



**André Xavier Silva
Gouveia**

**O Impacto Económico do Turismo de Cruzeiros:
O caso do porto do Funchal**



**André Xavier Silva
Gouveia**

**O Impacto Económico do Turismo de Cruzeiros:
O caso do porto do Funchal**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho aos meus pais pelo constante apoio.

o júri

presidente

Prof. Doutora Margarita Matias Robaina Alves
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Joana Inês Silva de Lima
professora auxiliar da Universidade Portucalense

Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

A realização desta dissertação apenas foi possível através do contributo de um conjunto de pessoas, às quais quero deixar o meu profundo agradecimento.

À minha orientadora, Professora Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, pela sua constante disponibilidade, apoio, incentivo e orientação prestada, sem a qual não teria sido possível desenvolver esta investigação.

Aos Portos da Madeira (APRAM), pela colaboração demonstrada na realização do estudo empírico no Porto do Funchal e por um conjunto de informações prestadas. Um agradecimento especial à Dr.^a Patrícia Bairrada, do Departamento de Marketing e Relações Públicas da APRAM e ao Eng.^o Rui Lopes, o Oficial de Segurança do Porto do Funchal.

À *Blandy Travel*, pela disponibilidade e atenção prestada, permitindo recolher um conjunto de dados fundamentais para a conclusão desta investigação.

Aos meus pais, pelo constante apoio, motivação, aconselhamento e por tudo o que me facultaram ao longo desta etapa da minha vida.

À minha família e amigos, pelo ânimo que sempre me forneceram.

À Vânia, pelo afeto, ajuda e paciência que sempre demonstrou.

A todos aqueles que direta e indiretamente contribuíram para o desenvolvimento e conclusão desta dissertação.

palavras-chave

turismo de cruzeiros, impactos económicos, perfil do cruzeirista, porto do Funchal.

resumo

O turismo de cruzeiros, sobretudo nas últimas duas décadas, tem-se revelado um produto turístico com enorme potencial de atração. Esta indústria, que teve a sua origem em meados da década de 60, tem registado constantes crescimentos anuais, estando cada vez mais acessível a vários tipos de público. A escala de um navio de cruzeiros representa um conjunto de impactos económicos para as regiões de destino, que devem ser analisados caso-a-caso, tendo em conta as características de cada cidade portuária. O objetivo deste estudo passa por analisar o impacto económico direto do turismo de cruzeiros na ilha da Madeira, aquando da escala de um cruzeiro no porto do Funchal. É também considerado o perfil do cruzeirista e do tripulante que visita este destino e são analisados os padrões de despesas de ambos os grupos. Esta dissertação procura ainda identificar as principais motivações dos passageiros para realizar um cruzeiro, caracterizar o seu comportamento no destino e avaliar os seus índices de satisfação e fidelização com a ilha da Madeira. Antes de considerar a componente prática deste estudo, procedeu-se a uma revisão de literatura relativa aos impactos económicos do turismo de cruzeiros, tendo sido objeto de análise alguns estudos de caso realizados em outros portos internacionais. As metodologias adotadas em cada uma dessas investigações foram também objeto de análise, de modo a identificar qual o procedimento mais adequado para as características do porto do Funchal. Para a concretização dos objetivos enunciados, foi realizado um estudo empírico no porto do Funchal, durante o mês de abril de 2015, em que foram aplicados questionários a passageiros e tripulantes que transitaram neste destino. Foram preenchidos 288 questionários por cruzeiristas e 103 por tripulantes, provenientes de 10 navios de cruzeiros diferentes. Foi também recolhido um conjunto de dados secundários, junto de alguns agentes do setor, que permitiram reunir um conjunto de informações mais detalhadas, nomeadamente acerca dos serviços prestados às companhias de cruzeiros. Os resultados obtidos indicam que cada passageiro gasta, em média, cerca de 48 euros. A despesa é realizada, sobretudo, em comidas e bebidas, *shopping* e excursões. Tendo em conta a média de passageiros que transita no porto do Funchal e a percentagem que realiza despesa, conclui-se que os gastos totais dos cruzeiristas, em cada escala, ultrapassam os 79 000 euros. Os tripulantes apresentam um gasto médio de 63 euros por pessoa, aplicados, particularmente, em comidas e bebidas, *shopping* e transportes. As despesas totais por escala situam-se nos 36 307 euros. Os gastos das companhias de cruzeiros também representam uma importante fonte de receita, que se traduz em cerca de 29 000 euros por escala, despendidos em serviços portuários e de agenciamento.

keywords

cruise tourism, economic impacts, cruiser profile, port of Funchal

abstract

Cruise tourism, particularly in the last two decades, has proved to be a tourism product with huge potential of attraction. This industry, which had its origin in the mid-60s, has recorded constant annual growth and is increasingly accessible to various types of public. The call of a cruise ship represents a set of economic impacts for the destination regions, which should be considered on a case-by-case basis, taking into account the characteristics of each port city. The main objective of this study is to analyse the direct economic impacts of cruise tourism to Madeira island, during the call of a cruise ship in the port of Funchal. It is also considered the profile of the cruise passengers and crew members who visit this destination and the expenditure patterns of these groups. In addition to the economic aspect, this paper seeks to identify the main passengers' motivations for taking a cruise, to describe their behaviour while in this destination and to check the levels of satisfaction and loyalty with Madeira Island. Before considering the practical component of this study, an extended literature review was conducted, concerning the economic impacts of cruise tourism. The focus was directed to some case studies carried out in other international ports. The methodologies adopted in each of these investigations were also analysed in order to identify the most appropriate procedure for the port of Funchal's features. To achieve the stated goals, it was carried out an empirical study in the port of Funchal, during the month of April (2015), in which questionnaires were applied to passengers and crew members who visited this destination for a few hours. 288 questionnaires were filled out by cruise passengers and 103 by crew members, from 10 different cruise ships. It was also collected a set of secondary data from some industry players, which have brought together a more detailed information, particularly about the services provided to cruise lines. The results indicate that each passenger spends an average of 48 euros. The expenditure is made mainly in food and beverages, shopping and excursions. Taking into account the average number of passengers transiting in the port of Funchal and the percentage who sustains expenses, it can be concluded that the total spending generated by cruisers, in each ship call, exceeds 79 000 euros. The crew members have spent an average of 63 euros per person, applied particularly in food and beverages, shopping and transports. The total expenditure for each ship call is about 36 307 euros. Cruise lines expenses also represent an important source of income, which translates to about 29 000 euros per call, spent in port services and shipping agency.

Índice

I - Introdução

Capítulo 1 – Introdução

1.1 – Objetivos e apresentação do tema de investigação	1
1.2 – Organização da dissertação.....	2

II - Revisão da Literatura

Capítulo 2 - A Indústria de Cruzeiros

2.1 – Introdução	5
2.2 – Dos primórdios à atualidade	5
2.3 – Caracterização da indústria de cruzeiros atual	18
2.3.1 – Caracterização da oferta	18
2.3.2 – Caracterização da procura.....	21
2.3.3 – Duração dos cruzeiros	24
2.3.4 – O perfil do turista de cruzeiros	24
2.3.4.1 – O perfil do cruzeirista Norte-americano	27
2.3.4.2 – O perfil do cruzeirista Europeu	30
2.4 - Conclusão	32

Capítulo 3 - O Impacto Económico da Indústria de Cruzeiros

3.1 – Introdução	35
3.2 – Conceito geral de turismo	35
3.3 – Os efeitos económicos do turismo.....	36
3.3.1 – Benefícios económicos do turismo.....	37
3.3.2 – Custos Económicos do Turismo	39
3.4 – O Impacto Económico do Turismo de Cruzeiros	40
3.4.1 – Os padrões de despesa do turismo de cruzeiros.....	49
3.4.1.1 – As despesas das companhias de cruzeiro	49
3.4.1.2 – As despesas dos passageiros e tripulantes	50
3.4.2 – O efeito multiplicador do turismo de cruzeiros – quantificação dos impactos económicos totais.....	52
3.4.3 - Vantagens e desvantagens atribuídas ao turismo de cruzeiros	54
3.5 – Conclusão	55

III - Estudo Empírico

Capítulo 4 - A Indústria de Cruzeiros na RAM - o porto do Funchal

4.1 – Introdução	57
4.2 – Contextualização histórica do porto do Funchal.....	57
4.3 – Características do porto do Funchal	62
4.4 – A evolução do turismo no Porto do Funchal	63
4.4.1 – O movimento dos cruzeiros turísticos no porto do Funchal	64
4.4.2 - Os circuitos de cruzeiros.....	67
4.5 – Promoção e articulação do Porto do Funchal	69
4.6 – Conclusão	70

Capítulo 5 - Metodologia

5.1 – Introdução	71
5.2 – Objetivos/Questões de Investigação.....	71
5.3 - Métodos de recolha de dados	71
5.3.1 – Definição da população em estudo	73
5.3.2 – Técnica de amostragem aplicada	73
5.3.3 - Instrumento de inquirição.....	74
5.3.4 – Validação do questionário	80
5.3.5 – Método de administração do questionário.....	81
5.4 – Métodos de análise de dados	83
5.4.1 – Análise dos dados primários.....	83
5.4.2 – Análise dos dados secundários.....	85
5.5 – Conclusão	87

Capítulo 6 - Análise e Discussão de Resultados

6.1 – Introdução	89
6.2 – Análise dos resultados relativos aos passageiros.....	90
6.2.1 - Caracterização dos inquiridos	90
6.2.2 – Motivação para realizar o cruzeiro	93
6.2.3 - Caracterização do cruzeiro e da visita à ilha da Madeira.....	96
6.2.4 - Padrões de despesa no destino.....	99
6.2.5 – Avaliação e Recomendação do destino	103
6.2.6 - Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas de acordo com um conjunto de variáveis.....	106
6.2.7 – Fatores que influenciam as despesas dos cruzeiristas no destino	112
6.3 – Análise dos resultados relativos aos tripulantes.....	115
6.3.1 – Caracterização dos inquiridos	115
6.3.2 – Caracterização da visita à ilha	117

6.3.3 – Padrões de despesa dos tripulantes.....	117
6.3.4 – Avaliação e Recomendação do Destino.....	118
6.3.5 - Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas de acordo com um conjunto de variáveis (tripulantes).....	120
6.4 – Comparação de resultados entre passageiros e tripulantes.....	122
6.5 – O impacto económico direto do turismo de cruzeiros no porto do Funchal.....	124
6.6 – Conclusão	130

IV - Conclusões e Recomendações

Capítulo 7 - Conclusões e Recomendações

7.1 – Conclusões.....	133
7.2 - Contribuições	136
7.3 – Principais dificuldades e limitações.....	137
7.4 – Propostas de investigação.....	138
Referências Bibliográficas	139

Anexos

Anexo 5.1 – Questionário aos Passageiros
Anexo 5.2 – Questionário aos Passageiros (Inglês)
Anexo 5.3 – Questionário aos Passageiros (Alemão)
Anexo 5.4 – Questionário aos Tripulantes
Anexo 5.5 – Questionário aos Tripulantes (Inglês)
Anexo 5.6 – Movimento de passageiros no porto do Funchal em 2014
Anexo 5.7 – Movimento de tripulantes no porto do Funchal em 2014
Anexo 6.1 – Estudo da linearidade
Anexo 6.2 – Estudo da linearidade
Anexo 6.3 – Estudo da homocedasticidade
Anexo 6.4 – Estudo da normalidade dos resíduos
Anexo 6.5 – Ocupação profissional dos tripulantes abordo do navio

Índice de Figuras

Capítulo 2

Figura 2.1 - Aquarela do <i>Britannia</i> (1840).....	6
Figura 2.2 - Aquarela do <i>Quaker City</i> (1900).....	7
Figura 2.3 - <i>Blue Ribband</i>	8
Figura 2.4 - <i>Victoria Louise</i>	9
Figura 2.5 - Pormenor da escadaria principal do <i>Titanic</i> (1912)	10
Figura 2.6 - Sala de Jantar do <i>SS Normandie</i>	12
Figura 2.7 - <i>Queen Mary</i> fundeado em <i>Long Beach</i> Califórnia (primeiro plano), <i>Queen Mary 2</i> em segundo plano (2006)	12
Figura 2.8 - <i>Caronia</i>	13
Figura 2.9 - Logo da <i>Carnival</i>	15
Figura 2.10 - O ambiente "fun" a bordo de um navio da <i>Carnival</i>	15
Figura 2.11 - <i>Sky Loft Suite</i> no " <i>Oasis of The Seas</i> " da <i>RCCL</i>	18
Figura 2.12 – Mercado mundial da procura do turismo de cruzeiros (2013)	22
Figura 2.13 – Top 10 dos países com maior quota de mercado na indústria de cruzeiros, em 2013	22
Figura 2.14 – Proveniência dos cruzeiristas Norte-americanos (2013)	25
Figura 2.15 – Proveniência dos cruzeiristas Europeus (2013).....	25
Figura 2.16 – Proveniência dos cruzeiristas do Resto do Mundo (2013).....	26
Figura 2.17 – Distribuição etária dos cruzeiristas Norte-americanos	27
Figura 2.18 – Situação Profissional do cruzeirista Norte-americano	28
Figura 2.19 – Número de pessoas que compõem o grupo de viagem.....	28
Figura 2.20 – Gastos totais na viagem do cruzeirista Norte-americano	29
Figura 2.21 – Distribuição etária dos cruzeiristas britânicos	30
Figura 2.22 – Número de cruzeiros realizados pelos britânicos em 2014	31
Figura 2.23 – Distribuição etária do cruzeirista alemão.....	31

Capítulo 4

Figura 4.1 - Ilhéu de São José, também designado de Ilhéu da Pontinha (século XIX).....	58
Figura 4.2 - Ampliação do molhe da Pontinha, entre o Forte de São José e o Forte de N. Senhora da Conceição (século XIX)	59
Figura 4.3 – Caminho de ferro entre o centro da cidade e o Ilhéu da Pontinha (1887)	59
Figura 4.4 – Terceira fase de ampliação do porto do Funchal (década de 40)	60
Figura 4.5 - Quarta fase de ampliação do porto do Funchal (década de 60).....	61
Figura 4.6 - À esquerda a Gare Marítima Internacional do porto do Funchal (2012) e à direita o novo cais acostável (2015)	62
Figura 4.7 - Localização da ilha da Madeira	62
Figura 4.8 - Porto do Funchal (2015).....	63
Figura 4.9 – Navio Canberra da P&O na baía do Funchal	65
Figura 4.10 – Número de escalas de navios de passageiros (2004-2014).....	66

Figura 4.11 – Movimento de passageiros no Porto do Funchal (2004-2014)	66
Figura 4.12 - Escalas mensais de cruzeiros (2014)	67
Figura 4.13 - Movimentos de Cruzeiros na Madeira.....	68
Figura 4.14 – À esquerda o Mercado dos Lavradores e à direita o Jardim Botânico.....	68

Capítulo 5

Figura 5.1 – Métodos de recolha de dados utilizados para a quantificação das despesas do turismo de cruzeiros	73
Figura 5.2 – Processo de amostragem utilizado – amostragem por <i>cluster</i> via multietapas	74

Capítulo 6

Figura 6.1 - Procedimento utilizado para o cálculo das despesas dos passageiros	125
---	-----

Índice de Tabelas

Capítulo 2

Tabela 2.1 - Etapas de evolução do transporte marítimo de passageiros até à indústria de cruzeiros atual.....	17
Tabela 2.2 - Posicionamento das companhias de cruzeiros	19
Tabela 2.3 - Capacidade da indústria de cruzeiros prevista para 2015, por grupo e companhia (ordem decrescente).....	21
Tabela 2.4 - Principais destinos mundiais do turismo de cruzeiros (2015).....	23

Capítulo 3

Tabela 3.1 - Exemplos de investigações que analisam a experiência dos turistas de cruzeiros	43
Tabela 3.2 - Exemplos de investigações que analisam os impactos do turismo de cruzeiros.....	44
Tabela 3.3 - Despesas diretas da indústria de cruzeiros nos diferentes mercados, em 2013 (bilhões de dólares).....	49
Tabela 3.4 - Exemplos de investigações que analisam o efeito multiplicador do turismo de cruzeiros	52

Capítulo 5

Tabela 5.1 - Técnicas de Amostragem	74
Tabela 5.2 - Regras para a formulação de perguntas num questionário.....	75
Tabela 5.3 - Questões incluídas na 1.ª secção do questionário: motivações para participar num cruzeiro/experiências anteriores em cruzeiros e na ilha da Madeira.....	76
Tabela 5.4 - Questões incluídas na 2.ª secção do questionário: consumo dos cruzeiristas e comportamento no destino	77
Tabela 5.5 - Questões incluídas na 3.ª secção do questionário: avaliação e recomendação do destino.....	78
Tabela 5.6 - Questões incluídas na 4.ª secção do questionário: perfil do cruzeirista.....	78
Tabela 5.7 - Questões incluídas no questionário dos tripulantes	80
Tabela 5.8 - Cronograma da aplicação de questionários no porto do Funchal e respetivos navios	82
Tabela 5.9 - Métodos de estatística univariada aplicados	84
Tabela 5.10 - Métodos de estatística bivariada aplicados	84
Tabela 5.11 - Métodos de estatística multivariada aplicados.....	85
Tabela 5.12 – Itens de despesa associados à escala de um navio de cruzeiros no porto do Funchal	85

Capítulo 6

Tabela 6.1 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: idade; género e estado civil.....	90
Tabela 6.2 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: nacionalidade e país de residência	91
Tabela 6.3 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Habilitações Literárias	92

Tabela 6.4 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Situação Profissional.....	92
Tabela 6.5 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Rendimento Médio Mensal do Agregado Familiar.....	93
Tabela 6.6 - Motivos para realizar o cruzeiro.....	94
Tabela 6.7 - Análise de componentes principais das motivações para escolher o cruzeiro	95
Tabela 6.8 - Experiência dos inquiridos em cruzeiros	96
Tabela 6.9- Grupo de viagem dos inquiridos	97
Tabela 6.10 - Oportunidade para explorar novos destinos.....	97
Tabela 6.11 - Regresso a um destino visitado através de um cruzeiro	98
Tabela 6.12 - Visitas anteriores ao destino	98
Tabela 6.13 - Atividades praticadas no destino	99
Tabela 6.14 - Realização de excursão no destino	99
Tabela 6.15 - Tipo de organização da excursão	100
Tabela 6.16 - Local de aquisição da excursão	100
Tabela 6.17 – Excursões/visitas guiadas realizadas na Madeira	101
Tabela 6.18 - Despesa na excursão	102
Tabela 6.19 - Despesa média efetuada no destino (por pessoa).....	102
Tabela 6.20 - Categorias de despesa realizada	103
Tabela 6.21 - Tempo passado no destino pelos cruzeiristas.....	103
Tabela 6.22 - Análise de componentes principais da satisfação no destino.....	104
Tabela 6.23 - Probabilidade de regressar à Madeira	105
Tabela 6.24 - Recomendação do destino	105
Tabela 6.25 - Comunicação do destino a amigos e familiares	106
Tabela 6.26 – Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com a repetência na ilha	107
Tabela 6.27 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com participação numa excursão	107
Tabela 6.28 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com a organização da excursão	107
Tabela 6.29 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas com a excursão, de acordo com o tipo de organização	108
Tabela 6.30 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino de acordo com o tipo de atividade praticada	108
Tabela 6.31 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas com a excursão, de acordo com a participação nas atividades mencionadas.....	109
Tabela 6.32 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas, de acordo com a participação nas atividades mencionadas.....	109
Tabela 6.33 - Coeficiente de correlação de <i>Spearman</i> entre os fatores motivacionais e as despesas em comidas e bebidas.....	110
Tabela 6.34 - Coeficiente de correlação de <i>Spearman</i> entre o tempo passado no destino e as despesas	111
Tabela 6.35 - Coeficiente de correlação de <i>Spearman</i> entre a probabilidade de regresso como turista convencional e as despesas em comidas e bebidas	111

