

Recriar e Valorizar o Território

13º Congresso da APDR

Universidade dos Açores – Angra do Heroísmo - 5 a 7 Julho 2007

Cruz Vareiro, Laurentina
IPCA- ESG
Urb. Quinta da Formiga,
Ed. Panorâmico II, Lote 3
4750 Arcozelo – Portugal
Fax: 351 253812461
lvareiro@ipca.pt

Cadima Ribeiro, José
EEG e NIPE
Universidade do Minho
Campus de Gualtar
4710 Braga - Portugal
Fax: 351 253601380
jcadima@eeg.uminho.pt

Pardellas de Blas, Xulio
Dep. Economia Aplicada
Universidad de Vigo
Campus Lagoas Marcosende
s/n
36200 Vigo- Spain
xulio@uvigo.es

As preferências dos turistas que visitam o Minho-Lima: uma análise com base nas preferências declaradas

Alguns territórios procuram tirar partido da sua riqueza em recursos naturais, históricos e etnográficos para alcançarem um duplo objectivo: conservar estes recursos; e criar rendimento e emprego. Para serem eficientes na promoção dos produtos e serviços decorrentes da carteira de recursos de que dispõem e na captação de visitantes, os agentes turísticos e os decisores públicos precisam entender e incorporar nas suas estratégias de marketing as preferências dos turistas.

Neste trabalho ilustra-se o uso das preferências declaradas como meio de identificação das preferências dos turistas nacionais e estrangeiros no que respeita aos recursos turísticos que a sub-região do Minho-Lima, como destino de férias, deve oferecer. Para tanto, usam-se como atributos os três grandes grupos de recursos turísticos acima mencionados.

Acredita-se que a metodologia atrás referida poderá ser um valioso instrumento na identificação das forças e fraquezas do território seleccionado, na perspectiva da tomada de decisões relativas ao seu desenvolvimento turístico futuro e à sua promoção externa.

Palavras-chave: recursos turísticos, potencial turístico, preferências declaradas, análise conjunta.

Introdução

Alguns territórios procuram tirar partido da sua riqueza em recursos naturais, históricos e etnográficos para alcançarem um duplo objectivo: conservar estes recursos; e criar rendimento e emprego. Contudo, sendo os recursos financeiros e humanos, por norma, escassos, qualquer planeamento implica desenvolver um processo de selecção e avaliação de alternativas.

Os recursos turísticos existentes podem servir como ponto de partida para a definição das alternativas e, conhecendo a opinião dos turistas sobre estes, podemos obter uma base mais sólida para a selecção daquela alternativa estratégica que melhor se adequa às características do território em análise e às suas preferências.

A análise dos gostos e preferências dos turistas está facilitada quando estão em causa destinos mais ou menos consolidados e recursos turísticos actuais, uma vez que estes apresentam uma procura a partir da qual se pode investigar gostos e preferências. Porém, no caso dos destinos emergentes e dos recursos turísticos potenciais, que, por consequência, não contam com uma procura (consistente) sobre a qual quantificar estes parâmetros, esta tarefa torna-se mais complicada. Para ultrapassar esse problema, podemos recorrer à análise das preferências declaradas, inquirindo os indivíduos sobre as respectivas escolhas (declaradas), face a situações hipotéticas de consumo. Porque assenta em declarações de indivíduos sobre as suas preferências ou escolhas, esta abordagem ficou conhecida como análise das “preferências declaradas” (Haider, 2002). Na base da realização deste trabalho está a consciência da importância que tem a opinião dos turistas para uma correcta formação de um novo destino, ou para a consolidação ou melhoria de um já existente, constituindo objectivo principal desta comunicação o estudo do valor dos recursos turísticos do Minho-Lima, tomando como ponto de partida os turistas, ou seja, a estrutura de preferências dos turistas que o visitam ou pretendem visitar.

A secção 1 deste trabalho apresenta a metodologia adoptada, a *Análise Conjunta*. Na secção 2 explicita-se os termos em que se procede à aplicação da dita metodologia ao caso concreto: estudo das preferências dos turistas que visitam o Minho-Lima. Na secção 3 apresentam-se e comentam-se os resultados obtidos. Por último, extraem-se as principais conclusões.

