo com as necessidades da população, criando um dinamismo indispensável para Porto Santo.

O turismo é o motor da economia portossantense.

3.5.3 Mercados Potenciais

Para continuar a aumentar a entrada de turistas em Porto Santo, há que desenvolver esforços para captar mercados potenciais, ou reforçar posições, como o de Portugal Continental, Espanha, Reino Unido, Alemanha, Escandinávia (excelente na luta contra a sazonalidade), Irlanda e Holanda (PITER, 2005 e PENT, 2007).

Por parte da CMPS, os mercados prioritários apresentam-se pela seguinte ordem: Reino Unido, Alemanha, Itália, Irlanda, Escandinávia e Portugal.

3.5.4 Produtos Potenciais

O PENT aponta o Porto Santo como um produto qualificador da RAM e da “marca Portugal”, que deverá procurar estabelecer-se através de produtos da própria ilha e tentar ultrapassar a sua quase total “invisibilidade” face à Madeira.

As opções de *cross-selling* e *touring* já existem, assim como *city breaks*, pois os madeirenses aproveitam os fins-de-semana prolongados para passarem uns dias descontraídos na ilha dourada, incentivando a economia e criando picos nas entradas e dormidas de turistas.

No seguimento das infra-estruturas criadas e em desenvolvimento/construção, sem dúvida que as potencialidades de Porto Santo abrangem muitos mais produtos estratégicos para além do “Sol & Mar”. Aliás, o próprio PENT aponta outros produtos estratégicos nos quais aquele destino se pode integrar, dos quais já foi destacado, o turismo residencial, através de *resorts* integrados.

A “ilha dourada” pode apostar noutros produtos estratégicos como o turismo náutico, o turismo de negócios (essencialmente Madeira e Continente), o de saúde e bem-estar (*wellness*) e o Golfe.

Outros nichos relevantes que não abrangidos pelo PENT são os estágios desportivos e o ecoturismo (endemismos e características únicas de relevo).

3.5.5 Gestão actual do destino

Além de terem assegurado as acessibilidades, as entidades responsáveis pelo destino Porto Santo têm adoptado nos últimos anos um plano estratégico de *marketing* com o objectivo de posicionar a ilha como um destino turístico holístico (a exemplo disso temos a forte campanha realizada junto do mercado italiano), apostando numa imagem onde o turista pode viver dias de tranquilidade, usufruindo de uma praia excepcional, não massificada.

Como já foi mencionado, com a excepção do campo de golfe, apesar de terminadas, o resto das infra-estruturas e serviços necessitam duma estratégia de divulgação para cumprirem os objectivos pretendidos de diversificação, para aumentar tanto o número de entradas como o de dormidas ao longo de todo o ano, tentando assim esbater a sazonalidade. Assumindo-se como os factores preponderantes de sustentação, existe a crescente preocupação na divulgação das mesmas, e igualmente na qualidade e condições dos alojamentos, na qualidade dos serviços, das infra-estruturas da praia e na manutenção das condições naturais, com o objectivo de assegurar a competitividade quer a nível nacional, quer a nível internacional.

3.5.5.1 Algarve: O modelo adaptado para o estudo do Porto Santo?

O turismo constitui o sector de actividade essencial da economia no Algarve, estimando-se gerar cerca de 45% do PIB regional e 60% de empregos directos, cada vez mais concentrados em alguns concelhos da faixa litoral. A concentração espacial acentuou-se em grande parte como consequência de um ordenamento do território demasiado centrado na urbanização, e onde situações graves de descaracterização e desqualificação urbana, estão a afectar seriamente a imagem turística global do Algarve (crescimento imobiliário mal enquadrado urbanisticamente e territorialmente concentrado na faixa litoral).

A imagem percebida de Porto Santo é o de um destino turístico de lazer, em que o principal produto é o “Sol & Mar”, em virtude dos excelentes recursos naturais que a ilha possui em matéria de clima

e actividades náuticas, bem patenteado no PENT. De característica sazonal, foi traçada uma linha paralela às características do modelo de funcionamento do destino Algarve até aos anos 80, de acordo com o estudo do PITER (produto "Sol & Mar" e intensidade da procura concentrada no Verão).

Perante este modelo, e face à necessidade que se impunha em diversificar, o Algarve soube adoptar uma estratégia e desenvolver novos produtos e novos segmentos, construindo hotéis *resort* e campos de golfe, dotando-se de meios necessários para poder competir no mercado europeu, e é este o percurso que está sendo percorrido por Porto Santo, no sentido da transformação do destino numa referência de mercado.

O ideal seria delinear uma prospectiva de curto, médio e longo prazo, como realizado pelo Algarve, onde as tendências associadas ao destino e aos objectivos realistas e sustentáveis, ditariam a estratégia a adoptar, inovando e diversificando os produtos turísticos básicos e complementares, estimulando também a desconcentração da oferta promovendo a coesão territorial, e tentando antecipar as mudanças.

3.5.6 Indicadores de Sustentabilidade

Irão ser referidos os indicadores mais relevantes para a sustentabilidade da ilha, mas o mais importante, sem qualquer margem de dúvida, é o emprego directo criado pela actividade turística, na ordem dos 38,5%, número superior ao da ilha da Madeira (INE, 2001).

3.5.6.1 Sustentabilidade Económica

Nos últimos anos apostou-se em campanhas de promoção a fim de se dar a conhecer aos turistas o local que pretendiam visitar, e tentou-se divulgar com consistência a diversidade da oferta do turismo que progrediu grandemente com a concretização das infra-estruturas desportivas e sociais.

Subsistem no entanto carências ao nível das informações turísticas nos locais (sinalização). A grande maioria dos indivíduos empregues na actividade turística são locais, mas nos últimos anos registou-se um aumento de emigrantes a trabalhar neste sector. Qualquer um deles apresenta um nível de formação em turismo baixo.

Até 2007, todas as unidades hoteleiras operaram na época baixa, embora com uma taxa de ocupação reduzida devido à sazonalidade da ilha, levando a uma consequente dispensa temporária de funcionários. No presente, Dezembro de 2008, há duas unidades hoteleiras encerradas, embora uma dela por motivos de obras.

Regista-se igualmente um decréscimo na oferta de actividades comparativamente à época alta, como por exemplo das actividades lúdicas na praia.

A maior parte dos estabelecimentos que oferecem serviços ligados ao turismo são pertença dos locais (exemplo: restaurantes, cafés e agências de viagens). No entanto, em termos de hotelaria, os portossantenses detêm apenas estabelecimentos de pequenas dimensões ou residências para arrendar.

Relativamente aos investimentos através de parcerias público-privadas, temos o exemplo do Programa PITER e de protocolos celebrados pelo Governo Regional.

3.5.6.2 Sustentabilidade social

O rácio entre a população local e o pico de estação (número mais alto de turistas) aponta para 51% ($4474/8738*100$ – Agosto de 2007 = 51,20%), ou seja, existem cerca do dobro dos turistas do que locais. No entanto, sabe-se que este indicador é inferior, uma vez que não tem em conta os turistas que ficam em camas paralelas (INE/DRE).

Na época mais baixa o rácio é de 343,6% ($4474/1302*100 = 343,6$, Dezembro de 2007), ou seja, existe mais do triplo de locais do que turistas. Assim sendo, significa que o número de turistas no pico da estação é quase 7 vezes superior ao número de turistas na época mais baixa, o que é mais

um indicador que caracteriza a sazonalidade deste destino. O rácio entre a população local e o número anual de turistas ($4474/54312 \cdot 100 = 8,23\%$) revela a forte pressão exercida sobre os residentes, com naturais alterações sociais, quer positivas quer negativas.

Quanto à manutenção da diversidade cultural, há a referir o imenso risco de perda de algumas tradições e actividades se não houver o apoio necessário, de que é exemplo as peças de artesanato.

3.5.6.3 Sustentabilidade Ambiental

No Porto Santo, devido às suas necessidades intrínsecas muito próprias, e atendendo aos indicadores já referidos, há a mencionar a existência dum parque eólico desde 1986 (embora com produção de energia pouco representativa), uma dessalinizadora (que compensa a falta de água), uma ETAR (que permite o aproveitamento das águas residuais) e actualmente, a existência dum projecto inovador apoiado por tecnologia emergente e que visa a diminuição de emissões poluentes e que será acolhido na “ilha dourada” em 2009. Trata-se de uma unidade industrial de produção de biopetróleo marinho, que irá aumentar a produção de energia renovável de 5% para 97,5% (Vice Presidência do Governo Regional da Madeira).

O consumo de água é bastante controlado, especialmente na época alta, pois o seu custo de produção e obtenção é alto. Os recursos provenientes do tratamento das águas residuais estão a ser utilizados para efeitos de rega e para a manutenção do campo de golfe.

Todavia persistem problemas graves no tratamento dos resíduos sólidos após a recolha, que apenas ficarão solucionados aquando da entrada em funcionamento do novo Centro de Processamento de Resíduos Sólidos do Porto Santo. De facto, os entulhos que derivam do sector da construção e sucata tinham como destino a “Lapa”, local onde está a ser construído o novo centro de processamento. Alguns entulhos foram depositados nas pedreiras desactivadas (que

serviam aquela indústria), muitas delas ilegais. Esta exploração causou pesados atentados ambientais à paisagem portossantense.

A empresa municipal Porto Santo Verde é responsável pelo controlo microbiológico das águas balneares e das areias em determinadas praias, cujas amostras têm revelado bons resultados. As praias apresentam capacidade de carga suficiente para o número de turistas que comporta, mesmo na época alta, e no presente ano mantém-se a condecoração da praia da Fontinha com Bandeira Azul. Foi igualmente relevante a colocação de passadiços sobre o cordão dunar em muitas das entradas para as praias, com o intuito de preservar as dunas.

As novas unidades hoteleiras construídas e em construção, em certa medida implicarão igualmente a limitação de espaço livre e do acesso às praias pelos residentes.

A construção do campo de golfe implicou naturalmente alguns distúrbios do habitat natural de algumas espécies e modificou claramente a paisagem.

Continua em estudo os impactos que terá a eventual ligação por teleférico da ilha ao Ilhéu da Cal.

Na ilha do Porto Santo, o tecido urbano encontra-se algo disperso e degradado, devido a algum crescimento anárquico gerado à margem da produção de solo urbano organizado. O grande número de construções efectuadas nos últimos anos pode ser descaracterizador da paisagem, apesar de existir desde 1998 o PDM. Além do atrás referido, existe ainda o POTRAM e o POOC.

As acções para se incrementar a educação ambiental e para reforçar a protecção e o controlo ambiental têm passado pela actuação da Porto Santo Verde, SA, nomeadamente o já mencionado controlo microbiológico da areia e das águas balneares, assim como:

- Regulamento de resíduos sólidos da ilha do Porto Santo - Recolha de resíduos e equipamentos eléctricos e electrónicos, para além da recolha normal de resíduos sólidos urbanos e introdução da reciclagem na ilha;
- Informação e sensibilização ambiental (campanhas de sensibilização nas escolas);
- Controlo de aterro de terras e similares.

3.5.7 Promoção e *marketing*

Segundo Hall (2000), o *marketing* está a tornar-se cada vez mais importante nesta era global. A chave para o desenvolvimento sustentável é o valor acrescentado da diversidade, logo há todo o interesse de passar essa mensagem.

Neste momento a falta de promoção efectiva vai ser colmatada através dos apoios do PITER, que inclui verbas para implementar um plano de Promoção, Comunicação e *Marketing*, com o objectivo de lançamento e consolidação da imagem do Porto Santo.

Actualmente, a nível de *marketing mix* (Kotler, 2000), o Porto Santo conta com os seguintes factores:

3.5.7.1 Política de Produto

No que se refere à política de produto, o destino Porto Santo tem como linha nuclear de orientação estratégica a praia de areia fina e dourada e as características do mar, sendo também uma ilha pouco explorada e sossegada. Além disso, procurou apetrechar-se para oferecer actividades de lazer e desportivas, restaurantes e similares de qualidade e com variedade, alojamentos de qualidade, procurando dessa forma responder às necessidades dos segmentos alvos.

É também um destino com boa acessibilidade e de qualidade, onde o turista pode usufruir de equipamentos e serviços básicos, sem restrições e com elevados níveis de qualidade, um destino que está na "moda", onde o conforto e a segurança são assegurados.

3.5.7.2 Política de Preço

A política de preço pretendeu assentar na necessidade de se praticar preços competitivos, sem que a qualidade dos serviços prestados fosse posta em causa. Com esta política de preços procurou-se:

- Incrementar de preço residual quando o turista compra o destino Porto Santo, tendo já comprado o destino Madeira;

- Manter os preços da restauração e outros serviços a par daqueles que se verificam na ilha da Madeira;
- Manter a competitividade na época baixa;
- Oferecer pacotes de preços competitivos comparativamente a destinos semelhantes (Algarve, algumas ilhas espanholas e gregas), tendo no entanto um patamar mais elevado do que esses destinos mais massificados.

3.5.7.3 Política de Distribuição

No que se refere à política de distribuição para o destino Porto Santo, apostou-se nas agências de viagens e nos operadores turísticos, bem como no *marketing* directo. Procurou-se privilegiar a venda do destino através das agências de viagens dos principais mercados emissores. O objectivo passou também por convencer os operadores que oferecem o destino Madeira a oferecer também um pacote Madeira aliado a Porto Santo e/ou um programa em exclusivo ou complementar com o Porto Santo.

Existiu também a preocupação do destino ser oferecido via internet, usufruindo assim dos novos meios tecnológicos.

3.5.7.4 Política de Comunicação

A promoção do destino turístico Porto Santo tem sido feita tendo em conta a residência habitual dos seus visitantes, sendo que estes foram em 2007 na sua maioria madeirenses, seguidos dos continentais, italianos, alemães e britânicos (quadro 3.4, pág. 52).

Uma vez que grande número dos visitantes da ilha do Porto Santo (excluindo os madeirenses) são, em primeiro lugar, visitantes da ilha da Madeira, no início da viagem incentivou-se a vontade de conhecer a ilha vizinha, utilizando meios publicitários essencialmente no aeroporto da Madeira.

Através de incentivos promocionais na Madeira, quer junto dos visitantes quer junto dos próprios madeirenses, procurou-se complementar as iniciativas promocionais anteriormente referidas.

Os principais mercados de origem do destino Madeira, são igualmente o alvo da promoção do destino Porto Santo. Como tal, as acções de divulgação passaram por ir ao encontro desses mercados de origem e envolveram a participação em feiras de turismo, a promoção da visita de *opinion makers*, a realização de *workshops* junto dos agentes turísticos, a promoção e a divulgação da ilha através de livros e CD's interactivos do destino Porto Santo, a publicitação através de revistas e de jornais nacionais de grande tiragem, a promoção e realização de eventos desportivos e culturais, a divulgação de informação sobre a ilha do Porto Santo e suas atracções (tais como hotéis, restaurantes, caminhos e veredas, percursos pedestres) através da colocação de um sítio na Internet, e ainda, a promoção da ilha do Porto Santo através do lançamento de material publicitário como fotografias, calendários, camisolas, etc.

3.6 O envolvimento dos *actores chave (stakeholders)*

O relacionamento entre as organizações para conseguirem implementar acções tem de ser alcançado através duma aliança interactiva, em que trabalhem juntamente para atingir um objectivo específico.

No caso do Porto Santo, para além da existência dos programas de informação e educação já mencionados, há cooperação entre diversas entidades, em especial por parte do Governo Regional que tem envidado esforços para o desenvolvimento deste destino, bem patente nas infra-estruturas, numa estratégia de tentar colmatar os efeitos da sazonalidade (diversificação do produto).

Além disso, houve a criação de empresas e entidades envolvidas em processos relevantes e específicos como é o caso do futuro Geoparque (através da Porto Santo Verde), que detém uma candidatura junto da Unesco.

A "ilha dourada" conta ainda com a AP, que impulsiona os *actores chave* a se manterem activos.

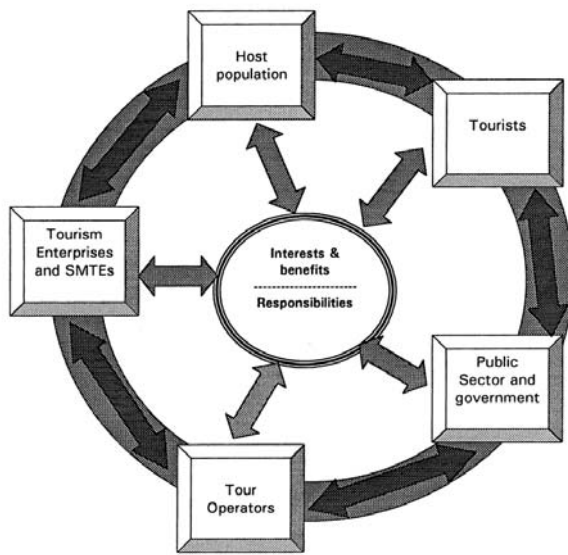


Figura 3.1: A roda dinâmica dos *actores chave* do Turismo (Adaptado de Buhalis e Fletcher, 1995)

3.7 Um destino ecológico?

A crescente competitividade entre os destinos emergentes, obrigam a uma aposta em produtos inovadores e na diferenciação de experiências orientadas para o perfil do turista. A alteração do comportamento dos consumidores, como já referenciado na secção 1.5, tornou-se num condutor de mudança imprescindível para quem deseja sobreviver a esta disputa pelos benefícios que o Turismo pode trazer a uma Região. Aliás, a comemoração do Dia Mundial de Turismo em Lisboa, em 2006, teve como tema “O Turismo, fonte de enriquecimento” (figura 1.1), onde foram apresentados os vários sectores da sua influência.

Em 1998, o ecoturismo representava mais de 30 milhões de chegadas internacionais (7% do total do mercado), o que regista o maior crescimento de todos os nichos de mercado, rondando os 20% ao ano.

Face às qualidades terapêuticas da areia, da paisagem natural e selvagem, do reduzido grau de intervenção humana, à calma, à harmonia e à tranquilidade registadas, à beleza única e aos aspectos culturais fortes, há toda uma sinergia que aponta o caminho natural dum destino especial.

Claro que o padrão tem de ser adaptado para ir de acordo com as regras de um destino ecológico:

- Meios de transporte não poluentes;

- Minimização do impacto da construção;
- Arquitectura adaptada;
- Utilização de energias alternativas;
- Tratamento cuidado de resíduos;
- Harmonização entre as estruturas e o meio ambiente;
- Desenvolvimento de actividades de educação ambiental.

Devido aos investimentos que estão programados para Porto Santo, alguns já em fase de construção, é necessária uma actuação atempada, de forma a garantir o cumprimento destes requisitos recomendados e o desenvolvimento sustentável da Região.

Serão inúmeras as vantagens recolhidas do ponto de vista dos residentes e dos turistas e, face ao estado de desenvolvimento actual de Porto Santo, o factor temporal é essencial para desenvolver medidas para implementar esta ideia e colocar em prática, que teve apoio por parte da DRT aquando da sua apresentação (2006), a qual desenvolveu todos os esforços para concentrar os *actores chave* neste objectivo inovador e futurista. Compete aos *actores chave* dos destinos reinventarem permanentemente a sua oferta turística (alojamento e complementar) de forma a que os destinos não entrem na fase de saturação ou de declínio.

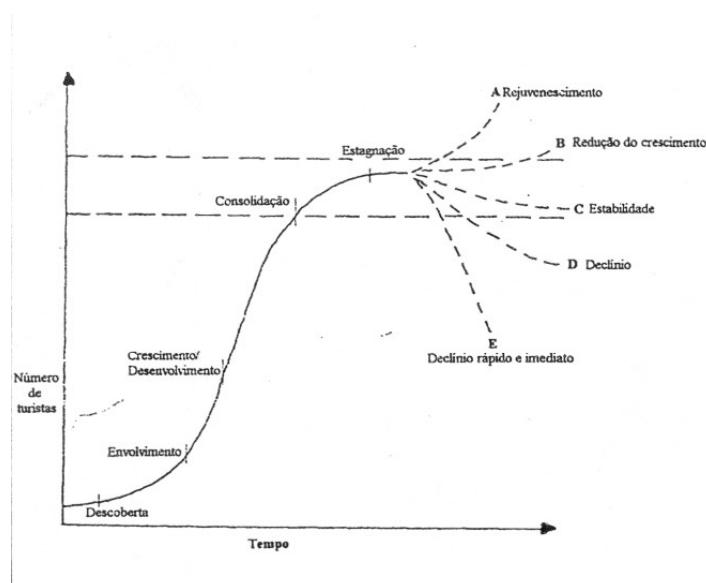


Figura 3.2 – Ciclo de vida de um destino turístico, segundo Butler (2001).

Capítulo 4

Porto Santo, um estudo de caso

No capítulo 3 foram mencionadas algumas estatísticas oficiais da DRE.

Este estudo de caso teve como principal objectivo conhecer o impacto que a eventual aplicação de uma ecotaxa no Porto Santo poderia ter nos turistas. Simultaneamente, procurou-se colmatar e compilar informações sobre o turismo no Porto Santo. A informação relevante para o estudo resultou de pesquisa bibliográfica e de análise estatística de inquéritos aplicados a turistas.

Os factores escolhidos para os inquéritos baseiam-se na multiplicidade de infra-estruturas construídas para reforçar a oferta turística do Porto Santo e nos produtos actualmente existentes.