Tabela 6.36 - Coeficiente de correlação de <i>Spearman</i> entre a intenção de recomendar o destino e as despesas em comidas e bebidas.....	111
Tabela 6.37 - Resultados da análise de regressão para a variável dependente despesas totais no destino.....	115
Tabela 6.38 - Diagnóstico da qualidade do ajustamento do modelo aplicado.....	115
Tabela 6.39 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Idade e Género.....	116
Tabela 6.40 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Nacionalidade.....	116
Tabela 6.41 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Habilitações literárias.....	116
Tabela 6.42 - Atividades praticadas no destino	117
Tabela 6.43 - Despesa média no destino dos tripulantes	118
Tabela 6.44 - Categorias de despesa dos tripulantes.....	118
Tabela 6.45 - Tempo passado no destino pelos tripulantes	118
Tabela 6.46 - Análise de componentes principais de satisfação no destino dos tripulantes	119
Tabela 6.47 - Recomendação do destino pelos tripulantes.....	120
Tabela 6.48 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino dos tripulantes, de acordo com a participação em determinadas atividades.....	120
Tabela 6.49 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas dos tripulantes, de acordo com a participação em determinadas atividades.....	121
Tabela 6.50 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas dos tripulantes, de acordo com a nacionalidade.....	121
Tabela 6.51 - Coeficiente de correlação de <i>Spearman</i> entre a satisfação e as categorias de despesa	122
Tabela 6.52 – Procedimento utilizado para o cálculo das despesas das companhias de cruzeiros	125
Tabela 6.53 - As despesas dos passageiros de cruzeiros no destino e respetivos impactos económicos para a região	127
Tabela 6.54 - As despesas dos tripulantes no destino e respetivos impactos económicos para a região.....	128
Tabela 6.55 - As despesas das companhias de cruzeiros no destino e respetivos impactos económicos para a região	129
Tabela 6.56 – Receitas totais diretas do turismo de cruzeiros na RAM.....	130

GLOSSÁRIO

APRAM – Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira / Portos da Madeira

CCL - Carnival Cruise Lines

CLIA – Cruise Lines International Association

ECC – European Cruise Council

MSC - Mediterranean Shipping Company

NCL – Norwegian Cruise Lines

P&O - Peninsular and Oriental Steam Navigation Company

RAM – Região Autónoma da Madeira

RCCL – Royal Caribbean Cruise Lines

TUP – Taxa de Uso Portuário

WoM – Word of Mouth

Capítulo 1 – Introdução

1.1 – Objetivos e apresentação do tema de investigação

Esta investigação aborda a temática dos impactos económicos do turismo de cruzeiros, analisando, mais concretamente, o efeito desta atividade turística na economia da ilha da Madeira. Além da análise dos impactos económicos, este estudo investiga um conjunto de características dos passageiros e tripulantes que transitam no porto do Funchal, durante a escala de um navio de cruzeiros.

O turismo de cruzeiros tem vindo a registar um crescimento exponencial no número de passageiros, sobretudo nos últimos 20 anos, período em que este tipo de turismo apresentou a maior taxa de crescimento dentro do setor turístico (Wood 2000 *cit. in* Chase & Alon, 2002). Entre o período de 1990-2007, o número de cruzeiristas cresceu a uma média de 7,4% anuais e apesar do abrandamento na taxa de crescimento, nos anos mais recentes, é expectável que esta tendência se mantenha no futuro (Klein 2005; FCCA 2008 *cit. in* Brida, 2010).

Este crescimento verificado é o resultado de uma mudança de estratégia por parte das companhias de cruzeiros, transformando um produto que era dirigido apenas para algumas elites, numa experiência acessível a vários públicos. Através da adaptação dos navios e da própria oferta, foi possível atrair passageiros de classe média, que participam atualmente em cruzeiros com os seus parceiros, filhos, familiares e amigos (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

Para determinar os impactos económicos do turismo de cruzeiros é preciso identificar a origem das despesas desta indústria. Existem três segmentos que são responsáveis pela criação de receitas para as economias dos destinos: as despesas dos passageiros; as despesas dos tripulantes e as despesas das companhias de cruzeiros (Business Research & Economic Advisors, 2014; Dwyer & Forsyth, 1998; Penco & Di Vaio, 2014).

Nesta investigação, o foco está direcionado para o Funchal, por possuir o porto marítimo português que mais passageiros movimenta (Turismo de Portugal I.P., 2013). Assim, através de um estudo de caso, será analisado o turismo de cruzeiros nesta cidade insular e quais os impactos económicos diretos gerados por esta atividade turística. Para isso, será realizado um contato direto com os turistas de cruzeiros e tripulantes que efetuam escala nesta cidade, bem como com alguns agentes da oferta local, de modo a obter as despesas das companhias de cruzeiros e outras informações úteis.

O porto do Funchal constitui um importante ponto geoestratégico no Atlântico, utilizado por muitas companhias como ponto de paragem nas épocas de reposicionamento global de frotas, entre as Caraíbas e o Mediterrâneo, ou vice-versa. A Madeira, juntamente com as Canárias, representam um destino de cruzeiros designado por “Ilhas Atlânticas”. Em 2012, o porto do Funchal alcançou a 11ª posição no ranking mundial dos portos que mais cresceram no movimento de passageiros, ultrapassando pela primeira vez a barreira dos 500 mil passageiros, no ano anterior (APRAM, 2015b).

Os objetivos principais desta investigação passam por quantificar os impactos económicos diretos do turismo de cruzeiros na ilha da Madeira. Deste modo, procura-se determinar os padrões de despesas das companhias de cruzeiros, passageiros e tripulantes, durante a escala de um cruzeiro neste destino. Além da vertente económica, este estudo também procura caracterizar o perfil do passageiro e tripulante que visita esta região, nomeadamente a nível das suas características sociodemográficas. Consideram-se, ainda, as principais motivações dos respondentes para participar no cruzeiro, o seu comportamento no destino, a satisfação perante um conjunto de atributos e a intenção de regressar e recomendar a visita à ilha da Madeira.

Esta análise foi desenvolvida através de um estudo empírico realizado na gare marítima internacional do porto do Funchal, junto dos passageiros e tripulantes que transitaram no destino. A recolha de dados primários decorreu durante o mês de abril de 2015 e foram abrangidos 10 navios de cruzeiros. O inquérito por questionário foi aplicado aos passageiros e tripulantes após a sua visita à ilha, de modo a obter informação sobre as suas despesas, comportamento no destino e índices de satisfação e fidelização à ilha da Madeira. Foram também recolhidos um conjunto de dados secundários, junto dos Portos da Madeira e de uma agência de navegação local, que permitiram estimar os gastos das companhias de cruzeiros na região.

Para definir o plano metodológico a ser utilizado no estudo empírico, foi realizada uma extensa revisão da literatura existente sobre o turismo de cruzeiros, tendo sido considerados outros estudos de caso realizados a nível internacional que abordavam os impactos económicos, sociais e ambientais do turismo de cruzeiros, a experiência e comportamento dos cruzeiristas nos destinos, bem como um conjunto de relatórios concebidos por entidades especializadas no setor.

1.2 – Organização da dissertação

Esta dissertação encontra-se dividida em quatro partes lógicas, constituídas por sete capítulos. A primeira parte (Parte I) é composta pelo presente capítulo, que introduz a temática sob investigação e a sua relevância, os objetivos do estudo, as metodologias utilizadas e a estrutura seguida.

No que diz respeito à segunda parte (Parte II), esta é composta pela revisão da literatura associada ao turismo de cruzeiros. Nesta parte podemos encontrar dois capítulos, o primeiro relativo à caracterização da indústria de cruzeiros e o segundo sobre os impactos económicos desta indústria. Deste modo, o **capítulo 2** engloba uma contextualização histórica do turismo de cruzeiros e uma caracterização desta indústria, nomeadamente a nível da procura e da oferta. Analisa-se ainda o perfil do cruzeirista atual.

O **Capítulo 3** investiga os impactos económicos da indústria de cruzeiros e começa por apresentar uma pequena conceitualização do setor turístico. Consideram-se, ainda, os efeitos económicos positivos e negativos do turismo, analisando posteriormente alguns estudos de caso relacionados com o turismo de cruzeiros. Neste capítulo, identificam-se e caracterizam-se as origens das despesas do turismo de cruzeiros. Por fim, apresentam-se dois estudos de caso que abordam o efeito multiplicador do turismo de cruzeiros e apontam-se algumas vantagens e desvantagens atribuídas pela literatura a esta indústria.

A terceira parte (Parte III) desta dissertação é constituída por três capítulos e corresponde ao estudo empírico. No **capítulo 4** considera-se o porto do Funchal, apresentando uma evolução histórica desta infraestrutura e algumas das suas características.

O **capítulo 5** apresenta o procedimento metodológico seguido na recolha e análise de dados, bem como os objetivos que se pretendem atingir nesta investigação.

No **capítulo 6** apresentam-se os principais resultados do estudo empírico, resultantes da análise dos questionários que foram aplicados a passageiros e tripulantes no porto do Funchal. Neste capítulo sistematizam-se os impactos económicos de cada um dos segmentos de despesa do turismo de cruzeiros (passageiros, tripulantes e companhias), aquando da sua passagem pela ilha da Madeira.

Por fim, a quarta parte (Parte IV) é constituída pelo **capítulo 7**, que considera as principais conclusões e recomendações da investigação. Neste capítulo, apresentam-se as conclusões retiradas da revisão da literatura e dos resultados do estudo empírico, realizando-se algumas comparações entre o que era expectável e o que foi atingido. São também expostas algumas contribuições que este estudo fornece à investigação na temática, bem como as principais dificuldades e limitações encontradas. Para terminar, apresentam-se algumas propostas de investigação a realizar futuramente.

Capítulo 2 - A Indústria de Cruzeiros

2.1 – Introdução

O turismo de cruzeiros é um produto turístico que tem registado constantes crescimentos ao longo das últimas décadas. Atualmente, as motivações que levam alguém a participar num cruzeiro são muito distintas das que aconteciam antes da década de 60. Antes da emergência do transporte aéreo, na década de 50, os navios eram utilizados como meios de transporte e não como produtos de lazer. As condições a bordo não eram agradáveis para a maioria dos passageiros, sobretudo para os imigrantes que procuravam melhores condições de vida e viajavam nas classes mais baixas. No entanto, quem tinha poder económico, atravessava o Atlântico em acomodações de luxo, em navios cada vez mais adaptados às necessidades do passageiro (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

As duas grandes guerras mundiais marcaram períodos conturbados para o transporte marítimo de passageiros, que viu as suas operações suspensas durante os conflitos, pois os navios foram reconvertidos para transporte de tropas (Branchik, 2014).

O despoletar da aviação civil resultou na decadência do transporte marítimo de passageiros, que a partir dessa altura sofreu uma reforma drástica na sua atividade. Os navios passaram a ser utilizados para lazer e entretenimento, dando origem à indústria de cruzeiros atual (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

Neste capítulo é caracterizada a indústria de cruzeiros atual. Inicialmente considera-se a evolução que existiu no mercado das viagens marítimas, identificando 6 fases cruciais na transformação desta indústria. O ponto seguinte analisa a indústria de cruzeiros atual, caracterizando a oferta e a procura existente. É também apresentado o perfil sociodemográfico do cruzeirista moderno, que apresenta diferentes características de acordo com o mercado de onde é originário.

2.2 – Dos primórdios à atualidade

A indústria moderna de cruzeiros terá iniciado o seu desenvolvimento em inícios da década de 60 do século XX, aquando do declínio das viagens marítimas transoceânicas e da introdução das viagens aéreas diretas, entre os EUA e a Europa. Contudo, foi a partir dos anos 80 e 90 que se registou a verdadeira expansão desta indústria, com o turismo de cruzeiros a apresentar um crescimento exponencial (Brida, 2010; Wood, 2000). Ainda segundo estes autores, os primeiros cruzeiros turísticos foram realizados na região das Caraíbas, provenientes dos EUA, que continua a ser o destino mundial mais popular para o turismo de cruzeiros, no entanto, a tendência de crescimento e popularidade desta indústria alargou-se a outros continentes como a Europa, Oceânia e Ásia.

A indústria de cruzeiros atual, que surgiu há pouco mais de 50 anos, tem a sua origem em meados do século XIX, quando os navios eram utilizados, acima de tudo, para o transporte

marítimo de correio. Em 1840, os Correios Britânicos necessitavam de uma linha de transporte de correio rápida, segura e cumpridora de horários, entre a Inglaterra e a América, originando assim a criação da “*British and North American Royal Mail Steam Packet Company*” por Samuel Cunard (Branchik, 2014).

Os “*steamers*” ou navios a vapor, além de correio transportavam igualmente alguns passageiros, como forma de aumentar as receitas das travessias transatlânticas. No entanto, esta não era uma viagem propriamente agradável de se fazer, pois a prioridade naqueles dias era tornar o navio o mais veloz possível, pelo que o conforto dos poucos passageiros a bordo era deixado para último plano. Tal como relata Charles Dickens, um famoso romancista inglês a bordo do *Britannia* (Figura 2.1), a experiência a bordo é desapontante (Dickens, 1842 *cit. in* Branchik, 2014). A cabine onde ficou alojado foi descrita pelo mesmo do seguinte modo: “Nunca foi feito nada mais pequeno para dormir, exceto caixões” (Dickens, 1842, p.9 *cit. in* Branchik, 2014). Obviamente que as viagens marítimas que aconteciam nesta altura não têm comparação possível com um cruzeiro. O seu único sentido era transportar bens e passageiros de um destino para outro, no que era considerado na altura como o melhor e único meio de transporte intercontinental existente (Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.1 - Aquarela do *Britannia* (1840)



Fonte: www.worldshipny.com

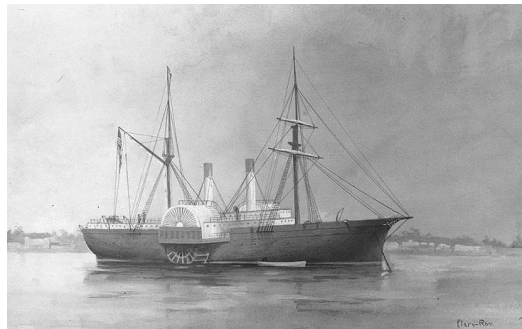
Não existe concordância entre os historiadores sobre quem organizou o primeiro cruzeiro. De acordo com Dickinson e Vladimir (2008), terá sido a “*Peninsula and Oriental Steam Navigation Company’s*”, conhecida por P&O, a organizar o primeiro cruzeiro. Esta companhia operava cruzeiros desde a Inglaterra até à Península Ibérica ou para a Malásia e a China, desde inícios do século XIX. William Makepeace Thackeray, um outro famoso romancista inglês, realizou um cruzeiro pelo Mediterrâneo em 1844, utilizando uma série de navios da P&O. Apesar de ter descrito a viagem como: “um encantador cruzeiro pelo Mediterrâneo”, a experiência na realidade não terá sido assim tão prazerosa, considerando que todos a bordo terão ficado enjoados por mais de uma vez (Wiedenfield & Nicolson, 1986, *cit. in* Dickinson & Vladimir, 2008).

A P&O interrompeu os seus cruzeiros durante a Guerra da Crimeia, contudo a partir dos anos 80, após o “*British Medical Journal*” ter recomendado as viagens marítimas como uma forma de curar alguns problemas de saúde, a companhia retomou a sua atividade, tendo inclusivamente

convertido um dos seus navios, o *SS Ceylon*, num iate de cruzeiros que navegou por todo o mundo (Dickinson & Vladimir, 2008).

No que diz respeito ao primeiro cruzeiro com origem na América, Dickinson e Vladimir (2008) indicam que este terá sido a bordo do *Quaker City* (Figura 2.2), que partiu de Nova Iorque em 1867 rumo ao Mediterrâneo, numa viagem com duração superior a seis meses. O seu organizador, Charles C. Duncan publicitou a viagem como uma: “Excursão à Terra Santa, Egito, Crimeia, Grécia e outros pontos de interesse” (Harper and Row, 1869, s. pág, *cit. in* Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.2 - Aquarela do *Quaker City* (1900)



Fonte: www.ibiblio.org

Desde o *Quaker City* até finais de 1950 muitas pessoas atravessaram o Atlântico, a maioria delas porque foram obrigadas e não por questões de prazer. Os **fluxos de imigração** que surgiram desde finais do século XIX até sensivelmente inícios dos anos 20 do século XX, movimentaram milhões de pessoas entre a Europa, América, Grã-Bretanha, Austrália e Nova Zelândia. Uma época que não valorizou propriamente as viagens marítimas, pois os imigrantes não eram turistas e as condições a bordo eram miseráveis, pelo que atravessar um oceano sem qualquer escala ou paragem prevista era algo para ser suportado e não para apreciar (Dickinson & Vladimir, 2008).

Os imigrantes provinham sobretudo do continente europeu e representavam a grande fatia de receitas para as companhias que faziam a ligação entre a Europa e a América. Entre os anos de 1841 e 1920, 88,3% dos imigrantes que chegavam à América vinham da Europa (USA Department of Homeland Security, 2004 *cit. in* Branchik, 2014).

Desde meados do século XIX até a primeira guerra mundial, a Grã-Bretanha e a Alemanha dominavam a indústria de transporte transatlântico de passageiros. Os navios eram vistos como símbolos de orgulho nacional e algumas companhias não transportavam imigrantes de alguns países da Europa Central, pois consideravam que estes praticavam condutas inadequadas e manchavam a imagem da companhia. Outras companhias criaram as chamadas “vilas de emigrantes”, que acomodavam estes passageiros nos dias que antecediavam a viagem para a América. O acesso a estas vilas só era permitido após um duche, seguido de um exame físico e de uma revisão à bagagem, pois no caso da entrada nos EUA ser negada, era a companhia que assumia os custos da viagem de regresso à Europa (Branchik, 2014).

Neste período que antecedeu a primeira guerra mundial, existiam a bordo dos navios diferentes classes sociais que viajavam em condições distintas. Enquanto as elites dispunham de acomodações luxuosas de primeira classe, aos restantes passageiros eram apresentadas condições bem diferentes. Os imigrantes representavam mais de metade dos passageiros a bordo e viajavam nas classes mais baixas com condições muito básicas (Branchik, 2014). Segundo Dickinson & Vladimir (2008), as perspetivas que ambos os grupos tinham destas viagens transatlânticas contribuíram para as duas visões que se detinham das viagens marítimas até um passado recente. Por um lado, a perceção de que um cruzeiro moderno representa um conjunto de serviços, atividades, entretenimento, num ambiente de grande escala (perspetiva das elites), e por outro lado, a falsa definição de que o transporte marítimo trata-se de uma experiência desconfortável em embarcações com condições muito básicas (perspetiva dos imigrantes).