1. As preferências declaradas: a análise conjunta

Nas últimas décadas, tem havido um interesse crescente em analisar as preferências dos consumidores, para procurar explicar e prever as suas escolhas. Esta análise pode ser feita recorrendo a dados de preferências reveladas ou a dados de preferências declaradas (Louviere e Timmermans, 1990; Louviere *et al.*, 2000; Haider, 2002; Merino-Castelló, 2003). No primeiro caso, os dados são obtidos a partir do comportamento passado do consumidor, ou seja, através da observação directa do comportamento de consumo dos indivíduos. Estes revelam as suas preferências através das escolhas que fazem (Louviere e Timmermans, 1990). Nas preferências declaradas, os dados são obtidos através das escolhas declaradas pelos indivíduos, face a situações hipotéticas de consumo, explicitadas em questionários. Porque assenta em declarações de indivíduos sobre as suas preferências ou escolhas, esta abordagem ficou conhecida como análise das “preferências declaradas” (Haider, 2002).

A análise do comportamento observado é, por definição, confinada à análise do comportamento passado, sendo necessário recorrer-se à análise das preferências declaradas se se pretender inquirir sobre escolhas futuras ou intenções de actuação (Haider, 2002).

Nos últimos anos, um conjunto de técnicas de preferências declaradas foram desenvolvidas, entre as quais destacamos, dado o interesse para o nosso trabalho, as técnicas de *Análise Conjunta*. Estas técnicas são uma família de metodologias baseadas em questionários (*survey-based methodologies*) para estimar a preferência por certos produtos, sendo os produtos descritos em termos dos seus atributos ou características e níveis que estas assumem (Louviere e Timmermans, 1990; Merino-Castelló, 2003). Na *Análise Conjunta*, considera-se, portanto, que o processo de escolha é determinado pelas utilidades associadas aos níveis de representação no produto de um conjunto de atributos.

De acordo com Luce e Tukey (1964), trata-se de uma metodologia para analisar a acção ou efeito conjunto de duas ou mais variáveis independentes numa variável dependente, ou seja, determinar a contribuição das variáveis independentes (níveis) e seus respectivos valores (utilidades) para as preferências dos consumidores por um bem ou serviço.

As vantagens destas técnicas face aos métodos das preferências reveladas, com interesse particular para o nosso estudo, são oferecerem a possibilidade de controlar os níveis dos atributos que configuram as alternativas de escolha e o contexto (questionário) mediante o qual se obtêm os dados. Isto permite avaliar possíveis intervenções *ex ante*, ou seja, antes da sua aplicação (i.e., mediante atributos e níveis hipotéticos). Como desvantagem, Rodríguez e González (2002) chamam a atenção para o esforço que cada indivíduo entrevistado faz à medida que avança na sequenciação da escolha, sendo provável que acuse cansaço e as suas respostas percam qualidade.

Segundo Green e Srinivasan (1990), Louviere e Timmermans (1990) e Jaeger *et al.* (2001), a Análise Conjunta apoia-se num conjunto de hipóteses que são resumidas de seguida:

- o entrevistado avalia o produto ou serviço definido pelos seus atributos ou características, ou seja, toma decisões baseando-se na informação não de um só factor mas de vários factores conjuntamente;
- a cada nível de cada atributo ou característica está associada uma utilidade que representa o interesse relativo atribuído a esse nível do atributo pelo entrevistado;
- a utilidade total do produto é determinada pela soma das utilidades dos seus atributos; a preferência por uma das alternativas pode, por sua vez, ser dividida em cada uma das suas múltiplas componentes parciais;
- o comportamento de escolha do consumidor rege-se pelo princípio da maximização da utilidade associada às preferências mantidas.

A aplicação desta técnica envolve uma série de etapas ou fases, em cada uma das quais o investigador pode escolher entre um conjunto de alternativas (Ramírez Hurtado *et al.*, 2004). As fases necessárias para a sua implementação são as seguintes (Green e Srinivasan, 1990; Louviere e Timmermans, 1990):

- 1) identificação de atributos e especificação de níveis;
- 2) definição do método de recolha dos dados;
- 3) construção das alternativas de escolha/perfis;
- 4) apresentação dos perfis;
- 5) definição de uma escala de medida da variável dependente;
- 6) adopção de um método de estimação.