4.1 Objectivos da avaliação do impacto duma ecotaxa

No mundo de hoje, qualquer passo em direcção a um novo desafio deverá ser dado com ponderação. Todo e qualquer movimento dentro de um mercado potencial para desenvolver um investimento ou seguir uma direcção, deverá ser investigado o mais pormenorizadamente possível, para evitar gastos e correcções desnecessárias em relação aos objectivos traçados ou aos valores envolvidos na concepção e desenvolvimento do mesmo.

Nesta conformidade, e com o objectivo de aferir as reacções dos turistas face a uma potencial ecotaxa em Porto Santo, foi realizado este estudo de natureza essencialmente exploratória com o intuito de se verificar a viabilidade do projecto e até que ponto se reflectiria negativamente face à concorrência (eventual diminuição da entrada de turistas).

4.2 Investigação e Metodologia

Na investigação científica, é relevante o fundamento estatístico. A demonstração de resultados baseados em inquéritos por amostragem representativa de dimensão adequada e recolhida por um processo aleatório, fornece um esquema lógico de raciocínio, tornando inteligível a informação e a diversidade de respostas (Baptista, 2005).

O estudo teve como universo todos os turistas com idade a partir dos 18 anos (apesar da primeira categoria ser até os 30 anos), que visitaram sozinhos ou acompanhados a RAM, entre os meses de Junho e Agosto de 2008. Os inquéritos, num total de 252, foram aplicados presencialmente e foram realizados no aeroporto do Porto Santo, no barco, e em alguns postos de informação turística.

Metade dos questionários foram aplicados aos turistas que já conheciam o Porto Santo e a outra metade aos que não conheciam (Apêndice I).

Antes de serem aplicados, os dois questionários foram testados com o objectivo de determinar se os itens possuíam as qualidades inerentes à medição e se cumpriam os objectivos propostos. Atendendo a que as sugestões apresentadas e as dificuldades em responder foram mínimas, após pequenos ajustamentos, os questionários foram aplicados de imediato.

Nesta investigação, começou-se pela estatística descritiva de forma a caracterizar as amostras recolhidas. Deste modo, dada a natureza dos dados, foram calculadas sobretudo percentagens e frequências, as quais se apresentam, acompanhadas de gráficos.

Em seguida, com o objectivo de fazer inferências, ou seja, de obter conclusões mais abrangentes e fiáveis, foram efectuados alguns testes: teste da homogeneidade de populações, igualdade de proporções de duas populações e teste paramétrico à igualdade dos valores das médias de duas populações.

Para qualquer tipo de teste estatístico, se a probabilidade associada a esse teste (habitualmente designada por *p-value* ou valor P, ou probabilidade de prova), for menor ou igual ao nível de

significância considerado (por norma 0,05), dizemos que o teste é significativo, o que corresponde, em sentido lato, a afirmar que existem diferenças significativas entre as populações ou os parâmetros das populações envolvidas (Pestana e Velosa, 2002).

Nos testes de homogeneidade, procuramos saber se existem diferenças significativas entre duas ou mais populações distintas. Assim, em algumas das questões dos inquéritos este teste foi aplicado aos indivíduos que conhecem e aos que não conhecem o destino Porto Santo.

No teste de igualdade de proporções pretendemos saber se as proporções relativas a uma determinada característica de duas amostras independentes são iguais ou não. Este teste foi aplicado à questão, entre outras, da percepção do Porto Santo como um destino único por parte dos turistas que conhecem e dos que não conhecem a ilha.

O teste de igualdade dos valores médios foi aplicado para comparar a duração média da estada dos turistas que conhecem e dos que não conhecem o Porto Santo (neste procedimento utilizamos o teste t de *Student* de igualdade de médias para duas amostras independentes).

Uma vez que todas as respostas dos turistas foram devidamente assistidas, não foram detectadas anomalias de maior, nem existiram dados omissos.

No estudo realizado efectuou-se a análise e o tratamento dos dados (os dados brutos dos questionários encontram-se nos anexos complementares à dissertação), recorrendo aos programas SPSS16 e Excel. De forma a não sobrecarregar o texto, algumas tabelas e quadros foram colocados em anexo.

4.3 Inquéritos e recolha de dados

Os inquéritos foram redigidos em Português e em Inglês, e permitiram recolher a seguinte informação:

- Dados pessoais, tais como a idade, as habilitações académicas, a actividade profissional, o país de residência e os hábitos de viagens;

- Questões relacionadas com o ambiente e comportamentos ambientais por parte dos turistas;
- Conhecimentos gerais e específicos sobre Porto Santo;
- Para os turistas que já conheciam a “ilha dourada”, foi inquirido o grau de satisfação e foram colocadas questões específicas.

O estudo estatístico repartiu-se em cinco fases:

1ª Fase – Elaboração e teste dos inquéritos pilotos;

2ª Fase – Recolha dos inquéritos;

3ª Fase – Elaboração da base de dados;

4ª Fase – Análise estatística dos inquéritos;

5ª Fase – Conclusões.

4.3.1 Análise sócio económica

A análise estatística que se segue destina-se a caracterizar as amostras dos dois grupos de turistas (em separado e, nalguns casos, em conjunto), quer do ponto de vista sócio económico quer do ponto de vista do destino e da sensibilidade ecológica. No grupo dos turistas que conhecem o Porto Santo, a caracterização inclui ainda o seu grau de satisfação com o destino.

Relativamente à proveniência dos turistas, verificamos que Portugal destaca-se com o maior número de turistas, seguido da Espanha e do Reino Unido (gráfico 4.1). A existência de um voo directo proveniente de Itália é a justificação para a também elevada percentagem de indivíduos provenientes deste país que conhecem o Porto Santo. Em contrapartida, há uma elevada percentagem de turistas provenientes de Espanha que não conhecem o Porto Santo.

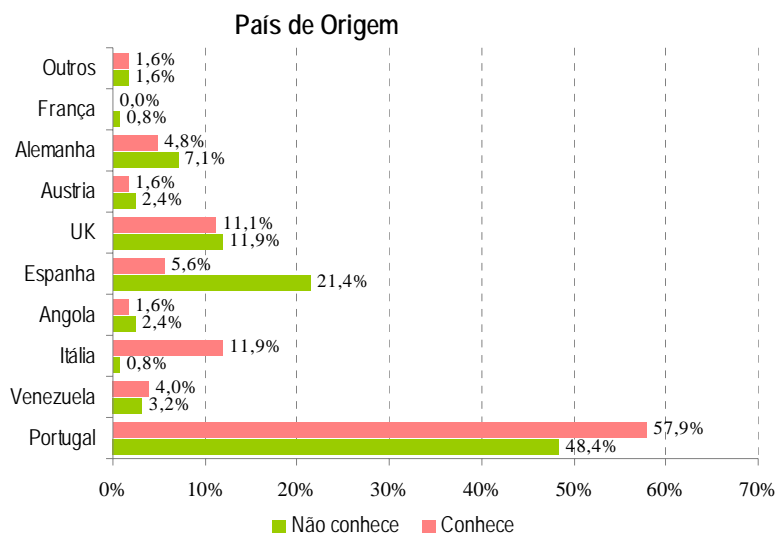


Gráfico 4.1: Proveniência dos inquiridos.

A faixa etária entre os 31 e os 44 anos é aquela que apresenta uma maior percentagem de indivíduos (gráfico 4.2). No conjunto das duas amostras, esta percentagem situa-se nos 36%. Todas as faixas registaram um número de participantes significativo.

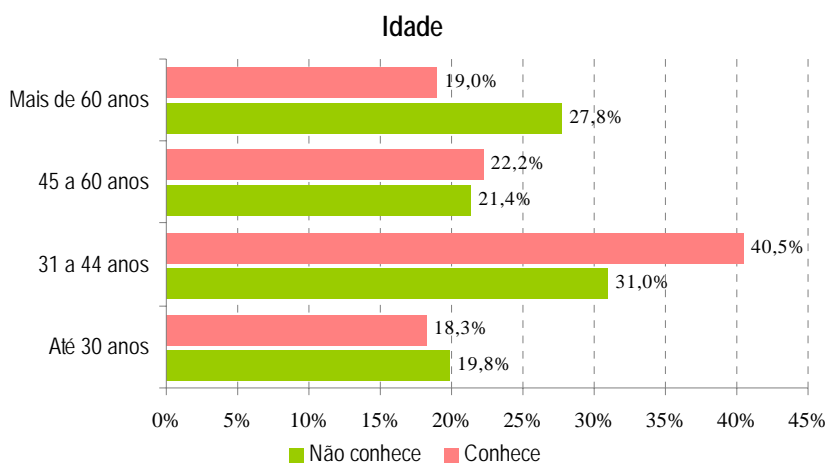


Gráfico 4.2: Faixas etárias dos turistas.

Nos inquiridos que conhecem o Porto Santo, 61% pertence ao sexo feminino e 39%, ao masculino, enquanto que nos que não conhecem Porto Santo, há um maior equilíbrio (gráfico 4.3). A razão para esta situação tem a haver com o tipo de turista que visita a Madeira, pois na sua maioria são casais. Do total dos inquiridos 45% pertence ao sexo masculino e 55% ao feminino.

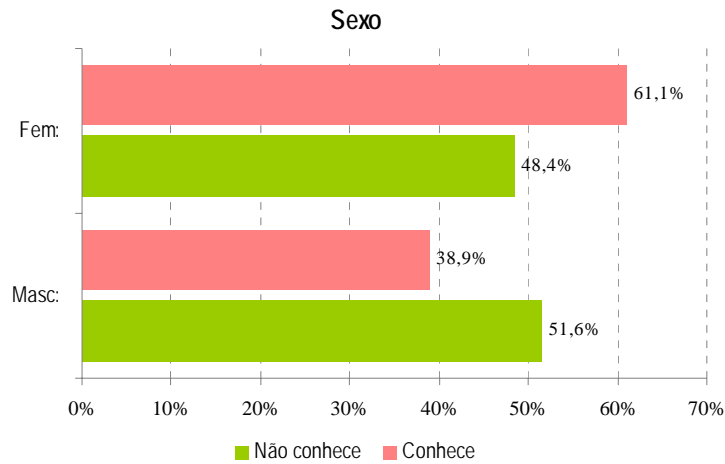


Gráfico 4.3: Sexo dos inquiridos.

Como se pode observar no gráfico 4.4, de entre as três possibilidades apresentadas, destacam-se o ensino secundário e o universitário, os quais em conjunto representam a grande maioria dos inquiridos.

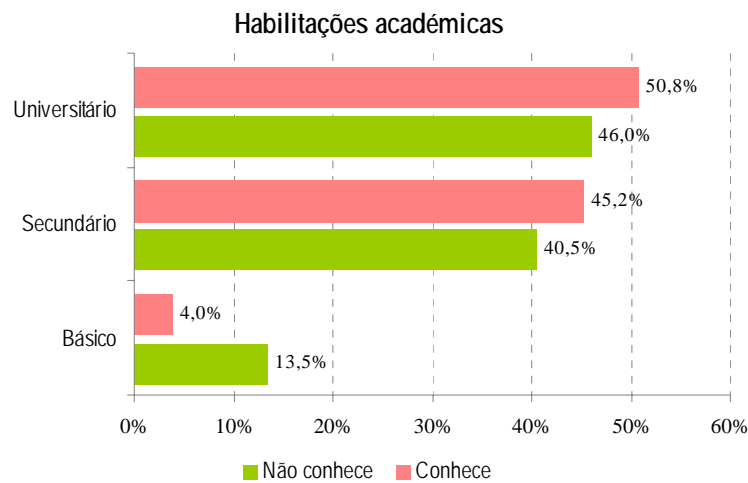


Gráfico 4.4: Habilitações académicas dos turistas.

A situação ocupacional da maioria dos turistas inquiridos é de activo, seguidos pelos não activos e pelos estudantes (gráfico 4.5). As variações percentuais registadas entre os que conhecem e os que não conhecem prendem-se com o factor de diferenciação que existe entre os turistas da Madeira e do Porto Santo. No global, existem 62,3% de turistas no activo, 30% não activo e 10,7% são estudantes.

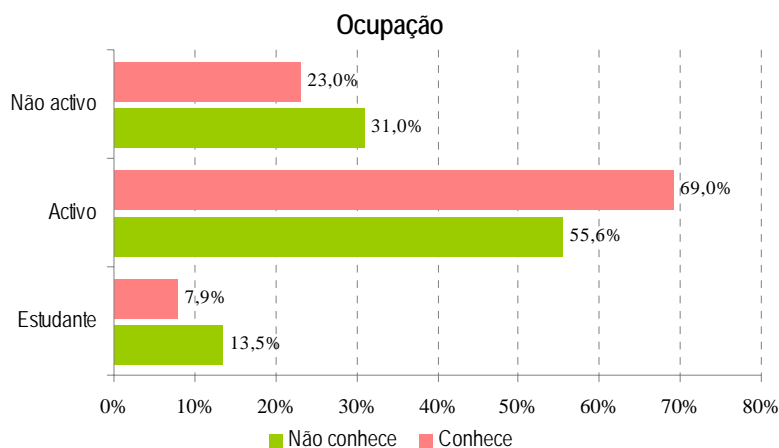


Gráfico 4.5: Ocupação dos turistas.

De acordo com o gráfico 4.6, cerca de 43% do grupo que não conhece Porto Santo tem rendimentos líquidos com valores inferiores a 1 000 €. No grupo que conhece a maior incidência (44,4%) verifica-se nos inquiridos que registam ganhos mensais líquidos entre os 1 001 e os 2 000 €. No global, estas duas percentagens têm valores próximos um do outro (38,1% para os que ganham menos e 42,5% para o escalão seguinte), aumentando a distância conforme o valor dos rendimentos mensais aumentam.

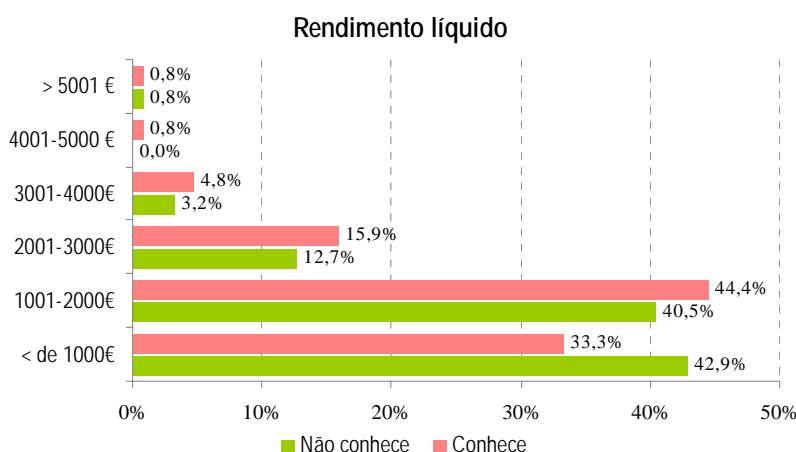


Gráfico 4.6: Nível do rendimento líquido dos inquiridos.

Como se pode constatar através do gráfico 4.7, viajar uma vez por ano constitui a opção mais assinalada entre os turistas que conhecem o Porto Santo. No grupo dos que não conhecem há um maior equilíbrio entre as opções “uma vez por ano”, “duas vezes por ano” e “três ou mais vezes por

ano". Quando se considera as duas amostras em conjunto, a opção "uma vez por ano" continua a ser a principal escolha dos turistas (29,4%).

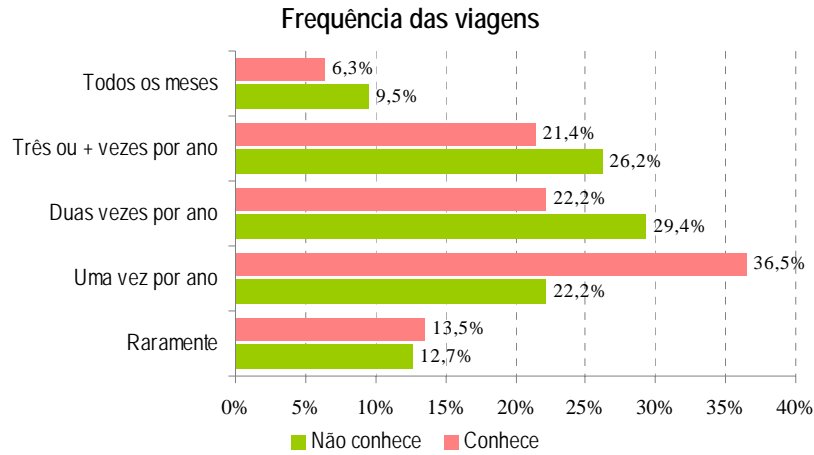


Gráfico 4.7: Frequência das viagens.

Como é bem evidente no gráfico 4.8, as férias constituem o principal motivo das viagens dos turistas inquiridos, independentemente do grupo em que se inserem. O trabalho e os motivos pessoais também são opções com alguma importância. Note-se que, pelo facto de algumas pessoas referirem mais do que um motivo para as suas viagens, a soma das percentagens de cada grupo não é 100.

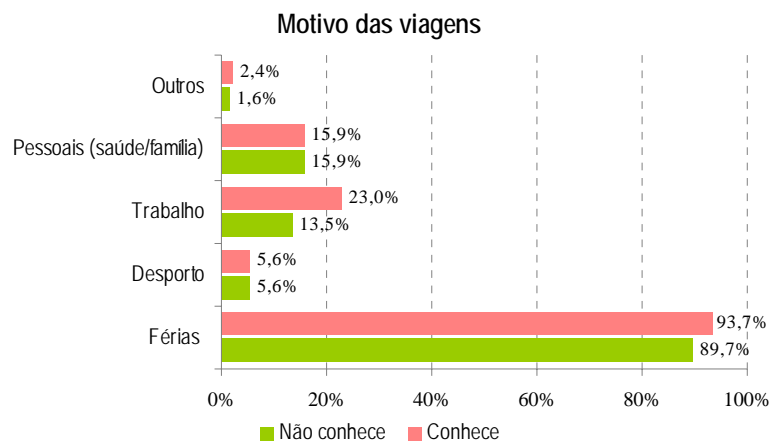


Gráfico 4.8: Motivo das viagens.

Como está bem patente no gráfico 4.9, a grande maioria dos turistas inquiridos em ambos os grupos afirmaram que viajam acompanhados.

Embora os inquiridos só apresentassem duas opções de resposta, uma vez que alguns turistas assinalaram as duas, foi criada uma nova categoria (ambos) para contemplar esta situação.

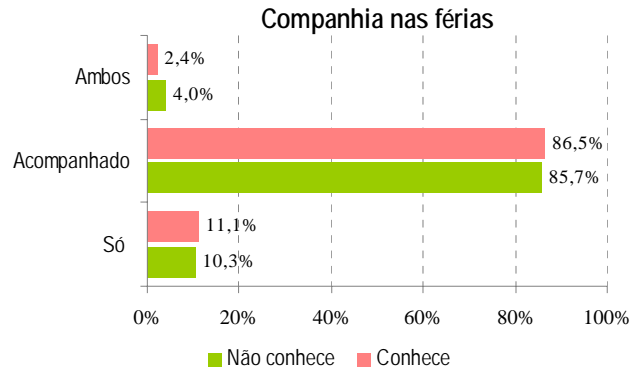


Gráfico 4.9: Companhia nas férias.

A média do período de férias dos turistas inquiridos que não conhecem Porto Santo é de 10,24 e de 12,93 dias para os que conhecem.

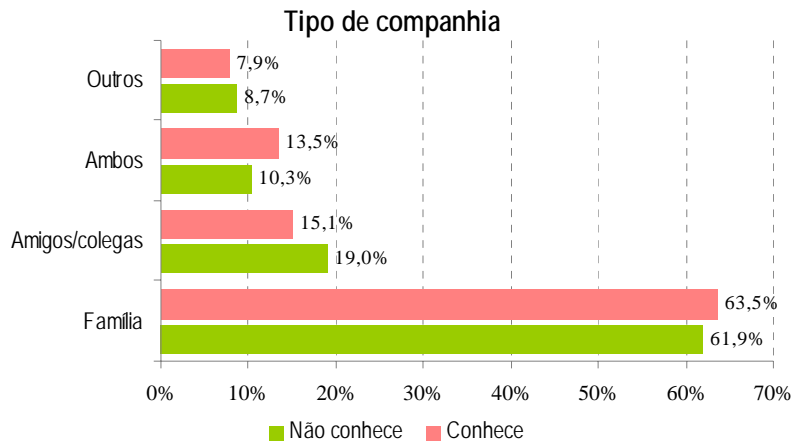


Gráfico 4.10: Pessoas com quem os turistas costumam fazer férias.

Em ambos os grupos predomina a família como companhia de viagem, embora os amigos/colegas constituam uma parcela assinalável das opções (gráfico 4.10). De facto, algumas pessoas assinalaram estas duas opções, razão pela qual a soma das percentagens de cada grupo não é 100.

