

ANÁLISE DOS FATORES MOTIVACIONAIS E DE ATRAÇÃO NO DESTINO TURÍSTICO DE SANTARÉM: A VISÃO DOS RESIDENTES

ANALYSIS OF MOTIVATION AND ATTRACTION FACTORS IN SANTARÉM AS TOURIST DESTINATION: THE RESIDENTS' VIEW

**Eulália Santos, Isabel Miguel, Albérico Rosário, Margarida Oliveira, Ana Moura,
Daniel Vieira, Carla Castanheira, Catarina Inglês, Catarina Rito**

*CIDMA, ISLA Santarém e ISLA de Leiria; ISLA Santarém; ISLA Santarém; ISLA Santarém e ISLA
Leiria; ISLA Santarém: Alunos do primeiro ano da Licenciatura de Gestão Turística*
eulalia.santos@sapo.pt; isabel.miguel@islasantarem.pt; alberico@netcabo.pt;
margarida.foliveira@hotmail.com; moura_bea@hotmail.com; dbregis@hotmail.com;
carlasmbg@iol.pt; catarina.i.malagueira.ingles@hotmail.com; cata.rito@hotmail.com

Resumo

Os bons momentos da vida devem ser vividos intensamente e de preferência num destino turístico multivariado. O tempo, as paisagens, os monumentos, os museus, as igrejas, a gastronomia, os vinhos, entre outros fatores fazem de Santarém um destino turístico de eleição.

A cidade de Santarém encontra-se inserida na região do Alentejo e é considerada a capital do gótico em Portugal.

No ano 2016, o número de hóspedes em Portugal registou uma subida de 9.8% face ao ano de 2015, sendo a região do Alentejo uma das que regista um número mais reduzido de hóspedes ocupando o penúltimo lugar no ranking das regiões do país.

Os objetivos do presente estudo visam conhecer as opiniões dos residentes na região de Santarém sobre os locais/experiências a incorporar em rotas turísticas nesta região. Neste estudo pretende-se também identificar as perceções dos residentes relativamente aos fatores motivacionais e de atração deste destino turístico.

Realizaram-se dois estudos quantitativos de forma independente. Num dos estudos os participantes foram inquiridos sobre os fatores motivacionais e no outro sobre os fatores de atração do destino turístico de Santarém.

Os resultados obtidos neste estudo irão contribuir para a construção de um questionário para aplicar a turistas na região de Santarém, com o objetivo de identificar os fatores motivacionais e de atração do destino turístico desta região. Espera-se que a realização deste estudo venha futuramente a contribuir para aumentar o turismo na região.

Palavras-chave: Turismo, Fatores Motivacionais, Fatores de Atração, Rotas Turísticas.

Abstract

Good moments in life should be lived intensely and preferably in a multivariate tourist destination. The weather, the landscapes, the monuments, the museums, the churches, the gastronomy, the wines, among other factors makes Santarém an excellent tourist destination.

The city of Santarém is located in Alentejo region and is considered the Gothic capital in Portugal.

In 2016, the number of guests in Portugal listed a growth of 9,8% in comparison with 2015, with the Alentejo region having one of the lowest number of guests occupying one of the last places in the ranking of the country's regions.

The purposes of this study are to identify the residents' opinions in Santarém's region about the places to be incorporated in touristic routes. This study also intends to recognize the residents' perceptions regarding the motivational factors and attraction of this touristic destination.

Two quantitative studies were concluded independently. In one of the studies the participants were

asked about the motivational factors and the other about the attraction factors of the Santarém as tourist destination.

The results obtained in this study will contribute to the construction of a questionnaire to be applied to tourists in the region of Santarém, with the objective of identifying the motivational and attraction factors of the touristic destination of this region. It is hoped that this study will in the future contribute to increasing tourism in this area.

Keywords: Tourism, Motivational Factors, Attraction Factors

1. INTRODUÇÃO

A riqueza patrimonial, paisagística e gastronómica são elementos chave para o desenvolvimento de turismo de maior qualidade. Assim, nesta perspetiva, o presente trabalho tem como objetivos conhecer as opiniões dos residentes na região de Santarém sobre os locais/experiências a incorporar em rotas turísticas nesta região e identificar as perceções dos residentes relativamente aos fatores motivacionais e de atração deste destino turístico.

Realizaram-se dois estudos quantitativos de forma independente. Num dos estudos, os participantes foram inquiridos sobre os fatores motivacionais e no outro sobre os fatores de atração do destino turístico de Santarém. A amostra de cada um dos estudos é constituída por 53 participantes. Para efetuar a análise dos dados recorreu-se às técnicas de estatística descritiva e de inferência estatística.