O objectivo do trabalho que apresentamos é o estudo, através da Análise Conjunta, do valor dos recursos turísticos do Minho-Lima, tomando o ponto de vista dos turistas, ou seja, a sua estrutura de preferências.

Para isso, seguimos cada uma das fases descritas anteriormente.

2. Aplicação às preferências dos turistas do Minho-Lima

Tendo presente o objectivo definido para o trabalho, em primeiro lugar, tínhamos que definir os atributos e os níveis, tendo presente que uma tarefa de escolha realista requer a identificação de atributos e níveis de atributos relevantes para a decisão de um turista quando selecciona um local de férias, atendendo aos seus recursos turísticos. Daí que a definição destes atributos e seus níveis requeira a realização de uma cuidadosa e prolongada investigação qualitativa prévia, com o objectivo de garantir que os indivíduos considerem significativas e credíveis as alternativas que lhes são propostas.

No presente estudo, a investigação preliminar consistiu na análise da literatura e na consulta a especialistas (funcionários das delegações da RTAM – Região de Turismo do Alto Minho, em cada município; proprietários de estabelecimentos hoteleiros e de restauração; entidades públicas e privadas com ligações ao turismo; investigadores desta área). Com base nestas consultas, seleccionaram-se quatro atributos, seguindo as recomendações de Green e Srinivasan (1990), que sugerem que o perfil completo (método de recolha de dados a que vamos recorrer) seja utilizado em estudos com até seis atributos. Wittink *et al.* (1982, cf. Trindade e Rotondaro, 2004) verificaram que os atributos com maior número de níveis têm, proporcionalmente, mais importância do que aqueles com poucos níveis, o que sugere que se procure um número uniforme de níveis entre os diferentes atributos. Neste sentido, três atributos foram apresentados com três níveis e um como uma variável de quatro níveis:

- recursos naturais - água: praias oceânicas, praias fluviais, e rios e ribeiros;
- recursos naturais - terra: parques nacionais ou de paisagem protegida, parques naturais de recreio e lazer, e serras e montes;
- recursos etnográficos: artesanato, festas e gastronomia;
- recursos históricos: património arqueológico, património religioso, património militar e património civil.

De acordo com Louviere e Timmermans (1990), um perfil é a designação dada na literatura da Análise Conjunta a cada combinação de níveis de atributos. Depois de definidos os atributos e os seus níveis, era necessário criar estes perfis ou alternativas de escolha a serem apresentados aos turistas.

Para tal, é necessário determinar o número de perfis que o indivíduo é capaz de manusear. De facto, importa conseguir um certo equilíbrio entre a maximização do nível de informação obtido e o efeito fadiga ou cansaço que surge quando o questionário é demasiado longo ou complexo, ou os exercícios que deve realizar o entrevistado são repetitivos (Swait e Adamowicz, 1997; Brazell *et al.*, 1999).

Se usássemos todos os perfis possíveis (combinações e níveis de atributos) num estudo, referíamos-nos a isso como um desenho factorial completo. Contudo, na prática, desenhos factoriais completos são raramente usados porque o número de combinações possíveis é, normalmente, impraticável. Por exemplo, o desenho factorial de uma experiência com x atributos com a níveis de variação e y atributos com b níveis de variação inclui $a^x b^y$ combinações, número total de situações requeridas para identificar todos os efeitos e interacções. No nosso caso, isso significava $3^3 \times 4 = 108$ possíveis combinações diferentes de níveis.

Uma alternativa é mostrar aos indivíduos só um pequeno grupo de combinações possíveis, isto é, usar desenhos factoriais fraccionados para construir os perfis (Louviere e Timmermans, 1990; Louviere *et al.*, 2000, Haider, 2002).