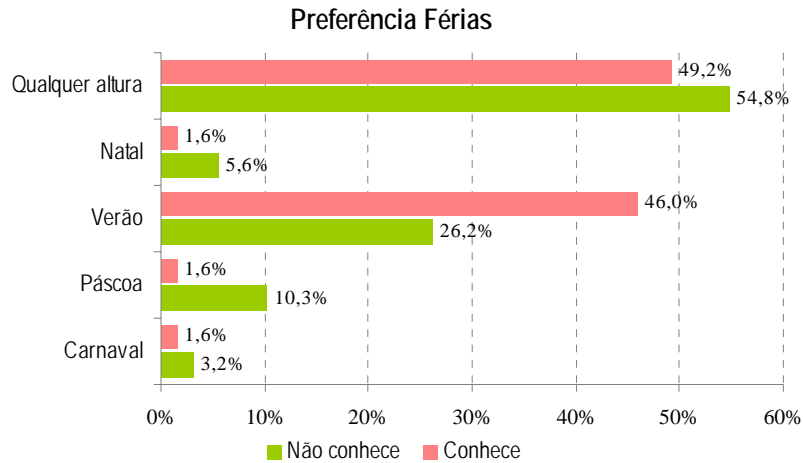


Gráfico 4.11: Altura do ano em que preferem viajar.

Do grupo dos turistas que não conhece o Porto Santo, cerca de 55% afirmou que não tem preferência na altura do ano para fazer férias, enquanto que apenas 49,2% do grupo que conhece tem a mesma opinião (gráfico 4.11). Além disso, nestes últimos, 46% afirma que prefere o Verão contrastando com os 26,2% nos que não conhecem. Esta última diferença nas percentagens pode ser um indicador da sazonalidade que caracteriza este destino.

4.3.2 Conhecimento do destino e sensibilidade ecológica

Neste ponto iremos analisar o comportamento dos inquiridos relativamente ao destino e a questões ambientais gerais e específicas.

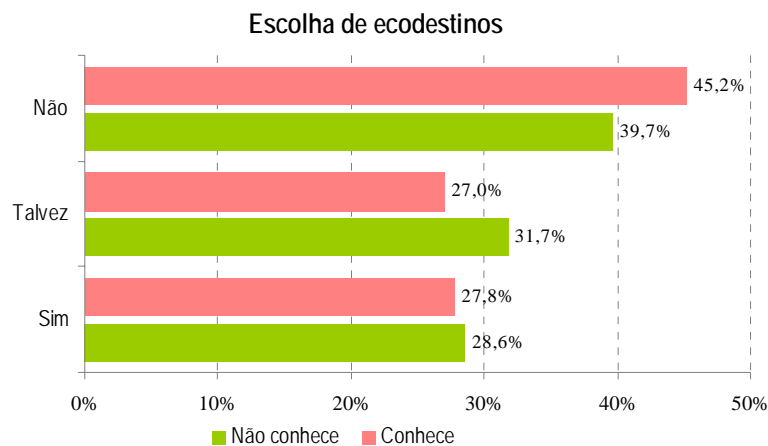


Gráfico 4.12: Escolha de ecodestinos.

Através da análise efectuada ao gráfico 4.12 podemos observar que em ambos os grupos o factor ecológico não é determinante na escolha do destino de férias.

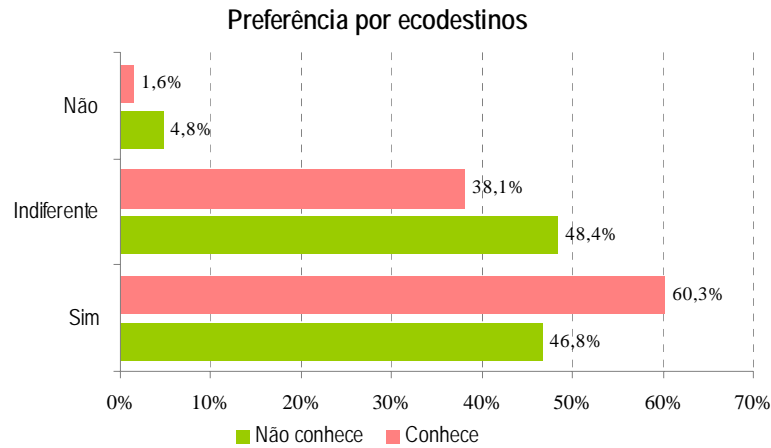


Gráfico 4.13: Preferência por ecodestinos.

Os indivíduos que conhecem Porto Santo são aqueles que mais têm preferência por destinos ecológicos, perfazendo mesmo a maioria deste grupo (gráfico 4.13).

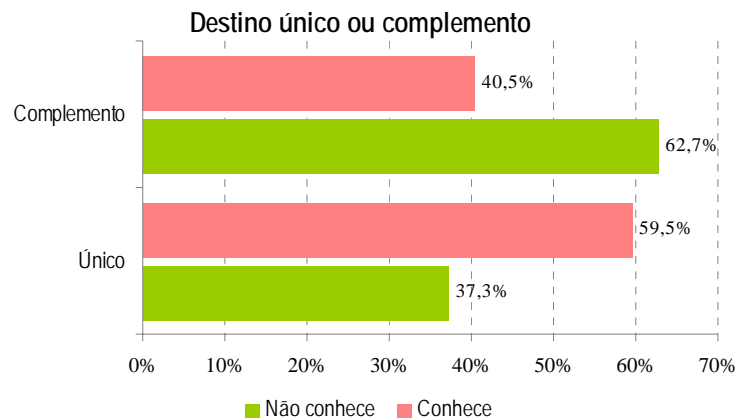


Gráfico 4.14: Percepção dos turistas da "ilha dourada": se única ou complemento da Madeira.

Interessantemente, a maioria dos turistas que conhecem Porto Santo afirmam-no como destino único, ao contrário com o que acontece nos restantes (gráfico 4.14).

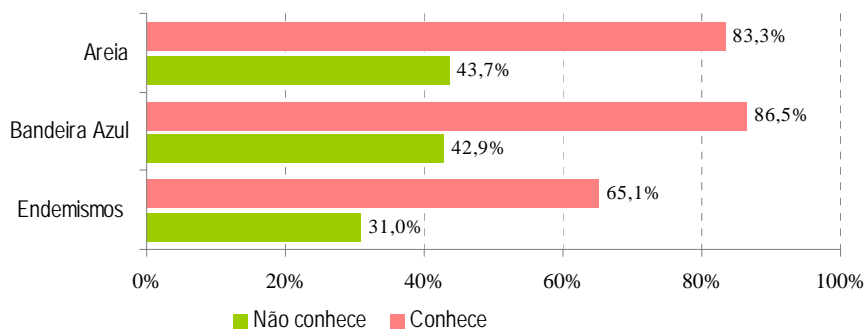


Gráfico 4.15: Conhecimento das especificidades do destino Porto Santo.

Através do gráfico 4.15, podemos observar que relativamente ao conhecimento da ilha, nomeadamente no que diz respeito à existência de bandeira azul, dos endemismos e às qualidades terapêuticas da areia, existe uma diferença abismal entre aqueles que conhecem e aqueles que não conhecem a “ilha dourada”. O contraste maior refere-se à bandeira azul, em que 86,5% dos que conhecem sabem da sua existência para apenas 42,9% dos que não conhecem.

À pergunta “Consideraria o Porto Santo um destino mais atraente se fosse ecológico?”, 76% dos turistas que conhecem responderam afirmativamente e apenas 50,8% dos que não conhecem têm a mesma opinião. Esta diferença pode servir como chamada de atenção para a necessidade de preservar este destino.

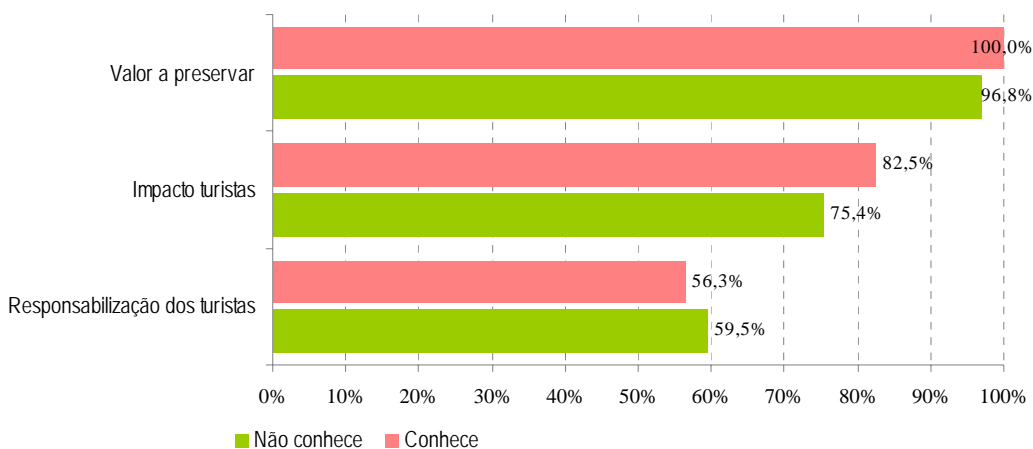


Gráfico 4.16: Ambiente, um valor a preservar e a responsabilização/consciência do impacto dos turistas no destino.

No mesmo sentido, não é de estranhar a elevada percentagem nos dois grupos relativa à preservação do meio ambiente (gráfico 4.16). Os indivíduos que conhecem são os que mais têm consciência do impacto ambiental que os turistas provocam no destino de férias. Apesar de a grande maioria dos indivíduos terem consciência deste impacto (82,5% e 75,4% - gráfico 4.16), quando se trata de os responsabilizar desse impacto, alguns não estão dispostos a isso (gráfico 4.16). Os turistas que conhecem o Porto Santo são os que mais têm esta atitude, ou seja, 82,5% tinha consciência do impacto mas apenas 56,3% estava disposto a ser responsabilizado (havendo um diferencial de 26,2%), enquanto que nos que não conhecem os valores são de 75,4% e 59,5%, logo um diferencial de apenas 15,9%. Estes são valores a merecer alguma reflexão...

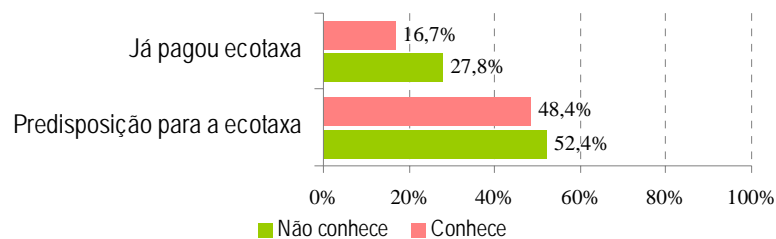


Gráfico 4.17: Responsabilização dos turistas pelo desgaste no destino e se já pagou ecotaxa.

Quanto ao pagamento da ecotaxa, os turistas que não conhecem apresentam uma percentagem ligeiramente superior aos que conhecem (gráfico 4.17).

Ainda no gráfico 4.17 está incluída a pergunta “Estaria disposto(a) a pagar uma taxa com o objectivo de preservar e diminuir o impacto da actividade turística junto do ambiente?”, onde as opiniões estão claramente divididas (48,4% dos que conhecem concorda e 52,4% dos que não conhecem).

Já no que diz respeito às opções de pagamento da ecotaxa, em ambos os grupos a escolha recaiu sobre a doação, seguida pelo cartão (gráfico 4.18). Factor interessante é o empate nos turistas que conhecem o Porto Santo, entre o cartão e a opção fixa dum valor a ser pago por dia.

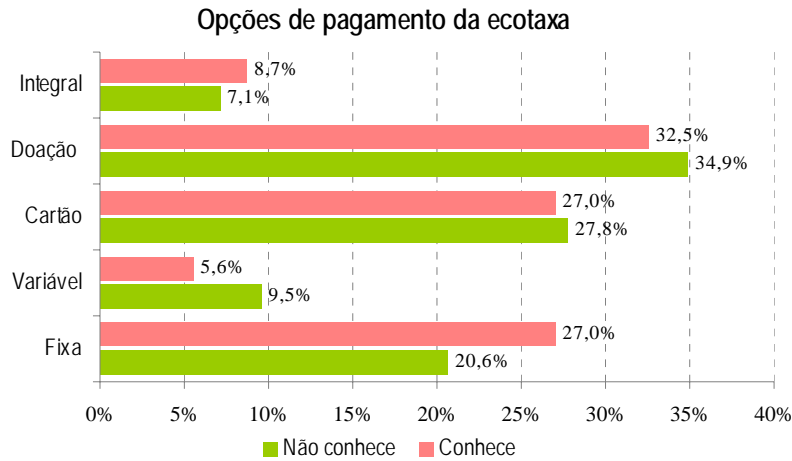


Gráfico 4.18: Opções de pagamento da ecotaxa.

Relativamente ao valor a pagar por uma ecotaxa, em ambos os grupos, a opção entre “5 e 10 euros” foi a que obteve maior percentagem, seguida pela opção “menos de 5 euros”. Assim sendo, cerca de 90% dos turistas não está disposto a pagar mais do que 10 € (gráfico 4.19).

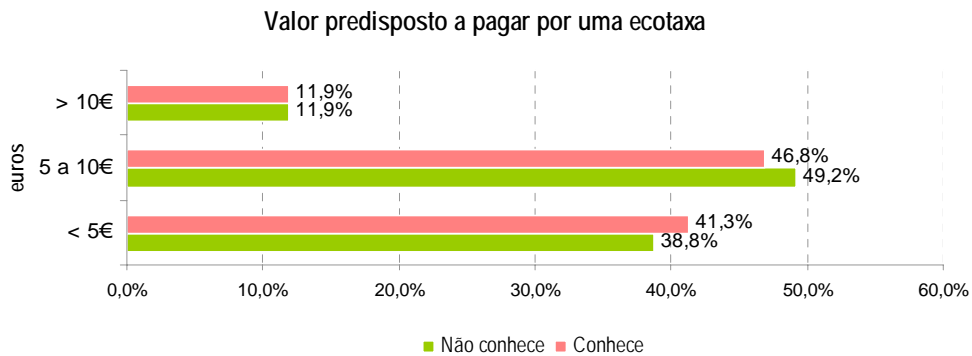


Gráfico 4.19: Valor predisposto pelos inquiridos a pagar por uma ecotaxa.

Em ambas as amostras, as entidades poluidoras em geral e as câmaras municipais são as entidades mais assinaladas como as que deveriam suportar os custos da manutenção ambiental (gráfico 4.20). As unidades hoteleiras também são referidas por 33,3% dos indivíduos que conhecem Porto Santo. De salientar, no entanto, que a opinião em ambos os grupos é de que a responsabilidade deve ser partilhada, uma vez que vários inquiridos assinalaram mais do que uma opção.

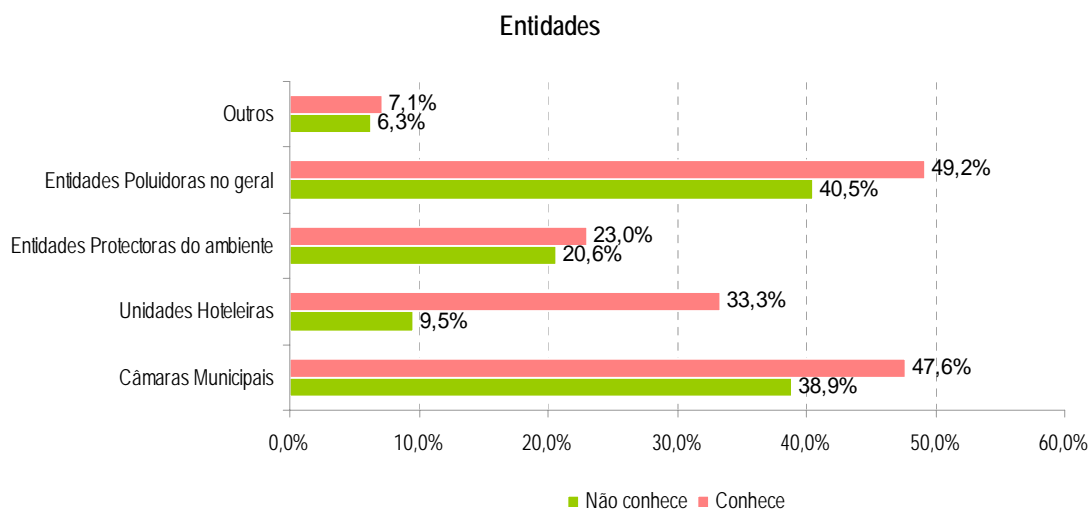


Gráfico 4.20: Entidades que deveriam suportar os custos de manutenção ambiental.

Na questão “Considera uma ecotaxa obrigatória um factor negativo, a nível económico, e optaria por outro destino, no caso de ser implementado no Porto Santo?”, a maioria dos inquiridos respondeu negativamente (77,8% dos que conhecem e 88,1% dos que não conhecem).

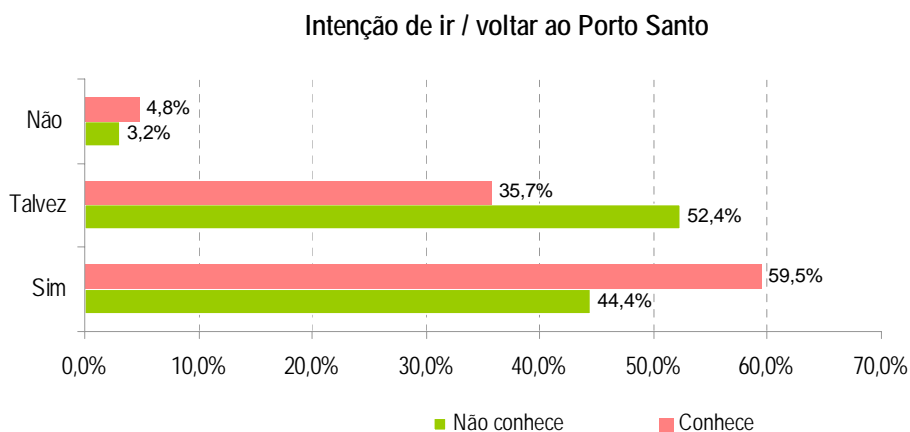


Gráfico 4.21: Intenção de ir/voltar ao Porto Santo.

Dos turistas que não conhecem o Porto Santo, 52,4% respondeu que talvez vá até à “ilha dourada” e 44,4% que sim. Já dos turistas que conhecem, a ordem inverte-se pois 59,5% tem a intenção de lá voltar e 35,7% talvez. É interessante constatar que aumenta a opção do sim após conhecer o destino (gráfico 4.21).

4.3.3 Satisfação com o destino

Nesta secção serão analisadas as respostas dos turistas que conhecem o Porto Santo no sentido de avaliar o seu grau de satisfação e as imagens que conseguem assimilar após passarem férias na ilha.

Como podemos constatar no gráfico seguinte, uma esmagadora maioria dos inquiridos (98%) confirma que o Porto Santo necessita de maior e melhor protecção ao seu meio ambiente.

Protecção e melhoramento do ambiente

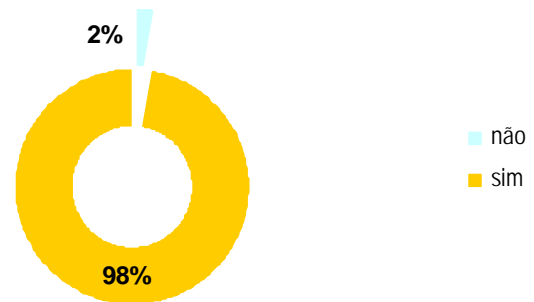


Gráfico 4.22: Necessidade de protecção e melhoramento do ambiente.

Através do gráfico 4.23, verificamos que para 43% dos turistas inquiridos não era a primeira vez que visitavam este destino. Este valor pode indiciar alguma fiabilidade ao destino.

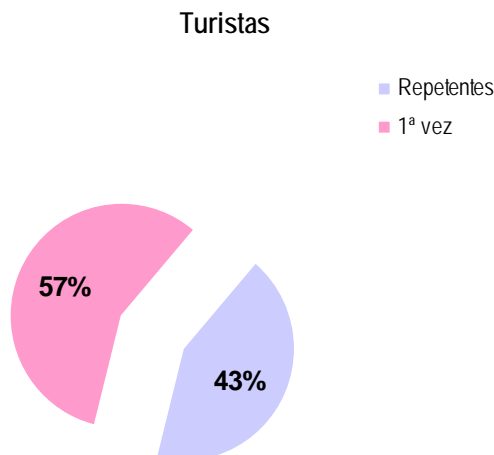


Gráfico 4.23: Percentagem de turistas que já tinha estado antes em Porto Santo.

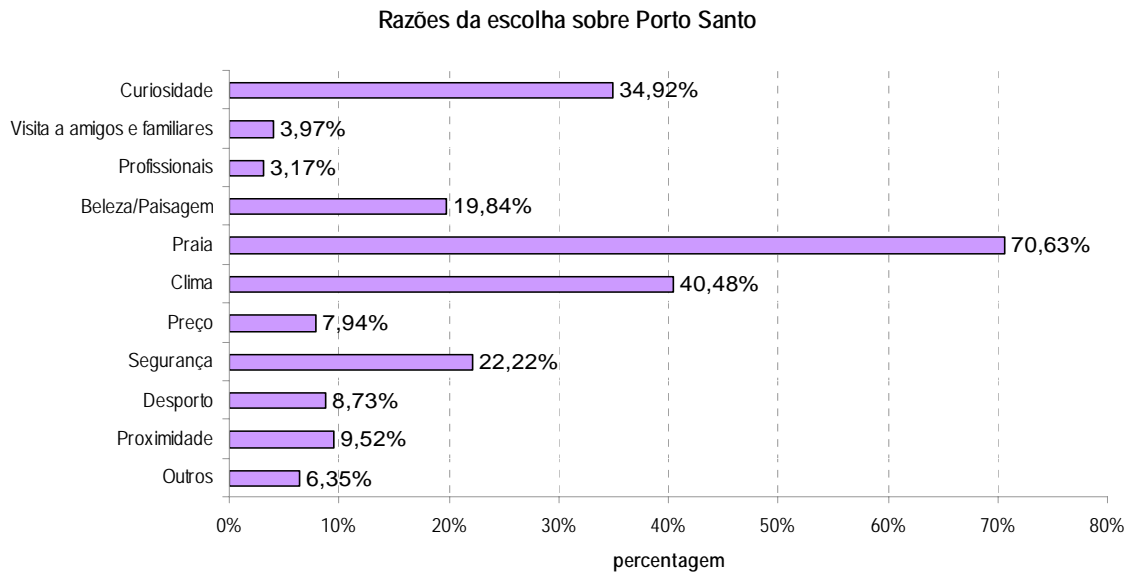


Gráfico 4.24: Razões pelas quais os turistas escolheram o Porto Santo para passar férias.