O artigo inicia com um enquadramento teórico sobre os fatores motivacionais e de atração turística e com uma caracterização da região em estudo. Seguidamente, são levantadas as hipóteses de investigação, é efetuada uma descrição da metodologia adotada e apresentam-se os resultados do estudo. Para finalizar, discutem-se os resultados obtidos e apresentam-se as principais conclusões.

1.1. Fatores motivacionais e de atração turística

O setor do turismo nas últimas décadas tornou-se numa indústria importante para a economia mundial, europeia e, em particular, para a portuguesa e suas regiões. A dinâmica deste setor é caracterizada por constantes mudanças de comportamento dos turistas e pelo surgimento de novos produtos turísticos, com a necessidade da implementação de estratégias de marketing, permitindo assim a identificação de características homogéneas e de fatores motivacionais turísticos. Assim, a motivação dos turistas, com foco no processo de tomada de decisão e nos comportamentos tem sido objeto de análise (Pearce & Lee, 2005). Torna-se evidente, que a motivação pode ser definida como uma série de processos e experiências estimulantes, dirigindo e mantendo o comportamento do consumidor com o intuito de alcançar um determinado propósito, refletindo-se nos atributos do destino e nas

características únicas de cada tipologia turística. Por outro lado, os turistas são motivados intrinsecamente pelo: prestígio, socialização, relaxe, entusiasmo, aventura, experienciar diferentes culturas, desenvolvimento pessoal e, por último, o enriquecimento intelectual (Crompton, 1979). Por outro lado, as percepções sobre um destino turístico podem ser reduzidas a uma perspetiva comportamental/cognitiva, constituindo o ponto de partida para a formação da imagem, representando a integração de estímulos externos/internos num conjunto de sensibilizações, onde as percepções são determinadas por motivos pessoais e interpessoais “*push*”, e também pela forma como os turistas percebem os atributos do destino “*pull*” (Dann, 1981). Assim, as motivações dos turistas devem ser percebidas como um conceito multidimensional, no qual diferentes entendimentos sobre os seus construtos são determinados pela decisão do turista (Correia *et al.*, 2007).

1.2. A região de santarém e suas estatísticas

A área geográfica em análise no presente estudo é a cidade portuguesa de Santarém, capital de distrito, capital da província do Ribatejo, com 29929 habitantes no seu perímetro urbano. É sede de um município com 552,54 km² de área e 61752 habitantes, subdividido em 18 freguesias.

Santarém integra-se na região estatística NUTS II do Alentejo e na sub-região estatística NUTS III da Lezíria do Tejo.

Conhecida como a “Capital do Gótico Português”, Santarém é, hoje, também chamada cidade das sete colinas por estar situada num planalto, rodeada pelos cumes de Alcáçova, Capuchos, Outeiro da Forca, Sacapeito, S. Bento, Senhora do Monte e Monte dos Cravos, banhada pelo majestoso Rio Tejo.

Santarém tem um património e cultura local muito importantes, oferecendo a quem a visita uma variedade de atrações tais como: monumentos históricos, igrejas, jardins, rios, percursos literários e gastronomia, o que faz desta cidade um destino turístico de particular interesse.

De acordo com as estatísticas do turismo, numa análise de 2010 a 2015, a região em estudo revela que o número de hóspedes, de dormidas e a duração da estada aumentou, como se pode observar na Tabela 1. Estes dados, conferem a esta região importância estratégica para a economia em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego, acompanhando a forte tendência de Portugal em se afirmar como destino turístico de excelência.

NUT	2010			2015		
	Hóspedes	Dormidas	Estada Média	Hóspedes	Dormidas	Estada Média
Norte	2 545 911	4 437 756	1,74	3 882 225	7 001 899	1,80
Centro	2 154 941	3 884 548	1,80	2 879 206	5 058 446	1,76
Lisboa	3 940 314	8 620 423	2,19	5 759 648	13 468 659	2,34
Alentejo	697 477	1 172 558	1,68	1 058 492	1 924 308	1,82
Algarve	2 874 136	13 247 450	4,61	3 842 267	17 256 396	4,49
Madeira	976 359	4 993 525	5,11	1 295 172	7 030 026	5,43
Açores	347 902	1 035 031	2,97	444 140	1 334 442	3,00
Santarém (concelho)	27 361	44 428	1,62	28 283	53 613	1,90

Tabela 1. Número de hóspedes, de dormidas e duração da estada em Portugal, por NUTII e Santarém (2010 -2015)

Fonte: Estatísticas do Turismo 2010/2015 - Anuários Estatísticos da Região Alentejo

2. AS HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

Com base no enquadramento teórico efetuado e nos objetivos definidos formularam-se as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese 1: Existem diferenças nos fatores de motivação entre os inquiridos que participam e os que não participam em atividades turísticas em Santarém.