No nosso estudo, aplicando o desenho factorial fraccionado, chegámos a 12 combinações, que apresentamos de seguida:

Quadro 1 – Perfis/Alternativas de escolha

Cartão 1	Cartão 2	Cartão 3
. Praias Fluviais . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Artesanato . Património Arqueológico	. Rios ou Ribeiros . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Gastronomia . Património Arqueológico	. Praias Oceânicas . Serras ou Montes . Festas . Património Arqueológico
Cartão 4	Cartão 5	Cartão 6
. Praias Fluviais . Serras ou Montes . Gastronomia . Património Religioso	. Rios ou Ribeiros . Serras ou Montes . Festas . Património Religioso	. Praias Oceânicas . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Artesanato . Património Religioso
Cartão 7	Cartão 8	Cartão 9
. Praias Fluviais . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Festas . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)	. Rios ou Ribeiros . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Artesanato . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)	. Praias Oceânicas . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Gastronomia . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)
Cartão 10	Cartão 11	Cartão 12
. Praias Fluviais . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Festas . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	. Rios ou Ribeiros . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Artesanato . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	. Praias Oceânicas . Serras ou Montes . Gastronomia . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)

Como pode ser constatado considerando os cartões identificados acima, foi decidido proceder à apresentação das combinações dos níveis dos atributos (perfis) mediante uma descrição verbal.

Uma vez definidos os perfis/alternativas de escolha, os entrevistados são solicitados a classificar os cartões/perfis segundo a sua preferência, podendo ser-lhes pedido para ordenarem/hierarquizarem, pontuarem ou escolherem o preferido.

Experiências nas quais dois ou mais destes perfis hipotéticos são combinados em conjuntos de escolhas e os entrevistados escolhem a alternativa/perfil preferido a partir de cada conjunto, são designadas tarefas de escolha declarada/experiência de escolha discreta. Experiências que envolvem a ordenação do conjunto das alternativas ou a pontuação, de acordo com uma escala, de cada alternativa de um conjunto, são designadas tarefas de ordenação/hierarquização e tarefas de pontuação, respectivamente (Louviere e Timmermans, 1990; Adamowicz *et al.*, 1998; Louviere *et al.*, 2000).

No nosso estudo, optámos por pedir aos entrevistados para hierarquizarem um conjunto de opções alternativas, da mais para a menos preferida, de acordo com as suas preferências.

Nesta perspectiva, os entrevistados têm em conta combinações de níveis de atributos, onde cada possível combinação representa o perfil do destino turístico que têm em mente quando estabelecem as suas preferências e seleccionam o seu destino de férias de acordo com a percepção da utilidade que aquele lhes proporciona.

Para o processo de recolha de informação desenhou-se um questionário, que se apresenta em anexo, para ser respondido por uma amostra que se pretendia representativa de turistas que visitam o Minho-Lima.

O questionário foi dividido em três partes. A primeira parte destinava-se a conhecer os dados pessoais do entrevistado (sexo, idade, habilitações literárias, etc.). A recolha de dados necessária para levar a cabo a Análise Conjunta, através da tarefa de ordenação/hierarquização, constituía a segunda parte do questionário. De acordo com o que aparece explicitado no quadro 1, nela se apresentava a cada indivíduo uma sequência de 12 perfis de destino turístico para que o turista os ordenasse segundo uma hierarquia de 1 (mais preferido) a 12 (menos preferido). A última secção dos questionários consistia numa série de características específicas de um conjunto de recursos turísticos que os entrevistados teriam de ordenar numa escala de 1 a 5. Os dados relativos a esta última secção não serão objecto de análise nesta comunicação.

O desenho dos questionários foi aperfeiçoado mediante a realização de um pré-teste. Este tinha por objectivo, para além da ajuda na selecção dos atributos e níveis relevantes para a experiência, a realização de testes de compreensão e aceitação do questionário. Os questionários definitivos, após incorporação das correcções derivadas dos pré-testes, foram aplicados entre Maio e Dezembro de 2006, mediante entrevistas pessoais a turistas conduzidas em diversos municípios. Obtiveram-se um total de 350 questionários completos, 74 referentes a turistas estrangeiros e 276 a turistas nacionais.