Como podemos observar no gráfico 4.24, nas principais razões de escolha do Porto Santo, para além da natural curiosidade, estão factores naturais como a praia, o clima e a paisagem. A segurança também é uma característica importante.

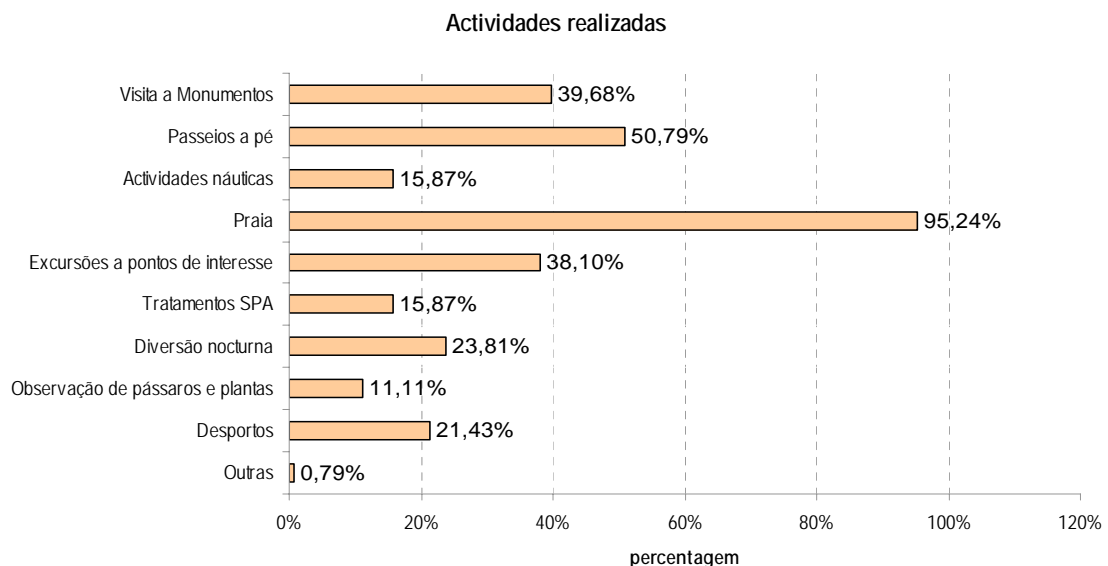


Gráfico 4.25: Actividades realizadas pelos turistas durante a sua estada em Porto Santo.

Das actividades realizadas, 95,24% dos inquiridos fez praia (gráfico 4.25). Constatamos que as principais actividades realizadas pelos turistas estão relacionadas com o ambiente. Este facto

juntamente com o anterior (gráfico 4.24) e com a necessidade de protecção e melhoramento do meio ambiente verificada no gráfico 4.23, podem constituir um alerta para a defesa das características da ilha como destino ecológico e equilibrado.

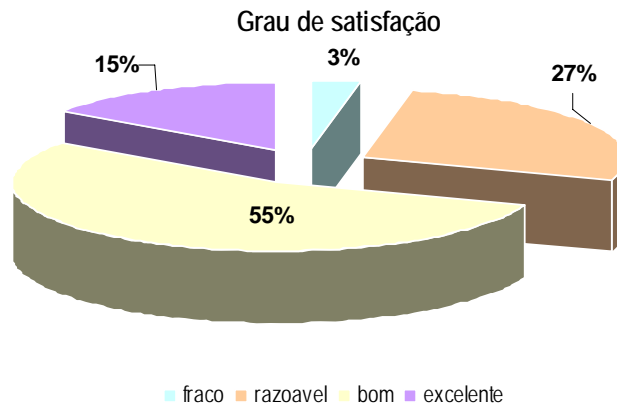


Gráfico 4.26: Grau de satisfação.

No gráfico 4.26, verificamos que dos turistas inquiridos, 55% considerou que as suas férias foram boas, enquanto que só uma minoria (3%), as considerou como fracas. Não deixa de ser relevante a percentagem, 15%, que considerou as férias excelentes.

Objectivos/expectativas cumpridas

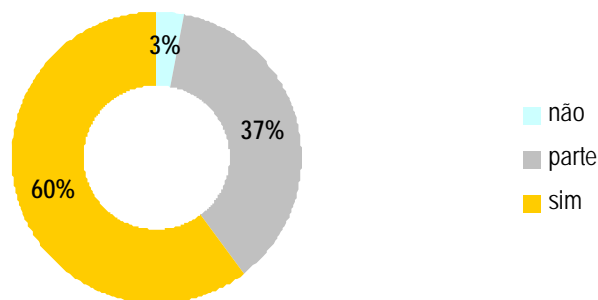


Gráfico 4.27: Cumprimento dos objectivos/expectativas das férias.

Para os turistas inquiridos, os objectivos/expectativas das férias foram cumpridas em 60,32% (gráfico 4.27). Este valor permite afirmar que, para a maioria destes turistas, as expectativas relativas à ilha não foram defraudadas.

4.4 Análise dos resultados

Na análise seguinte, será estudada a reacção do mercado face à implementação duma ecotaxa cobrada aos turistas. Assim sendo, serão aplicados alguns testes estatísticos, nomeadamente o teste da homogeneidade, teste da igualdade de proporções e teste de igualdade de médias (conforme já referido na secção 4.2).

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Portugal	61	48,41%	0,54	73	57,94%	0,54
Venezuela	4	3,17%	0,06	5	3,97%	0,06
Itália	1	0,79%	6,13	15	11,90%	6,13
Angola	3	2,38%	0,10	2	1,59%	0,10
Espanha	27	21,43%	5,88	7	5,56%	5,88
UK	15	11,90%	0,02	14	11,11%	0,02
Áustria	3	2,38%	0,10	2	1,59%	0,10
Alemanha	9	7,14%	0,30	6	4,76%	0,30
Outros	3	2,40%	0,10	2	1,60%	0,10

Quadro 4.1: País de origem.

Através da aplicação do teste da homogeneidade, como o valor P do teste foi 0,001, existem diferenças significativas entre os turistas que conhecem e os que não conhecem relativamente à proporção de visitantes dos vários países de origem, ou seja, podemos afirmar que a distribuição dos turistas pelos países de origem não é a mesma nos dois grupos (quadro 4.1). De facto, apesar de ser o grupo dos portugueses o que apresenta maior frequência a viajar para o Porto Santo, a predominância é maior no grupo dos que conhecem. De salientar em especial as diferenças relativas à Itália e à Espanha, sustentadas pelos valores elevados dos desvios quadráticos relativizados (DQR). Merece destaque a percentagem de italianos que apontam conhecer a ilha, consequência da existência de um voo directo proveniente da Itália. A heterogeneidade

relativamente ao país de origem foi intencional, uma vez que a entrada de turistas nesta ilha, de acordo com a sua proveniência, também não é homogénea.

Apesar de nos inquéritos se encontrarem 10 opções de resposta, devido à ocorrência de resposta nula num dos grupos, esta opção foi incluída em "outros" (prática comum por forma a garantir as condições da aplicação deste teste, Pestana e Velosa, 2002).

A idade dos turistas entrevistados foi classificada em quatro classes. Ao recolher a amostra, procurou-se que os dois grupos não tivessem grandes diferenças relativamente a esta característica. O teste de homogeneidade veio confirmar este aspecto, uma vez que o valor P obtido foi 0,218 ($> 0,05$). Na globalidade, a faixa etária mais representada é a de "31 a 44 anos" (35,7%). Eventualmente a recolha da amostra ficou sujeita à sazonalidade, uma vez que na época baixa a faixa etária mais representativa é a "45 a 59 anos". Neste sentido as conclusões devem ser compreendidas como referentes a períodos de época alta (gráfico 4.2 e quadro ap.II.2).

	Não conhece		Conhece	
	n	%	n	%
Masculino	65	51,59%	49	38,89%
Feminino	61	48,41%	77	61,11%

Quadro 4.2: Sexo.

Através do mesmo teste, verificou-se que existe uma diferença ligeiramente significativa entre os grupos relativamente ao sexo, pois o valor P foi de 0,043, ou seja, pouco inferior a 0,05. No grupo que não conhece o Porto Santo, a percentagem dos homens é ligeiramente superior à das mulheres, enquanto que no que conhece, é a percentagem das mulheres que é superior (quadro 4.2). Além disso, nestes últimos, há um menor equilíbrio entre o número de homens e o número de mulheres, como já referenciado anteriormente (secção 4.3.1).

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Básico	17	13,49%	3,27	5	3,97%	3,27
Secundário	51	40,48%	0,17	57	45,24%	0,17
Universitário	58	46,03%	0,15	64	50,79%	0,15

Quadro 4.3: Habilitações académicas.

No que diz respeito às habilitações académicas, o valor P do teste de homogeneidade foi de 0,028, ou seja, os níveis de ensino distribuem-se de modo diferente nos dois grupos. De facto, observam-se muitos menos turistas com ensino básico nos que conhecem o Porto Santo, o que se reflecte no valor correspondente no desvio quadrático relativizado (quadro 4.3).

Relativamente à situação ocupacional, o teste de homogeneidade revelou que não existem diferenças significativas entre as duas populações em estudo (valor P = 0,077; quadro ap.II.5).

Os turistas na situação de “activo” constituem a maioria (62,3%; gráfico 4.5).

		< de 1000€	1001-2000€	2001-3000€	3001-4000€	> a 4001€
Não conhece	n	54	51	16	4	1
	%	42,86%	40,48%	12,70%	3,17%	0,80%
	DQR	0,75	0,12	0,22	0,20	0,17
Conhece	n	42	56	20	6	2
	%	33,33%	44,44%	15,87%	4,76%	1,60%
	DQR	0,75	0,12	0,22	0,20	0,17

Quadro 4.4: Rendimento mensal líquido.

O rendimento dos turistas é o mesmo quer conheçam ou não o Porto Santo (valor P = 0,612). A classe de rendimentos líquidos entre 1 001 e 2 000 € é aquela que possui maior percentagem (42,46%), quando considerados os turistas em conjunto (quadro 4.4). Embora no questionário os rendimentos estejam classificados em 6 classes, uma vez que as duas classes com valores mais elevados obtiveram poucas respostas (inclusivamente uma das categorias era nula), houve a necessidade de as juntar, pelas razões já referidas anteriormente.

A frequência com que os turistas entrevistados viajam para fora do local de residência foi classificada em cinco níveis, não existindo evidência suficiente para afirmar que existem diferenças significativas entre os dois grupos (valor $P = 0,133$; quadro ap.II.7). No global, a opção “uma vez por ano” foi aquela que apresentou uma percentagem mais elevada (29,36%).

Procurou-se saber se os dois grupos apresentavam os mesmos motivos para as suas viagens. Para tal, aplicou-se o teste de homogeneidade a cada opção, obtendo os seguintes resultados para o valor P :

- Férias: 0,254
- Desporto: 1
- Trabalho: 0,50
- Pessoais (saúde/família): 1
- Outros: 0,651

O facto de que todos os níveis de significância serem superiores a 0,05 apontam para homogeneidade nas populações, isto é, tanto os que conhecem como os que não conhecem viajam pelos mesmos motivos (quadro ap.II.8).

Não Conhece			Conhece		
Média	Desvio padrão	Mediana	Média	Desvio padrão	Mediana
12,77	7,55	10,00	10,32	5,61	8,00

Quadro 4.5: Duração média das deslocações em férias.

Relativamente a este parâmetro procuramos saber se a duração média das férias é igual nos dois grupos de turistas através do teste t de *Student* de igualdade das médias. O teste foi significativo (valor $P = 0,002$), logo podemos concluir que os que não conhecem a ilha têm uma duração média de férias maior (quadro 4.5). Entre os que não conhecem a ilha, a duração média das férias é de 12,77 dias, enquanto que os que conhecem apresentam uma média ligeiramente inferior (10,32 dias). Importa notar que estes valores das médias não contradizem o valor 5,5 dias da estada média

dos turistas (secção 3.4.1). Apenas reflectem que nem todo o período de férias é passado no Porto Santo.

Quando referimos as pessoas que podem acompanhar os inquiridos durante as suas férias, observamos que alguns fazem férias sós, outros acompanhados e alguns escolheram as duas opções (gráfico 4.9). O teste de homogeneidade não revelou diferença entre os dois grupos (valor P = 0,837), como seria de esperar dada a proximidade dos valores em cada opção (quadro ap.II.10).

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Família	78	61,9%	0,01	80	63,5%	0,01
Amigos / colegas	24	19%	0,29	19	15,1%	0,29
Ambos	13	10,3%	0,27	17	13,5%	0,27
Outros	11	8,7%	0,02	10	7,9%	0,02

Quadro 4.6: Companhia nas férias.

O mesmo resultado ocorreu relativamente ao valor P no tipo de companhia: P = 0,756 ou seja, em ambos os grupos tem a mesma natureza. Este facto já era previsível, tendo em conta os resultados apresentados no gráfico 4.10. Note-se que pelo facto de algumas pessoas terem assinalado as duas opções (família e amigos/colegas), houve a necessidade de criar mais uma categoria (ambos), uma vez que este tipo de teste pressupõe que as categorias são mutuamente exclusivas (quadro 4.6).

		Carnaval	Páscoa	Verão	Natal	Qualquer altura
Não conhece	n	4	13	33	7	69
	%	3,17%	10,32%	26,19%	5,56%	54,76%
	DQR	0,33	4,03	3,43	1,39	0,19
Conhece	n	2	2	58	2	62
	%	1,59%	1,59%	46,03%	1,59%	49,21%
	DQR	0,33	4,03	3,43	1,39	0,19

Quadro 4.7: Altura preferida para fazer férias.

Através da análise do quadro 4.7, constatamos que altura preferida para os turistas fazerem férias não é a mesma para os dois grupos (valor $P = 0,001$ proveniente do teste de homogeneidade). Através dos desvios quadráticos relativizados podemos observar que são as opções “Páscoa” e “Verão” que mais contribuem para esta diferença.

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Sim	36	28,57%	0,01	35	27,78%	0,01
Às vezes	40	31,75%	0,24	34	26,98%	0,24
Não	50	39,68%	0,23	57	45,24%	0,23

Quadro 4.8: Escolha por ecodestinos.

Os turistas que conhecem o destino Porto Santo e os que não conhecem, escolhem de igual forma, destinos ecológicos (valor $P = 0,619$), ou seja, em ambos os grupos o factor ecológico não é determinante na escolha do destino de férias. De facto, quando considerado em conjunto, apenas 28% costuma optar por destinos “amigos do ambiente” (quadro 4.8).

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
107	84,92%	0,85	112	88,89%	0,89

Quadro 4.9: Relevância das informações sobre os destinos.

Tanto no grupo dos inquiridos que conhecem como no dos que não conhecem, a grande maioria afirma que as informações dadas por operadores e agentes de viagens sobre o destino são relevantes. Através do teste de igualdade das proporções verificamos que a proporção de indivíduos com esta opinião não difere nos dois grupos (valor $P = 0,826$; quadro 4.9).

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Sim	59	46,83%	1,07	76	60,32%	1,07
Indiferente	61	48,41%	0,77	48	38,10%	0,77
Não	6	4,76%	1,00	2	1,59%	-1,00

Quadro 4.10: Preferência por ecodestinos.

Quanto às preferências por destinos ecológicos (quadro 4.10), não existem diferenças significativas entre as duas populações, pois a significância associada ao teste de homogeneidade foi superior a 0,05 (valor $P = 0,058$). Podemos pois afirmar que no seu conjunto, cerca de 54% dos turistas prefere um destino ecológico.

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Amigos	45	35,7%	0,13	50	39,7%	0,13
Família	37	29,4%	0,49	46	36,5%	0,49
Televisão	20	15,9%	3,13	7	5,6%	3,13
Agências de Viagens	28	22,2%	1,06	40	31,7%	1,06
Revistas	20	15,9%	1,67	10	7,9%	1,67
Internet	14	11,1%	0,54	9	7,1%	0,54
Outros	1	0,8%	0,13	6	4,8%	1,79

Quadro 4.11: Tomada de conhecimento.

Para verificar se existia diferença entre os dois grupos na forma pela qual os turistas tomaram conhecimento do destino Porto Santo, aplicou-se o teste de homogeneidade a cada opção. O *item* televisão foi o único onde houve diferença, pois o valor P foi de 0,008. De facto, neste caso, dos que conhecem o destino, apenas 5,6% tiveram conhecimento por esse meio, enquanto que dos que não conhecem, essa percentagem é de 15,9%, ou seja, quase o triplo (quadro 4.11).

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Praia	91	72,2%	0,73	108	85,7%	0,73
Golfe	14	11,1%	0,15	17	13,5%	0,15
Natureza	23	18,3%	0,05	21	16,7%	0,05
SPA	17	13,5%	0,00	17	13,5%	0,00
Clima	32	25,4%	2,59	53	42,1%	2,59
Nenhum	16	12,7%	2,27	6	4,8%	2,27
Outro	2	1,6%	3,57	12	9,5%	3,57

Quadro 4.12: Elementos associados ao Porto Santo.

O mesmo procedimento foi adoptado relativamente aos elementos associados à “ilha dourada”, como demonstrado no quadro 4.12. Existem diferenças significativas entre os turistas que conhecem e os que não conhecem quanto a duas das imagens que têm acerca do destino, nomeadamente a associação desta ilha como destino de praia (valor P = 0,009; 72,2% para os que não conhecem versus 85,7% para os que conhecem) e o clima (valor P = 0,005; 25,4% dos turistas que não conhecem o Porto Santo assinalam este factor, enquanto nos que conhecem a percentagem sobe para 42,1%). Este último item pode apontar para que na divulgação do Porto Santo seja dado maior ênfase ao seu clima.

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Aventura	10	7,9%	0,00	10	7,9%	0,00
Novidade	68	54,0%	5,29	35	28,0%	5,29
Tranquilidade	51	40,5%	3,82	83	65,9%	3,82
Novas sensações	30	23,8%	0,03	28	22,2%	0,03
Exotismo	12	9,5%	2,00	4	3,2%	2,00
Património	5	4,0%	0,83	10	7,9%	0,83
Cultura	8	6,3%	0,03	7	5,6%	0,03
Diversão	5	4,0%	1,44	12	9,5%	1,44
Segurança	23	18,3%	3,03	43	34,1%	3,03
Limpeza	14	11,1%	0,89	22	17,5%	0,89
Gastronomia	5	4,0%	1,78	13	10,3%	1,78
Outros	1	,8%	2,25	7	5,6%	2,25

Quadro 4.13: Percepção sobre o Porto Santo.

Novamente através do mesmo procedimento, no quadro 4.13 verificou-se se existiam diferenças significativas entre as populações no que diz respeito à percepção que estas têm sobre vários elementos. As diferenças encontradas referem-se a: “novidade” (valor P < 0,000), “tranquilidade” (valor P < 0,000) e “segurança” (valor P < 0,000). De salientar ainda que no grupo dos que não conhecem Porto Santo, o factor “novidade” apresenta uma percentagem elevada (54%), o mesmo

ocorrendo no grupo dos que conhecem relativamente à tranquilidade do destino (65,9%). Este último valor realça a importância em manter o Porto Santo como um destino tranquilo.

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
47	37,30%	0,37	75	59,52%	0,60

Quadro 4.14: Porto Santo: destino único ou complementar?

Na percepção do Porto Santo como destino único ou como complementar da Madeira, aplicou-se o teste de igualdade de proporções. Verificou-se que as diferenças observadas têm um grande significado estatístico (valor $P < 0,000$), ou seja, não só as proporções dos indivíduos que percebem o Porto Santo como destino único é diferente para os que conhecem e os que não conhecem, como também têm mesmo opiniões contrárias ($\hat{p} = 0,37 < 0,5$ nos que conhecem e $\hat{p} = 0,60 > 0,5$ nos que conhecem; quadro 4.14).

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
39	30,95%	0,31	82	65,08%	0,65

Quadro 4.15: Conhecimento sobre endemismos no Porto Santo.

Através do teste de igualdade de proporções, podemos afirmar que a proporção de indivíduos que têm conhecimento dos endemismos é diferente em ambos os grupos (valor $P < 0,000$). Além disso, como seria de esperar, são os indivíduos que não conhecem o Porto Santo que menos têm este conhecimento, perfazendo menos de metade dos indivíduos (30,95%), ao contrário do que acontece com os restantes (65,08%), que sabem que esta ilha apresenta fauna, flora e características geológicas próprias (quadro 4.15).

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
54	42,86%	0,43	109	86,51%	0,87

Quadro 4.16: Noção da existência de bandeira azul.