Hipótese 2: Existem diferenças nos fatores de atração entre os inquiridos que participam e os que não participam em atividades turísticas em Santarém.

3. MÉTODO

Nesta secção apresenta-se a metodologia, nomeadamente, os participantes, o instrumento de recolha de dados e os procedimentos realizados ao longo deste estudo.

A população alvo do presente estudo é o conjunto de residentes na região de Santarém. O estudo é composto por duas amostras independentes, isto é, 53 residentes foram inquiridos sobre os fatores motivacionais e os outros 53 foram inquiridos sobre os fatores de atração do destino turístico de Santarém.

No que concerne à amostra relativa aos fatores motivacionais, as idades dos inquiridos encontram-se compreendidas entre os 17 e os 70 anos, sendo a média de aproximadamente 30 anos ($DP = 13.99$). A maioria dos inquiridos é do sexo feminino (58.5%; $n = 31$).

Em relação à amostra referente aos fatores de atração, as idades dos inquiridos encontram-se compreendidas entre os 18 e os 71 anos, sendo a média de aproximadamente 37 anos ($DP = 13.61$). A maioria dos inquiridos é do sexo feminino (64.2%; $n = 34$).

Neste estudo foram utilizados dois instrumentos de recolha de dados.

A primeira parte de ambos os instrumentos é composta por dados sociodemográficos (sexo e idade) e por dados relativos à integração do inquirido em atividades turísticas em Santarém (frequência com que participa em atividades de lazer/turísticas, como avalia o desenvolvimento do turismo e como classifica a divulgação local de atividades de lazer/turísticas).

A segunda parte de ambos os instrumentos tem como intuito conhecer a opinião sobre a importância dos locais/experiências a incluir em rotas turísticas na região de Santarém (mosteiros, castelos, caves de vinho, igrejas, desportos radicais, parques naturais, entretenimento musical, experiências culturais e históricas, experiências gastronómicas e praias), sendo utilizada uma escala de tipo Likert de 6 pontos (1- nada importante; 2- pouco importante; 3- indiferente; 4- importante; 5- muito importante; 6- extremamente importante).

Os dois instrumentos utilizados diferem na terceira parte. Num pretende-se identificar os fatores motivacionais, e no outro os fatores de atração do destino turístico de Santarém. Nesta parte foram aplicadas as escalas de fatores motivacionais e de atração propostas por Esteves e Fernandes (2016).

A escala de fatores motivacionais é constituída por 15 itens e composta por quatro dimensões: Competências Socio e Interculturais (explorar culturalmente o destino/região, ampliar os conhecimentos culturais, conhecer novos destinos/regiões e viver uma nova experiência); Relacionamentos e Vivências Interpessoais (tratamento médico, visitar amigos ou familiares, conhecer pessoas e procurar aventura); Conveniência e Lazer (período/época do ano, lazer/entretenimento e fazer compras) e Escape e Autorrenovação (descanso e relaxamento, evasão/sair da rotina, saúde e bem-estar e autorrealização).

A escala de fatores de atração é composta por 21 itens e quatro dimensões: Acolhimento e Qualidade dos Serviços (hospitalidade, qualidade dos produtos/serviços, qualidade e variedade alimentar, ambiente com segurança, simpatia das pessoas, preços e alojamento/instalações/infraestruturas); Animação e Atrações Turísticas (atrações temáticas, atividades de animação turística, eventos/festas, comércio, atrações religiosas, concentração turística e imagem do destino); Facilitadores e Promotores da Viagem (duração da viagem, transporte e acessibilidades, organização da viagem e sinalização/informação) e Encantos Rurais (atrações culturais, atrações naturais e pontos turísticos de interesse).

Os itens de ambas as escalas foram avaliados numa escala de importância de tipo Likert de 6 pontos (1- nada importante; 2- pouco importante; 3- indiferente; 4- importante; 5- muito importante; 6- extremamente importante).