Tendo conhecimento de ambas as perspetivas dos passageiros, os primeiros promotores de viagens marítimas aperceberam-se que as pessoas ficavam contentes com a ideia de esquecerem que estavam no mar. Os navios passaram a ser projetados com a intenção de criar esta ilusão nos passageiros, transformando-se, de acordo com as palavras do arquiteto da *Cunard* Arthur Davis, em “gigantes hotéis flutuantes” (Collier, 1972, p. 112-113 *cit. in* Dickinson & Vladimir 2008). Isto claro, apenas para aquelas elites que podiam sustentar estas mordomias, criando assim a imagem dos cruzeiros como uma das mais luxuosas experiências de férias. Atualmente a intenção é completamente o oposto, com os navios modernos a serem construídos com o maior número de cabines com varanda e vista para o mar quanto possível (Dickinson & Vladimir, 2008).

Em finais do século XIX, enquanto a maior parte das companhias se focava em tornar os navios velozes, tendo em vista a conquista do “*Blue Ribband*”, uma prestigiosa distinção atribuída ao navio que atravessasse o Atlântico no menor tempo possível (Figura 2.3), alguns operadores reformaram os seus navios mais antigos e colocaram-nos a operar no ramo das excursões marítimas. Estas excursões foram as precursoras da indústria de cruzeiros atual, pois apesar de incluir o transporte de um destino para o outro, a oferta ao passageiro pretendia ser uma experiência turística (Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.3 - *Blue Ribband*



Fonte: www.seabreezes.co.im

Apesar da intenção de criar uma vertente turística aliada ao transporte de passageiros, inicialmente, a única oferta de cruzeiros ou excursões marítimas disponível era em navios antigos, ou nos transatlânticos pelo inverno. Estas atividades eram vistas com uma forma de rentabilizar estas embarcações antiquadas, parecendo uma melhor solução do que simplesmente desmantelá-las. Um dos primeiros compromissos significativos com o negócio dos cruzeiros foi a conversão do *Deutschland* para **Victoria Louise**, em 1912 (Figura 2.4), levada a cabo pela “*The Hamburg-Amerika Line*”. Esta companhia realizou um grande investimento nesta transformação, removendo metade dos motores do navio e criando salas públicas muito mais espaçosas. Além disso, o casco da embarcação foi pintado de branco, uma inovação para a época, com o intuito de refletir mais eficazmente o calor, pois o objetivo era navegar nas rotas das Caraíbas, com um clima muito mais solarengo, ao contrário do que acontecia no Atlântico Norte (Dickinson & Vladimir, 2008)

Figura 2.4 - *Victoria Louise*



Fonte: www.heritage-ships.com

A fundação da companhia “*White Star Line*”, em inícios do século XX, foi um outro marco histórico das viagens marítimas. A estratégia deste operador consistia na criação de navios maiores, mais seguros e mais estáveis. Os três primeiros transatlânticos a surgirem foram o *Olympic*, *Titanic* e *Britannic* e eram descritos como autênticos “palácios flutuantes”, onde o luxo era uma permanente para os passageiros de primeira classe (Figura 2.5). Em 1911, deu-se a viagem inaugural do *Olympic*, no que foi considerado um grande sucesso. Era o nascer de uma nova era para as viagens marítimas. Contudo, um ano mais tarde, na viagem inaugural do *Titanic*, aconteceu o dia mais triste da história do transporte marítimo de passageiros. Após partir de Southampton, a 10 de abril de 1912, com 2228 passageiros e tripulantes a bordo, o *Titanic* viria a embater num icebergue a meio do Atlântico, causando a morte da maior parte dos seus passageiros. O navio “inafundável” tinha-se afundado e apenas 705 pessoas sobreviveram ao desastre (Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.5 - Pormenor da escadaria principal do *Titanic* (1912)



Fonte: www.ultimatetitanic.com

Com o despoletar da **primeira guerra mundial** em 1914, o transporte marítimo de passageiros no Atlântico foi interrompido. Alguns navios foram apreendidos e reconvertidos para o transporte de tropas e armamento. Outros, como foi o caso do transatlântico da *Cunard Lusitania*, foram abatidos pelos alemães, acabando por afundar-se (Branchik, 2014).

Após o final da primeira guerra mundial registaram-se importantes mudanças no transporte marítimo de passageiros. A partir de 1920, os Americanos tornaram-se, pela primeira vez, os passageiros mais frequentes das companhias transatlânticas, algo que se manteve até a indústria de cruzeiros atual. Deste modo, surgiu a partir desta época um novo tipo de passageiro: **o turista americano** (Branchik, 2014).

Para a implantação e crescimento deste novo tipo de passageiro americano, contribuíram um conjunto de leis pós-guerra, criadas pelo governo dos EUA. Em 1921, o Congresso americano aprovou o chamado “**Emergency Quota Act**” ou “3% act”, uma lei que limitava a imigração a somente 3% do total da população de uma determinada nacionalidade, baseado no censo de 1910, e proibia os imigrantes provenientes de países asiáticos. (Amaral, 2010; Kutler, 2003 cit. in Branchik, 2014). Em 1924, o valor diminuiu para 2% do total do censo de 1890. A ideia era limitar os imigrantes europeus no pós-guerra, o que pode ser considerado uma grande limitação para as empresas que tinham navios nessas rotas e basicamente viviam do movimento migratório (Amaral, 2010). Dickinson & Vladimir (2008) afirmam que apesar das viagens em primeira classe serem as mais promovidas em jornais e revistas da altura, a principal fonte de receitas das companhias provinha das passagens dos imigrantes.

Após o fim da guerra, as companhias previram um **renascer dos fluxos migratórios**, construindo navios cada vez maiores, antecipando uma forte procura que nunca se materializou. Tornou-se assim necessário por parte dos operadores de transporte marítimo encontrar uma alternativa aos imigrantes, um novo tipo de passageiros que sustentassem o negócio. Felizmente para estes empresários, o fim da primeira guerra mundial trouxe um grande interesse em visitar a Europa. Assim, os imigrantes foram substituídos por professores, alunos, turistas americanos que

queriam visitar os famosos sítios onde decorreram as batalhas, em Paris, Berlim ou Londres (Dickinson & Vladimir, 2008).

Um outro incentivo às viagens marítimas na época foi a criação da **Lei Seca** por parte dos Estados Unidos. Segundo esta lei, aprovada a 16 de janeiro de 1920, a constituição americana proibiu a venda de álcool em todo o país (Amaral, 2010; Kutler, 2003 cit. in Branchik, 2014). De acordo com Amaral (2010), a lei seca criou um novo público entre aqueles que queriam festejar e beber sem o perigo de serem presos e, por isso, embarcavam nos primeiros cruzeiros de festa. Observa-se o surgimento de um cruzeiro temático, onde se podia viajar entre os Estados Unidos e o Canadá bebendo e festejando em águas internacionais, fora do alcance da lei seca americana.

Para fazer face a esta nova clientela foi necessário implantar mudanças no *design* dos navios. As miseráveis condições oferecidas aos imigrantes foram transformadas e criaram-se acomodações que ofereciam todo o conforto aos passageiros. Foram adicionados mais bares e criados salões onde existiam brochuras indicando todo o tipo de bebidas alcoólicas existentes. Nos navios mais luxuosos, estas viagens eram vistas como uma oportunidade para comer, beber e festejar até altas horas. Para alguns, era a oportunidade ideal de conhecer uma celebridade da altura ou de encontrar um par ideal para casamento. Acima de tudo, formou-se a perceção de que estes cruzeiros temáticos eram apenas para as elites, com capacidade financeira para participar numa experiência deste género (Dickinson & Vladimir, 2008).

Dois dos navios mais famosos e luxuosos da história da indústria marítima de transporte de passageiros foram construídos na década de 30 do século XX. Em 1935, foi lançado, pela “*French Line*”, o navio **SS Normandie**, considerado um exemplar único a nível de estilo e sofisticação (Figura 2.6). Este navio era descrito como um embaixador da cultura francesa, devido ao seu *design* de interiores, e foi catalogado como uma maravilha da *Art Deco* internacional, um movimento artístico que surgiu na Europa em inícios do século XX (Branchik, 2014). Também nesta época, foi lançado ao mar o navio da *Cunard* **Queen Mary**, que se diferenciava também pela sua luxuosidade (Figura 2.7). Segundo Branchik (2014), além do luxo que o *Queen Mary* oferecia, este navio distinguia-se devido à sua grande capacidade, velocidade e avanço tecnológico, tornando-se muito requisitado pelas elites da altura.

Figura 2.6 - Sala de Jantar do SS *Normandie*



Fonte: www.huffingtonpost.com

Figura 2.7 - *Queen Mary* fundeado em Long Beach Califórnia (primeiro plano), *Queen Mary 2* em segundo plano



Fonte: www.20thcenturyliners.com

Até o início da segunda grande guerra não existiram outras alterações relevantes, apenas o facto de cada vez mais companhias reformarem os seus navios e colocarem-nos a operar no ramo dos cruzeiros. A “*Italian Line*” construiu dois navios que realizavam cruzeiros transatlânticos entre Nova Iorque e Itália. Uma inovação que esta operadora marítima apresentou na altura foi o plano de marketing, no qual eram divulgados *posters* de passageiros, alegremente vestidos, praticando atividades turísticas, tentando separar-se um pouco da imagem criada que os cruzeiros seriam apenas para as classes sociais mais altas (Dickinson & Vladimir, 2008).

A **segunda guerra mundial** veio, uma vez mais, estagnar o transporte marítimo de passageiros. À semelhança do que acontecera na primeira grande guerra, muitos navios foram convertidos para o transporte de tropas e armamento, nomeadamente o *Queen Mary* e o seu novo navio-irmão *Queen Elizabeth*, lançado ao mar em 1940 e considerado o maior navio de

passageiros construído até então (Branchik, 2014; Coggins, 2014). Segundo Maddocks (1978) cit. in Branchik, (2014), entre 1940 e 1946, estes dois navios transportaram cerca de 1,6 milhões de tropas, de e para zonas de guerra espalhadas por todo o mundo.

Depois da guerra, registou-se um “boom” no transporte transatlântico. A reconstrução da Europa gerou uma enorme procura tanto por parte de turistas como de empresários, no entanto, o primeiro segmento de passageiros a viajar nos transatlânticos, no período pós-guerra, foram as noivas dos soldados americanos, que fizeram a travessia para os EUA e Canadá (Branchik, 2014).

Em 1948, foi lançado ao mar o *Caronia*, o primeiro navio construído com o propósito de atuar como navio de cruzeiros (Coggins, 2014). A ideia da *Cunard* era posicionar o navio num mercado de passageiros com posses, a partir de uma certa idade e que tivessem tempo para fazer umas férias de 14 dias a bordo de um cruzeiro. Este navio foi concebido apenas com instalações de primeira-classe e a sua promoção era realizada recorrendo a imagens e vídeos de um cruzeiro no Mediterrâneo, em águas quentes, aparecendo sobretudo casais seniores a desfrutar das regalias oferecidas a bordo (Cunard Line, 2012 cit. in Branchik, 2014). Outras inovações que este navio apresentou foram a introdução do ar-condicionado e a pintura verde que apresentava no exterior, cujo objetivo era refletir os raios solares e manter o navio fresco, enquanto navegava em águas tropicais (Figura 2.8) (Branchik, 2014).

Figura 2.8 - *Caronia*



Fonte: www.cruiselinehistory.com

Quanto ao transporte transatlântico de passageiros, a classe média que surgiu em força nos EUA obrigou as companhias a reformar os seus navios e a apresentar condições que fossem de encontro às necessidades deste novo tipo de passageiro. O negócio do transporte marítimo transatlântico tornou-se extremamente rentável nesta época, atingindo o seu pico no ano de 1957 (Dickinson & Vladimir, 2008).

Porém, **o ano de 1958**, acaba por assinalar o princípio do fim das viagens marítimas, como mero meio de transporte. Nesse ano, a “*Pan American*” apresentou o primeiro avião comercial a jato a atravessar o Atlântico (Dickinson & Vladimir, 2008). Apesar de algumas companhias terem realizado uma forte aposta na promoção das viagens marítimas, passando a imagem de uma experiência inesquecível, onde os passageiros podiam-se divertir em navios históricos e com um *design* requintado, com refeições preparadas pelos *chefs* mais conceituados, a possibilidade de fazer uma travessia aérea atlântica em menos de 12 horas tornou-se, inevitavelmente, a

preferência da grande maioria dos passageiros. Deste modo, em 1965, 95% dos viajantes faziam esta ligação por via aérea (Branchik, 2014).

Segundo Amaral (2010), o avanço das empresas e viagens por via aérea praticamente elimina o navio como meio de transporte, acabando por ser decisivo para a indústria de cruzeiros. Face a essa nova situação, os navios efetivamente tiveram que se transformar e quebrar o paradigma, mudando a partir dos anos 50 e transformando-se em grandes navios de entretenimento e para viagens de lazer, tal como conhecemos hoje. A maior parte dos navios construídos a partir dessa data tinham em mente operar no setor dos cruzeiros. As empresas que não se adaptaram à nova realidade acabaram por sucumbir (Dickinson & Vladimir, 2008).

A indústria de cruzeiros acabou por beneficiar do desenvolvimento do transporte aéreo de massas, pois possibilitou que americanos de todo o país alcançassem, rapidamente e de forma acessível, os portos de embarque dos cruzeiros, permitindo a esta indústria expandir-se a nível nacional e não apenas às regiões circundantes da Flórida (Weaver, 2005).

Na década de 70 nasceu um dos gigantes atuais da indústria de cruzeiros, a **Royal Caribbean Cruise Lines (RCCL)**. A companhia rapidamente passou a operar três navios destinados a navegar, ao longo do ano, nas Caraíbas. O plano era simples, dois desses navios operavam cruzeiros de 7 e 14 dias partindo de Miami em diferentes sábados. Assim, todos os sábados existiam passageiros embarcando e desembarcando no porto de Miami. Esta estratégia teve um grande impacto pois permitiu aos agentes de viagem apresentar uma oferta contínua ao longo do ano (Dickinson & Vladimir, 2008).

O marketing da empresa tornou-se ainda mais eficaz graças a um conjunto de outras ideias inovadoras. Tal como relata Dickinson & Vladimir (2008), um ano antes do primeiro navio da RCCL estar operacional, a promoção dos cruzeiros já se tinha iniciado. Isto permitiu que a companhia tenha enchido as embarcações muito antes de estas estarem operacionais. Além disso, a RCCL criou parcerias com linhas aéreas americanas, organizando semanalmente “*charters*” provenientes de São Francisco e *Los Angeles*, criando toda uma dinâmica que potenciou ainda mais o desenvolvimento da indústria de cruzeiros.

Uma outra companhia criada na década 70 foi a **Carnival Cruise Lines (CCL)**. Esta empresa demarcou-se das restantes devido ao posicionamento que assumiu no mercado existente. Bob Dickinson, que viria a tornar-se *CEO* da *Carnival*, alterou a lógica da indústria de cruzeiros da altura, criando o conceito do “*Fun Ship*” (Figura 2.9). A ideia era tornar os navios a atração principal da viagem, deixando os destinos visitados como razão secundária. Assim, o primeiro navio da CCL, o *Mardi Gras*, foi convertido num navio com várias escolhas de atividades e entretenimento de modo a proporcionar diversão a todos os passageiros. Contudo, o *Mardi Gras* era um navio antigo e o novo conceito de usufruir a experiência a bordo do navio forçaram a companhia a baixar os preços. Estas duas razões atraíram um segmento mais jovem da população que previamente não tinha condições financeiras para fazer um cruzeiro. O resultado foi o afastamento da visão que os navios de cruzeiros eram enfadonhos e destinados a passageiros com uma média de idades mais elevada (Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.9 - Logo da *Carnival*



Fonte: www.mundodasmarcas.blogspot.pt

Weaver (2005) considera que os navios da *Carnival* ainda hoje possuem aspetos que a distinguem das restantes linhas de cruzeiros: os temas decorativos, as *boutiques* a bordo, o entretenimento e as atividades oferecidas (Figura 2.10). A partir da década de 80 esta companhia passou a promover a sua oferta de cruzeiros na televisão. Este veículo de comunicação passou a assumir uma importância muito considerável nas décadas de 70 e 80, em especial após a transmissão da série televisiva "*Love Boat*". Esta série popularizou os cruzeiros, passando a imagem dos navios como locais de excitação, romance e relaxamento (Dickinson & Vladimir, 2008).

Figura 2.10 - O ambiente "fun" a bordo de um navio da *Carnival*



Fonte: www.thecruiselines.com

O crescimento exponencial da indústria moderna de cruzeiros teve início nesta época (década de 70). Nas décadas que se seguiram, o turismo de cruzeiros registou um crescimento moderado, passando de cerca de meio milhão de passageiros para 1,4 milhões em 1980. Até inícios da década de 90, este número quase que triplicou, com a indústria de cruzeiros a receber 3,8 milhões de pessoas (Brida, 2010).

Este crescimento foi o resultado de uma mudança de estratégia por parte das companhias de cruzeiros, criando um produto dirigido para um mercado de massas, sobretudo para a dominante classe média, que viu os navios serem adaptados consoante as suas necessidades e interesses. A criação de pacotes que juntavam a passagem aérea ao cruzeiro foi outra aposta de sucesso, permitindo aos cruzeiristas aceder aos portos de embarque de forma facilitada, com preços aceitáveis e que se enquadravam nos orçamentos de férias deste público (Branchik, 2014).

Contudo, o grande “boom” deu-se a partir da **década de 90** do século XX, com o turismo de cruzeiros a ganhar dimensão na Europa, Ásia e Oceânia. No período de 1990 a 2007, o número de passageiros a bordo de um cruzeiro cresceu a uns espantosos **7,4% anuais**. Este valor representa quase o **dobro** da taxa de crescimento do turismo internacional (Klein 2005; FCCA 2008 *cit. in* Brida, 2010). Assim, passou-se de cerca de 4 milhões de passageiros em 1990 para uns extraordinários 15,5 milhões em 2006 (Mintel, 2007). **Em 2014**, as estimativas apontam que mais de **22 milhões** de pessoas realizaram um cruzeiro (CLIA, 2015b).

Para este crescimento contribuiu, igualmente, a aposta de várias companhias em construir navios “*supersized*”. Estas imponentes embarcações conseguem receber a bordo mais de 3000 passageiros, transformando-se em autênticas cidades flutuantes. Estes navios estão equipados com todo o tipo de infraestruturas e equipamentos que permitem a um passageiro satisfazer todos os seus desejos e necessidades. A bordo é possível encontrar casinos, ginásios, *Spas*, teatros, cinemas, bares, restaurantes, discotecas, entre outras instalações (Weaver, 2005). Alguns jornalistas de viagens comparam estes navios a autênticos parques temáticos (Boorstin 2003 *cit. in* Weaver, 2005).

Nos últimos 100 anos o mercado das viagens marítimas sofreu grandes alterações. Iniciando-se como um negócio que acima de tudo contemplava o transporte marítimo de passageiros, entre a América e a Europa, a partir da década de 60 o conceito mudou. Se até aí o uso de navios para a realização de cruzeiros ainda era limitado a algumas minorias, a criação da primeira linha aérea entre os dois continentes veio a alterar prioridades. As empresas de transporte marítimo tiveram de adaptar os seus navios e torná-los atraentes para um novo tipo de passageiro, o turista de cruzeiros. Nas últimas seis décadas, os navios de cruzeiros passaram de embarcações antiquadas, sobrelotadas, monótonas, para “*fun ships*” onde a principal atração era o navio em si, que passava a ser visto como o principal destino de viagem, enquanto os portos de escala eram apenas pontos de passagem (Dickinson & Vladimir, 2008). Na Tabela 2.1 são caracterizadas as fases de evolução que transformaram o transporte marítimo de passageiros na indústria de cruzeiros atual.