Para a formulação do modelo que nos permite explicar a relação entre as avaliações na forma de níveis de preferência (variável dependente) e os diferentes níveis dos atributos escolhidos como determinantes do produto em questão (variáveis independentes), é necessário ter presente o facto das variáveis independentes serem *dummies* (variáveis dicotómicas, 0,1). Deste modo, a presença ou ausência de um determinado nível de um

atributo específico virá definida pelo valor 1 ou 0 da dita variável *dummy* no modelo. Tendo em conta isso, de seguida apresenta-se o modelo a estimar:

$$y_t = \alpha + \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \beta_{ij} x_{ij} + e_t$$

onde:

y_t = avaliação da preferência ou hierarquia que representa o nível das preferências expresso pelo consumidor face ao perfil t ;

α = constante;

β_{ij} = coeficiente ou utilidade parcial ou *partworth* correspondente ao j -ésimo nível do i -ésimo atributo;

$x_{ij} = 1$ se o j -ésimo nível do atributo i está presente no perfil t ;

$x_{ij} = 0$ se o j -ésimo nível do atributo i não está presente no perfil t ;

e_t = resíduo de estimação.

Para além das estimativas das utilidades parciais ou *partworth*, procedemos, também, à determinação da importância de cada atributo.

A análise dos dados e o teste à fiabilidade das estimativas foram realizadas através do procedimento *Conjoint* do *SPSS* 15.0. Os resultados obtidos são apresentados na secção que se segue.

3. Resultados

A análise dos dados foi realizada em termos totais (todos os dados conjuntamente) e em termos de nacionalidade dos turistas (nacionais e estrangeiros).

No que se refere às características dos destinos, quanto à presença de recursos turísticos, os resultados obtidos são os seguintes:

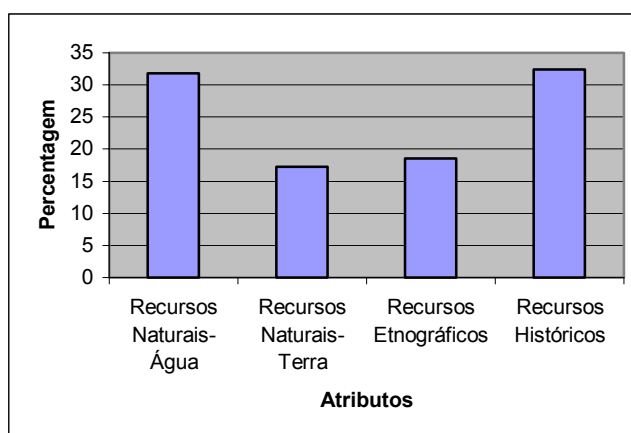
Quadro 2 - Utilidades estimadas e importância dos atributos (total dos inquiridos)

Atributo	Nível	Utilidade	Importância
Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas	1,768	31,790
	Praias Fluviais	-0,407	
	Rios e Ribeiros	-1,361	
Recursos Naturais-Terra	Serras e Montes	-0,020	17,205
	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	0,057	
	Parques Naturais de Recreio e Lazer	-0,037	
Recursos Etnográficos	Festas	0,191	18,591
	Artesanato	-0,284	
	Gastronomia	0,093	
Recursos Históricos	Património Arqueológico	0,938	32,415
	Património Religioso	-0,649	
	Património Militar	-0,399	
	Património Civil	0,110	
Constante		6,500	
<i>Pearson's R</i>		0,996	
<i>Kendall's tau</i>		0,970	

Relativamente à qualidade do ajustamento, ela foi feita mediante o cálculo do coeficiente de correlação entre as classificações manifestadas pelos turistas que compõem a amostra e as previstas pelo modelo, recorrendo aos métodos *tau de Kendall* e coeficiente de correlação de *Pearson*. Tendo em conta os valores destes indicadores (*tau de Kendall*: 0,970; e R de *Pearson*: 0,996), a qualidade do ajustamento verificou-se ser elevada.