Através do mesmo teste, concluímos através da leitura do quadro 4.16, que existem diferenças significativas nas proporções dos dois grupos quanto ao conhecimento da existência da Bandeira Azul (valor $P < 0,000$). Novamente a maioria (86,51%) dos indivíduos que conhecem o Porto Santo sabe da sua existência para apenas uma minoria (42,86%) nos restantes.

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
55	43,65%	0,44	105	83,33%	0,83

Quadro 4.17: Conhecimento das qualidades terapêuticas da areia.

De acordo com o resultado do teste de igualdade de proporções, as populações em estudo não têm o mesmo grau de conhecimento das qualidades da areia (valor $P < 0,000$). De facto, de novo o conhecimento das propriedades da areia do Porto Santo é claro para a maioria (83,33%) dos turistas que conhecem a ilha para apenas uma minoria (43,65%) para os que não a conhecem (quadro 4.17).

As diferenças registadas relativamente aos endemismos, à bandeira azul e às características da areia reflectem algum desconhecimento por parte dos turistas que não conhecem este destino, pelo que a promoção do Porto Santo talvez deva ser mais informativa acerca destas características.

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
64	50,79%	0,51	96	76,19%	0,76

Quadro 4.18: O Porto Santo seria um destino mais atraente se fosse ecológico?

De acordo com o teste de igualdade de duas proporções, as diferenças observadas têm significado estatístico (valor $P < 0,000$), ou seja, são os turistas que conhecem a ilha os que mais são de opinião que o Porto Santo seria um destino mais atraente se fosse ecológico (76,19% versus 50,79%; quadro 4.18).

Quer conheçam o destino Porto Santo ou não, a maioria dos turistas (79%) tem consciência do impacto ambiental desta actividade económica (gráfico 4.16), não sendo significativas as diferenças entre estas populações (valor $P = 0,163$, obtido através do teste de igualdade de proporções; quadro ap.II.28)

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
122	96,83%	0,97	126	100,00%	1

Quadro 4.19: O ambiente é um valor a preservar?

Como se pode observar no quadro 4.19, totalidade dos turistas que conhecem o Porto Santo considera que o meio ambiente é um valor a preservar. Esta percentagem é de 96,83% para os restantes, do que resulta que estas diferenças sejam ligeiramente significativas (valor $P = 0,042$, resultante do teste de proporções). No entanto, em qualquer dos casos há uma forte pressão no sentido da preservação do destino, sendo ainda maior quando o destino já é conhecido.

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
35	27,78%	0,28	21	16,67%	0,17

Quadro 4.20: Já pagou ecotaxa?

As diferenças entre as proporções dos dois grupos são significativas, de acordo com o resultado do respectivo teste de proporções (valor $P = 0,032$). Dos turistas que conhecem o destino Porto Santo, 16,67% já pagaram ecotaxa. Entre os que não conhecem o destino, esta percentagem é de 27,78% (quadro 4.20).

Cerca de 56% dos turistas que conhecem o destino Porto Santo e de 60% dos que não conhecem a ilha, são da opinião que os turistas devem ser responsabilizados pelo seu impacto no destino de férias (gráfico 4.16). Como estas percentagens estão tão próximas, não seria de esperar que o teste

de proporções detectasse diferenças significativas, como de facto se observa com a significância do teste a ter o valor P de 0,610 (quadro ap.II.31). Assim sendo, 58% dos indivíduos consideram que os turistas devem ser responsabilizados.

Não conhece			Conhece		
n	%	\hat{p}	n	%	\hat{p}
66	52,38%	0,52	61	48,41%	0,48

Quadro 4.21: Predisposição para pagar uma ecotaxa.

Embora considerem que os turistas devam ser responsabilizados pelo seu impacto no destino de férias, em ambos os grupos os turistas estão divididos quanto à disposição de pagar uma eventual ecotaxa, ou seja, cerca de 50% é favorável e cerca de 50% não é. Não é pois de estranhar que as diferenças observadas não tenha tido significado estatístico (valor P = 0,528; teste de proporções). Como este resultado é neutro, não há indicação nem a favor, nem contra a implementação da ecotaxa (quadro 4.21).

Relativamente às opções de pagamento dum eventual ecotaxa, estas apresentam distribuição semelhante quer conheçam ou não o destino Porto Santo, sendo a doação aquela que maior número de turistas agrega (34,92% entre os que não conhecem o Porto Santo e 32,54% entre os que conhecem; gráfico 4.18). O teste de homogeneidade apontou para um valor P = 0,270, não existindo diferenças significativas (quadro ap.II.17).

O teste de homogeneidade do Qui-Quadrado não permite afirmar que existam diferenças significativas entre as populações (uma vez que a significância foi 0,745), no que respeita ao valor a pagar por uma ecotaxa (quadro ap.II.18), apesar de perto de 50% dos turistas estarem dispostos a pagar entre 5 e 10 €, cerca de 90% não está disposto a pagar mais do que 10 euros (gráfico 4.19).

Quanto à responsabilidade da ecotaxa, quer os que conhecem quer os que não conhecem estão mais inclinados para que esta seja da responsabilidade da Câmara Municipal (43%) e das entidades poluidoras em geral (45%). Devido a esta convergência de opiniões, através do teste de homogeneidade observaram-se diferenças significativas nos dois grupos apenas no que diz respeito às unidades hoteleiras (valor $P < 0,000$; quadro ap.II.19), sendo os turistas que conhecem o Porto Santo os que mais as responsabilizam (33% versus 10%; gráfico 4.20).

Para 12% dos turistas que não conhecem o destino Porto Santo a ecotaxa é um factor negativo; esta percentagem sobe para 22% entre os turistas que conhecem o destino Porto Santo. A diferença entre as percentagens é significativa (valor $P = 0,028$, através do teste das proporções; quadro ap.II.33), pelo que podemos afirmar que são os turistas que conhecem o Porto Santo os que mais partilham da opinião de que a ecotaxa é um factor negativo.

	Não conhece			Conhece		
	n	%	DQR	n	%	DQR
Sim	56	44,44%	1,38	75	59,52%	1,38
Talvez	66	52,38%	1,99	45	35,71%	1,99
Não	4	3,17%	0,20	6	4,76%	0,20

Quadro 4.22: Intenção de ir ou voltar ao Porto Santo.

Relativamente à intenção de ir ou voltar ao Porto Santo, observam-se diferenças significativas nas distribuições das duas populações consideradas (valor $P = 0,028$; teste de homogeneidade; quadro 4.22). De facto, enquanto que nos turistas que conhecem a ilha a maioria responde sim (ou seja, têm intenção de voltar), nos turistas que não conhecem, a maioria (52%) responde talvez (ou seja, talvez vá ao Porto Santo).

Conclusão

O turismo é uma actividade muito sensível seja a aspectos endógenos seja a extrínsecos. A ecotaxa é um daqueles exemplos de boas ideias por vezes difíceis de aplicar. A teoria parece sempre melhor que a prática e as boas ideias opõem-se à realidade estabelecida. Mas a prática de aplicar ecotaxas mais específicas e dar-lhes um valor correcto, ou ainda implementar a forma de cobrar torna-se difícil e pode levar a más interpretações ou consequências não intencionadas, pelo que a especificidade e objectivo tornam-se muito importantes neste tipo de impostos, dificuldades analisadas por diversos autores mencionados ao longo do trabalho e que corroboram as conclusões após análise aos resultados dos inquéritos realizados. As ilhas Baleares são de facto um exemplo que podem ser objecto de *benchmarking* relativamente a relações ambientais e turísticas importantes, cujos resultados são já visíveis e mensuráveis.

O capital natural crítico é insubstituível, pelo que temos de protegê-lo para usufruto das gerações vindouras, para que estas não sejam prejudicadas e para a manutenção do próprio Porto Santo como destino preferencial. Daí a viabilidade da aplicação duma ecotaxa com o objectivo de criar um fundo estrutural de cariz permanente, que converta na prática os objectivos propostos neste trabalho.

As palavras de ordem são qualificar, requalificar, dimensionar, redimensionar, rentabilizar, proteger, atenuar a sazonalidade, criar independência face à Madeira e ao segmento “Sol & Mar”, conquistar, consolidar, diversificar e promover, e acima de tudo, criar um destino *resort* competitivo, com características *up market*, onde o turista tem uma maior consciência face ao meio ambiente. Assim, o pagamento de um valor simbólico não o faria trocar de destino e a capacidade de carga seria respeitada.

A ecotaxa é uma solução possível para colmatar o efeito negativo causado pela actividade turística, e teria também um efeito multiplicador positivo na economia do destino a curto prazo e crescente a médio e longo prazo.

A oferta turística da ilha dourada conseguirá num futuro próximo satisfazer as necessidades dos que a procuram; o aumento do gasto turístico é altamente provável, assim como a possibilidade duma sustentabilidade forte (secção 3.5.6).

A desagregação dos valores relativos ao Turismo em Porto Santo dos da Madeira impõe-se, bem como a consequente avaliação independente do real valor económico gerado naquela ilha.

No entanto, compatibilizar a exploração do meio ambiental pelas pessoas reveste-se de complexidade, pelo que existe uma necessidade imperiosa de tratar as questões ambientais de uma forma integrada, global e numa perspectiva de longo prazo.

A base de toda e qualquer política ambiental, deve ser no respeito e na preservação do meio envolvente. Deve igualmente procurar elevar os padrões de qualidade de vida da população residente, sobre quem em primeira análise, a mesma tem influência. A degradação da base de sustentação ambiental em consequência das actividades económicas, o que à partida e a curto prazo pode trazer benefícios à sociedade no geral, resulta posteriormente num claro empobrecimento da mesma.

Daí a necessidade incontestável de preservação ambiental e do ordenamento do território na ilha do Porto Santo.

A protecção do ambiente passa também e imperativamente pela educação e consciencialização ambiental, permanente e contínua, da população.

Como se pôde verificar no capítulo 1, o turismo pode ser um bem que gera riqueza quando bem canalizado, é uma das indústrias mundiais que se encontram em franco desenvolvimento, estando a sofrer uma ligeira alteração em relação a destinos anteriormente procurados e onde a vertente ecológica está cada vez mais patente devido à consciencialização global de que o planeta em que vivemos tem recursos finitos. Foi neste sentido que surgiu o tema sustentabilidade, que é uma forma de batalha para a preservação e manutenção de diversos factores igualmente importantes para as gerações vindouras, como é o caso do meio ambiente.

Existem múltiplas formas não só de manter o fluxo económico positivo numa actividade turística regrada como também de canalizar parte dos fundos através de taxas criadas para determinados efeitos, como é o caso da ecotaxa e a protecção ambiental.

Foi focado no capítulo 2 que todo e qualquer destino turístico tem um número limitado de absorção de indivíduos que o visitam e que não pertençam à sociedade. Cada destino tem que se destacar pela sua singularidade, seja continente ou ilhas, através do conhecimento do seu produto e dos da concorrência, tentando implementar medidas que não só vão de acordo com as suas características (território, biodiversidade, capacidade) mas também que vão trazer mais-valias que valorizem e complementem o produto existente, sem nunca colocar em perigo a sua integridade física e ambiental.

À volta do globo diversas implementações foram testadas e que servem de estudo para melhor compreender a atitude que deve ser adoptada dependendo do objectivo que um destino deseja alcançar. Ao rever as aplicações implementadas, existem algumas que poderiam ser adaptadas ao Porto Santo como, por exemplo, a do Arquipélago Fernando de Noronha (secção 2.9.1), em que é obrigatório o pagamento diário duma taxa para a conservação da natureza para combater o desgaste originado pelos turistas. Na Austrália (secção 2.9.2), desde 1982 que o departamento estratégico do turismo evidenciou a necessidade para a sustentabilidade do desenvolvimento turístico, sendo o objectivo o de ligar o turismo à conservação do meio ambiente, e em que o pano de fundo turístico é a beleza natural e o seu legado cultural. A Bulgária (secção 2.9.3) que vem fortalecendo o apoio à conservação da biodiversidade pois o ecoturismo é visto essencialmente como um meio para diversificar o produto turístico e para transformar a imagem do turismo naquele país. Na Costa Rica (secção 2.9.4), com a implementação do ecoturismo, tentam manter intactas a beleza e a biodiversidade do país. No Egipto (secção 2.9.5), a protecção das áreas costeiras é muito importante para a conservação do ambiente face ao recente interesse pelo Mar Vermelho. Uma das medidas adoptadas é a existência de manuais de construção para *resorts*. Na Escócia

(secção 2.9.6), foi implementado um programa de certificação efectiva a quem adaptasse o designado “turismo verde”.

Mas muito importante é sem dúvida estudar e compreender o exemplo transmitido pelas Ilhas Baleares (secção 2.9.7), confrontar a sua realidade com a do Porto Santo e conhecer as diversas alternativas que já aplicaram para o pagamento duma ecotaxa. De facto, o aumento desregrado do turismo, com todos os seus impactos negativos, levou a um aumento da consciência ambiental e à consequente necessidade da implementação duma ecotaxa. Devido às dificuldades inerentes a esta implementação, numa primeira instância, a solução encontrada foi a cobrança duma taxa nos hotéis. Por vários motivos, esta solução foi abandonada e substituída por uma outra, o pagamento de um cartão (que em Setembro de 2008 custava € 10) que oferece descontos em diversos locais, que é gerido por uma fundação entre particulares e governo e que tem tido uma boa aceitação.

A apresentação da ilha do Porto Santo foi feita no capítulo 3. Procurou-se dar a conhecer os principais aspectos deste destino, com especial incidência para as questões do turismo e ambientais. Urge reverter a política de massificação “Sol & Mar” aparentemente baseada num exemplo ultrapassado, que lesou gravemente a região sul de Portugal, muito em voga no século passado e que actualmente apresenta-se sem qualquer futuro.

Finalmente no capítulo 4 e através dum estudo reacção comportamental de dois grupos de turistas, um que conhecesse e outro que não conhecesse a “ilha dourada”, procurou-se encontrar algumas das respostas que possam mudar o rumo do seu turismo, adaptando-o a uma realidade mais actual, enquanto produto turístico potencial, procurando dar ênfase aos resultados, alguns gritantes, no sentido de alertar as autoridades e todos os actores chave envolvidos no seu desenvolvimento.

Quando nos é apresentado um destino altamente sazonal e onde 46% de inquiridos afirma preferir o Verão para tirar férias; quando 60% dos mesmos afirmam que querem voltar a Porto Santo, onde a consciência do destino único que é em relação à ilha da Madeira e aumenta a consciência dos elementos e especificidades que caracterizam a “ilha dourada”... Quando uma esmagadora maioria dos inquiridos afirmam que há necessidade de proteger e melhorar o ambiente de Porto Santo e

76% consideraria um destino mais atraente se fosse ecológico, estamos perante a oportunidade de aproveitar para manter ou aumentar o grau das expectativas em relação à ilha, através duma maior divulgação de elementos e especificidades que os turistas demonstraram apreciar e conhecer depois de visitar a ilha, como é o caso do clima, da tranquilidade, da fauna, flora e características geológicas próprias que apontaram valores estatísticos significativos.

Apesar da maior divulgação do destino continuar a ser através de amigos e família, não podem ser descuradas as opções televisão, agência de viagens, revistas e internet como opções para dar a conhecer a ilha.

Neste contexto complexo e pertinente, é importante referir os aspectos favoráveis e desfavoráveis da aplicação da ecotaxa. Nos pontos positivos, sem dúvida que se destacam a criação de fundos imediatos e disponíveis, verbas adequadas aos objectivos propostos (manutenção e protecção do meio ambiente) e o aumento da percepção do turista para o ambiente do destino. Nos negativos, podemos encontrar potencial perda de competitividade (percepção de destino ainda mais caro), aumento da exigência e rigor por parte do turista em relação ao meio ambiente do destino (quer resultados visíveis da sua contribuição) e o provável mau encaminhamento das verbas cobradas (podem não ser utilizadas nos objectivos propostos). Através do estudo efectuado foi detectado que os inquiridos pagariam no máximo 10 euros por uma ecotaxa a aplicar em Porto Santo.

Neste momento, o número de ambientalistas cresce no mundo, apesar da crise e da recessão; a ênfase e a mensagem para criar sustentabilidade e proteger o meio ambiente está em ascensão e cada vez mais as pessoas, ao fazerem turismo, irão preferir aqueles destinos que aparentem estar mais virados para a protecção ambiental e respectiva certificação. A perspectiva de crescimento do turismo é superior a 10% nos próximos anos de acordo com a OMT e o ecoturismo obterá uma fatia importante do total.

Apesar destas previsões favoráveis, a realidade é que o mundo se encontra numa recessão que deverá afectar os mercados emissores de turistas para a Madeira e o Porto Santo, apesar do bom desempenho registado este ano em comparação com o resto do país. Sem esquecer que o

mercado nacional é muito importante para ambas as ilhas, há que reter que a taxa de crescimento e o PIB do nosso país não está a crescer. Se não forem encontradas soluções para a captação de novos mercados ou nichos, a crise poderá se sentir profundamente com a diminuição na entrada de turistas e respectivas dormidas.

O crude é outra realidade que esteve a provocar “estragos” no delicado balanço entre o custo duma operação e o preço da venda para conseguir manter os voos acessíveis. Muito embora o valor do barril esteja a baixar, as consequências já se reflectiram com a falência de alguns operadores, prevendo-se inclusive a perda de 10 000 turistas ingleses já neste Inverno para a Madeira... Estes factores apontam para um momento de estagnação e até mesmo alguma recessão, pelo que a introdução duma nova taxa talvez não seja a melhor aposta neste momento.

Reflexões finais

Como o Porto Santo está num estado quase embrionário relativamente à exploração turística, ainda é possível implementar-se uma política que proteja a sua biodiversidade e que salvaguarde alguma da sua integridade ambiental. O turismo necessita de uma presença mais pró-activa da autoridade turística na gestão ambiental e na gestão territorial. Sem dúvida que a implementação duma ecotaxa dentro da conjuntura económica actual iria penalizar Porto Santo, mas há urgência na mudança e, para ser alcançada, poderiam ser seguidos diversos passos.

A **nível do destino** poderiam ser abrangidas mais zonas de protecção de fauna e flora como oferta complementar, poderia aumentar o fortalecimento da política ambiental, com a garantia por parte da CMPS da protecção da paisagem e de sítios de interesse como o futuro Geoparque e a Rede Natura 2000. É incontestável que existe uma necessidade da preservação ambiental, do ordenamento do território e da manutenção dos excelentes recursos naturais que a ilha possui. Seria importante a construção duma vantagem competitiva ecológica e a preservação das áreas naturais, melhorando a qualidade do meio ambiente, adaptando medidas especiais para evitar a descaracterização das paisagens e ainda, apoiando a reabilitação paisagística e ambiental, limitando o crescimento das áreas construídas ou agindo com maior controlo.

Impõe-se igualmente uma maior vigilância da praia (aposta "Sol & Mar"), cumprindo a legislação em vigor, colmatando a falta de infra-estruturas balneárias tendo em conta o tamanho da praia. Deve ser dada muita atenção às alterações climáticas para prevenir influências na linha de costa, o factor mais vendável da "ilha dourada", evitando a degradação da praia e protegê-la das alterações climáticas, aplicando normas para um ordenamento da frente marítima e das áreas residenciais. A requalificação urbanística de Vila Baleira impõe-se e talvez até a introdução dum transporte colectivo de passageiros ecológico que servisse a zona hoteleira e o centro da cidade, evitando deste modo a circulação em demasia de veículos automóveis particulares.

Uma boa aposta seria o desenvolvimento mais aperfeiçoado da segmentação turística e seu reforço em relação aos turistas “verdes”, afirmando-se o Porto Santo como um destino de qualidade sem massificação, devendo-se proceder a um reposicionamento da estratégia de produto até o longo prazo.

O crescimento sustentável deverá ser muito cuidadoso se se mantiver o *plafond* das 8 000 camas previstas até 2018/2020 (CMPS, 2008). Esta meta deverá ser repensada pois este valor aponta para quase o dobro da população local.

A **nível das entidades** e *actores chave* poderia ser estabelecida uma coligação dirigente, que congregasse e envolvesse os *actores chave* numa entidade e numa visão, acreditando, e através da contínua captação de apoios (europeus, governamentais e de particulares) estes seriam colocados à disposição de quem implementasse medidas ecológicas. Tem de haver interesse renovado em indicadores para melhor gerir, através da elaboração de estudos direccionados e quantitativos de âmbito periódico para comportar alterações ou medir reacções, escutando as observações de entidades que têm sistemas de informação, como o Observatório do Turismo, construindo, visionando e vigilando objectivos tangíveis, começando pelo curto prazo; tem de haver monitorização das tendências do sector turístico para adaptar o destino atempadamente.

Deveria apostar igualmente no sistema de certificação, para além da bandeira azul, e que sejam reconhecidos interna e externamente (como é o caso do prémio internacional com referência ecológica e de qualidade, o “Green Globe 21”, que inclui certificação de destinos turísticos).

Cada vez mais tem que haver uma maior motivação duma entidade para intervir mais na gestão da qualidade ambiental, que consiga um afastamento do modelo de funcionamento de destinos como o Algarve nos anos 80 (destino definido como “Sol & Mar”), onde exista a plena consciência das entidades públicas e dos demais *actores chave* da importância da qualidade ambiental não só como mais-valia turística, gerindo melhor todo o território, redefinindo o produto turístico Porto Santo.

Poderia ser igualmente criado um mecanismo de contribuição voluntária e ser feita uma aposta na educação os turistas.