Tabela 2.1 - Etapas de evolução do transporte marítimo de passageiros até à indústria de cruzeiros atual

A - Fase	B - Descrição histórica	C - População-alvo	D - Promoção
1 - Imigração e Luxo (1840 - 1914)	a) Estabelecimento de serviço regular de transporte transatlântico, em 1840, por Samuel Cunard. b) Aparecimento dos navios a vapor "steamers". c) Vaga de imigração Europa > EUA. d) Construção de navios luxuosos.	Passageiros europeus e americanos que usavam o serviço de correio para atravessar o Atlântico. Imigrantes que viajavam da Europa para a América. Elites que viajavam em 1.ª classe, em navios de luxo.	Criação das "vilas de imigrantes". Criação de classes a bordo: 1ª, 2ª, 3ª e 4ª (classe de emigrantes). Navios são símbolos de orgulho nacional. Navios promovidos como hotéis de luxo flutuantes.
2 - I Guerra Mundial (1914 - 1918)	a) Suspensão do serviço de transporte transatlântico. b) Alguns navios são convertidos para o transporte de tropas e outros são afundados.	Tropas militares.	Navios convertidos para uso militar.
3 - Turismo e viagens de luxo (1918 - 1939)	a) Aparecimento do "turista americano". b) Criação de leis que limitavam a imigração e proibiam o consumo de álcool nos EUA. c) Construção de navios requintados com mais capacidade, velocidade e tecnologia.	Americanos que queriam visitar os locais de guerra nas grandes cidades europeias. Americanos que procuravam consumir bebidas alcoólicas de forma legal.	Reformulação das condições dos navios indo de encontro às necessidades do novo público. Criação de cruzeiros temáticos ao largo dos EUA e Canadá "cruzeiros de bebida". Lançamento de novos navios com maior capacidade e mais luxuosos.
4 - II Guerra Mundial (1939 - 1946)	a) Suspensão das viagens marítimas civis. b) <i>SS Normandie</i> , considerado um exemplar único a nível de <i>Art Deco</i> , afunda-se em Nova Iorque. c) Outros navios são convertidos para uso militar.	Tropas militares.	Navios convertidos para uso militar.
5 - Emergência do transporte aéreo a jato (1946 - 1970)	a) Imigração das noivas dos soldados americanos. b) Forte ascensão da classe-média americana. c) Primeira travessia transatlântica por via aérea. d) Decadência das viagens marítimas como puro meio de transporte.	Noivas de Guerra. Classe-média americana. Turistas americanos ricos, a partir de uma certa idade.	Promoção do luxo acessível a todas as classes. Promoção da experiência inesquecível a bordo de um transatlântico. Criação de navios destinados a atuar em cruzeiros.
6 - Cruzeiros para todos (1970 - 2015)	a) Mudança de estratégia das companhias, apostando num produto de massas, para múltiplos segmentos de mercado. b) Criação de navios "supersized". c) Crescimento exponencial da procura por cruzeiros.	Reformados. Classe-média. Famílias. Casais. Nichos de mercado.	Cruzeiros com preços acessíveis. Redução da duração dos cruzeiros. Abrangência a vários públicos. Criação de "Land/sea packages". Atração principal é o navio (<i>Fun Ship</i>).

Fonte: Adaptado de Branchik (2014)

2.3 – Caracterização da indústria de cruzeiros atual

Como já foi dito anteriormente, o turismo de cruzeiros é o segmento que mais cresce dentro do ramo do Turismo, a uns espantosos 7,4% anuais, entre 1990 e 2007 (Klein 2005; FCCA 2008 *cit. in* Brida, 2010). De 2007 a 2014 este crescimento manteve-se, atingindo-se a barreira dos 22 milhões de passageiros (Cruise Market Watch, 2015). A grande atração que se registou ao longo das últimas décadas, nesta forma de fazer férias, deve-se em muito ao pacote turístico completo que um cruzeiro oferece aos seus clientes. Segundo Amaral (2010), a “conveniência” que um cruzeiro marítimo apresenta a um turista é o principal fator de atração e satisfação. Um cruzeirista tem ao seu dispor, num navio de cruzeiros, todas as componentes que compõem um pacote turístico tradicional: alojamento, transporte, alimentação e entretenimento.

Deste modo, é compreensível que um dos elementos mais importantes da experiência num cruzeiro seja a parte da hotelaria e restauração. As companhias procuram apresentar ao cliente inovações nestas áreas, nomeadamente a nível da oferta gastronómica de alta qualidade, serviços personalizados, flexibilidade de horários, serviço de refeição rápida ou o tradicional *buffet à la carte*, procurando encontrar a melhor forma de gerir os custos e a perceção e satisfação dos hóspedes (Amaral, 2010).

A nível da acomodação a bordo, a inovação é também uma prioridade, com os navios atuais a apresentar novas suítes com capacidade para acolher famílias, dispendo de sala de jantar privativa, varanda e *jacuzzi*, em cabines *loft* de dois andares, com quarto e sala separados, serviços de Spa e outras mordomias, num ambiente de grande estilo e sofisticação que oferece todas as condições aos clientes (Figura 2.11) (Amaral, 2010).

Figura 2.11 - Sky Loft Suite no “Oasis of The Seas” da RCCL



Fonte: www.royalcaribbean.com

2.3.1 – Caracterização da oferta

Para responder às necessidades do mercado, as companhias foram criando navios com diferentes características, de modo a diferenciarem-se da concorrência. Assim, as companhias de cruzeiros atuais distinguem-se umas das outras através do produto que oferecem, resultando no

estabelecimento de quatro segmentos de mercado: *luxury*, *premium*, *contemporary* e *destination* (Douglas *et al.*, 2010).

O segmento *luxury* é destinado às classes altas com grande capacidade económica, sendo que, o valor num cruzeiro deste tipo andarà à volta dos 500 dólares por cada dia de viagem. Por outro lado, a marca *premium* não é tão cara ou formal como a *luxury* e tipicamente está indicada para empresários e homens de negócios que pretendem usufruir de alta qualidade mas a um preço mais reduzido. Um cruzeiro deste tipo terá um custo para o passageiro que ronda os 250 a 450 dólares diários (Cruise Critic, 2015; Kamery, 2004).

Cerca de dois terços das companhias de cruzeiro inserem-se no segmento *contemporary*, que está especialmente dirigido para o mercado de massas. Esta marca atrai grandes fluxos de pessoas que procuram as condições económicas mais favoráveis, oferecidas por este tipo de cruzeiros. Por esta razão, os maiores navios existentes no mercado são destinados a este mercado. O ambiente a bordo é informal e tipicamente orientado para famílias, sendo caracterizado pelas diversas opções de entretenimento para todas as idades. O custo de uma experiência a bordo de um cruzeiro deste género situa-se entre os 150 e os 300 dólares por dia, constituindo a opção mais barata neste tipo de mercado (Douglas *et al.*, 2010).

Em relação à opção *Destination*, Douglas *et al.*, (2010) considera este segmento o menos significativo dos quatro, em termos de oferta e procura. Também conhecido por *Speciality*, devido aos itinerários extravagantes que muitas vezes são navegados, os cruzeiros deste tipo caracterizam-se por embarcações de menor dimensão e com uma duração fora do que é comum, como algumas viagens de 47 dias à Antártida. Neste tipo de experiência são valorizados os locais de passagem e os destinos visitados, voltando um pouco ao que era praticado no passado quando a principal atração de um cruzeiro era os destinos onde se fazia escala. O custo de um cruzeiro deste tipo é variável dependendo da duração do mesmo e dos locais visitados (Windstar Cruises 2007; Polar Cruises 2009 cit. in Douglas *et al.*, 2010). A Tabela 2.2 apresenta o posicionamento de algumas companhias de cruzeiros nos diferentes segmentos de mercado.

Tabela 2.2 - Posicionamento das companhias de cruzeiros

Luxury	Premium	Contemporary	Destination
<i>Cunard</i>	<i>Princess</i>	<i>Carnival</i>	<i>Windstar</i>
<i>Seabourn</i>	<i>Holland America</i>	<i>Royal Caribbean</i>	<i>DeltaQueen</i>
<i>Silversea</i>	<i>Celebrity</i>	<i>NCL</i>	<i>Orient Cruise</i>
<i>Regent Seven Seas</i>	<i>Crystal</i>	<i>Costa</i>	<i>Polar Cruises</i>

Fonte: Dickinson & Vladimir (2008)

Cada vez mais as companhias de cruzeiros atuais procuram criar navios com novas atrações, que sejam por si só o principal motivo que leve um cliente a realizar um cruzeiro. Atualmente, o navio é vendido como o principal destino de férias e não os locais onde faz escala. Aliás, o “*destinational cruising*”, onde os portos são a principal motivação para a escolha do cliente, é agora considerado um mercado de nichos. Uma estratégia das companhias de cruzeiro atuais é definir os *resorts* turísticos “terrestres” como seus concorrentes diretos, visto que os seus navios são promovidos como autênticos *resorts* flutuantes (Wood, 2000b).

Segundo Amaral (2010), tal como acontece com o turismo em geral, o produto oferecido pela indústria de cruzeiros apresenta algumas características próprias da prestação de serviços:

- a rigidez – que torna este produto difícil de ser utilizado para outra finalidade que não seja uma experiência de férias num cruzeiro marítimo;
- a intangibilidade – na medida em que o cliente compra uma experiência complexa de que vai desfrutar e não um produto físico palpável;
- a inseparabilidade – entre o produtor e o consumidor, que exige a deslocação do cliente ao navio para usufruir dos serviços prestados;
- a perecibilidade – que impede o produto de ser armazenado para consumir posteriormente;
- a competição – tendo em conta que existe grande concorrência de outros serviços turísticos, quer a nível marítimo quer a nível terrestre.

De acordo com um estudo da “*Cruise Market Watch*”, em 2014, a indústria de cruzeiros movimentou em todo o mundo mais de 22 milhões de passageiros. Para o ano de 2015, a capacidade total dos cruzeiros, em simultâneo, será de 486 385 milhares de passageiros, distribuídos por 298 navios. As maiores companhias de cruzeiros atuais são a *Royal Caribbean*, com uma capacidade de 68 478 passageiros, distribuídos em 23 navios, seguido pela *Carnival*, que dispõe de 24 navios capazes de receber 62 368 mil passageiros (Cruise Market Watch, 2015; Statista, 2015). No entanto, a indústria de cruzeiros está centralizada em 3 grandes grupos:

- a *Carnival Cruise Lines (CCL)*;
- a *Royal Caribbean Cruise Lines (RCCL)*;
- a *Norwegian Cruise Lines (NCL)*;

A *Carnival Cruise Lines* é a maior companhia de cruzeiros do mundo, tendo ao dispor uma frota de 106 navios com capacidade para transportar até 235 653 milhares de passageiros. As principais marcas desta companhia são a *Carnival*, a *Princess*, a *Costa Cruises*, a *Holland America*, a *AIDA* e a *P&O Cruises*, fazendo ainda parte das suas filiais a *P&O Cruises Austrália*, a *Ibero Cruises*, a *Cunard* e a *Seabourn* (Cruise Market Watch, 2015; Statista, 2015).

O segundo maior grupo é a *Royal Caribbean Cruise Lines*, que tem à sua disposição um conjunto total de 42 navios, capazes de receber a bordo 104 898 milhares de passageiros. Nas suas filiais é possível encontrar marcas como a *Royal Caribbean*, a *Celebrity*, a *Pullmantur*, a *Croisières de France* ou a *Azamara* (Cruise Market Watch, 2015; Statista, 2015).

A *Norwegian Cruise Lines* é considerada a terceira força na oferta da indústria de cruzeiros e apresenta uma frota de 22 navios que albergam até 44 990 milhares de passageiros. Este grupo controla três marcas de cruzeiros, sendo representado principalmente pela *Norwegian* com 14 navios, mas também pela *Oceania Cruises* e pela *Regent Seven Seas* (Cruise Market Watch, 2015; Statista, 2015).

Além dos três principais grupos referidos, existe ainda um conjunto de outros operadores independentes. Destes outros operadores, merece especial destaque a companhia italiana *MSC*

Cruises (Mediterranean Shipping Company), que tem ao seu dispor 12 navios com capacidade para receber até 30 174 milhares de passageiros (Cruise Market Watch, 2015; Statista, 2015). A Tabela 2.3 apresenta a capacidade da indústria de cruzeiros prevista para o ano de 2015, por companhia e grupo.

Tabela 2.3 - Capacidade da indústria de cruzeiros prevista para 2015, por grupo e companhia (ordem decrescente)

Grupo	Companhia	Capacidade
RCCL	<i>Royal Caribbean</i>	68478
CCL	<i>Carnival</i>	62368
CCL	<i>Princess</i>	40996
NCL	<i>Norwegian</i>	38546
CCL	<i>Costa</i>	37220
MSC	<i>MSC Cruises</i>	30174
RCCL	<i>Celebrity</i>	24320
CCL	<i>Holland America</i>	23126
CCL	<i>AIDA</i>	21886
CCL	<i>P&O</i>	18577
CCL	<i>P&O Australia</i>	13810
CCL	<i>Ibero Cruises</i>	9210
TUI	<i>TUI Cruises</i>	8780
Disney	<i>Disney</i>	8508
RCCL	<i>Pullmantur</i>	7818
CCL	<i>Cunard</i>	6694
NCL	<i>Oceania Cruises</i>	4554
RCCL	<i>Croisieres de France</i>	2862
NCL	<i>Regent Seven Seas</i>	1890
CCL	<i>Seabourn</i>	1766
RCCL	<i>Azamara</i>	1420
	Outras	53382

Fonte: Cruise Market Watch (2015) & Statista (2015)

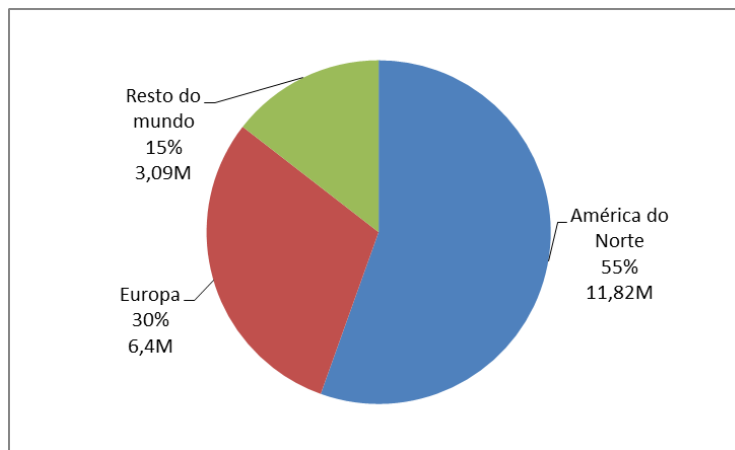
2.3.2 – Caracterização da procura

A procura por cruzeiros tem vindo a sofrer alterações nas últimas décadas. De 2003 a 2013, esta procura passou de 12 milhões de pessoas para mais de 21 milhões, um crescimento de 77%. O mercado Norte-americano continua a ser o principal responsável por esta procura, tendo registado um crescimento de 44% de 2003 a 2013. Aliado a este crescimento estão a emergência de novos mercados e de novos destinos, quer na Europa, quer no continente asiático. No mesmo espaço temporal analisado para o mercado Norte-americano, a Europa cresceu 136%, enquanto o resto do mundo foi o mercado que mais cresceu, com uma taxa de 186% (Business Research & Economic Advisors, 2014).

Apesar de ser a principal referência, o **mercado da procura Norte-americano**, que inclui os EUA, Canadá e México, tem vindo a perder dimensão comparativamente com o crescimento da

indústria de cruzeiros em outras partes do mundo. Em 2013, a sua quota no mercado de cruzeiros global era de **55%**. A **Europa**, nesta última década, subiu de 22% para **30%** em 2013, enquanto o **resto do mundo** passou de 9% para **15%**, no mesmo período (Figura 2.12) (Business Research & Economic Advisors, 2014).

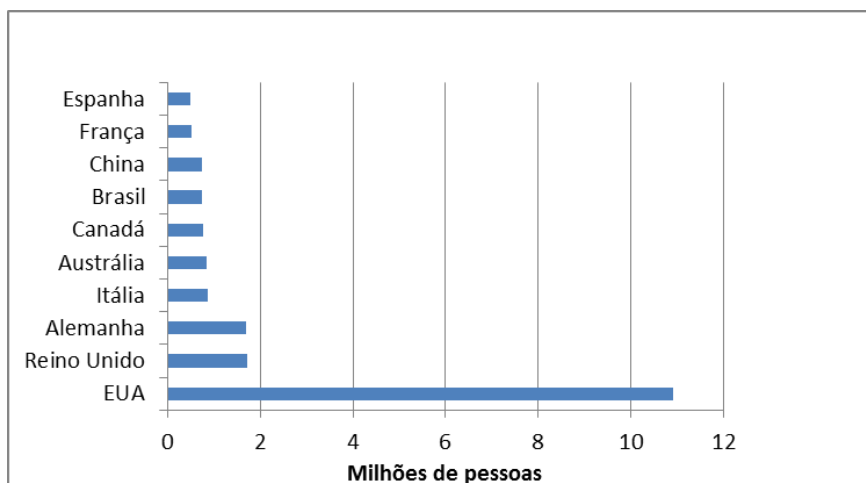
Figura 2.12 – Mercado mundial da procura do turismo de cruzeiros (2013)



Fonte: Business Research & Economic Advisors (2014)

Na Figura 2.13, é possível visualizar os 10 países que mais contribuem para o número de passageiros na indústria de cruzeiros global.

Figura 2.13 – Top 10 dos países com maior quota de mercado na indústria de cruzeiros, em 2013



Fonte: Business Research & Economic Advisors (2014)

Além de ser o **maior mercado** da indústria de cruzeiros a nível mundial, a **América do Norte** é igualmente o local onde se iniciam mais cruzeiros. Em 2013, mais de 4000 cruzeiros partiram de portos norte-americanos, transportando a bordo cerca de 11 milhões de passageiros. Os maiores portos de cruzeiros estão localizados em *Miami*, *Port Everglades*, *Port Canaveral*, *Galveston* e Nova Iorque (Business Research & Economic Advisors, 2014).

As Caraíbas são o principal destino de cruzeiros a nível mundial, sendo principalmente procurado pelo mercado Norte-americano. Esta região da América Central apresenta uma quota de mercado global de 35,5 %, para o ano de 2015. Os principais destinos de cruzeiros nas Caraíbas, no ano de 2013, foram: *Bahamas, Cozumel, U.S. Virgin Islands, St. Maarten*, Ilhas Caimão, Jamaica e Porto Rico (Business Research & Economic Advisors, 2014; Flórida-Caribbean Cruise Association, 2015).

No que diz respeito à Europa, o destino de cruzeiros que mais se destaca é o Mediterrâneo. Esta região apresenta uma quota de mercado global de 19,5%, para o ano de 2015, assumindo-se como o segundo destino de cruzeiros a nível mundial (Flórida-Caribbean Cruise Association, 2015). O Mediterrâneo tem a particularidade de ser um destino contido, na medida em que a maioria dos cruzeiros inicia e termina dentro desta região. Como principais portos de embarque destacam-se Barcelona, *Civitavecchia* (Roma), Veneza, e *Piraeus* (Atenas). Em relação a portos de escala e de desembarque destacam-se Marselha, Nápoles, *Dubrovnik, Santorini, Corfu e Livorno* (Business Research & Economic Advisors, 2014).