Os questionários foram aplicados, entre 15 de março e 20 de abril de 2017 na cidade de Santarém, mais precisamente a residentes na região de Santarém e a visitantes do museu

Diocesano de Santarém que residem na região. Os participantes foram informados dos objetivos e da garantia da confidencialidade e anonimato das informações prestadas.

Após a recolha de dados construiu-se uma base de dados utilizando o *software* IBM SPSS *Statistics* 24. Para efetuar a caracterização da amostra recorreu-se à estatística descritiva, procedeu-se ao cálculo dos valores de alfa de Cronbach para estudar a consistência interna das dimensões do instrumento e para testar as hipóteses recorreu-se às técnicas de inferência estatística: teste *t* de Student e teste Mann-Whitney para comparação de amostras independentes (Maroco, 2014; Pestana & Gageiro, 2014).

4. RESULTADOS

Nesta secção apresentam-se os resultados, nomeadamente, a perceção dos inquiridos sobre o turismo, os locais/experiências a incluir nas rotas turísticas em Santarém, e para finalizar analisa-se a perceção dos inquiridos, relativamente, aos fatores motivacionais e de atração do destino turístico de Santarém e testam-se as hipóteses de investigação.

4.1. Perceção dos inquiridos sobre o turismo em Santarém

A maioria dos inquiridos nunca ou raramente participa em atividades de lazer ou turísticas em Santarém (61.3%; $n = 65$).

Numa escala de 1 a 4 (1- fraco, 2- médio, 3- bom e 4-Excelente), os inquiridos avaliam o desenvolvimento do turismo entre fraco e médio ($M = 1.74$; $DP = .69$) e classificam a divulgação local de atividades de lazer ou turísticas também entre fraco e médio ($M = 1.92$; $DP = .76$).

Através da Figura 1, pode-se observar que os três locais/experiências que os inquiridos mais aconselharam para a inclusão nas rotas turísticas na região de Santarém são as Experiências Gastronómicas ($M = 5.13$; $DP = 1.04$), o Entretenimento Musical ($M = 5.03$; $DP = 0.99$) e os Parques Naturais ($M = 5.00$; $DP = .93$), sendo as Praias o local menos aconselhado para inclusão nas rotas turísticas ($M = 3.92$; $DP = 1.47$).

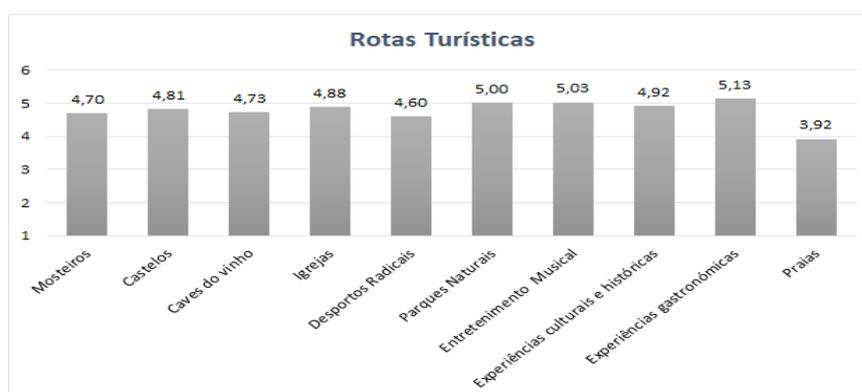


Figura 1. Locais/experiências a incluir nas rotas turísticas da região de Santarém ($n = 106$).

3.2. Fatores motivacionais e de atração do destino de Santarém

No estudo de Esteves e Fernandes (2016), os valores dos alfas de Cronbach das quatro dimensões da escala de fatores motivacionais variam de .630 a .815 e no presente estudo variam de .675 a .842. Os valores dos alfas de Cronbach das quatro dimensões da escala de fatores de atração de Esteves e Fernandes (2016) variam de .742 a .869 e neste estudo variam de .685 a .845, pelo que segundo Maroco e Garcia-Marques (2006) são considerados valores aceitáveis, atestando assim que as escalas possuem consistência interna e que os instrumentos são fidedignos (Tabela 2).