Provavelmente algumas destas medidas em conjunto apontariam para um melhor resultado numa maior divulgação do destino Porto Santo entre os turistas que não o conhecem, podendo inclusive reduzir a sazonalidade, que ainda se mantém acentuada, de acordo com os valores do gráfico 3.7.

No término da aplicação, julgo ter atingido os objectivos propostos, acreditando que antecipação e acompanhamento é a resposta mais adequada para toda e qualquer solução que possa ser executada.

Deixo um alerta às autoridades de que Porto Santo talvez esteja a tentar dar um salto superior às suas possibilidades actuais, sem antes criar mais infra-estruturas básicas ou procurar colmatar a lacuna qualitativa da mão de obra, e ainda, deixando lesar a integridade física do território, desprotegendo a natureza. Ainda no princípio de vida como produto turístico em desenvolvimento, a “ilha dourada” está a sofrer atentados estruturais e de difícil retrocesso se não forem implementadas medidas realistas e adaptadas à sua escala.

Bibliografia

- AHP (Novembro de 2006). *Conclusões do XX Congresso Nacional*, Sintra.
- ANAM (2005). *Programa de Incentivos ao desenvolvimento do Tráfego no Aeroporto Porto Santo*, Porto Santo.
- Archer, B.H. (1990). *Tourism and island economies: impact analyses*, University of Surrey (Reino Unido).
- Ashworth, G. J. (1991). Products, Places and Promotion: Destination Images in the Analysis of the Tourism Industry, in M. Thea Sinclair and M. J. Stabler (eds.). *The Tourism Industry: An International Analysis*, Oxon: C.A.B. International.
- Atlantis (Outubro de 2003). *Encontro Técnico: Novos Consumos, novos produtos turísticos*, Alfandega do Porto.
- Baptista, João Manuel Lemos (2005). *A evolução do turismo da Madeira no período 1975 a 2000*, Palmigráfica, Aveiro.
- Barbosa, Fábria Fonseca (Fevereiro de 2005). *O Turismo como um factor de desenvolvimento local e/ou regional*, UFU, Coimbra.
- Branco, Francisco de Freitas (1995). *Porto Santo – Registos Insulares*, Porto Santo, edição do autor.
- Briguglio, Lino (1993). *Tourism multipliers in the Maltese economy*, Londres.
- Buhalis, Dimitrios (1999). *Tourism Management - Marketing the competitive destination of the future*, Pergamon, University of Westminster, Londres.
- Buhalis, Dimitrios, and Fletcher, J. (1995). Environmental impacts on tourism destinations: An economic analysis, in Cocossis, H., and Nijkamp, P., (eds). *Sustainable Tourism Development*, Avebury, England.

- Butler, Richard (2001). *Seasonality in Tourism: issues and implications*, Pergamon, University of Oxford, Londres.
- Câmara Municipal de Porto Santo (2007). *Agenda Cultural e Desportiva de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro*, Grafimadeira, Funchal.
- Cardoso, Zita (1993). *Segredos de Cozinha – Madeira e Porto Santo*, Resopal, Lisboa.
- Ceron, Jean-Paul, Dubois, Ghislain (2003). *Tourism and sustainable development indicators: the gap between theoretical demands and practical achievements*, Current issues in tourism, Vol. 6, nº 1, Limoges, França.
- Correia, Antonia, Butler, Richard, Oliveira, Nuno (2006). *First time and repeat visitors to Cape Verde – the overall image*, Universidade do Algarve.
- Cortés-Jiménez, Isabel (2006). *Tourism and economic growth at regional level: the cases of Italy and Spain*, Universitat de Barcelona.
- Craveiro, João Lutas (1993). *Estudos de impacte ambiental – uma contribuição sociológica*, ICT, Lisboa.
- Decretos Legislativos Regionais 17/2002/M de 29/8 e 32/2008M de 13/8.
- Decretos-Lei 516/99 de 2/12, 69/2000 de 3/5 e 142/2008 de 24/7.
- Deloitte & Touche (2006). *Relato Final do estudo de viabilidade económica e financeira da linha de Transporte Aéreo (Funchal/Porto Santo)*, SDPS, Porto Santo.
- Deloitte Consultores S.A. (Outubro 2006). *Porto Santo eco-destination – uma oportunidade para descobrir*, Lisboa.
- Denman, Richard (Fevereiro 2007). *Plano de acção para um turismo europeu mais sustentável*, IT, Lisboa.
- DGT (2002). *Estratégia Nacional de Desenvolvimento Turístico*, edição própria, Lisboa.
- Diário da Madeira (Novembro de 2007). *A importância do Turismo na economia da Madeira e nas receitas do Governo Regional*, pág. 1 e 3, nº 203.

- Diário de Notícias, suplemento Economia, 26/2 e 5/3 de 2007, 18/03 de 2008.
- Directiva do Conselho nº 92/43/CEE (Maio 1992). *Habitats Naturais, Fauna e Flora Selvagem*, Jornal Oficial L 206, Conselho das Comunidades Europeias, Bruxelas.
- DRE (2006). *Sistema de indicadores de sustentabilidade do turismo na Macaronésia 2000-2005*, O Liberal, Funchal.
- Domingos, Celestino de Matos (1990). *Dicionário Técnico de Turismo*, Publicações D. Quixote, Lisboa.
- Durbarry, Ramesh, Sinclair, M. Thea (2001). *Tourism taxation in the UK*, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.
- Eco, Humberto (2004). *Como se faz uma tese em ciências humanas*, Editorial Presença, 11ª edição, Barcarena.
- ECTP (2002). *Try it this way – Desenvolvimento sustentável ao nível local*, Conselho Europeu de Urbanistas, IST.
- Enciclopédia Luso-Brasileira (1976). Volumes 15 e 18, Editorial Verbo, Lisboa.
- Faria, João Ricardo (2007). *Demographic and technological growth in tourism market*, University of Texas Pan American.
- Fletcher, J.E. (1991). *The development and application of multiplier analysis progress in tourism, recreations and hospitality management*, University of Surrey (Reino Unido).
- Fletcher, J.E., Archer, B.H. (1991). *The development and application of multiplier analysis*, University of Surrey (Reino Unido).
- Gago, Alberto, Labandeira, Xavier, Picos Fidel, Rodriguez Miguel (2006). *Taxing Tourism in Spain: Results and recommendations*, University of Vigo, Espanha.
- Georam (Outubro 2006 a Março 2007). *Revista da Associação Insular de Geografia*, nº 3, Edições ASA.

- Governo Regional da Madeira (2002). *Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT)*, Bruno Soares Arquitectos, Lisboa.
- Governo Regional da Madeira (Setembro de 2005). *Monitorização do Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira*, Bruno Soares Arquitectos, Lisboa.
- Hall, Michael (2000). *Tourism planning: policies, processes and relationships: Themes in Tourism*, Pearson Education Ltd, Londres.
- Hill, Manuela Magalhães, Hill, Andrew (2002). *Investigação por questionário*, 2ª edição, Edições Sílabo, Lisboa.
- Holloway, J. Christopher (1994). *The business of Tourism*, 4ª edição, Pitman Publishing, ABTA, Londres.
- ICN informação (Fevereiro de 2002). nº 0 (Suplemento mensal).
- Jardim, Roberto, Francisco, David (Outubro de 2000). *Flora Endémica da Madeira*, Múchia Publicações, Setúbal.
- KPMG (2000). *A contribuição do sector do Turismo no PIB Regional*, SRTC, Funchal.
- Kastenholz, Elisabeth (2004). *'Management of demand': as a tool in sustainable tourist destination development*, Journal of sustainable tourism, vol. 12, nº 5, Universidade de Aveiro.
- Kozak, Metin, Nield, Kevin (2004). *The role of quality and eco-labelling systems in destination benchmarking*, Journal of sustainable tourism, vol. 12, nº 2, Londres.
- Kotler, Philip (2000). *Administração de Marketing: a edição do novo milénio*, 10ªed., Prentice Hall, São Paulo.
- Kotler, Philip, Bowen, John, Makens, James (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3ª edição), Pearson Education Inc, New Jersey, USA.
- Kotler, Philip, Haider, D.H. , Rein, I. (1993). *Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, and nations*, The Free Press, New York (USA).

- Lourenço, Júlia, Alavres, Daniela Fantoni (2004). *Using Tourism employment multipliers to evaluate development policies: the case-study of the Douro Valley*, Porto.
- Llinas, Miguel Seguí (2003). *Le tourisme durable est-il une utopie? – L'exemple du projet d'écotaxe aux Baléares*, Université des Îles Baléares, Cahier Espaces.
- Masclat, David, Noussair, Charles, Tucker, Steven, Villeval, Marie-Claire (Março 2003). *Monetary and nonmonetary punishment in the voluntary contributions mechanism*, The American economic review, Atlanta, USA.
- Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional (Fevereiro 2004). *Plano Regional de Ordenamento do Território*, Vol. 2, Caracterização e Diagnóstico, Anexo F1 (Turismo), edição própria, Lisboa.
- Ministério da Economia e da Inovação (2006). *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Para o desenvolvimento do Turismo em Portugal*, IT, Lisboa.
- Neves, Hélder (2005). *O turismo em Porto Santo: uma estratégia de marketing para o futuro* (tese de mestrado), Universidade do Algarve, Faro.
- OMT (1997). *National and Regional tourism planning*, 3ª edição, International Thomson Business Press, Cornualha (Reino Unido).
- OMT (Fevereiro de 2001). *Sport & Tourism*, 1ª Conferência Mundial, Graforama, Madrid.
- OMT (Novembro 2001). *Tourism after September 11 – special report*, nº 18, Madrid.
- OMT (3/2006). *Elasticité persistante malgré le contexte – Défis et possibilités*, Graforama, Madrid.
- OMT (Janeiro 2007). *Baromètre OMT du tourisme mondial*, vol. 5, nº 1, Madrid.
- OMT (2007). *Compendium of tourism statistics 2001 – 2005*, Edição 2007, Madrid.
- OMT/UNEP (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*, Madrid.
- Partidário, Maria do Rosário (1992). *A integração da componente ambiental no processo de planeamento*, UNL, Lisboa.

- Palmer, Teresa, Riera, Antoni (2002). *Tourism Management – Tourism and environmental taxes with special reference to the “Balearic ecotax”*, Pergamon, University of Westminster, Londres.
- Pestana, Dinis Duarte, Velosa, Sílvio Filipe (2002). *Introdução à probabilidade e à estatística*, vol. I, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Pinho, Paulo, Margalha, João (1992). *Do proteccionismo da natureza ao protagonismo do desenvolvimento: o papel do planeamento do território face à natureza dos fenómenos da poluição ambiental*, Universidade do Porto.
- PITER de Porto Santo (2005) – Candidatura.
- Polo, Clemente, Valle, Elisabeth (Fevereiro de 2007). *An assessment of the weight of tourism in the Balearic Islands*, Universidade das Baleares, Espanha.
- Porter, Michael (1989). *Vantagem Competitiva*, Campus, Rio de Janeiro – Brasil.
- PPD/PSD Madeira (2003). *Programa de Governo 2004-2008*, info-mail, edição própria.
- Presidência da República (2007). *O turismo em 2007: impactos desafios, oportunidades*, Ano I, IT, Lisboa.
- Presidência da República (2008). *O turismo em 2008: idem*, Ano II, IT, Lisboa.
- Ribeiro, João Adriano (2000). *A Ilha do Porto Santo*, Funchal: Editorial Calcamar, Grafimadeira.
- Rodriguez, Juan Prieto, Diaz, Manuel Gonzalez (2006). *Is there an economic rent for island hotels?*, University of Oviedo, Espanha.
- Ruschmann, Doris V. de, Paolucci, Luciana, Maciel, Nelson (2008). *Capacidade de carga no planeamento turístico: estudo de caso da Praia Brava – Itajaí frente à implantação do complexo turístico habitacional Canto da Brava*, RP Tur, Brasil.
- Secretaria de Estado para o Turismo (Janeiro de 2007). *Apresentação do Plano Estratégico Nacional para o Turismo*, BTL, Lisboa.

- Sousa, Lucília M^a Gomes (2005). *Porto Santo – Formas de Sobrevivência*, ACIPS, Grafimadeira, SA.
- Turismo de Portugal (2006). *Produtos Estratégicos: "Sol & Mar", "Resorts Integrados e Turismo Residencial", "Turismo Náutico", "Turismo de Negócios", "Saúde e Bem Estar", "City Breaks", "Golfe", IT*, Lisboa.
- Tisdell, Clem, Wen Jie, (1999). *Why care is needed in applying indicators of the sustainability of tourism*, University of Queensland, Australia.
- Taylor T., Fredotovic, M. e Povh, D. (2005). *Sustainable Tourism and Economic Instruments: the case of Hvar, Croatia*, edição própria.
- UBS (2003). *Prix et salaires – une comparaison du pouvoir d'achat dans de Monde*, Zurique, Suíça.
- UNTW (2/2007). *Climate Change & Tourism: responding to the challenges*, Graforama, Madrid.
- Vieira, Alberto, Ribeiro, João Adriano (1989). *Anais do Município do Porto Santo*, edição própria, Câmara Municipal do Porto Santo.

Internet:

- Aeroportos da Madeira, Url: <http://www.anam.pt> [conferido em Março de 2007 e em Agosto de 2008]
- Biblioteca *online* da Universidade da Madeira, Url: <http://www.b-on.pt> [conferido em Maio, Junho e Setembro de 2008]
- CITT/DGT, Url: <http://www.esght.ualg.pt/impactur/> [conferido em Fevereiro de 2007]
- Diário da República, Url: <http://www.dir.pt> [conferido em Outubro de 2007, Maio e Setembro de 2008]
- Direcção Regional de Estatística, Url: <http://www.dre.pt> [conferido em Agosto de 2008]

- DRT, Url: <http://www.madeiraturismo.com> [conferido em Fevereiro de 2007 e Julho de 2008]
- FOEG, Url: <http://foeg.org.uk> [conferido em Outubro de 2007]
- Instituto Nacional de Estatísticas, Url: <http://www.ine.pt> [conferido em Agosto de 2008]
- Instituto Regional de Emprego, Url: <http://www.ire.pt> [conferido em Setembro de 2008]
- JOOMLA!, Url: <http://upmed.pt> [conferido em Outubro de 2007]
- Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional, Url: www.maotdr.gov.pt [conferido em Fevereiro de 2008]
- Parque Natural da Madeira, Url: <http://www.pnm.pt/> [conferido em Dezembro de 2007]
- Portal do Ambiente, Url: <http://portaldeambiente.com> [conferido em Março de 2008]
- Portos da Madeira, Url: <http://www.portosdamadeira.com> [conferido em Março de 2007 e em Agosto de 2008]
- Porto Santo Line, Url: <http://www.portosantoline.pt> [conferido em Março de 2007 e Setembro de 2008]
- The World Factbook, CIA, Url: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> [conferido em Outubro de 2008]
- TIES, Url: <http://ecotourism.org> [conferido em Outubro de 2007]
- Wikipédia, Url: <http://en.wikipedia.org> [conferido em Outubro de 2007 e Agosto de 2008]

Anexo I

REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA

GOVERNO REGIONAL

**SECRETARIA REGIONAL DO EQUIPAMENTO SOCIAL E TRANSPORTES
SECRETARIA REGIONAL DO TURISMO E CULTURA
SECRETARIA REGIONAL DO PLANO E FINANÇAS
DIRECÇÃO REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO**

ESTUDO COFINANCIADO PELO FEDER – UNIÃO EUROPEIA



POT

BRUNO SOARES
ARQUITECTOS
GFE ASSOCIATS
DIÁMETRO
BIODESIGN
CONSULMAR
consultoria

**Plano de
Ordenamento
Turístico
da Região
Autónoma
da Madeira**



REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA
GOVERNO REGIONAL
SECRETARIA REGIONAL DO EQUIPAMENTO SOCIAL E TRANSPORTES

unidades hoteleiras nos núcleos urbanos e no espaço rural, quintas madeirenses);

- o na contenção e requalificação da oferta hoteleira no Funchal e Caniço.

3. MODELO TURÍSTICO / TERRITORIAL DE PORTO SANTO

Enquadramento

A ilha de Porto Santo tem sido identificada como um destino de praia (normalmente associado a sol e mar, bom clima e animação), e como tal diferenciada da ilha da Madeira (sem areia, nem praias).

O diagnóstico do Porto Santo apontou esta ilha como um destino de lazer e turístico, em que o produto de lazer é a praia, associada maioritariamente a uma tipologia de alojamento de lazer – residências secundárias, em loteamentos urbanos; e o produto turístico, ainda preferencialmente associado ao recurso praia, e apoiado por uma tipologia dominante de hotelaria tradicional, organizada em função daquele recurso.

Ou seja, ao contrário da Madeira que se assume como um destino turístico de excelência, onde as componentes residenciais ainda não são significativas (embora com tendência para crescer), o Porto Santo apresenta duas vertentes muito claras de ocupação – a de lazer, com uma forte componente sazonal, associada ao recurso praia e apoiada por alojamento não hoteleiro, e a turística, que deverá ser organizada em torno de outros recursos capazes de mobilizar turistas ao longo de todo o ano.

Objectivo

Redefinir o produto turístico de Porto Santo, seja numa perspectiva de complementaridade com a Madeira, seja numa perspectiva de afirmação das suas especificidades, como destino turístico e de lazer.

Neste sentido haverá que definir uma ideia-chave para o Porto Santo, no âmbito de um projecto de *marketing* específico, mas que desde já se aponta como “uma ilha de sossego”.

Produtos Principais

- Hotel-resort – na proximidade do mar;



REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA
GOVERNO REGIONAL
SECRETARIA REGIONAL DO EQUIPAMENTO SOCIAL E TRANSPORTES

O maior aproveitamento do mar enquanto recurso turístico e de lazer é uma aposta para Porto Santo.

4. MODELO DE DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DO ALOJAMENTO

As opções de distribuição do alojamento turístico na Região Autónoma da Madeira resultantes da avaliação das dinâmicas recentes de crescimento e dos cenários para um horizonte de 10 anos, apontam para uma correcção da situação actual e das tendências dominantes de concentração da oferta na cidade do Funchal, favorecendo a desconcentração territorial não só entre a Madeira e o Porto Santo, mas também dentro da ilha da Madeira entre costas.

Assim, para um limiar de crescimento estabelecido nas 35 000 camas para a Madeira e 4 000 para o Porto Santo, admite-se a distribuição territorial constante da planta seguinte.

Com base nestes valores estima-se que a capacidade de acolhimento, considerando uma taxa de ocupação média anual de 70% e uma permanência média por turista de 7,7 dias, será a do quadro seguinte:

	Camas	Turistas / ano
Funchal	23 000	763 140
Costa Leste	5 500	182 490
Costa Oeste	4 000	132 720
Costa Norte	2 500	82 950
Madeira	35 000	1 161 300
Porto Santo	4 000	132 720

Anexo II



**PROGRAMA DE INCENTIVOS AO
DESENVOLVIMENTO DO TRÁFEGO NO
AEROPORTO DO PORTO SANTO**

Programa de Incentivos ao Desenvolvimento do Tráfego no APS

1

Introdução

No âmbito de uma política de desenvolvimento e diversificação do tráfego e por forma a racionalizar a utilização da capacidade aeroportuária instalada, o Aeroporto do Porto Santo (APS) pretende partilhar com as companhias aéreas os riscos inerentes à abertura de novas rotas e ao aumento de frequências em destinos já existentes. Para o efeito, o APS estabelece, pelo presente programa, um sistema de incentivos financeiros, a atribuir às companhias aéreas mediante determinadas condições, que entrará em vigor no dia 1 de Janeiro de 2005.

Os principais objectivos a atingir com a implementação do sistema de incentivos ao desenvolvimento do tráfego no APS são:

1. Aumento da competitividade do APS através do alargamento do número de frequências e do número de destinos servidos;
2. Apoio às companhias aéreas na fase de lançamento de novas operações.

Face ao exposto, vem o presente programa estabelecer as regras e condições que vão reger o sistema de incentivos ao desenvolvimento do tráfego no APS.

Artigo 1º
Objecto

O presente programa tem por objecto fixar as regras e condições do sistema de incentivos ao desenvolvimento do tráfego no Aeroporto do Porto Santo (APS), estando subordinado ao sistema tarifário em vigor a cada momento.

Artigo 2º
Definições

Para os efeitos deste programa, entende-se por:

- a. **Lugar:** Cadeira de avião disponível para ser comercializada pela companhia aérea ao público;
- b. **Nova rota:** 1. Ligação aérea comercial com um aeroporto que não tenha sido servido, nos doze meses imediatamente anteriores à candidatura, por voos sem escalas para o APS;
2. Para os efeitos de aplicação deste regulamento e sem prejuízo do disposto no número anterior, considera-se também nova rota uma nova ligação comercial, sem escalas, para o APS, mesmo que no decurso dos doze meses imediatamente anteriores ao momento da apresentação da candidatura tenha sido operada até ao limite máximo de cinco voos;
3. Exceptuam-se os voos efectuados por aeronaves com Peso Máximo à Descolagem inferior a 20.000 Kg (vinte mil quilogramas);
- c. **Crescimento de tráfego numa rota já existente:** Acréscimo de tráfego de passageiros verificado no último período IATA relativamente ao período IATA homólogo imediatamente antecedente.