Relativamente à Ásia/Pacífico, existem duas regiões que apresentam uma quota de mercado igual, para o ano de 2015: a região da Austrália/Nova Zelândia/Pacífico Sul; e a região denominada Ásia, onde estão incluídos países como a China e Singapura. Cada uma destas regiões recebe 6% da quota de mercado global de cruzeiros. *Sydney* é o principal porto de cruzeiros na primeira região referida, de onde partem navios rumo à Nova Zelândia e Sul do Pacífico. A partir da região asiática embarcam passageiros em navios de cruzeiro que escalam em países como a Indonésia, Malásia, Tailândia e Vietname (Business Research & Economic Advisors, 2014; Flórida-Caribbean Cruise Association, 2015).

No resto do mundo, deve-se considerar a região do Alasca, que tem uma quota de mercado de 4,5%, e a América do Sul, que detém cerca de 3% do mercado global de cruzeiros. Nesta última região destacam-se países como o Brasil e a Argentina, onde a indústria de cruzeiros tem estado em franca expansão (Business Research & Economic Advisors, 2014; Flórida-Caribbean Cruise Association, 2015). A Tabela 2.4 apresenta os principais destinos mundiais do turismo de cruzeiros, para 2015, com as respetivas quotas de mercado.

Tabela 2.4 - Principais destinos mundiais do turismo de cruzeiros (2015)

Destino	Quota de mercado
Caraíbas/Bahamas	35,5%
Mediterrâneo	19,5%
Europa sem Mediterrâneo	10,6%
Ásia	6,0%
Austrália/Nova Zelândia/Pacífico Sul	6,0%
Alasca	4,5%
América do Sul	2,9%
Outros locais	15,0%

Fonte: Flórida-Caribbean Cruise Association (2015)

2.3.3 – Duração dos cruzeiros

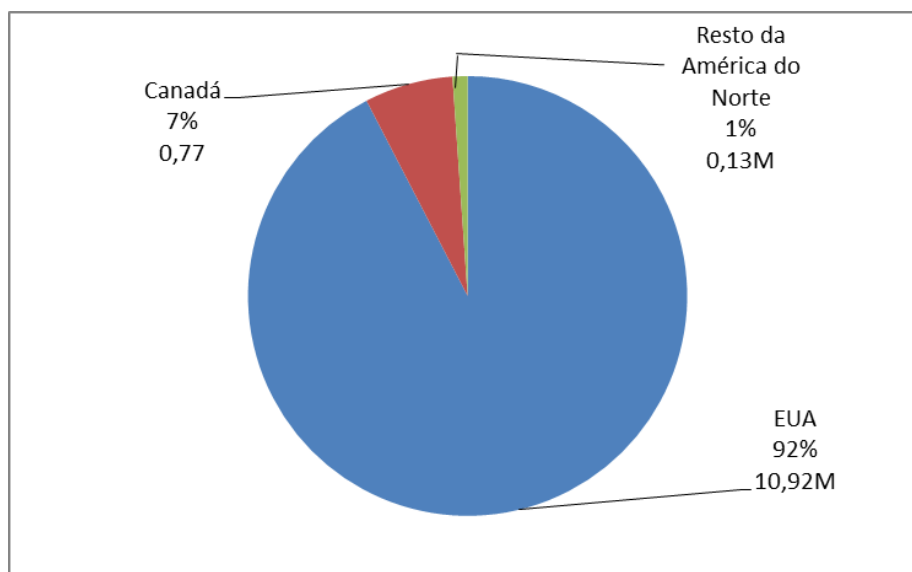
No que concerne à duração de um cruzeiro, de acordo com um estudo realizado pela CLIA (*Cruise Lines International Association*), para o ano de 2014, a média encontra-se nos 7,3 dias, no que ao mercado norte-americano diz respeito. Nesse ano, a grande maioria dos cruzeiristas americanos (53%) participaram em cruzeiros com a duração de 6 a 8 dias, enquanto 28% optaram por um cruzeiro de duração inferior (3 a 5 dias). Por outro lado, uma percentagem de 16% adquiriu um cruzeiro de 9 a 15 dias, com os restantes 3% a optar por uma duração superior a 16 dias (CLIA, 2015a).

No mercado europeu a tendência é semelhante. Segundo dados da ECC (*European Cruise Council*), para o ano de 2007, citados em Amaral (2010), a preferência por cruzeiros na Europa são os que têm a duração de 7 noites, sendo que 47% dos cruzeiristas europeus optam por cruzeiros de 5 a 7 noites, enquanto 40% prefere os que têm duração de 8 a 14 noites. Esta estatística apresenta a mesma percentagem (6%) para os europeus que escolhem um cruzeiro com duração inferior às 4 noites ou com duração de 15 a 21 noites. Por fim, apenas 1% destes turistas adquirem viagens de cruzeiro que se prolongam além das 22 noites (Amaral, 2010). Dados do ano de 2014, relativos ao passageiro britânico, indicam cruzeiros com uma média de duração de 10,9 noites, enquanto o cruzeirista alemão permanece, em média, 8,83 noites num cruzeiro (Business Research & Economic Advisors, 2015; IRN Research, 2015).

2.3.4 – O perfil do turista de cruzeiros

Após terem sido referidos os principais fluxos de procura da indústria de cruzeiros importa saber de que países são estes originários e quais as suas principais características demográficas. O mercado da procura Norte-americano é composto 92% por residentes nos Estados Unidos da América, representando cerca de 11 milhões de pessoas anuais. O Canadá é responsável por uma quota de 7% neste mercado, perfazendo cerca de 770 mil passageiros, enquanto a restante procura por cruzeiros neste mercado provém, maioritariamente, do México (Figura 2.14) (Business Research & Economic Advisors, 2014).

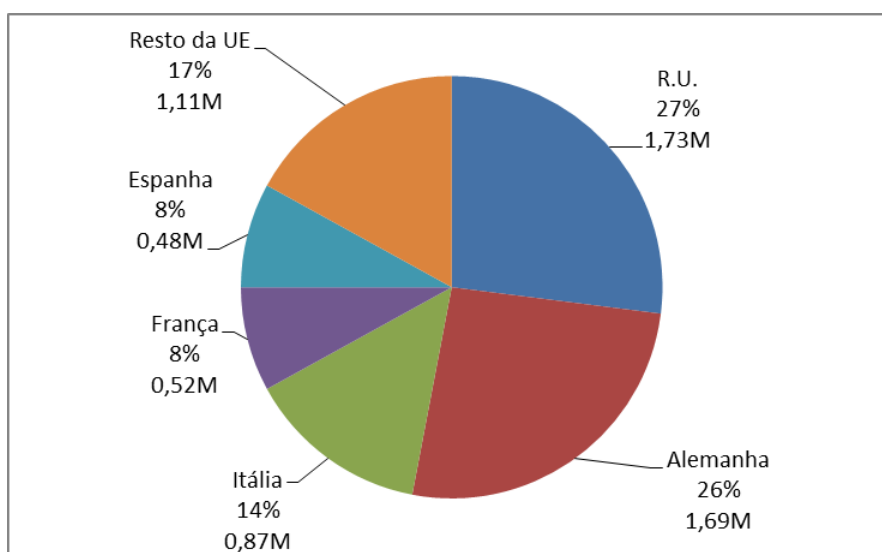
Figura 2.14 – Proveniência dos cruzeiristas Norte-americanos (2013)



Fonte: Business Research & Economic Advisors (2014)

No que diz respeito ao mercado europeu, os países que mais fornecem passageiros aos navios de cruzeiro são o Reino Unido e a Alemanha, originando cada um deles cerca de 1,7 milhões de pessoas, o que representa em conjunto uma quota de 53% no mercado europeu. Destaque igualmente para a Itália, França e Espanha, que em 2013 acumularam, ao todo, cerca de 1,9 milhões de passageiros, revelando uma quota de 30% deste mercado. Nos restantes países europeus, que apresentam alguma relevância na procura de cruzeiros, sobressaem a Suíça, Noruega, Áustria e Holanda, bem como os países escandinavos (Figura 2.15) (Business Research & Economic Advisors, 2014).

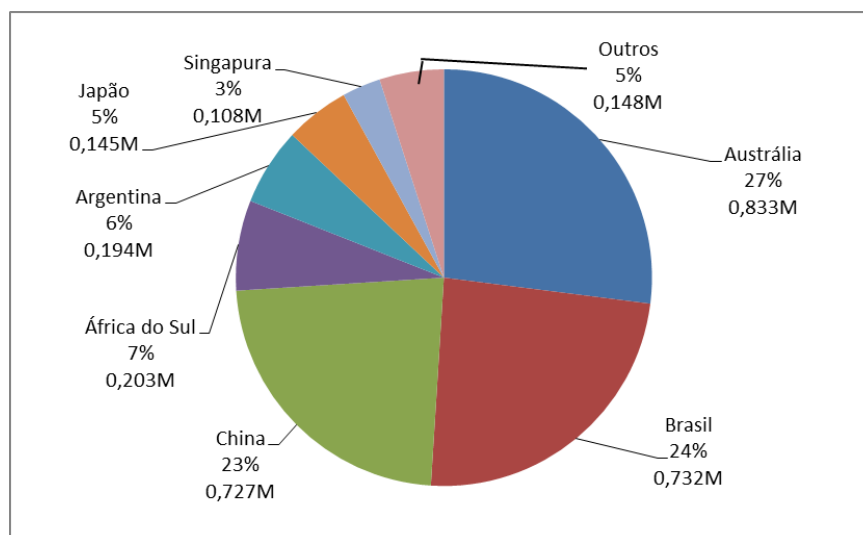
Figura 2.15 – Proveniência dos cruzeiristas Europeus (2013)



Fonte: (Business Research & Economic Advisors, 2014)

No resto do mundo, os países que mais contribuem para o fornecimento de turistas de cruzeiros são a Austrália (833 mil passageiros), o Brasil (732 mil passageiros) e a China (727 mil passageiros), representando em conjunto 74% de todos os passageiros de cruzeiros oriundos do resto mundo. Por fim, a África do Sul, Argentina, Japão e Singapura são responsáveis por 21% dos passageiros do resto do mundo, acumulando em conjunto cerca de 650 mil pessoas, no que ao ano de 2013 diz respeito (Figura 2.16) (Business Research & Economic Advisors, 2014).

Figura 2.16 – Proveniência dos cruzeiristas do Resto do Mundo (2013)



Fonte: Business Research & Economic Advisors (2014)

O perfil dos passageiros de cruzeiros sofreu grandes alterações à medida que esta indústria se desenvolveu. Em inícios dos anos 70, a participação num cruzeiro era limitada a algumas minorias. Em primeiro lugar, isto devia-se ao facto do custo de um cruzeiro ser muito superior naquela altura, tornando este produto economicamente insustentável para a maioria da população. Em segundo lugar, o público-alvo dos cruzeiros eram pessoas acima dos 55 anos, que viam nesta experiência uma forma ideal de desfrutarem os seus anos “dourados”. De acordo com Dickinson & Vladimir (2008), as crianças não eram bem vistas a bordo pelos passageiros, que não estavam na disposição para ouvir choros e berrarias no seu tempo de férias. Além disso, os navios da altura nem se encontravam preparados para receber bebés ou crianças, limitando-se a oferecer serviços de *babysitting* nas épocas em que as escolas estavam fechadas (Dickinson & Vladimir, 2008). O crescimento explosivo que se deu na procura pelo turismo de cruzeiros, desde inícios dos anos 80 até à atualidade, foi o resultado da redefinição da indústria de cruzeiros, um produto inicialmente apontado para determinados nichos, transformando-se numa experiência de férias dirigida para grandes massas (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

Atualmente, o perfil de um cruzeirista diverge em muitos sentidos do que era comum há 30 ou 40 anos atrás, sendo que muitas famílias são cada vez mais atraídas por esta opção de férias, nomeadamente pelo segmento “*contemporary*”, que oferece condições económicas mais favoráveis em navios de grande dimensão, especialmente orientados para famílias (Douglas *et al.*, 2010). Os passageiros atuais são cada vez mais novos e muitas vezes levam consigo os filhos

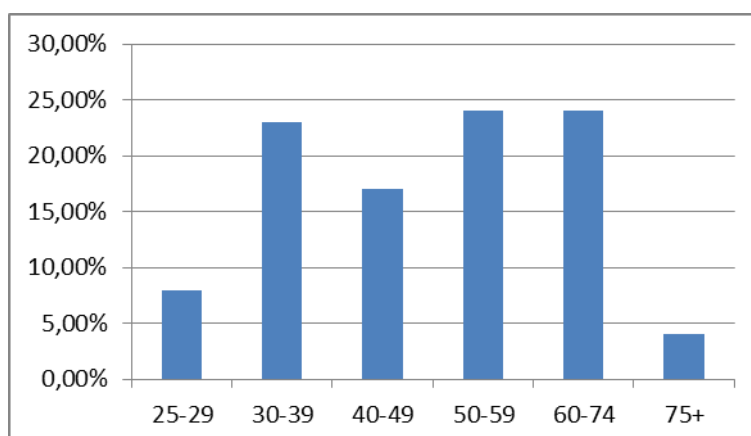
menores, estando as companhias cada vez mais conscientes desta situação e por isso adaptando os navios a crianças e público jovem (Dickinson & Vladimir, 2008)

2.3.4.1 – O perfil do cruzeirista Norte-americano

A partir do **relatório oficial da CLIA**, relativo ao **perfil do cruzeirista norte-americano**, no ano de **2014**, são apresentados alguns dados que permitem caracterizar o turista de cruzeiros proveniente desta região do globo. A metodologia utilizada nesse relatório consistiu na criação de questionários *online* que foram enviados para pessoas com mais de 25 anos e que tivessem realizado anteriormente um cruzeiro. A recolha de dados decorreu entre os dias 12 e 26 de agosto de 2014 e reuniu 1600 respostas de residentes nos EUA e Canadá.

A idade média deste cruzeirista está nos 49 anos, sendo que existem três grupos etários que possuem uma percentagem muito semelhante (30-39 anos; 50-59 anos; 60-74 anos) e em conjunto são responsáveis por cerca de três quartos da totalidade dos passageiros (Figura 2.17) (CLIA, 2015a).

Figura 2.17 – Distribuição etária dos cruzeiristas Norte-americanos

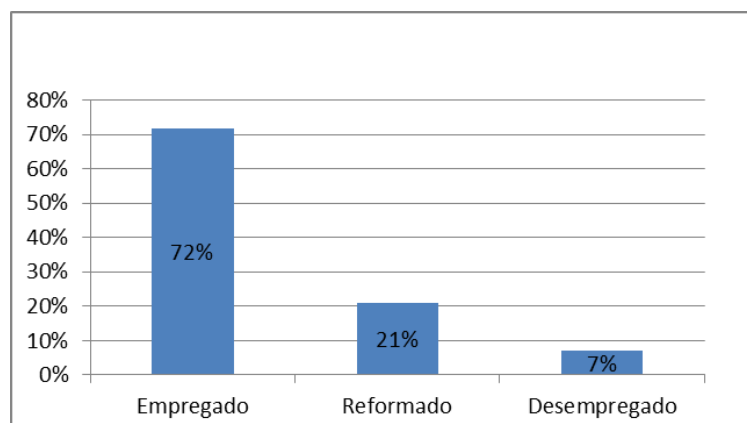


Fonte: CLIA (2015a)

Este passageiro dispõe, em média, de um rendimento anual do agregado familiar de 114 mil dólares, com 1/3 destes viajantes a indicarem que, anualmente, o rendimento do agregado familiar situa-se entre os 100 e os 199 mil dólares, enquanto 28% indicam valores entre os 60 e os 69 mil dólares. Por fim, 9% destes cruzeiristas apresentam um rendimento do agregado familiar superior aos 200 mil dólares anuais (CLIA, 2015a).

No que diz respeito à situação profissional deste passageiro, 72% estavam empregados, enquanto 21% são reformados (Figura 2.18). Outra característica demográfica presente neste relatório é a situação civil deste cruzeirista, com 84% a indicarem que são casados. Considera-se ainda que existe um nível de habilitações literárias elevado entre os respondentes, com 69% a afirmarem que possuem, pelo menos, o ensino secundário (CLIA, 2015a).

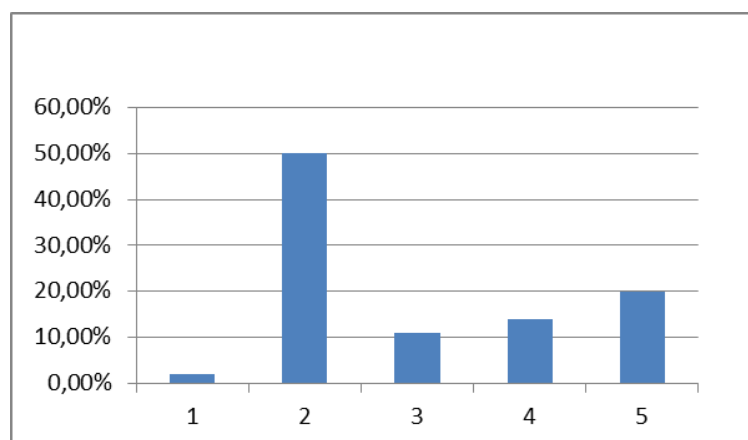
Figura 2.18 – Situação Profissional do cruzeirista Norte-americano



Fonte: CLIA (2015a)

Relativamente ao número de pessoas com quem viajam, metade destes turistas viajaram em pares, no entanto, 20% indicam que estão incluídos num grupo de 5 ou mais pessoas. A média está localizada nas 3,8 pessoas (Figura 2.19). O relatório considera ainda que 80% destes passageiros viajam com o seu **parceiro**, enquanto 27% viajaram com jovens de idade inferior aos 18 anos (CLIA, 2015a).

Figura 2.19 – Número de pessoas que compõem o grupo de viagem

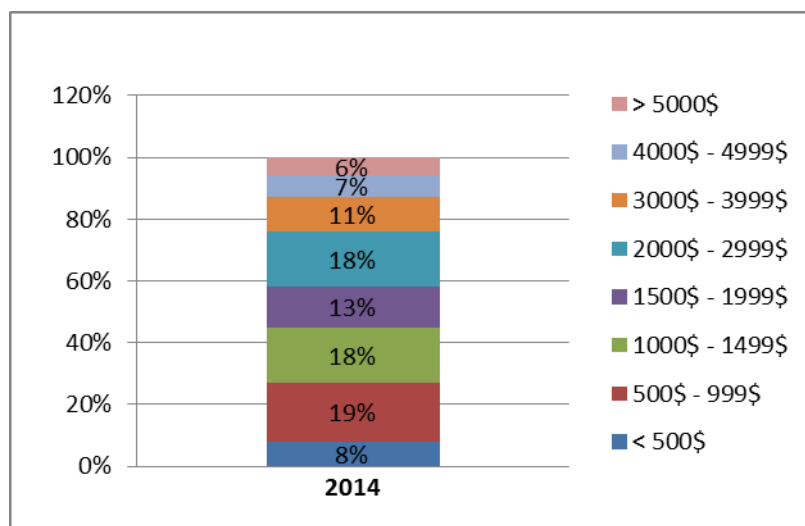


Fonte: CLIA (2015)

No que concerne às despesas dos passageiros de cruzeiros, estas incidiram em grande parte na tarifa do cruzeiro, nas despesas a bordo e nos portos onde embarcaram e escalaram e, em alguns casos, nas tarifas aéreas. **Em média**, o valor gasto **por pessoa** no último cruzeiro realizado situa-se nos **2200 dólares**. No entanto, existe uma grande variabilidade no valor gasto dos cruzeiristas, sendo que os intervalos de despesa mais mencionados situam-se entre os 500-999 dólares (19%), os 1000-1499 dólares (18%) e os 2000-2999 dólares (18%) (Figura 2.20). **A tarifa do cruzeiro** custou em média, no ano de 2014, 1635 dólares, cerca de **1430 euros**, segundo as taxas EURO/USD de 15 de setembro de 2015. Já as despesas a bordo do cruzeiro e nos portos de passagem foram de 565 dólares, em média, por passageiro. Mais de metade das pessoas que

viajaram num cruzeiro (62%) compraram passagem aérea e em média pagaram 524 dólares (CLIA, 2015a).