A partir do quadro 2, mais podemos constatar que os recursos turísticos mais valorizados pelos turistas são os Recursos Históricos, com 32,4%, seguidos dos Recursos Naturais-Água, com 31,8% de importância. O atributo menos valorizado é o que aparece definido como Recursos Naturais-Terra, com 17,2%. Contudo, se agregarmos os Recursos Naturais (Água e Terra), estes atingem uma importância de 49%.

Gráfico 1 – Importância dos atributos



A partir dos resultados anteriores (Quadro 2), podemos assumir que o perfil de destino que os turistas que visitam o Minho-Lima preferem tem as seguintes características:

Quadro 3 – Perfil/Alternativa de escolha preferida

Destino	Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas
	Recursos Naturais-Terra	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida
	Recursos Etnográficos	Festas
	Recursos Históricos	Património Arqueológico

A preferência relativamente a um produto ou serviço pode ser representada pelo valor total da sua utilidade. No nosso caso, a utilidade total reportada ao perfil anterior pode ser obtida somando as utilidades parciais associadas aos níveis dos atributos que compõem o mesmo:

$$Utilidade\ Total\ Perfil\ Preferido = Constante + Utilidade\ (Praias\ Oceânicas) + Utilidade\ (Parques\ Nacionais\ ou\ de\ Paisagem\ Protegida) + Utilidade\ (Festas) + Utilidade\ (Património\ Arqueológico)$$

$$Utilidade\ Total\ Perfil\ Preferido = 9,45$$

Em contraste, o perfil de destino com menos interesse para os turistas tem as seguintes características:

Quadro 4 – Perfil/Alternativa de escolha menos preferida

Destino	Recursos Naturais-Água	Rios e Ribeiros
	Recursos Naturais-Terra	Parques Naturais de Recreio e Lazer
	Recursos Etnográficos	Artesanato
	Recursos Históricos	Património Religioso

Utilidade Total Perfil Menos Preferido = Constante + Utilidade (Rios e Ribeiros) + Utilidade (Parques Naturais de Recreio e Lazer) + Utilidade (Artesanato) + Utilidade (Patrimônio Religioso)

Utilidade Total Perfil Menos Preferido = 4,17

Se analisarmos os resultados em função da nacionalidade dos entrevistados, obtemos percentagens de importância dos atributos semelhantes aos apresentados anteriormente.

Quadro 5 - Utilidades estimadas e importância dos atributos (estrangeiros)

Atributo	Nível	Utilidade	Importância
Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas	1,641	27,908
	Praias Fluviais	-0,316	
	Rios e RIBEIROS	-1,325	
Recursos Naturais-Terra	Serras e Montes	0,293	16,503
	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	-0,355	
	Parques Naturais de Recreio e Lazer	0,062	
Recursos Etnográficos	Festas	0,702	18,731
	Artesanato	-0,330	
	Gastronomia	-0,372	
Recursos Históricos	Patrimônio Arqueológico	0,995	36,858
	Patrimônio Religioso	-1,405	
	Patrimônio Militar	-0,243	
	Patrimônio Civil	0,653	
Constante		6,500	
<i>Pearson's R</i>		0,999	
<i>Kendall's tau</i>		1,000	

Contudo, podemos observar algumas diferenças quanto aos perfis preferidos:

- os turistas nacionais preferem os *Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida*, enquanto os turistas estrangeiros valorizam mais as *Serras e Montes* e, no caso dos Recursos Etnográficos, os nacionais atribuem maior importância à *Gastronomia* enquanto os estrangeiros às *Festas*;
- quanto aos Recursos Naturais-Água, quer nacionais quer estrangeiros preferem as *Praias Oceânicas* e, nos Recursos Históricos, a preferência vai claramente para o *Patrimônio Arqueológico*.

Conclusões

Operadores turísticos e decisores públicos associados a um certo destino turístico, estão interessados em conhecer a contribuição de cada um dos recursos turísticos (atributos) e respectivos níveis para o sucesso desse destino, tal qual resulta das preferências expressas pelos actuais ou potenciais consumidores (turistas). Com esse conhecimento podem avaliar a consistência da estratégia de aproveitamento desses recursos, bem como tomar decisões mais informadas em termos de promoção dos produtos e serviços do destino turístico, tomando por base a carteira de recursos que estão disponíveis.