Artigo 3º
Destinatários

O programa de incentivos destina-se a todas as companhias aéreas de passageiros que operam ou pretendam iniciar a sua operação no APS e que cumpram todos os requisitos e critérios estabelecidos no presente programa. As companhias aéreas que queiram candidatar-se ao presente programa em conjunto com operadores turísticos podem fazê-lo, desde que o acordo escrito que formaliza a candidatura, assinado por todas as partes envolvidas, mencione claramente qual a entidade que receberá o incentivo.

Artigo 4º
Condições Gerais de Acesso

1. As companhias aéreas que pretendam beneficiar do programa de incentivos do APS deverão apresentar um plano de operações que contemple, no mínimo, duas temporadas IATA, homólogas ou consecutivas, e no máximo dez temporadas IATA consecutivas ou cinco homólogas.
2. Em caso algum serão consideradas candidaturas a incentivos relativos a operações já efectuadas nos dois períodos IATA imediatamente antecedentes ao momento de apresentação da candidatura.

3. Os incentivos a conceder ao abrigo de qualquer das modalidades previstas no presente programa não poderão implicar, em momento algum, descontos directos sobre as taxas liquidadas e cobradas pela **ANAM, SA** ou vir a traduzir-se em compensações de créditos, devendo as respectivas condições ser previamente fixadas nos termos do disposto no artigo 10º.
4. Os incentivos poderão ser cumulativos entre si, não podendo, no entanto, exceder 50% do valor facturado, nos termos legais, à companhia aérea incentivada, a título de taxas de tráfego.
5. As novas ligações e respectivos horários, incluídos no programa de operações, deverão ter os seus slots aprovados pela entidade nacional coordenadora de slots.
6. O equipamento utilizado pela companhia aérea candidata deverá estar classificado no Capítulo 3 ou superior, de acordo com as definições e especificações estabelecidas pelo Anexo 16 da Convenção sobre Aviação Civil Internacional (ICAO).
7. Estão excluídas do presente programa de incentivos as operações com aviões que possuam um Peso Máximo à Descolagem inferior a 20.000 Kg (vinte mil quilogramas).
8. Estão excluídas do presente programa de incentivos as rotas integradas nas obrigações de serviço público.
9. O formulário de tráfego será o documento que suportará todo o processo de aplicação deste programa, nomeadamente, para efeitos de monitorização da companhia aérea e de certificação do número de passageiros efectivamente transportados.

Artigo 5º

Incentivos para novas rotas

1. As companhias aéreas candidatas a beneficiar de incentivos para novas rotas deverão assegurar que a nova rota proposta será operada pelo menos uma vez por semana, em cada período IATA a que se candidatam.
2. Os incentivos a conceder serão calculados com base numa percentagem a aplicar nos termos previstos no artigo 4º, nºs. 3 e 4, calculada de acordo com a tabela seguinte:

INCENTIVOS PARA NOVAS ROTAS						
Taxas	Consecutivos: Homólogos:	Períodos IATA				
		1º e 2º	3º e 4º	5º e 6º	7º e 8º	9º e 10º
		1º	2º	3º	4º	5º
Serviço a Passageiros		75%	60%	45%	30%	15%
Aterragem / Descolagem		25%	20%	15%	10%	5%

3. O incentivo com base na taxa de aterragem / descolagem só será aplicável desde que, no final de cada período IATA, a ocupação média certificada dos voos realizados, nos termos do nº 9 do artigo 4º, atinja um mínimo de 50%.

Artigo 6º

Incentivos por crescimento de tráfego numa rota já existente

1. A candidatura a estes incentivos não pode ter em conta a operação já prevista no período IATA em curso.
2. Para que as companhias aéreas candidatas possam beneficiar destes incentivos, terá que haver, nos períodos IATA a que aquelas se candidatam, um crescimento global do tráfego

de passageiros, na rota em causa, superior a 5% relativamente aos valores publicados pelo Aeroporto e referentes ao período IATA homólogo imediatamente anterior.

3. Para efeitos de aplicação deste incentivo, o Aeroporto publicará, no final de cada período IATA, o número de passageiros transportados, em voos directos, em cada rota e por cada companhia.
4. Para efeitos da aplicação de incentivos ao abrigo deste artigo, o acréscimo de passageiros será calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$Ct = \frac{(T_n - T_{n-1})}{T_r} \times 100$$

Ct = Crescimento de tráfego de passageiros

T_n = Tráfego de passageiros efectivamente transportados pela companhia no período IATA a incentivar

T_{n-1} = Tráfego de passageiros transportados pela mesma companhia no período IATA homólogo anterior

T_r = Número total de passageiros transportados na rota, no período IATA homólogo anterior.

5. Os incentivos a conceder serão calculados com base numa percentagem que incidirá sobre o valor da taxa de passageiros, a aplicar nos termos previstos no artigo 4º, nºs. 3 e 4, calculada de acordo com a tabela seguinte:

INCENTIVOS POR CRESCIMENTO DE TRÁFEGO NUMA ROTA JÁ EXISTENTE		
Crescimento de tráfego (%)		Incentivo a aplicar (%)
De:	A:	
0	5	0
> 5	10	10
> 10	15	15
> 15	20	20
> 20	30	25
> 30	40	30
> 40	50	35
> 50	60	40
> 60		50

6. Para efeitos de aplicação deste incentivo, e durante a vigência deste programa, não são elegíveis as origens / destinos seguintes: Porto, Lisboa e Funchal.

Artigo 7º

Apresentação de candidaturas

1. O acesso ao programa de incentivos por parte das companhias aéreas deverá ser feito junto da Comissão Directiva dos Aeroportos da Madeira com a antecedência mínima de um mês em relação à data prevista para a primeira operação.
2. A companhia aérea candidata ao programa de incentivos deverá entregar um formulário de candidatura disponibilizado pelo Aeroporto, conforme previsto no Anexo I, no qual deverá constar o plano de operações proposto pela companhia aérea na sua candidatura aos incentivos, com a descrição detalhada do serviço a introduzir, nomeadamente:

- a. Número e o horário dos respectivos voos;
- b. Destino;
- c. Dias de operação;
- d. Tipo de aeronave e o número de lugares;
- e. Datas de início e fim da operação;
- f. Atribuição de faixa horária aeroportuária.

Artigo 8º
Decisões finais de concessão do incentivo

A decisão final sobre a elegibilidade de uma companhia aérea ao presente programa de incentivos é da exclusiva competência do Aeroporto, que se reserva, em qualquer momento, o direito de recusar ou suspender a concessão do incentivo por motivos imperiosos de interesse público e também nas seguintes situações:

- a. Quando as companhias aéreas candidatas estejam em processo de aquisição, fusão ou venda, a menos que fique demonstrado pela companhia beneficiária de apoios que a capacidade de lugares oferecidos na globalidade das frequências abrangidas que serve o APS não será afectada por este tipo de operações sobre as partes envolvidas;
- b. Quando a companhia aérea apresente atrasos nos prazos de pagamento de quaisquer facturas devidas em qualquer aeroporto sob a administração da *ANAM* – Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, SA ou da ANA – Aeroportos de Portugal, SA;
- c. Quando a capacidade aeroportuária esteja esgotada ou saturada.

Artigo 9º
Processo de decisão

1. O APS analisará a candidatura formulada e tomará uma decisão final no prazo máximo de 15 dias úteis a contar da data da recepção da candidatura.
2. A decisão final será comunicada aos candidatos através de carta registada com aviso de recepção ou via fax mediante confirmação da recepção, para a sede ou morada indicada por estes no formulário de candidatura.
3. No caso de ser aprovado o plano de voos proposto pela companhia aérea, da decisão final comunicada nos termos do nº 2, deverão constar os seguintes elementos:
 - a. O plano de operações;
 - b. O montante global previsto do incentivo;
 - c. Os montantes concretos dos incentivos previstos a conceder por cada temporada IATA;
 - d. As datas de emissão das notas de débito por parte da companhia aérea, nos termos do artigo 10º.
4. A recepção da decisão final proferida pelo APS ao abrigo do presente artigo e o formulário de candidatura apresentado pela companhia aérea formalizam a aceitação mútua das condições previstas no presente programa.

Artigo 10º
Pagamento do incentivo

1. O incentivo calculado e aprovado nos termos dos artigos 5º e 6º será pago por transferência financeira, na base de 1 (uma) nota de débito a emitir pela companhia aérea no final de cada temporada IATA, ou de outra forma a acordar entre as partes.
2. O pagamento do incentivo dependerá sempre da verificação prévia, nos termos do artigo 12º, do cumprimento das operações planeadas pela companhia aérea no formulário de candidatura e aprovadas pelo APS, bem como da utilização efectiva de 80% das faixas horárias previamente aprovadas para o período em causa.

Artigo 11º
Condições especiais

1. Sendo aprovado o programa de incentivos, será celebrado um acordo escrito que regularizará as condições concretas da atribuição do incentivo, do qual deverão constar, pelo menos, os seguintes elementos:
 - a. Plano de operações;
 - b. Previsão inicial dos montantes de incentivos calculados de acordo com o plano de operações proposto;
 - c. A duração do programa de incentivos;
 - d. Forma e prazo de atribuição dos incentivos.
2. Quaisquer ajustamentos ao regime de incentivos inicialmente estabelecidos deverão ser objecto de adenda(s) e farão parte integrante do acordo referido no nº 1.

Artigo 12º
Fiscalização

1. Todos os incentivos estão sujeitos a auditorias de averiguação do cumprimento dos requisitos definidos nos termos do artigo anterior, da responsabilidade do APS.
2. O processo de monitorização e controlo do programa de apoios é realizado tendo por base o plano detalhado do conjunto de operações abrangidas pelo programa de incentivos acordado e os formulários de tráfego referidos no nº 9 do artigo 4º.

Artigo 13º
Inibições e sanções

Qualquer companhia aérea que manipule o seu programa de voos de cada temporada de forma isolada ou concertada com outras companhias aéreas, com o objectivo de se qualificar para o programa de incentivos, será desqualificada do mesmo.

Artigo 14º
Vigência

O presente programa rege-se exclusivamente pela lei portuguesa e produz efeitos a partir do dia 1 de Janeiro de 2005 e cessa a sua vigência em 31 de Dezembro de 2005.

ANEXO I

FORMULÁRIOS DE CANDIDATURA AO PROGRAMA DE INCENTIVOS

Programa de Incentivos ao Desenvolvimento do Tráfego no APS

8



ANAM – Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, SA.
Aeroporto do Porto Santo [PXO] / Porto Santo Airport [PXO]
Formulário de Candidatura – Incentivo para Nova Rota
Application Form – Incentive for New Route

Companhia: <i>Company:</i>					
Código ICAO: <i>ICAO Code:</i>			Código IATA: <i>IATA Code:</i>		
Origem: <i>Origin:</i>		Nº Voo: <i>Flight Nr:</i>		Hora chegada: <i>Arrival time:</i>	
Destino: <i>Destination:</i>		Nº Voo: <i>Flight Nr:</i>		Hora de partida: <i>Departure time:</i>	
Início da operação: <i>Start of operation:</i>			Fim da operação: <i>End of operation:</i>		
Dias de operação: <i>Week days of operation:</i>					
Tipo de aeronave: <i>Aircraft type:</i>			Capacidade do avião: <i>Seats:</i>		
PMD da aeronave: <i>Aircraft MTOW:</i>					
Slot atribuído: <i>Slot assigned:</i>					
Data: <i>Date:</i>		Assinatura: <i>Signature:</i>			

Por favor devolver o formulário devidamente preenchido para:
Please return the completed form to:

Att: Ms Inês Fernandes
 Marketing Aeroportuário / *Marketing Aviation*
 Tel: (+351) 291 520 744
 Fax: (+351) 291 520 761
 Email: ibfernandes@anam.pt
www.anam.pt



ANAM – Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, SA.
Aeroporto do Porto Santo [PXO] / Porto Santo Airport [PXO]
Formulário de Candidatura – Incentivo por Crescimento de Tráfego
Application Form – Incentive for Traffic Growth

Companhia: <i>Company:</i>			
Código ICAO: <i>ICAO Code:</i>		Código IATA: <i>IATA Code:</i>	
Origem: <i>Origin:</i>		Nº Voo: <i>Flight Nr:</i>	Hora chegada: <i>Arrival time:</i>
Destino: <i>Destination:</i>		Nº Voo: <i>Flight Nr:</i>	Hora de partida: <i>Departure time:</i>
Início da operação: <i>Start of operation:</i>		Fim da operação: <i>End of operation:</i>	
Dias de operação: <i>Week days of operation:</i>			
Tipo de aeronave: <i>Aircraft type:</i>		Capacidade do avião: <i>Seats:</i>	
PMD da aeronave: <i>Aircraft MTOW:</i>			
Slot atribuído: <i>Slot assigned:</i>			
Data: <i>Date:</i>		Assinatura: <i>Signature:</i>	

Por favor devolver o formulário devidamente preenchido para:
Please return the completed form to:

Att: Ms Inês Fernandes
 Marketing Aeroportuário / *Marketing Aviation*
 Tel: (+351) 291 520 744
 Fax: (+351) 291 520 761
 Email: ibfernandes@anam.pt
www.anam.pt

Anexo III

1 Território e Demografia

Quadro 1.1 Superfície territorial, população residente e densidade populacional

Zona geográfica Região/ Concelhos	Superfície territorial (Km ²)	1991		2001	
		Populaçã residente	Densidade populacional (Hab/ Km ²)	Populaçã residente	Densidade populacional (Hab/ Km ²)
R.Autónoma da Madeira	828,0	253 426	306,1	245 011	295,9
Calheta	110,3	13 005	117,9	11 946	108,3
Câmara de Lobos	52,6	31 476	598,4	34 614	658,1
Funchal (a)	75,7	115 403	1524,5	103 961	1373,3
Machico	67,6	22 016	325,7	21 747	321,7
Ponta do Sol	46,8	8 756	187,1	8 125	173,6
Porto Moniz	82,6	3 432	41,5	2 927	35,4
Ribeira Brava	64,9	13 170	202,9	12 494	192,5
Santa Cruz (b)	68,0	23 465	345,1	29 721	437,1
Santana	136,3	10 302	75,6	8 804	64,6
São Vicente	80,8	7 695	95,2	6 198	76,7
Porto Santo (c)	42,4	4 706	111,0	4 474	105,5

(a) Inclui Ilhas Selvagens (3,6 Km²)
 (b) Inclui Ilhas Desertas (14,2 Km²)
 (c) Inclui ilheus (2,1 Km²)

FONTE: INE - Censos 1991, 2001; SRPF

Quadro aIII.1: Dados demográficos da RAM (INE, 2001)

Instituto Nacional de Estatística – INE
Última actualização em: 2004.07.23

Designação do Indicador	Valor	Unidade	Período
Indicadores Genéricos			
Área Total	42,4	km ²	2003
Freguesias	1	nº	2003
Densidade Populacional ni1100	102,8	hab/km ²	2002
População Residente HM, em 2001	4 474	indivíduos	2001
População Residente H, em 2001	2 241	indivíduos	2001
População Residente HM, em 1991	4 706	indivíduos	1991
Famílias Clássicas Residentes	1 400	nº	2001
Famílias Institucionais	2	nº	2001
Alojamentos Familiares - Total	2 409	nº	2001
Alojamentos Colectivos	11	nº	2001
Edifícios	1 993	nº	2001
Indicadores Demográficos			
Nados vivos, HM ni143	55	nº	2002
Óbitos, HM ni179	39	nº	2002
Taxa de Natalidade	12,6	permilagem	2002
Taxa de Mortalidade	8,9	permilagem	2002
Taxa de Nupcialidade	6,7	permilagem	2002
Taxa de Divórcio	3,2	permilagem	2002
Núcleos Familiares Residentes	1 254	nº	2001
Variação População Residente, entre 1991 e 2001	-4,9	percentagem	2001
Actividade Económica			
Capacidade de Alojamento dos Estabelecimentos Hoteleiros	1 419	lugares	2002
Dormidas em Estabelecimentos Hoteleiros ni6	192 178	nº	2002
Taxa de Ocupação dos Estabelecimentos Hoteleiros ni6	38,7	percentagem	2002
Estada Média por Hóspede em Estabelecimentos Hoteleiros ni6	4,0	noites	2002
Sociedades Sediadas ni1105	76	nº	2002/12/31
Sociedades do Sector Primário ni1105	1,3	percentagem	2002/12/31
Sociedades do Sector Secundário ni1105	19,7	percentagem	2002/12/31
Sociedades do Sector Terciário ni1105	78,9	percentagem	2002/12/31
Volume de Vendas nas Sociedades Sediadas ni1105	8 929	milhares de euros	2001/12/31
Bancos, Caixas Económicas e Caixas de Crédito Agrícola Mútuo ni66	3	nº	2002
Crédito Hipotecário Concedido a Particulares	6 574,0	milhares de euros	2002
Obras Concluídas - Total de Edifícios ni106	101	nº	2002
Obras Concluídas - Edifícios para habitação	95	nº	2002
Licenças Concedidas para Construção de Edifícios (Construções Novas)	88	nº	2002
Licenças Concedidas para Construção de Edifícios para Habitação (Construções Novas)	86	nº	2002
Consumo Doméstico de Electricidade por Consumidor ni145	2,0	milhares de kWh	2002
Consumo Industrial de Electricidade por Consumidor ni145	69,0	milhares de kWh	2002
Taxa de Actividade HM, em 2001	49,4	percentagem	2001
Taxa de Desemprego HM, em 2001	5,6	percentagem	2001
Indicadores Sociais			
Médicos por 1000 Habitantes	,2	nº	2002
Taxa de Analfabetismo HM, em 2001	9,5	percentagem	2001

Fonte: <http://www.ine.pt/index.htm>

Quadro aIII.2: Dados demográficos do Porto Santo (INE, 2004)

Anexo IV

Lista de estabelecimentos hoteleiros existentes em Porto Santo

Classificação	Categoria	Nome	Capacidade de Alojamento
Hotel	*****	Pestana Porto Santo	569
	****	Porto Santo	192
		Quinta do Serrado	44
		Torre Praia	132
		Vila Baleira	512
	***	Praia Dourada	216
Hotel Apart.	****	Luamar	148
Pensão	1ª	Areia Dourada	48
	2ª	Central	84
	3ª	Theresia	14
		Zarco Porto Santo	36
Apart. Turísticos	****	Casa da Serra	10
	***	A Quinta	4
	**		6
			8
			6
			6
Moradia Turística	2ª		8
Turismo Espaço Rural (TER)	Turismo Habitação	Casa Rosário Coelho	12
	Casa de Campo	Casa dos Cedros	14

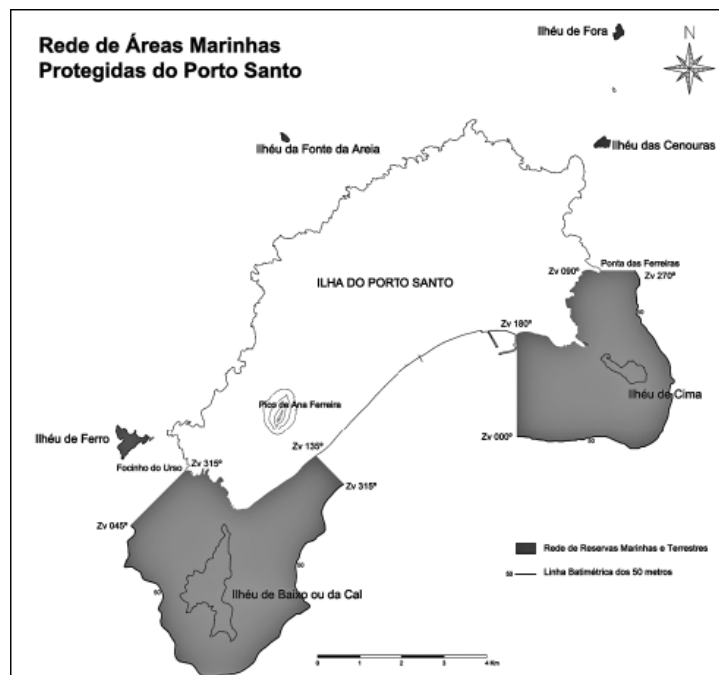
Lista aIV.1: estabelecimentos hoteleiros existentes (DRT, 2008)

Em obra:

Classificação	Categoria	Nome	Localização
Hotel	*****	Porto Santo (Ampliação)	Campo de Baixo
Conjunto Turístico	*****	Colombo's Resort	Campo de Baixo
Pensão	1.ª	Palmeira	Av. Vieira de Castro n.º 6 - Vila Baleira
Apartamentos Turísticos	***	Paraíso Dourado	Sítio do Espírito Santo - Campo de Baixo
Apartamentos Turísticos	**	Mar Azul	Sítio do Cabeço

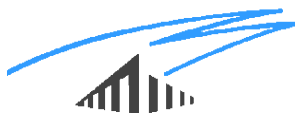
Lista aIV.2: estabelecimentos hoteleiros em obra (DRT, 2008)

Anexo V



Mapa aV.1: Zoneamento da Rede de Áreas Marinhas Protegidas do Porto Santo (Diário da República, Decreto – Lei 142/2008 de 24/7).

Apêndice I



Questionário Ecotaxa em Porto Santo

Chamo-me Rita Rocha, e estou a preparar uma Tese de Mestrado em Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo, pela Universidade da Madeira.

Pedia a sua colaboração para o preenchimento do questionário.

Muito Obrigada.