Figura 2.20 – Gastos totais na viagem do cruzeirista Norte-americano



Fonte: CLIA (2015a)

Neste relatório destaca-se também o facto da grande maioria dos passageiros de cruzeiros norte-americanos serem repetentes neste tipo de experiência. Uma percentagem de **62% refere que já participou em outros cruzeiros** no passado, numa média de 3,8 cruzeiros. Apenas 38% destes passageiros realizam a sua primeira viagem a bordo de um navio de cruzeiros (CLIA, 2015a).

No que se refere à motivação para escolher um cruzeiro como experiência de férias, os benefícios mais mencionados foram: a oportunidade de visitar diferentes locais; o escape dos problemas do dia a dia; o relaxamento; a oportunidade de explorar locais para visitar posteriormente, como turista convencional; a qualidade do entretenimento a bordo; entre outros (CLIA, 2015a).

Um outro dado estatístico relevante apurado tem a ver com a importância que um cruzeiro apresenta na promoção de futuras visitas a locais por onde passa. Neste aspeto, **85% dos cruzeiristas indicam que um cruzeiro é uma boa forma de conhecer novos destinos**, que posteriormente podem vir a ser visitados, através do turismo convencional. Por outro lado, **42% manifestam que regressaram a locais inicialmente visitados através de um cruzeiro**. Por fim, **45% referem que prolongam as suas férias** para conhecer o local onde embarcam no navio (CLIA, 2015a)

O nível de satisfação dos passageiros de cruzeiros em 2014 é bastante positivo, com a grande maioria a mostrar-se muito satisfeito com a experiência proporcionada (89%). Como consequência desta satisfação, existe grande probabilidade de recomendação dos cruzeiros a familiares e amigos, com cerca de 80% dos cruzeiristas a demonstrarem esta intenção de promoção “boca-a-boca”. Como já foi dito anteriormente, a maioria do turista de cruzeiros é

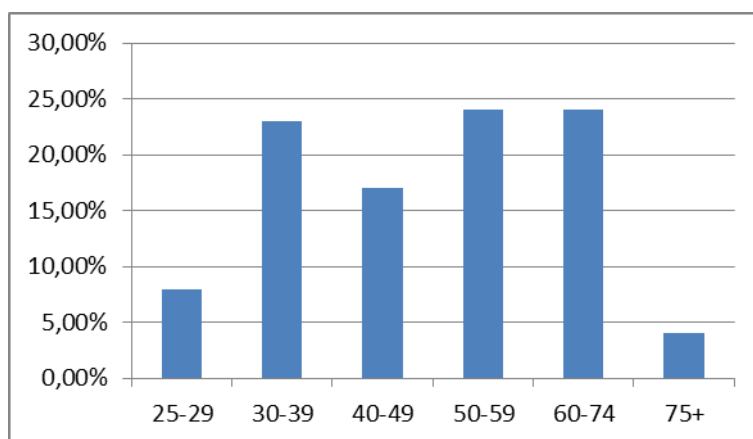
repetente na experiência, sendo que 86% destes viajantes pretendem voltar a embarcar num navio nos próximos 3 anos (CLIA, 2015a).

2.3.4.2 – O perfil do cruzeirista Europeu

Dada a dificuldade em encontrar dados relativos ao perfil do cruzeirista europeu, indicam-se algumas características do perfil deste passageiro com base num conjunto de estudos sobre o mercado britânico e alemão, que representam os dois principais mercados europeus.

De acordo com um relatório da CLIA *UK & Ireland*, que analisou o mercado da procura britânico no ano de 2014, a idade média deste cruzeirista situa-se nos 58,2 anos, bem acima do registado no mercado norte-americano (Figura 2.21) (IRN Research, 2015).

Figura 2.21 – Distribuição etária dos cruzeiristas britânicos



Fonte: IRN Research (2015)

Entre algumas das razões que possam explicar esta média de idades superior na Grã-Bretanha, destaca-se o envelhecimento populacional neste país. De acordo com Peisley (2007), em 1971 existiam 17 milhões de britânicos com mais de 50 anos. No ano de 2003, esse valor passou para 20 milhões e em 2011 atingiu os 22 milhões de habitantes. Em 2021, prevê-se que cerca de 26 milhões de britânicos (36% da população) tenham mais de 50 anos. Tendo em conta esta lógica, o mesmo autor afirma que, com um aumento da esperança de vida deste mercado, tendência que se estende à Europa no geral, existe cada vez maior potencial para as companhias de cruzeiros captarem e reterem cruzeiristas desta classe etária. Por outro lado, a capacidade financeira e a disponibilidade temporal que esta classe etária apresenta, significa maior probabilidade de repetirem a sua experiência a bordo de um cruzeiro (Mintel, 2007).

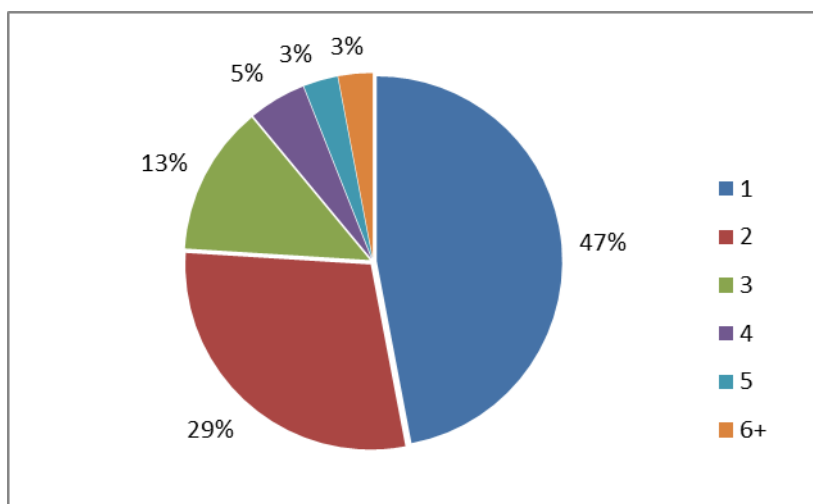
Outra característica analisada no relatório da CLIA *UK & Ireland* é a percentagem de novos cruzeiristas. Segundo este relatório, **33% dos cruzeiristas britânicos**, em 2014, **realizaram o seu primeiro cruzeiro**. Um valor abaixo dos 38% registados para o mercado Norte-Americano (IRN Research, 2015).

Uma análise que merece ainda ser destacada no mercado britânico tem a ver com o número de cruzeiristas que realizaram mais do que um cruzeiro durante o ano de 2014. Na Figura

2.22, observa-se que mais de metade (**53%**) dos **cruzeiristas britânicos** participou em pelo menos **2 cruzeiros** no decorrer do mesmo ano (IRN Research, 2015).

Relativamente às despesas do cruzeirista britânico, o relatório da CLIA *UK & Ireland* indica que, em 2014, o **preço médio pago pela tarifa de um cruzeiro** foi de 1379 libras, cerca de **1866 euros**, segundo as taxas EURO/USD de 15 de setembro de 2015 (IRN Research, 2015).

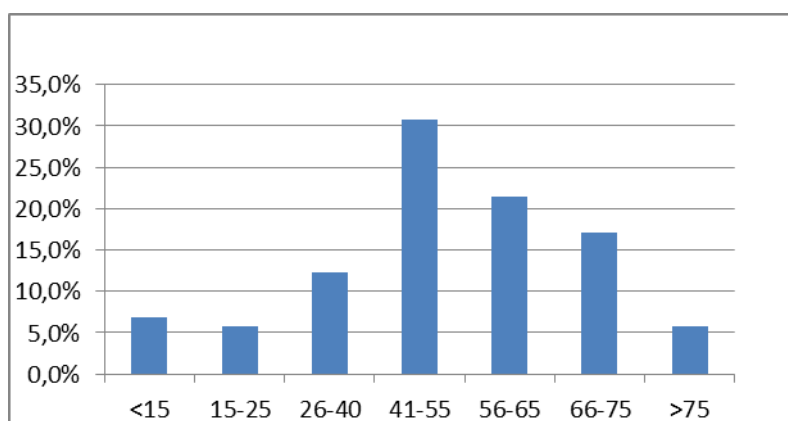
Figura 2.22 – Número de cruzeiros realizados pelos britânicos em 2014



Fonte: IRN Research (2015)

No que diz respeito ao **mercado alemão**, um relatório de 2014 distribuído pela CLIA *Deutschland*, atribui uma **média de idades de 50,4 anos**, ao cruzeirista oriundo da Alemanha. Verifica-se, na Figura 2.23, que cerca de 75% dos cruzeiristas alemães têm mais de 40 anos, enquanto 22% ultrapassam os 65 anos.

Figura 2.23 – Distribuição etária do cruzeirista alemão



Fonte: Business Research & Economic Advisors (2015)

Tendo em conta a dificuldade de encontrar dados que caracterizem, como um todo, o perfil do cruzeirista europeu, toma-se como referência, para esta caracterização do turista de cruzeiros, o estudo do perfil do cruzeirista Norte-americano, visto que este mercado representa

55% da procura mundial (Business Research & Economic Advisors, 2014). De qualquer modo, verificaram-se diferenças significativas entre os dois mercados mais representativos da Europa, nomeadamente a nível da distribuição etária, que na Grã-Bretanha apresenta um valor médio significativamente superior ao registado na Alemanha, pelo que não se pode afirmar que o perfil do cruzeirista europeu seja igual ao do Norte-americano.

2.4 - Conclusão

Após a leitura deste capítulo é possível entender as diferentes etapas que transformaram o transporte marítimo de passageiros na indústria de cruzeiros atual. Iniciando-se como um negócio que associava o transporte de correio ao transporte de alguns passageiros, a indústria de transportes marítimos sofreu um conjunto de alterações ao longo de vários anos que culminaram na criação de um tipo de turismo que tem registado um constante crescimento ao longo dos últimos 50 anos (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

Esta evolução da indústria de cruzeiros pode ser desagregada em 6 fases, compreendidas entre 1840 e a atualidade. Durante este período, as embarcações foram sendo adaptadas às necessidades dos seus passageiros, inicialmente com condições muito básicas, visando acima de tudo o transporte de imigrantes, entre a Europa e os EUA, passando posteriormente à criação de navios de luxo, apenas acessíveis às elites, e nos últimos 30 anos pela construção de navios imponentes, com todas as comodidades e entretenimento a bordo, dirigidos para vários segmentos e não apenas para um mercado a partir de uma certa idade, como era comum antes da década de 60, onde os casais reformados eram o tipo de público quase exclusivo dos cruzeiros (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

Atualmente a oferta de cruzeiros existente está assente em 4 segmentos de mercado que apresentam aos passageiros diferentes condições. Os segmentos *luxury* e *premium* são destinados às elites e aos empresários, respetivamente, que pretendem viajar em acomodações de luxo e de alta qualidade. Por outro lado, o segmento *contemporary* é destinado àqueles passageiros que pretendem viajar em condições mais económicas, sendo este o segmento mais comum para as famílias. Por fim, o *destination* é indicado para os cruzeiristas que participam num cruzeiro com a principal motivação de visitar os destinos contemplados no itinerário e não pela experiência a bordo propriamente dita. Existem três grupos económicos que dominam a oferta da indústria de cruzeiros atual: a *Carnival Cruise Lines*; a *Royal Caribbean Cruise Lines* e a *Norwegian Cruise Lines* (Cruise Market Watch, 2015; A. C. Douglas et al., 2010).

No que diz respeito à procura de cruzeiros, o mercado norte-americano é responsável por mais de metade da procura gerada. Os EUA continuam a ser o principal fornecedor da indústria de cruzeiros. O mercado europeu representa cerca de 30% da procura, com destaque para o Reino Unido e a Alemanha. Em relação aos principais destinos do turismo de cruzeiros, as Caraíbas continuam a liderar, seguidas pelo Mediterrâneo. Realça-se também que os cruzeiros mais populares são os que têm até 7 noites de duração (Business Research & Economic Advisors, 2014; Flórida-Caribbean Cruise Association, 2015).

Conclui-se, igualmente, que o perfil do cruzeirista pode variar de acordo com a região de onde este é originário. No caso do mercado norte-americano, a idade média do passageiro situa-se nos 49 anos, enquanto no mercado britânico esse valor ronda os 58 anos. Devido à dificuldade de encontrar dados comuns relativos ao perfil do cruzeirista europeu, consideraram-se algumas características do mercado britânico e alemão, tendo-se registado algumas diferenças sobretudo a nível da idade. Deste modo, não se pode considerar que o perfil do cruzeirista seja homogéneo, existindo diferenças de acordo com o mercado de onde este é originário (Business Research & Economic Advisors, 2015; CLIA, 2015a; IRN Research, 2015).

Capítulo 3 – O Impacto Económico da indústria de cruzeiros

3.1 – Introdução

Após ter sido feita uma caracterização da indústria de cruzeiros importa entender os impactos económicos associados a este tipo de turismo. Procura-se, neste capítulo, traçar um quadro geral dos impactos do turismo de cruzeiros, identificado a origem desses impactos e dando exemplos de estudos de caso realizados em outros destinos turísticos portuários.

Na primeira secção do capítulo são apresentadas algumas definições relacionadas com turismo e explica-se a razão de um cruzeirista ser considerado turista, apenas em algumas situações.

A segunda secção analisa a questão dos efeitos económicos do turismo, que advêm, fundamentalmente, das despesas que a procura turística gera nos destinos. Salienta-se ainda a importância que existe na diferenciação entre os impactos gerados pela procura turística e os benefícios líquidos finais, sendo estes últimos os indicadores da sustentabilidade económica do turismo num certo destino. De seguida, são apresentados alguns dos efeitos positivos e negativos mais frequentemente associados ao turismo.

Na terceira secção é abordado um conjunto de investigações científicas, relacionadas com o turismo de cruzeiros, realizadas em vários portos de cruzeiros espalhados por todo o mundo. Nestes casos de estudo identificam-se as principais metodologias utilizadas, conceitos teóricos relevantes e um conjunto de resultados que permitem realçar a importância que o turismo de cruzeiros apresenta para algumas regiões, além de outros aspetos relacionados com a experiência dos turistas enquanto transitam nos destinos e os impactos económicos gerados nesses locais. Posteriormente, identificam-se as origens das despesas da indústria de cruzeiros e caracterizam-se esses gastos. O ponto que se segue, considera o efeito multiplicador do turismo de cruzeiros, isto é, os efeitos indiretos e induzidos que este tipo de turismo proporciona em diversas variáveis de uma economia, nomeadamente nos gastos do governo, no rendimento, no investimento, entre outras. Por fim, apresenta-se um conjunto de vantagens e desvantagens associadas ao turismo de cruzeiros, que são indicadas por vários artigos relacionados com esta temática.

3.2 – Conceito geral de turismo

Antes de abordar os aspetos económicos do turismo, importa considerar a definição deste conceito e quais as principais formas que assume. Já desde meados do século XX que existe uma preocupação em definir turismo e os elementos que o compõem. Em 1937, o Conselho da Liga das Nações recomendou uma definição de “turista internacional”, para razões estatísticas. Daí em diante surgiram vários conceitos e abordagens ao turismo, por parte de diferentes autores, tentando conceptualizar este fenómeno complexo e de natureza multidisciplinar (UNWTO, 2010).

Uma das abordagens mais adequadas para compreender o turismo é a perceção deste fenómeno enquanto sistema, onde existe um conjunto de elementos que se relacionam entre si e

com o ambiente externo. Um dos autores que realizou esta abordagem ao turismo foi Leiper (1979), que considera o sistema turístico constituído por três elementos fundamentais: os turistas, que representam a procura; a “indústria turística”, que representa a oferta; e um elemento geográfico constituído pela região de origem, região de trânsito e região de destino. Tendo em conta estes elementos constituintes do sistema turístico, a definição de turismo foi abordada por diferentes autores segundo duas classificações: definições do lado da procura e definições do lado da oferta (Eusébio, 2006).

A definição de turismo pelo lado da procura, conceptualizada pelas Nações Unidas e Organização Mundial de Turismo em 1994, retrata o **turismo** como: “as atividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” (Eusébio, 2006, p. 10).

No que diz respeito ao conceito de turismo pelo lado da oferta, Eusébio (2006) refere que a oferta turística “incorpora todos os bens e serviços que são produzidos exclusivamente para o consumo dos visitantes e ainda todos aqueles que são destinados aos residentes mas que também são consumidos pelos visitantes, incorpora também todos os recursos livres de um determinado destino (exemplo: clima, paisagem, cultura e história) e a imagem desse destino” (Eusébio, 2006, p. 20).

O turismo, por sua vez, atrai visitantes que são considerados os praticantes desta atividade e podem ter a classificação de turistas ou excursionistas. **Um visitante** é considerado o indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, cujo motivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no local visitado (Turismo de Portugal, 2008).

A classificação de **turista** é dada ao visitante que permanece, pelo menos uma noite, num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado. Um **excursionista** é considerado o visitante que não pernoita no local visitado (Turismo de Portugal, 2008).

Tendo em conta a temática da presente investigação, convém salientar que um **passageiro de um cruzeiro normalmente é considerado excursionista**, pois estão alojados a bordo do navio e não pernoitam em unidades de alojamento dos locais visitados. A exceção ocorre quando este indivíduo pernoita, pelo menos uma noite, no destino onde embarca ou desembarca do cruzeiro, podendo nesses casos ser considerado um turista e não um excursionista (Turismo de Portugal, 2008). Assim, na presente dissertação, o termo “**turista de cruzeiros**” será utilizado apenas para designar os **passageiros que viajam em navios de cruzeiro**.

3.3 – Os efeitos económicos do turismo

A avaliação dos efeitos económicos do turismo tem de ser realizada tendo em conta as consequências que este apresenta para as economias locais, regionais, nacionais e internacionais. Como acaba por acontecer em todas as áreas económicas, o turismo acaba por ter influências

positivas e negativas numa dada área geográfica, sendo por isso fundamental aplicar uma planificação adequada às características de cada destino, identificando os pontos fortes/oportunidades e os pontos fracos/ameaças que dispõe, sob o ponto de vista da oferta turística (Dwyer et al., 2004; Lee & Chang, 2008; Sinclair, 1998).

Para medir os efeitos económicos do turismo é necessário, fundamentalmente, analisar a despesa que a **procura turística** realiza num determinado destino, tendo em conta as diferentes componentes que esta engloba. A **procura turística** é constituída por três componentes: o consumo turístico individual; a formação bruta de capital fixo turístico e o consumo turístico coletivo. Destas, o **consumo turístico individual** é o que representa maior significância para a avaliação económica do turismo, pois é a componente onde estão incluídos os consumos totais realizados pelos visitantes, durante a sua viagem e permanência nos destinos (Eusébio, 2006).