Dimensões	Alfa de Cronbach		
	Estudo de Esteves e Fernandes (2016)	Presente estudo	
Escala de Fatores de Atração ($n = 53$)	Competências socio e interculturais	.815	.825
	Relacionamentos e vivências interpessoais	.697	.688
	Conveniência e lazer	.676	.675
	Escape e autorrenovação	.630	.842
Escala de Fatores de Atração ($n = 53$)	Acolhimento e Qualidade dos Serviços	.860	.845
	Animação e Atrações turísticas	.869	.685
	Facilitadores e Promotores da Viagem	.807	.691
	Encantos Rurais	.742	.843

Tabela 2. Resultados da Análise de Consistência Interna

A percepção dos inquiridos relativamente aos fatores motivacionais e aos de atração, em geral, apresenta graus de importância elevados. Nos fatores motivacionais, a dimensão Competências Socio e Interculturais é a que apresenta valores médios de importância mais elevados ($M = 4.63$; $DP = .77$), sendo a dimensão Conveniência e Lazer ($M = 4.28$; $DP = .71$) a que apresenta grau de importância mais baixo. No que respeita aos fatores de atração, a dimensão Encantos Rurais é a que apresenta maiores valores médios de importância ($M = 5.22$; $DP = .77$), sendo as dimensões Animações e Atrações Turísticas ($M = 4.78$; $DP = .59$) e Facilitadores e Promotores da Viagem ($M = 4.78$; $DP = .66$) as que apresentam graus de importância mais baixos (Tabela 3).

Escalas	Dimensões	<i>M</i>	<i>DP</i>
Fatores Motivacionais	Competências Socio e Interculturais	4.63	.77
	Relacionamentos e Vivências Interpessoais	4.41	.70
	Conveniência e Lazer	4.28	.71
	Escape e Autorrenovação	4.36	.76
Fatores de Atração	Acolhimento e Qualidade dos Serviços	5.08	.63
	Animações e Atrações Turísticas	4.78	.59
	Facilitadores e Promotores da Viagem	4.78	.66
	Encantos Rurais	5.22	.77

Tabela 3. Medidas descritivas dos fatores motivacionais e de atração do destino turístico de Santarém

Não existem diferenças significativas nos fatores de motivação e nos de atração entre os inquiridos que participam e os que não participam em atividades turísticas em Santarém ($p > .05$), pelo que não se confirmam as Hipóteses 1 e 2. Do ponto de vista amostral, os que participam em atividades turísticas em Santarém apenas apresentam graus de importância mais baixos na dimensão Competências Socio e Interculturais. Relativamente aos fatores de atração, em todas as dimensões, os inquiridos que participam em atividades turísticas em Santarém apresentam graus de importância mais elevados.

4. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Os residentes consideram que a inclusão nas rotas turísticas na região de Santarém das experiências gastronómicas, do entretenimento musical e da visita a parques naturais é bastante importante para que este destino seja considerado de eleição.

Ambos os instrumentos possuem consistência interna, sendo considerados fidedignos para medir os fatores motivacionais e de atração do destino turístico de Santarém (Maroco & Garcia-Marques, 2006).

A perceção dos inquiridos relativamente aos fatores motivacionais e aos de atração, em geral, apresenta graus de importância elevados indo ao encontro do preconizado por Dann (1981) e Correia et al. (2007), pelo que se pode afirmar que, o destino turístico de Santarém pode ser considerado um destino de eleição.

No presente estudo, não foi possível encontrar diferenças significativas nos fatores de motivação e de atração entre os inquiridos que participam e os que não participam em atividades turísticas em Santarém, no entanto, com exceção da dimensão Competências

Socio e Interculturais, os que participam em atividades turísticas apresentam graus de importância mais elevados.

Futuramente, pretende-se realizar este estudo a turistas portugueses e estrangeiros na região de Santarém, aplicando os dois instrumentos em simultâneo.

REFERÊNCIAS

Anuários Estatísticos da Região Alentejo 2010.

Anuários Estatísticos da Região Alentejo 2014.

Correia, A., Valle, P. & Moço, C. (2007). Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists, *Journal of Business Research*, 60, 76-80.

Crompton, J. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-24.

Dann, G. (1987) Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(2), pp. 184 - 194.

Estatísticas do Turismo 2010.

Estatísticas do Turismo 2015.

Esteves, E. T. & Fernandes, P. O. (2016). Fatores de Eleição do Destino Turístico Alto Trás-os-Montes (Portugal): Uma Análise Multivariada. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 6(2), 40-48.

Maroco, J. (2014). *Análise Estatística: Com utilização do SPSS*. 6ª ed. Lisboa: Edições Sílabo.

Maroco, J. & Garcia-Marques, T. (2013). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90.

Pearce, P., & Lee, U. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(226).

Pestana, M. H. e Gageiro J. N. (2014). *Análise de dados em Ciências Sociais - A complementaridade do SPSS*. 6.º Edição, Edições Sílabo, Lisboa.