De forma muito resumida, dos resultados que obtivemos na nossa aplicação empírica temos que concluir que os recursos a que os turistas atribuíram mais importância foram as *Praias Oceânicas* e os *Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida*. A esta luz, numa perspectiva promocional, não estando os municípios do litoral, que integram o nosso objecto de análise, inseridos no Parque Nacional da Peneda-Gêres, teriam toda a vantagem em referir que este se encontra enquadrado na sub-região a que pertencem. Do mesmo modo, os municípios que fazem parte deste Parque Nacional, deveriam referir que se encontram a X km do litoral e, por essa via, de algum modo, incluir esse recurso na sua carteira de oferta.

Já no caso do *Património Religioso* e do *Artesanato*, considerados os mesmos resultados, dada a importância menor que lhes é conferida pelos turistas nacionais e estrangeiros, seria de rever o destaque que lhes vem sendo dado nas estratégias de promoção. Partindo da perspectiva que será desejável que um destino turístico disponha de uma carteira de produtos alargada, ao invés de estreita, parece fazer sentido que sejam tomados como recursos complementares, alternativamente à política actual dos apresentar como dois cartazes de visita do Minho-Lima.

Referências

- ADAMOWICZ, W. *et al.* (1998), “Stated Preference Approaches for Measuring Passive Use Values: Choice Experiments and Contingent Valuation”, *American Journal of Agricultural Economics*, Nº 80, pp. 65-75.
- BRAZELL, J. *et al.* (1999), “The Effect of Attribute Variation on Consumer Choice Consistency”, *Marketing Letters*, Vol. 10, Nº 2, pp. 139-147.
- GREEN, P. e SRINIVASAN, V. (1990), “Conjoint Analysis in Marketing: New Development with Implications for Research and Practice”, *Journal of Marketing*, Vol. 54, Nº 4, pp. 3-19.
- HAIDER, W. (2002), “Stated Preference & Choice Models – A Versatile Alternative to Traditional Recreation Research”, *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas – Conference Proceedings*, Ed. by Amberger *et al.*, 2002, Vienna, pp. 115-121.
- JAEGER, S. *et al.* (2001), “Methodological issues in conjoint analysis: a case study”, *European Journal of Marketing*, Vol. 35, Nº 11, 2001, pp. 1217-1239.
- LOUVIERE, J. e TIMMERMANS, H. (1990), “Stated Preference and Choice Models Applied to Recreation Research: A Review”, *Leisure Sciences*, Vol. 12, pp. 9-32.
- LOUVIERE, J. *et al.*, 2000, *Stated Choice Methods – Analysis and Application*, Cambridge University Press, Cambridge.
- LUCE, R. e TUKEY (1964), “Simultaneous Conjoint Measurement: a New Type of Fundamental Measurement”, *Journal of Mathematical Psychology*, Nº 1, pp. 1-27.
- MERINO-CASTELLÓ, A. (2003), “Eliciting Consumers Preferences Using Stated Preference Discrete Choice Models: Contingent Ranking versus Choice Experiment”, *UPF Economics and Business Working Paper No. 705* (<http://www.econ.upf.es/docs/papers/downloads/705.pdf>).
- PEREIRA, A. (1999), *Guia Prático de Utilização do SPSS – Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia*, Edições Sílabo, Lisboa.
- PESTANA, M. e GAGEIRO, J. (2005), *Descobrimo a Regressão com a Complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.
- PESTANA, M. e GAGEIRO, J. (2005), *Análise de Dados para Ciências Sociais – a Complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.