A formação bruta de capital fixo turístico refere-se à produção de ativos fixos especialmente dirigidos para o turismo, onde se incluem a aquisição e construção de infraestruturas com a finalidade de serem utilizadas para o processo de produção de bens e serviços turísticos, como são o caso de hotéis, restaurantes, museus, equipamentos de transporte, entre outros (Eusébio, 2006).

Relativamente ao consumo turístico coletivo, este diz respeito aos gastos efetuados pelas entidades públicas em serviços turísticos coletivos não mercantis. Estão incluídas as despesas realizadas a nível da promoção turística e da planificação e coordenação de assuntos turísticos, a elaboração de estatísticas e informações relativas ao turismo, o controlo e regulamentação de estabelecimentos que recebem visitantes, entre outros serviços (Eusébio, 2006).

Para analisar de que forma o turismo afeta uma economia é importante considerar dois termos: **impactos e benefícios líquidos**. Os impactos económicos do turismo podem ser positivos (**benefícios**) e negativos (**custos**), dependendo da forma como o turismo afeta a economia de uma dada região. Os **benefícios líquidos** dizem respeito à **diferença entre os benefícios e os custos** do turismo, ou seja, representam os proveitos efetivos resultantes da atividade turística numa dada economia. Deste modo, para o turismo ser economicamente sustentável na região em causa, é necessário que os benefícios provenientes da procura turística representem ganhos superiores aos custos económicos (ex: inflação)(Dwyer & Forsyth, 1998).

3.3.1 – Benefícios económicos do turismo

Os efeitos económicos positivos do turismo são referidos na literatura como **benefícios económicos do turismo**. O turismo é visto como um meio para o desenvolvimento económico de regiões pouco desenvolvidas, que não possuem uma indústria muito relevante. Através da atividade turística, estas regiões periféricas têm a oportunidade de se dinamizarem, promovendo um aumento das receitas, num efeito que se multiplica por vários setores económicos dos destinos (Eusébio, 2006).

Uma das abordagens tradicionais aos benefícios económicos do turismo é a de McKinnon, (1964) *cit. in* Balaguer & Cantavella-Jordá, (2002) que afirma que o turismo atrai moeda

estrangeira para os países recetores, sendo que os benefícios resultantes dessa captação vão depender das taxas de câmbio dos mercados envolvidos (Dwyer & Forsyth, 1998).

Além de um aumento na captação de moeda estrangeira, alguns dos principais benefícios económicos do turismo referidos pela literatura são:

- **Contribuição para o equilíbrio da balança de pagamentos** – a procura de bens e serviços por parte do mercado externo é traduzida na balança de pagamentos de um país como uma exportação, pelo que a atividade turística representa uma oportunidade para a obtenção de receitas que equilibrem esta balança (Mathieson e Wall 1990 *cit. in* Eusébio, 2006);

- **Criação de emprego** – o aumento da procura turística tem como consequência a necessidade de maior capacidade laboral, levando à criação de mais postos de trabalho numa dada região, que, por vezes, podem ser ocupados por pessoas que se encontravam desempregadas (Dwyer & Forsyth, 1998).

- **Aumento das receitas do Governo** – a procura turística contribui para um aumento de taxas e impostos recolhidos pelo estado. Um navio de cruzeiro ao escalar num certo destino está sujeito a um conjunto de taxas e impostos decorrentes dos serviços que solicita (Dwyer & Forsyth, 1998).

- **Melhoria da qualidade de vida da população local** – através da criação de emprego e o do aumento dos rendimentos, a atividade turística acaba por trazer um conjunto de benefícios que contribuem para a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Além disso, a criação de infraestruturas e serviços turísticos, quer por parte de entidades públicas, como por parte de privados, bem como a melhoria nos acessos e em diversos equipamentos, acabam por servir igualmente as necessidades dos locais (Eusébio, 2006; Lee & Chang, 2008);

- **Desenvolvimento e diversificação da economia local** – o turismo é uma atividade que serve de catalisador para o desenvolvimento de outros setores económicos. Através do turismo e dos *inputs* que a atividade turística requer, num determinado destino, as restantes indústrias podem servir de fornecedores turísticos (ex: agricultura; pescas; construção civil; artesanato), que por sua vez aumentarão a sua produção e rendimentos. A atividade turística serve também de diversificação da economia local, tornando-a mais abrangente, com a criação de novas atividades produtivas e com uma estrutura mais sólida (Eusébio, 2006).

- **Aumento da competitividade local e criação de economias de escala** – um aumento da procura turística pode tornar viável a expansão da oferta local. Por exemplo, o crescimento do número de cruzeiristas que transitam num dado porto de escala pode levar os lojistas locais a querer ter maior quantidade e variedade de produtos, de modo a atrair cada vez mais os turistas de cruzeiros, promovendo desta forma a competitividade local e uma melhoria na oferta de produtos e serviços (Balaguer & Cantavella-Jordá, 2002; Dwyer & Forsyth, 1998).

Alguns destes benefícios manifestam-se sobre a forma de benefícios primários, enquanto outros referem-se a benefícios secundários. Os **benefícios primários**, ou benefícios diretos, dizem respeito à despesa efetuada diretamente pela procura turística, na compra de bens e serviços nos

destinos. Os **benefícios secundários**, englobam benefícios indiretos e induzidos, e estão associados ao efeito multiplicador do turismo (Eusébio, 2006). Esta investigação apenas considera as **despesas diretas do turismo de cruzeiros** no porto do Funchal, pelo que apenas serão considerados os benefícios primários.

3.3.2 – Custos Económicos do Turismo

Os efeitos negativos do turismo, do ponto de vista económico, assumem normalmente três diferentes tipologias: custos externos; custos de oportunidade e custos relacionados com a dependência das economias ao turismo (Eusébio, 2006).

Os **custos externos** são referentes à influência que o desenvolvimento turístico assume em agentes que não estão ligados à atividade turística. Esta influência pode ser positiva ou negativa e manifesta-se a nível económico, social e ambiental. Focando-se nos custos, estas externalidades do turismo podem afetar pessoas individualmente ou organizações coletivas (Eusébio, 2006).

No que diz respeito aos custos externos que afetam, acima de tudo, o indivíduo, destaca-se a **inflação**. Este aumento que se verifica nos preços dos produtos (bens e serviços), de variada ordem, é muitas vezes provocado pelo aumento da procura turística. Em muitos destinos, os empresários locais veem na chamada “época alta turística” uma oportunidade de gerar fontes extra de receitas, que lhes permitam compensar os menores rendimentos que auferem nas alturas de maior sazonalidade. Por outro lado, um aumento da despesa turística resulta numa maior procura pela moeda nacional, que por sua vez torna-se mais cara. Esta valorização da moeda traduz-se numa menor capacidade negocial por parte das indústrias importadoras e exportadoras, perdendo competitividade nos mercados e, deste modo, sofrendo uma contração na sua atividade (Dwyer et al., 2004; Dwyer & Forsyth, 1998)

O desenvolvimento da atividade turística pode representar uma mudança nos padrões de consumo das populações locais (efeito de demonstração), alterando os hábitos dos consumidores que podem perder o interesse em certos bens em detrimento de uma maior procura por outros produtos e serviços. Esta alteração no consumo pode prejudicar a produção de algumas indústrias e inflacionar os preços dos bens mais procurados (Dwyer et al., 2004; Lee & Chang, 2008)

A expansão da indústria turística assume ainda outras externalidades negativas, nomeadamente nas despesas que o estado realiza a nível de construção e manutenção de infraestruturas e atrações turísticas, bem como com despesas a nível de recolha de resíduos, segurança e produção de energia (Sinclair, 1998).

Em relação aos **custos de oportunidade**, “estes são obtidos comparando os benefícios do desenvolvimento do turismo com os obtidos no desenvolvimento de outras atividades económicas” (Eusébio, 2006, p. 37). Ainda segundo esta autora, a utilização de recursos para a satisfação das necessidades dos visitantes é considerado um custo de oportunidade, pois estes recursos utilizados pela atividade turística podiam ser aplicados em outras atividades económicas. Estas atividades económicas, tendo menos disponibilidade de recursos, podem ver a sua

capacidade de produção limitada, impedindo o seu crescimento e desenvolvimento (Dwyer et al., 2004).

Um desses recursos é o **trabalho**. O turismo, por ser uma atividade com uma componente humana muito grande, baseada acima de tudo na prestação de serviços, utiliza muito este recurso. No caso do trabalho ser um recurso limitado, a consequência da sua utilização por parte da atividade turística pode ser a diminuição de outras atividades económicas (Eusébio, 2006).

Se uma certa economia encontrar-se perto da sua capacidade máxima de produção, um aumento da procura de um determinado produto pode resultar numa transferência de recursos, como o trabalho, que inicialmente seriam atribuídos a outras áreas económicas. Por outro lado, se a economia estiver estagnada, ou longe da capacidade máxima, um aumento da procura resulta num aumento de produção que beneficia toda a região, pelo que um aumento da procura turística pode ter efeitos para os dois sentidos, dependendo da atualidade económica (Dwyer & Forsyth, 1998)

O **capital** é outro recurso associado aos custos de oportunidade. Para fomentar o desenvolvimento turístico num dado destino, as entidades governamentais podem criar incentivos financeiros para projetos nesta área, que por sua vez podiam ser aplicados noutras atividades económicas. Existem ainda os investimentos de entidades públicas em infraestruturas e na promoção do turismo, que podiam ser destinados à criação de equipamentos e facilidades em outras áreas da economia. Referem-se ainda custos derivados da formação específica de trabalhadores para o setor turístico (Eusébio, 2006; Lee & Chang, 2008).

Finalmente, tem-se os **custos relacionados com a dependência ao turismo**. Nalguns destinos turísticos, toda a economia da região está dependente do turismo e dos resultados económicos alcançados nessa atividade. Estas são economias pouco diversificadas, que não têm outra forma de garantir sustentabilidade económica e que por isso tornam-se frágeis. Para contrariar estes custos, as entidades locais devem criar indústrias alternativas ao turismo, bem como fomentar uma maior diversificação dos produtos turísticos que dispõe (Eusébio, 2006).

Além destes, existem autores que nomeiam ainda outros custos económicos do turismo, como o **aumento da propensão para importar** - quando não se consegue produzir a nível regional os produtos requeridos pela procura turística existe a tendência de importá-los do exterior (Dwyer & Forsyth, 1998); o **sazonalidade da produção**, que varia de acordo com as épocas de procura turística; o **baixa taxa de retorno do investimento realizado** (Mathieson e Wall 1990 *cit. in* Eusébio, 2006); o **aumento dos custos dos inputs primários**, que afetará a competitividade de outras indústrias da região (Dwyer e Forsyth 1993 *cit. in*. Eusébio, 2006).

3.4 – O Impacto Económico do Turismo de Cruzeiros

Apesar do turismo de cruzeiros ser uma temática que ainda se encontra em desenvolvimento, no que diz respeito à investigação, já existem alguns estudos que permitem retratar os impactos desta atividade turística.

A investigação científica sobre o turismo de cruzeiros tem estado focada em duas áreas: investigação relacionada com a **experiência dos turistas de cruzeiros** e investigação relacionada com os **impactos do turismo de cruzeiros** (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

Na Tabela 3.1 são sistematizados dois casos de estudo que analisam a **experiência dos turistas de cruzeiros** em portos distintos.

Tal como é indicado na Tabela 3.1, o primeiro estudo intitulado - **Cruise visitors' experience in a Mediterranean port of call** - analisa um conjunto de perceções dos cruzeiristas que escalam no porto de *Heraklion*, na Grécia, nomeadamente a sua motivação, satisfação e probabilidade de retorno. A recolha de dados foi feita através da aplicação de questionários aos passageiros que transitaram no porto de *Heraklion*, entre agosto e novembro de 2005. Inicialmente pediu-se a agentes de navegação para distribuírem questionários a bordo dos cruzeiros, mas apenas 7 foram entregues. Assim, como alternativa, forneceram-se questionários a agentes de viagem que organizavam excursões pela região e pediu-se para serem preenchidos pelos passageiros entre o último local de visita e o regresso ao navio. Através deste método recolheram-se 83 questionários. De modo a aumentar a representatividade da amostra foram ainda distribuídos 200 questionários no terminal de cruzeiros de *Heraklion*, abordando os passageiros que regressavam ao navio, tendo-se alcançado a participação de 81 respondentes, perfazendo um total de 164 questionários completos (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

Os questionários estavam divididos em cinco partes. A primeira parte analisava a motivação dos cruzeiristas para realizarem o cruzeiro, em 23 itens distintos. Na segunda parte pediu-se aos respondentes que indicassem a sua satisfação com o porto de *Heraklion*, numa escala com 26 itens. Foram utilizadas escalas do tipo *Likert* (7 pontos) em ambos os casos. A terceira parte do questionário pedia aos cruzeiristas que indicassem as atividades em que participaram, enquanto a 4.ª parte questionava a intenção de revisitarem o destino e de recomendá-lo a amigos e familiares. Por fim, na última parte do questionário, recolheu-se informação acerca do perfil do respondente. Além disto, um dos autores realizou observação participante a bordo de um cruzeiro de 4 dias, com escala em *Heraklion*, com o objetivo de observar o comportamento dos passageiros a bordo e o tipo de atividades em que participam (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

Na análise de dados, além de uma série de análises estatísticas univariada, aplicaram-se análises de componentes principais às escalas da motivação e satisfação, de modo a sintetizar e agrupar as escalas num único modelo (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

Como principais resultados, concluiu-se que o perfil do cruzeirista, no porto de *Heraklion*, consiste em pessoas de meia-idade (37,4%) e empregadas (55,1%), existindo também uma percentagem considerável de passageiros seniores (34,8%) e reformados (32,1%). Estes passageiros possuem um elevado nível de habilitações literárias e de rendimento. As motivações mais mencionadas pelos passageiros estão relacionadas com a oportunidade de visitar novos locais, sendo que a forte componente natural e cultural de *Heraklion* foram razões determinantes. No que se refere à satisfação, os itens relativos ao sentimento de segurança e ao acolhimento pelos residentes foram os melhor avaliados, enquanto o tempo de permanência no local foi alvo

de pouca satisfação. Conclui-se ainda que mais de dois terços dos respondentes afirmam que existem boas possibilidades de regressar ao local, no entanto, existe maior probabilidade em recomendar o destino do que revisitá-lo (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

No segundo estudo apontado na tabela 3.1 - ***An Analysis of Expenditures by Cruise Ship Passengers in Jamaica*** - analisam-se os hábitos de compra dos turistas de cruzeiros num porto de escala da Jamaica e as influências que os vendedores locais têm sobre os gastos dos cruzeiristas. A recolha de dados foi realizada ao longo de um período de 5 anos, de 1993 a 1997, incidindo nos passageiros que desembarcaram dos navios no porto de escala de *Ocho Rios*. O método de recolha de dados consistiu em abordagens aos turistas de cruzeiros, ao longo das principais ruas da cidade, por pares de entrevistadores treinados. Após explicar a natureza e objetivo do estudo, pediu-se aos cruzeiristas, que começavam a regressar ao navio, para responderem a algumas questões relativas à sua experiência de *shopping* na cidade. Foi apresentado aos respondentes um conjunto de adjetivos que caracterizavam os lojistas da cidade, tendo sido pedido aos inquiridos que indicassem, numa escala *Likert* de 1 a 5 (1 = Agressivo, 5 = Não Agressivo), a avaliação que atribuíam a esses vendedores (Henthorne, 2000).

Na análise de dados, para reduzir o número de variáveis dos adjetivos, aplicou-se uma análise de componentes principais, resultando na extração de 3 fatores. Após este passo, utilizou-se um modelo de regressão para determinar os fatores que influenciam os gastos dos respondentes. Como variável dependente definiu-se a despesa realizada no destino, enquanto que as variáveis independentes foram constituídas pela idade do inquirido, ano da visita, género, tempo passado nas lojas, visita anterior à Jamaica, intenção de regressar e os três fatores resultantes da análise de componentes principais (Henthorne, 2000).

Como principais resultados, concluiu-se que:

- Quanto mais tempo um cruzeirista passa nas lojas maior é a probabilidade de realizar despesas superiores;
- Os viajantes mais velhos compram mais do que os mais novos;
- Quanto mais agradável um lojista maior é a probabilidade do visitante comprar;
- A imagem do vendedor manipulador e agressivo ainda existe, sendo que estes apresentam resultados (vendas inferiores) muito abaixo dos que têm um comportamento digno e cordial;

Tabela 3.1 - Exemplos de investigações que analisam a experiência dos turistas de cruzeiros

Tema em análise: a experiência do turista de cruzeiros				
Autor	Título	Data	Revista	Resumo
Andriotis & Agiomirgianakis	<u><i>Cruise visitors' experience in a Mediterranean port of call</i></u>	2010	<i>International Journal of Tourism Research</i>	<p>Objetivo: analisar um conjunto de percepções dos passageiros que visitam <i>Heraklion</i>.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: aplicação de questionários aos passageiros que transitaram em <i>Heraklion</i>. Os questionários recolheram informação sobre a motivação dos cruzeiristas, a sua satisfação, as atividades realizadas no destino, a intenção de recomendar e de regressar ao destino e o seu perfil.</p> <p>Metodologia de análise de dados: aplicação de análises estatísticas univariada; e análise de componentes principais às escalas de motivação e satisfação.</p> <p>Principais resultados: A exploração e o escape são importantes motivos para os cruzeiristas que participam num cruzeiro com escala em <i>Heraklion</i>. A satisfação global é positiva e os cruzeiristas demonstram interesse em regressar ao destino e recomendá-lo.</p>
Henthorne, T. L.	<u><i>An Analysis of Expenditures by Cruise Ship Passengers in Jamaica</i></u>	2000	<i>Journal of Travel Research</i>	<p>Objetivo: analisar os hábitos de compra dos passageiros num porto da Jamaica e a influência dos lojistas nos seus gastos.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: a recolha foi realizada ao longo de 5 anos através de abordagens aos turistas de cruzeiros nas principais ruas da cidade. Os cruzeiristas foram questionados sobre a sua experiência de <i>shopping</i> e avaliaram os lojistas locais tendo por base um conjunto de adjetivos.</p> <p>Metodologia de análise de dados: aplicação de uma análise de componentes principais às variáveis dos adjetivos utilizados para avaliar o comércio local; e de um modelo de regressão linear para determinar os fatores que influenciam os gastos dos cruzeiristas.</p> <p>Principais resultados: Quanto maior o tempo passado nas lojas, maior é a probabilidade de compra. Os vendedores percebidos como cordiais, atenciosos e pacientes faturam mais do que aqueles com atitudes manipuladoras e agressivas. Os passageiros mais velhos efetuam despesas superiores.</p>

Fonte: Andriotis & Agiomirgianakis (2010); Henthorne (2000)

No que diz respeito aos estudos que analisam os **impactos do turismo de cruzeiros**, a **Tabela 3.2** sistematiza algumas das investigações que já se realizaram nesta área. São indicados 4 estudos que analisam diferentes impactos, nomeadamente impactos económicos e sociais. Alguns destes artigos consideram a experiência dos cruzeiristas, no entanto, o principal objetivo é analisar os impactos das suas atividades.