Local de aplicação: PORTO SANTO

Data: ___ / 07 / 2008

1. País de origem: _____
2. Idade: até 30 anos 31 - 44 anos 45 - 60 anos + 60 anos
3. Sexo: Masculino Feminino
4. Habilitações académicas: Básico Secundário Universitário
5. Situação ocupacional: Estudante Activo Não activo
6. Rendimento mensal líquido: < de 1000 € 1001-2000€ 2001-3000€ 3001-4000€
4001-5000€ > de 5000€
7. Com que frequência viaja para fora do seu local de residência? Raramente Uma vez por ano
Duas vezes por ano Três ou + vezes/ano Todos os meses
8. Quais os motivos dessas viagens? Férias Desporto Trabalho
Pessoais (saúde/família) Outros Quais _____
9. Qual é a duração média (em dias) das suas deslocações em férias?
10. Faz férias sozinho(a) ou acompanhado(a)? Sozinho(a) Acompanhado(a)
11. Quem o/a acompanha? Família Amigos/Colegas Outros
12. Face às suas preferências e escolhas, qual é a melhor altura do ano para as suas férias?
Carnaval Páscoa Verão Natal Qualquer altura
13. Costuma optar por destinos "amigos do ambiente" ou com alguma conotação ambiental, como bandeiras azuis ou outros certificados de gestão, e/ou sistemas de qualidade ambiental?
Sim Às vezes Não
14. Considera relevante que os agentes de viagens, operadores e sítios da Internet profissionais referenciem a biodiversidade, qualidade ambiental, entre outras características naturais e ambientais do destino de férias?
Sim Não
15. Prefere passar férias em locais com o rótulo "ecológico"? Sim Indiferente Não
16. Já viajou até Porto Santo? Sim Não
17. Como tomou conhecimento do Porto Santo? Amigos Família Televisão
Agências de Viagens Revistas Internet Outros
18. Quais os elementos que associa ao Porto Santo? Praia Campo de Golfe Natureza
Tratamentos SPA Clima Nenhum Outros Quais? _____
19. Como percepciona o Porto Santo? Aventura Novidade Tranquilidade
Novas Sensações Exotismo Património Cultura Diversão
Segurança Limpeza Gastronomia Outros Quais? _____
20. Percepciona o Porto Santo como destino único, ou como complemento da Madeira?
Único Complemento

21. Sabe que o Porto Santo tem fauna, flora, e características geológicas próprias? Sim Não
22. Sabe que a praia do Porto Santo tem a bandeira azul? Sim Não
23. Tem conhecimento de que a areia tem características únicas? Sim Não
24. Consideraria o Porto Santo um destino mais atraente se fosse ecológico? Sim Não
25. Tem consciência do impacto ambiental que os turistas provocam no destino de férias? Sim Não
26. Considera o meio ambiente como um valor a preservar? Sim Não
27. Já esteve de férias em algum local em que tivesse de pagar uma ecotaxa? Sim Não
28. Deve o turista ser “responsabilizado” pelo seu impacto no destino de férias, através do eventual pagamento duma ecotaxa? Sim Não
29. Estaria disposto(a) a pagar uma taxa com o objectivo de preservar e diminuir o impacto da actividade turística junto do ambiente? Sim Não
30. Se optasse por paga-la, como preferia fazê-lo?
- Taxa de utilização fixa, paga à entrada (porto e aeroporto)
- Taxa extra, variável por cada noite de estadia e categoria do Hotel
- Cartão, de compra não obrigatória, mas que disponibilizasse descontos nas entradas de parques e monumentos
- Doação voluntária às entidades protectoras do Meio Ambiente
- Pagamento compulsivo integral dum valor estipulado pelas autoridades, baseado no desgaste real dos recursos
31. Que valor estaria disposto(a) a pagar por uma ecotaxa? < 5 € 5 a 10 € > 10 €
32. Que entidades deveriam suportar os custos da manutenção ambiental? Câmaras Hotéis
Entidades Protectoras do ambiente Entidades Poluidoras no geral Outros Quais? _____
33. Considera uma ecotaxa obrigatória um factor negativo, a nível económico, e optaria por outro destino, no caso de ser implementado no Porto Santo? Sim Não
34. Tenciona voltar ao Porto Santo? Sim Talvez Não
35. É importante a protecção e melhoramento do meio ambiente do Porto Santo? Sim Não
36. Já esteve antes em Porto Santo? Sim Não
37. Qual a principal razão, ou razões, pelas quais escolheu o Porto Santo?
- Curiosidade em conhecer Visitar amigos/família Motivos Profissionais
Beleza/Paisagem Praia Clima Preço Segurança
Desporto Proximidade Outro motivo Qual? _____
38. Que actividades de lazer realizou? Visita a monumentos Passeios a pé Actividades náuticas
Praia Excursões a pontos de interesse Tratamento SPA Diversão nocturna
Observação de pássaros e plantas Desporto Outra Qual? _____
39. Em termos globais como classifica a sua satisfação com estas férias?
- Fraco Razoável Bom Excelente
40. Cumpriu os objectivos/expectativas das suas férias? Sim Parte Não

Muito obrigada pela sua colaboração!

Inquérito ap.I.1: Grupo de turistas que conhecem Porto Santo



Questionário Ecotaxa em Porto Santo

Chamo-me Rita Rocha, e estou a preparar uma Tese de Mestrado em Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo, pela Universidade da Madeira.
Pedia a sua colaboração para o preenchimento do questionário.

Muito Obrigada.

Local de aplicação: MADEIRA

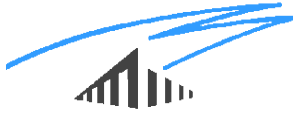
Data: / 07 / 2008

1. País de origem: Portugal
2. Idade: até 30 anos 31 - 44 anos 45 - 60 anos + 60 anos
3. Sexo: Masculino Feminino
4. Habilitações académicas: Básico Secundário Universitário
5. Situação ocupacional: Estudante Activo Não activo
6. Rendimento mensal líquido: < de 1000 € 1001-2000€ 2001-3000€ 3001-4000€
4001-5000€ > de 5000€
7. Com que frequência viaja para fora do seu local de residência? Raramente Uma vez por ano
Duas vezes por ano Três ou + vezes/ano Todos os meses
8. Quais os motivos dessas viagens? Férias Desporto Trabalho
Pessoais (saúde/família) Outros Quais _____
9. Qual é a duração média (em dias) das suas deslocações em férias?
10. Faz férias sozinho(a) ou acompanhado(a)? Sozinho(a) Acompanhado(a)
11. Quem o/a acompanha? Família Amigos/Colegas Outros
12. Face às suas preferências e escolhas, qual é a melhor altura do ano para as suas férias?
Carnaval Páscoa Verão Natal Qualquer altura
13. Costuma optar por destinos “amigos do ambiente” ou com alguma conotação ambiental, como bandeiras azuis ou outros certificados de gestão, e/ou sistemas de qualidade ambiental?
Sim Às vezes Não
14. Considera relevante que os agentes de viagens, operadores e sítios da Internet profissionais referenciem a biodiversidade, qualidade ambiental, entre outras características naturais e ambientais do destino de férias?
Sim Não
15. Prefere passar férias em locais com o rótulo “ecológico”?
Sim Indiferente Não
16. Já viajou até Porto Santo? Sim Não
17. Como tomou conhecimento do Porto Santo? Amigos Família Televisão
Agências de Viagens Revistas Internet Outros
18. Quais os elementos que associa ao Porto Santo? Praia Campo de Golfe Natureza
Tratamentos SPA Clima Nenhum Outros Quais? _____

19. Como percepciona o Porto Santo? Aventura Novidade Tranquilidade
 Novas Sensações | Exotismo Património | Cultura | Diversão |
 Segurança | Limpeza | Gastronomia | Outros | Quais? _____
20. Percepciona o Porto Santo como destino único, ou como complemento da Madeira?
 Único Complemento
21. Sabe que o Porto Santo tem fauna, flora, e características geológicas próprias? Sim Não
22. Sabe que a praia do Porto Santo tem a bandeira azul? Sim Não
23. Tem conhecimento de que a areia tem características únicas? Sim Não
24. Consideraria o Porto Santo um destino mais atraente se fosse ecológico? Sim Não
25. Tem consciência do impacto ambiental que os turistas provocam no destino de férias? Sim Não
26. Considera o meio ambiente como um valor a preservar? Sim Não
27. Já estive de férias em algum local em que tivesse de pagar uma ecotaxa? Sim Não
28. Deve o turista ser “responsabilizado” pelo seu impacto no destino de férias, através do eventual pagamento duma ecotaxa?
 Sim Não
29. Estaria disposto(a) a pagar uma taxa com o objectivo de preservar e diminuir o impacto da actividade turística junto do ambiente?
 Sim Não
30. Se optasse por paga-la, como preferia fazê-lo?
 Taxa de utilização fixa, paga à entrada (porto e aeroporto)
 Taxa extra, variável por cada noite de estadia e categoria do Hotel
 Cartão, de compra não obrigatória, mas que disponibilizasse descontos nas entradas de parques e monumentos
 Doação voluntária às entidades protectoras do Meio Ambiente
 Pagamento compulsivo integral dum valor estipulado pelas autoridades, baseado no desgaste real dos recursos
31. Que valor estaria disposto(a) a pagar por uma ecotaxa? < 5 € 5 a 10 € > 10 €
32. Que entidades deveriam suportar os custos da manutenção ambiental? Câmaras Hotéis
 Entidades Protectoras do ambiente | Entidades Poluidoras no geral | Outros | Quais? _____
33. Considera uma ecotaxa obrigatória um factor negativo, a nível económico, e optaria por outro destino, no caso de ser implementado no Porto Santo?
 Sim Não
34. Tenciona ir a Porto Santo? Sim Talvez Não

Muito obrigada pela sua colaboração!

Inquérito ap.I.2: Grupo de turistas que não conhecem Porto Santo



Questionnaire Ecotax in Porto Santo

My name is Rita Rocha, and I'm preparing a Master thesis in Strategic and Developing Management in Tourism, at Madeira University.

I kindly request your cooperation filling this questionnaire.

Thank you very much

Place: MADEIRA

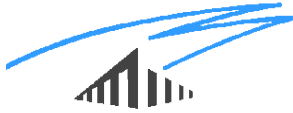
Date: / 07 / 2008

1. Nationality: _____
2. Age: < 30 years 31 - 44 years 45 - 60 years + 60 years
3. Sex: Male Female
4. School: Elementary High School University
5. Occupational position : Student Active Non active
6. Monthly pay (after tax): < than 1000 € 1001-2000€ 2001-3000€ 3001-4000€
4001-5000€ > than 5000€
7. How often do you travel away from home? Rarely Once a year
Twice a year Three or more times Every month
8. Which are the motives for travelling? Holidays Sports Work
Personal (health/family) Other reasons Which? _____
9. In average (days), how long take your vacations?
10. Do you go on holidays alone, or with companion? Alone With company
11. Who goes with you? Family Friends/colleagues Others
12. For you, which is the time of the year to travel you like best?
Carnival Easter Summer Christmas Any time
13. Do you usually choose environmental friendly destinations, or with some environmental connotation, like blue flags or management/systems of certified environmental qualifications?
Yes Sometimes No
14. Do you consider important that travel agents, tour operators and Internet sites make reference to biodiversity, environmental quality, among other natural and environmental features, found at the holiday location?
Yes No
15. Do you prefer spending your vacation at "ecological" sites? Yes Indifferent No
16. Have you ever travelled to Porto Santo? Yes No
17. How were you aware about this island? Friends Relatives TV
Travel Agent Magazines Internet Others
18. Which elements you associate with Porto Santo? Beach Golf course Nature
SPA Treatments Climate None Others Which? _____
19. What is your perception of Porto Santo? Adventure Novelty Tranquillity
New sensations Exotic Patrimony Culture Diversion
Security Neatness Gastronomy Others Which? _____
20. Do you feel Porto Santo as a unique, or as a part of Madeira as destination?
Unique Part

21. Did you know Porto Santo has unique fauna, flora, and geological features? Yes No
22. Are you aware that Porto Santo beach has a blue flag? Yes No
23. Are you familiar with the unique therapeutical properties of the sand? Yes No
24. Would you consider Porto Santo a more attractive destination if labelled "ecological"? Yes No
25. Are you aware of the environmental impact that tourists make at their holidays sites? Yes No
26. Do you consider the environment something important to preserve? Yes No
27. Have you ever been to a holiday destination on which you had to pay an ecotax? Yes No
28. Should the tourists be responsible for their impact at the tourism destination, through a probable payment of an ecotax? Yes No
29. Would you be willing to pay a tax, with the sole purpose of preserving and lowering the impact of tourism activities in the environment? Yes No
30. If you choose to do so, how would you prefer to pay for it?
- Unique tax paid at entrance (harbour and airport)
- Variable tax for each night spent on location and Hotel category
- Non mandatory purchased card, which would provide discounts at parks and monuments entrances
- Voluntary donation to environmental protection entities
- Mandatory payment of the full use of resources, value adjusted by official entities
31. Which amount would you be willing to pay for an ecotax? < 5 € 5 to 10 € > 10 €
32. Which entities should support the cost of environmental maintenance? City Halls Hotels
Environmental Entities Polluting entities in general Others Which? _____
33. Do you consider a mandatory ecotax a negative factor, economically speaking, and would you choose another holiday destination, if applied in Porto Santo? Yes No
34. Do you consider coming back to Porto Santo? Yes Maybe No
35. Is it important to protect and improve Porto Santo's environment? Yes No
36. Have you ever been at Porto Santo before? Yes No
37. Which is, or are, the main reasons you have chosen Porto Santo?
- Curiosity Visiting friends/family Professional reasons
Beauty/landscape Beach Climate Price Security
Sports Proximity Other reason Which? _____
38. What leisure activities have you done? Visit Monuments Walks Nautical activities
Going to the beach Sight seeing SPA treatments Night life
Birds and plants watching Sports Other Which? _____
39. In terms of satisfaction, how do you consider this holiday? Weak Reasonable Good Excellent
40. Did you fulfil your aims/expectations regarding your holidays? Yes Part No

Thank you very much for your cooperation!

Inquérito ap.I.3: Grupo de turistas que conhecem Porto Santo



Questionnaire Ecotax in Porto Santo

My name is Rita Rocha, and I'm preparing a Master thesis in Strategic and Developing Management in Tourism, at Madeira University.

I kindly request your cooperation filling this questionnaire.

Thank you very much

Place: MADEIRA

Date: / 07 / 2008

1. Nationality: _____
2. Age: < 30 years 31 - 44 years 45 - 60 years + 60 years
3. Sex: Male Female
4. School: Elementary High School University
5. Occupational position : Student Active Non active
6. Monthly pay (after tax): < than 1000 € 1001-2000€ 2001-3000€ 3001-4000€
4001-5000€ > than 5000€
7. How often do you travel away from home? Rarely Once a year
Twice a year Three or more times Every month
8. Which are the motives for travelling? Holidays Sports Work
Personal (health/family) Other reasons Which? _____
9. In average (days), how long take your vacations?
10. Do you go on holidays alone, or with companion? Alone With company
11. Who goes with you? Family Friends/colleagues Others
12. For you, which is the time of the year to travel you like best?
Carnival Easter Summer Christmas Any time
13. Do you usually choose environmental friendly destinations, or with some environmental connotation, like blue flags or management/systems of certified environmental qualifications?
Yes Sometimes No
14. Do you consider important that travel agents, tour operators and Internet sites make reference to biodiversity, environmental quality, among other natural and environmental features, found at the holiday location?
Yes No
15. Do you prefer spending your vacation at "ecological" sites? Yes Indifferent No
16. Have you ever travelled to Porto Santo? Yes No
17. How were you aware about this island? Friends Relatives TV
Travel Agent Magazines Internet Others
18. Which elements you associate with Porto Santo? Beach Golf course Nature
SPA Treatments Climate None Others Which? _____
19. What is your perception of Porto Santo? Adventure Novelty Tranquility
New sensations Exotic Patrimony Culture Diversion
Security Neatness Gastronomy Others Which? _____
20. Do you feel Porto Santo as a unique, or as a part of Madeira as destination?
Unique Part

21. Did you know Porto Santo has unique fauna, flora, and geological features? Yes No
22. Are you aware that Porto Santo beach has a blue flag? Yes No
23. Are you familiar with the unique therapeutical properties of the sand? Yes No
24. Would you consider Porto Santo a more attractive destination if labelled "ecological"? Yes No
25. Are you aware of the environmental impact that tourists make at their holidays sites? Yes No
26. Do you consider the environment something important to preserve? Yes No
27. Have you ever been to a holiday destination on which you had to pay an ecotax? Yes No
28. Should the tourists be responsible for their impact at the tourism destination, through a probable payment of an ecotax? Yes No
29. Would you be willing to pay a tax, with the sole purpose of preserving and lowering the impact of tourism activities in the environment? Yes No
30. If you choose to do so, how would you prefer to pay for it?
- Unique tax paid at entrance (harbour and airport)
- Variable tax for each night spent on location and Hotel category
- Non mandatory purchased card, which would provide discounts at parks and monuments entrances
- Voluntary donation to environmental protection entities
- Mandatory payment of the full use of resources, value adjusted by official entities
31. Which amount would you be willing to pay for an ecotax? < 5 € 5 to 10 € > 10 €
32. Which entities should support the cost of environmental maintenance? City Halls Hotels
 Environmental Entities Polluting entities in general Others Which? _____
33. Do you consider a mandatory ecotax a negative factor, economically speaking, and would you choose another holiday destination, if applied in Porto Santo? Yes No
34. Are you considering going to Porto Santo? Yes Maybe No

Thank you very much for your cooperation!

Inquérito ap.I.4: Grupo de turistas que não conhecem Porto Santo

Apêndice II

Testes de homogeneidade

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
26,435	8	0,001

Quadro ap.II.1: país de origem.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
4,441	3	0,218

Quadro ap.II.2: idade.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
4,101	1	0,043

Quadro ap.II.3: sexo.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
7,174	2	0,028

Quadro ap.II.4: habilitações.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
5,126	2	0,077

Quadro ap.II.5: ocupação.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
2,910	4	0,595

Quadro ap.II.6: rendimento.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
7,055	4	0,133

Quadro ap.II.7: número de viagens.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
1,299	1	,254
,000	1	1,000
3,829	1	,050
,000	1	1,000
,204	1	,651

Quadro ap.II.8: motivo das férias.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
0,542	2	0,837

Quadro ap.II.9: férias só ou acompanhado.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
1,188	3	,756

Quadro ap.II.10: companhia nas férias.

Teste do Qui-Quadrado		
X	gl	sig
18,753	4	0,001

Quadro ap.II.11: altura preferida para fazer férias.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
0,959	2	0,619

Quadro ap.II.12: preferência da escolha por ecodestinos.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
5,619	2	0,058

Quadro ap.II.13: preferência por ecodestinos.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
,422	1	,516
1,455	1	,228
7,010	1	,008
2,900	1	,089
3,784	1	,052
1,196	1	,274
3,673	1	,055

Quadro ap.II.14: tomada de conhecimento.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig.
6,905	1	,009
,331	1	,565
,110	1	,740
,000	1	1,000
7,829	1	,005

4,980	1	,026
7,563	1	,006

Quadro ap.II.15: elementos associados ao Porto Santo.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
0,00	1	1,00
17,49	1	0,00
16,32	1	0,00
0,09	1	0,76
4,27	1	,039
1,77	1	0,18
0,07	1	0,79
3,09	1	0,08
8,21	1	0,00
2,07	1	0,15
3,83	1	0,05
4,65	1	0,03

Quadro ap.II.16: percepção sobre o Porto Santo.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
5,173438	4	0,270

Quadro ap.II.17: opções para pagamento de ecotaxa.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
1,234	3	,745

Quadro ap.II.18: valor a pagar por uma ecotaxa.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
1,956	1	,162
21,212	1	,000
,209	1	,647
1,941	1	,164
,063	1	,802

Quadro ap.II.19: entidades que deveria suportar a manutenção do ambiente.

Teste Qui Quadrado		
X	gl	sig
7,129	2	0,028

Quadro ap.II.20: intenção de ir ou voltar ao Porto Santo.

Teste paramétrico às médias

	Duração médias dessas viagens
Teste t de <i>Student</i>	t=3,206; sig=0,02

Quadro ap.II.21: duração média das férias.

Teste à diferença das proporções

Z	sig
-0,182	0,855
-0,204	0,839

Quadro ap.II.22: férias só ou acompanhado.

Z	sig
3,620	0,000

Quadro ap.II.23: Porto Santo: destino único ou complementar?

Z	sig
5,769	0,000

Quadro ap.II.24: conhecimento sobre endemismos no Porto Santo.

Z	sig
8,148	0,000

Quadro ap.II.25: noção que existe bandeira azul.

Z	sig
7,180	0,000

Quadro ap.II.26: conhecimento das qualidades terapêuticas da areia.

Z	sig
4,341	0,000

Quadro ap.II.27: o Porto Santo seria um destino mais atraente se fosse ecológico?

Z	sig
1,397	0,163

Quadro ap.II.28: consciência sobre o impacto dos turistas num destino.

Z	sig
2,033	0,042

Quadro ap.II.29: o ambiente é um valor a preservar?

Z	sig
-2,141	0,032

Quadro ap.II.30: já pagou ecotaxa?

Z	sig
-0,511	0,610

Quadro ap.II.31: deveria o turista ser responsabilizado pelo desgaste num destino?

Z	sig
-0,630	0,528

Quadro ap.II.32: pré disposição para pagar uma ecotaxa.

Z	sig
2,198	0,028

Quadro ap.II.33: negatividade da aplicação duma ecotaxa.