- RAMÍREZ HURTADO, J. *et al.* (2004), “Determinación del Perfil de Docencia Preferido por los Alumnos de Matemáticas de LADE”, *XII Jornadas de ASEPUMA*, 16-17 Septiembre de 2004, Murcia.
- RODRÍGUEZ, M. e GONZÁLEZ, C. (2002), “Métodos de Preferencias Declaradas y Cambios en la Salud. Análisis de Consistencia Interna”, *V Encuentro de Economía Aplicada*, 6-8 de Junio de 2002, Oviedo.
- SÁNCHEZ GARCÍA, M e PÉREZ y PÉREZ, L. (2000), “Análisis Conjunto y Gestión Pública de Espacios Protegidos: una aplicación al Parque Natural de Gorbea”, *Hacienda Pública Española*, Nº 153, pp. 117-130.
- SWAIT, J. e ADAMOWICZ, W. (1997), “Perceptions versus Objective Measures of Environmental Quality in Combined Revealed and Stated Preference Models of Environmental Valuation”, *Journal of Environmental Economics and Management*, Nº 32, Vol. 1, pp. 65-84.
- TRINDADE, A. e ROTONDARO (2004), “Modificação da Escala de Classificação por Postos utilizada em Análise Conjunta para aprimorar o modelo obtido por regressão com variáveis *dummy*”, *XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, 3-5 de Novembro de 2004, Florianópolis.

Anexo - Questionário

Universidade do Minho

Doutoramento em Ciências Económicas

Turismo e Desenvolvimento Regional no Minho-Lima

Ficarei muito grata se responder a este pequeno inquérito. As respostas são confidenciais sendo um contributo fundamental para o meu projecto académico de doutoramento.

1. Dados Pessoais

Naturalidade (Concelho)/Residência (Concelho) _____

Sexo: Feminino Masculino

Idade _____

Estado Civil _____

Nível de Formação:

4ª Classe	
6º Ano	
9º Ano	
12º Ano	
Ensino Superior	
Mestrado	
Doutoramento	

2. Hierarquize o destino no qual desejaria passar férias, caso optasse pelo Minho-Lima (segundo os cartões fornecidos – pág. 3)

1º _____

7º _____

2º _____

8º _____

3º _____

9º _____

4º _____

10º _____

5º _____

11º _____

6º _____

12º _____

3. Ordene de **1** (*mais importante*) a **5** (*menos importante*) as características que gostaria que os recursos tivessem?

Praias	. c/ símbolo de qualidade (p.ex. bandeira azul)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ desportos náuticos	
	. c/ actividades de animação	
	. sem características especiais	

Rios	. c/ classificação (p.ex. Rede Natura 2000)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ desportos náuticos	
	. c/ prática de pesca	
	. sem características especiais	

Áreas Naturais	. c/ classificação/protecção (p.ex. área protegida)	
	. estado de conservação	
	. c/ centros de interpretação	
	. c/ zonas de caça	
	. sem características especiais	

Património Histórico	. c/ classificação/protecção (p.ex. MN)	
	. estado de conservação	
	. época a que pertence	
	. facilidade de visita	
	. sem características especiais	

Artesanato	. c/ exposição/venda ao público	
	. c/ certificação	
	. c/ roteiros	
	. c/ possibilidade de ver os artesãos a trabalhar	
	. sem características especiais	

Festas	. festas/romarias tradicionais	
	. festas contemporâneas (p.ex. festivais de música; bienal de arte)	
	. representações históricas	
	. c/ possibilidade de participação do público	
	. indiferente	

Gastronomia	. pratos típicos/regionais	
	. doçaria típica	
	. vinhos regionais	
	. c/ actuações ao vivo de âmbito popular (ex: fado; ranchos)	
	. indiferente, desde que de boa qualidade	

Obrigada!

Destinos de férias no Minho-Lima

(Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. de Cerveira)

. Praias Fluviais	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Artesanato	
. Património Arqueológico	1

. Praias Fluviais	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Festas	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	7

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Gastronomia	
. Património Arqueológico	2

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Artesanato	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	8

. Praias Oceânicas	
. Serras ou Montes	
. Festas	
. Património Arqueológico	3

. Praias Oceânicas	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Gastronomia	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	9

. Praias Fluviais	
. Serras ou Montes	
. Gastronomia	
. Património Religioso	4

. Praias Fluviais	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Festas	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	10

. Rios ou Ribeiros	
. Serras ou Montes	
. Festas	
. Património Religioso	5

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Artesanato	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	11

. Praias Oceânicas	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Artesanato	
. Património Religioso	6

. Praias Oceânicas	
. Serras ou Montes	
. Gastronomia	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	12