Tabela 3.2 - Exemplos de investigações que analisam os impactos do turismo de cruzeiros

Tema em análise: os impactos do turismo de cruzeiros				
Autor	Título	Data	Revista	Resumo
Brida	<u>Economic Impacts of Cruise Tourism: The Case of Costa Rica.</u>	2010	<i>Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research.</i>	<p>Objetivo: analisar as preferências e os hábitos de consumo dos cruzeiristas e comparar as suas despesas com as dos turistas convencionais.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: os dados foram fornecidos pelo Instituto de Turismo da Costa Rica e por algumas companhias de cruzeiros.</p> <p>Metodologia de análise de dados: através de um conjunto de estatísticas descritivas caracterizou-se o perfil e as despesas dos turistas de cruzeiros.</p> <p>Principais resultados: os impactos do turismo em geral, em 2008, foram de 2144,2 milhões de dólares, enquanto o turismo de cruzeiros representou apenas 16,4 milhões. Um turista de cruzeiros gastou em média 63 dólares na região, no ano de 2008. As excursões são consideradas a maior contribuição que o turismo de cruzeiros apresenta para a região.</p>
Douglas et al.	<u>Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports</u>	2004	<i>International Journal of Tourism Research</i>	<p>Objetivo: analisar os gastos dos cruzeiristas em 7 ilhas do pacífico.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: a recolha de dados foi realizada através de um questionário aplicado a bordo de dois cruzeiros. Pretendia-se recolher informação sobre o perfil do respondente e os padrões de despesa em cada ilha visitada. Foram também recolhidos dados secundários da CLIA.</p> <p>Metodologia de análise de dados: as despesas dos cruzeiristas foram agrupadas em 8 categorias, tendo sido analisado os padrões de despesas em cada ilha visitada. Procurou-se também identificar fatores que possam ter influenciado os gastos dos passageiros.</p> <p>Principais resultados: os gastos totais dos passageiros, no porto mais representativo (<i>Port Villa</i>), rondam os 195 mil dólares australianos, por cada escala. No mesmo porto, os gastos das companhias são estimados em 27 500 mil dólares australianos e os da tripulação em 16 500 mil dólares australianos.</p>

Tema em análise: os impactos do turismo de cruzeiros				
Autor	Título	Data	Revista	Resumo
Penco & Di Vaio	<u><i>Monetary and non-monetary value creation in cruise port destinations: an empirical assessment</i></u>	2014	<i>Maritime Policy & Management</i>	<p>Objetivo: determinar o valor global potencialmente gerado para um território por uma companhia de cruzeiros.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: aplicação de questionários aos passageiros e tripulantes que transitaram no porto de <i>Messina</i> (Itália). Foram fornecidos dados secundários relativos aos gastos das companhias de cruzeiros, por parte da <i>Royal Caribbean</i>.</p> <p>Metodologia de análise de dados: foram realizadas análises descritivas que permitiram determinar as categorias de despesa dos passageiros e tripulantes.</p> <p>Principais resultados: Em cada escala de um navio da <i>Royal Caribbean</i>, no porto de <i>Messina</i>, são gerados 108 000€ em gastos dos passageiros e 40 700€ em gastos dos tripulantes. As despesas relacionadas com a escala do navio rondam os 45 000€.</p>
Gibson & Bentley	<u><i>A Study of Impacts—Cruise Tourism and the South West of England</i></u>	2008	<i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i>	<p>Objetivo: analisar os impactos sociais associados ao crescimento do turismo de cruzeiros no porto de Falmouth, Inglaterra.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: os dados foram recolhidos através de inquéritos aplicados aos residentes via email e em questionários distribuídos nas ruas da cidade.</p> <p>Metodologia de análise de dados: aplicação de testes qui-quadrado para identificar diferenças significativas nos impactos, de acordo com o perfil dos residentes. Utilização do Modelo <i>Doxey's Irridex</i>, para determinar o nível de irritação dos residentes gerado pelo turismo de cruzeiros.</p> <p>Principais resultados: os residentes têm uma perceção positiva do turismo de cruzeiros, referindo que este representa um conjunto de benefícios económicos para a região.</p>

Fonte: Brida (2010); N. Douglas & Douglas (2004); Gibson & Bentley (2008); Penco & Di Vaio (2014)

No primeiro artigo analisado da Tabela 3.2 – “*Economic Impacts of Cruise Tourism: The Case of Costa Rica*” – o foco está direcionado para as características dos turistas de cruzeiros que visitam o destino, preferências e hábitos de consumo. É também realizada uma comparação entre os gastos dos turistas de cruzeiros e os dos turistas comuns. A recolha de dados neste artigo foi meramente secundária, fornecidos em grande escala pelo Instituto de Turismo da Costa Rica, mas também por algumas companhias de cruzeiros que realizam escala na região (Brida, 2010).

Na análise dos dados foram usadas estatísticas descritivas, de modo a traçar as características gerais dos turistas de cruzeiros e encontrar diferentes perfis dos mesmos. Assim, os turistas foram segmentados em três grupos, de acordo com os seus principais gastos: (1) os que compraram uma excursão a bordo do navio; (2) os que compraram uma excursão no destino; e (3) os que não participaram em excursões, visto ser esta a atividade que gera mais receitas para a economia da região (Brida, 2010).

Como principais resultados, de salientar que os gastos do turismo comum, em 2008, foram de 2144,2 milhões de dólares, enquanto o turismo de cruzeiros representou apenas 16,4 milhões. Cerca de 80% dos passageiros de cruzeiros desembarcam na Costa Rica, sendo que 33% pré-adquirem excursões a bordo (1), 6% preferem comprá-las em agentes no destino (2) e 61% não adquirem excursões (3). Nota para o facto das excursões serem consideradas a maior contribuição que o turismo de cruzeiros tem para a região. Em média, os turistas que não participam em excursões gastam apenas 28 dólares no destino. De realçar que 11% dos passageiros não efetuam qualquer gasto. Em 2008, um turista de cruzeiros gastou em média 63 dólares na região. Para além das excursões, os principais gastos efetuados foram em artesanato, vestuário e guias turísticos. Conclui-se que o turismo de cruzeiros ainda não apresenta grande significância económica para o destino, pois a despesa anual gerada por este tipo de turismo representa menos de 2% dos gastos do turismo convencional (Brida, 2010).

Fica ainda registado o facto da época alta dos cruzeiros coincidir com a época alta do turismo convencional, pelo que as atrações do destino ficam muitas vezes acima da sua capacidade de carga normal, o que pode resultar em experiências negativas para os visitantes. É por isso fundamental que as entidades de gestão do destino avaliem o lado positivo e negativo da questão, tendo em conta os custos e proveitos da indústria de cruzeiros, procurando encontrar a melhor solução para cada caso em particular (Brida, 2010).

O artigo seguinte – **“Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports”** – centra as atenções nos gastos dos passageiros enquanto fazem escala em 7 ilhas do pacífico. A recolha de dados primários foi feita através de um questionário realizado a bordo do navio. Foram entregues questionários a cada passageiro adulto no início de dois cruzeiros do navio *Pacific Sky* e antes do último porto de escala foi colocado um lembrete em cada cabine. Foram igualmente recolhidos dados secundários da *CLIA*, relativos aos perfis dos turistas de cruzeiros. Na análise dos dados, após terem sido recolhidas as características dos respondentes, foram criadas oito categorias relativas aos gastos dos passageiros (Douglas & Douglas, 2004).

Em termos de resultados, o primeiro cruzeiro, com quatro portos de escala, apresentou um gasto médio de 235,54 dólares australianos por passageiro. O segundo cruzeiro, com cinco escalas, obteve um gasto médio de 301,79 dólares australianos por passageiro. Considerando o porto de escala com melhores condições oferecidas para o turismo de cruzeiros (*Port Vila*), os maiores gastos foram reportados nas categorias *Duty free* (perfumes, cosméticos, álcool), *souvenirs* e excursões patrocinadas pelo navio. No global, foram gerados 194 766 mil dólares australianos, advindos dos gastos dos passageiros em *Port Vila* e 27 500 mil dólares australianos em gastos da companhia de cruzeiros, por cada escala de um cruzeiro. Os gastos da tripulação são também considerados, estimando-se que uma escala em *Port Vila* represente uma média de 16 500 mil dólares australianos (Douglas & Douglas, 2004).

Neste artigo regista-se também o facto de existirem vários fatores que influenciam os gastos dos passageiros enquanto escalam num destino, nomeadamente as condições atmosféricas, o nível de desenvolvimento do destino (qualidade de infraestruturas, acessibilidades, informação no destino), o perfil de passageiros em cada cruzeiro, entre outras (Douglas & Douglas, 2004).

O terceiro artigo analisado – “**Monetary and non-monetary value creation in cruise port destinations: an empirical assessment**” – analisa o valor potencialmente originado por um cruzeiro no porto de *Messina* (Itália). Para isso avalia as despesas da companhia de cruzeiros, passageiros e tripulação, bem como o valor não monetário, atribuído ao efeito *word-of-mouth* (*WoM*), gerado pelos passageiros. A recolha de dados primários foi realizada através de questionários aplicados aos passageiros e à tripulação do navio no porto de *Messina*. Estes inquéritos estão divididos em 4 secções (categorias de despesa, recomendação do local, satisfação e demografia). Os da tripulação têm apenas a primeira e última secção mencionadas. Foram ainda recolhidos dados secundários relativos aos gastos da companhia, fornecidos pela *Royal Caribbean – Italy* (Penco & Di Vaio, 2014).

Na análise de dados, para determinar os gastos dos passageiros, recolheu-se as despesas declaradas pelos inquiridos em diferentes categorias (alojamento, *F&B*, atividades, transportes, *shopping*, estacionamento e outras despesas). Foi feito o mesmo procedimento para determinar os gastos da tripulação. Para mensurar o efeito *WoM* pediu-se aos inquiridos para avaliarem a probabilidade de recomendarem o destino numa escala de seis pontos, de muito negativo (-3) a muito positivo (3). Requisitou-se ainda que quantificassem o número de pessoas com quem esperavam partilhar a sua experiência (Penco & Di Vaio, 2014).

Em termos de resultados, a média de gastos por passageiro em *Messina* é de 42,60€. No total, as despesas dos passageiros por cruzeiro, no porto de *Messina*, são de 108 000€, enquanto a tripulação gera 40 700€. Em cada escala, a *Royal Caribbean* tem uma despesa de 44 900€, compactando um impacto monetário total de 193 900€ para a região em causa. No que diz respeito ao *WoM*, cerca de 88% dos inquiridos indicou que iria recomendar o destino de forma positiva. Considerou-se ainda o número de pessoas abrangidas pelo *WoM*, tendo em conta as respostas dos inquiridos, concluindo-se que cada escala em *Messina* seria promovida a 42 000 pessoas (Penco & Di Vaio, 2014).

Por fim, no último artigo da Tabela 3.2 – “**A Study of Impacts—Cruise Tourism and the South West of England**” - avalia-se os impactos sociais que o turismo de cruzeiros tem no porto de *Falmouth*, na Inglaterra, sendo que, para isso, recolheu-se as perceções da comunidade local. A recolha de dados primários foi feita em duas fases. Primeiramente foram aplicados inquéritos por questionário à comunidade local. No entanto, as condições meteorológicas deterioraram-se durante o período da investigação, pelo que foi usada uma segunda técnica que consistiu em enviar os questionários por *email*. Nesta segunda técnica aplicou-se o método *snowball*, de modo a aumentar o tamanho da amostra. Foram ainda recolhidos dados secundários do instituto nacional de estatística (Gibson & Bentley, 2008).

Na análise de dados foram aplicados uma série de testes qui-quadrado para testar diferenças significativas nos impactos referidos, entre residentes com características demográficas distintas. Foi igualmente utilizado o Modelo *Doxey’s Irridex* para determinar o nível de irritação dos residentes gerado pelo turismo (Gibson & Bentley, 2008).

Como principais resultados do estudo, ficou demonstrado que os residentes de *Falmouth* têm uma perceção positiva do turismo de cruzeiros. Cerca de 89% dos residentes inquiridos

indicaram que o turismo de cruzeiros produz benefícios económicos para a região, enquanto 62% manifestou que este tipo de turismo aumentou o orgulho local. Os locais admitem que o turismo de cruzeiros possa trazer problemas de superlotação para a cidade, no entanto realçam que pouco tempo depois o problema torna-se mínimo. Não consideram que um aumento do turismo de cruzeiros resulte na redução da qualidade de vida local, nem num crescimento dos níveis de crime ou inflação (Gibson & Bentley, 2008).

Focando-se apenas nos impactos económicos, foi publicado, em **2007**, o primeiro estudo relacionado com os impactos do turismo de cruzeiros nas economias europeias. Este relatório foi realizado pela *Mintel*, uma editora reconhecida internacionalmente pela sua investigação em diversas áreas. Os dados apresentados provêm de um conjunto de outros relatórios, realizados por entidades diretamente ligadas com a indústria de cruzeiros, como é o caso da *CLIA*. A nível de impactos económicos, concluiu-se que em 2005 este tipo de turismo gerou 8.3 bilhões de euros de forma direta e 19.1 bilhões em efeitos totais, além da criação de 190 000 postos de trabalho europeus. No caso da América do Norte, os impactos da indústria foram avaliados em 25 bilhões de euros, no mesmo ano. Apesar do continente americano dominar o mercado da procura de cruzeiros é na Europa que estão localizados os principais estaleiros de construção naval, que representam impactos económicos de grande escala (Mintel, 2007).

Mais recentemente, no ano de 2013, os impactos da indústria de cruzeiros revelaram-se superiores. De acordo com o relatório anual de contribuição económica da *CLIA Europe*, no ano de 2013, os gastos diretos da indústria de cruzeiros cresceram 4,7%, relativamente ao ano transato, totalizando 16,2 bilhões de euros em gastos diretos, provenientes das três principais fontes de rendimento do turismo de cruzeiros: as despesas das companhias de cruzeiro; as despesas dos passageiros; e as despesas da tripulação. Este relatório, certificado pela *Business Research and Economic Advisors*, baseia-se num conjunto de dados recolhidos de várias autoridades portuárias europeias, bem como de entidades e associações do setor (CLIA Europe, 2014).

No que diz respeito ao emprego, a indústria de cruzeiros na Europa foi responsável pela criação de mais de 339 mil postos de trabalho, no ano de 2013, originando um total de remunerações na ordem dos 10,5 bilhões de euros, de forma direta, indireta e induzida (CLIA Europe, 2014).

A nível global, os gastos diretos da indústria de cruzeiros no ano de 2013 situam-se nos 52 bilhões de dólares, originados na sua grande maioria na Europa e nos Estados Unidos (Tabela 3.3). Verifica-se que existem algumas divergências na literatura acerca das despesas diretas da indústria de cruzeiros na Europa, visto que num estudo apontam-se valores na ordem dos 16,2 bilhões de euros e na Tabela 3.3 observa-se um valor de 21.20 bilhões de dólares, cerca de 19,5 bilhões de euros (Business Research & Economic Advisors, 2014; CLIA Europe, 2014).

Tabela 3.3 - Despesas diretas da indústria de cruzeiros nos diferentes mercados, em 2013 (bilhões de dólares)

Categoria	Globais	Mercados de cruzeiros				
		EUA	Resto da América do Norte	Europa	Austrália	Resto do mundo
Passageiros em portos de embarque/desembarque	6,74\$	2,63\$	0,69\$	2,32\$	0,58\$	0,52\$
Passageiros em trânsito	6,61\$	0,70\$	2,38\$	2,54\$	0,12\$	0,87\$
Passageiros (Total)	13,35\$	3,33\$	3,07\$	4,86\$	0,70\$	1,39\$
Tripulação	1,23\$	0,30\$	0,48\$	0,19\$	0,03\$	0,23\$
Companhias de cruzeiro	37,73\$	16,47\$	1,18\$	16,15\$	0,99\$	2,94\$
Total	52,31\$	20,10\$	4,73\$	21,20\$	1,72\$	4,56\$

Fonte: Business Research & Economic Advisors (2014)

Estes gastos diretos da indústria de cruzeiros terão um efeito económico muito mais abrangente na economia de um destino de cruzeiros. Existem na literatura alguns estudos que investigam esse efeito multiplicador do turismo de cruzeiros na economia de uma região, que se manifestam em impactos indiretos e induzidos. Antes de analisar essa temática, é importante identificar a origem dos gastos diretos da indústria de cruzeiros e em que categorias de despesa são aplicados.

3.4.1 – Os padrões de despesa do turismo de cruzeiros

No que diz respeito ao turismo de cruzeiros, as fontes de receita para as economias dos destinos provêm, acima de tudo, de três segmentos: os gastos das companhias de cruzeiro; os gastos dos passageiros e os gastos da tripulação (Business Research & Economic Advisors, 2014; Dwyer & Forsyth, 1998; Penco & Di Vaio, 2014). Nas secções que se seguem, caracterizam-se as despesas de cada segmento em análise.

3.4.1.1 – As despesas das companhias de cruzeiro

A nível das despesas das companhias de cruzeiro, as mais significativas das três, estas representam cerca de três quartos dos gastos diretos da indústria de cruzeiros na Europa. Estas despesas são realizadas em compras ou aquisições, de um variado leque de produtos e serviços, usados como suporte às operações dos cruzeiros, e apresentam um forte impacto em diversas indústrias europeias. Entre os que mais beneficiaram estão os produtores de *Food & Beverages*, que arrecadaram em 2013 mais de meio milhão de euros. Estes fornecedores foram responsáveis pelo aprovisionamento dos navios de bens alimentares, consumidos a bordo por passageiros e tripulação (Business Research & Economic Advisors, 2014; CLIA Europe, 2014).

A indústria petroquímica também obteve grandes proveitos da indústria de cruzeiros, com as companhias a despenderem mais de 1 bilhão de euros em gastos com combustíveis, lubrificantes, tintas e outros produtos químicos (Business Research & Economic Advisors, 2014; CLIA Europe, 2014).

Contudo, quem mais beneficiou com os gastos das companhias de cruzeiro foram as indústrias de transportes e serviços de utilidade pública. Estes setores industriais arrecadaram mais de 1,6 bilhões de euros em serviços de públicos, comissões de agentes de viagem, encargos portuários e transportes terrestres (Business Research & Economic Advisors, 2014; CLIA Europe, 2014).

Destaque igual merecem as despesas em serviços financeiros e empresariais, que originaram um impacto global de 1,3 bilhões de euros, repartidos em gastos com marketing e publicidade, serviços informáticos e de apoio técnico, entre outros serviços especializados (Business Research & Economic Advisors, 2014; CLIA Europe, 2014).

Por outro lado, o mercado europeu é marcado por uma forte indústria de construção e manutenção dos navios de cruzeiro, sendo que em 2013 as despesas das linhas de cruzeiro nesta área ultrapassaram os 4 bilhões de euros (CLIA Europe, 2014).

Por fim, as linhas de cruzeiros despenderam na Europa cerca de 1,5 bilhões de euros em remunerações a seus trabalhadores, durante o ano de 2013 (CLIA Europe, 2014).

Confirma-se, deste modo, o grande impacto que a indústria de cruzeiros tem em vários setores da economia, não se restringido apenas aos locais por onde os navios passam. Estas despesas das linhas de cruzeiros não são distribuídas equitativamente pelos destinos, existindo economias que obtêm maiores benefícios que outras.

3.4.1.2 – As despesas dos passageiros e tripulantes

Em relação às despesas dos passageiros e da tripulação, estas são realizadas, na sua maioria, aquando das escalas dos cruzeiros pelos destinos contemplados nos programas de viagem, e no início e final do cruzeiro, no porto de embarque e desembarque.

Em 2013, estes gastos situaram-se acima dos **5 bilhões** de dólares e representam pouco menos de um quarto dos gastos diretos gerados pela indústria de cruzeiros na Europa (Business Research & Economic Advisors, 2014).

No que diz respeito às categorias de despesa mais comuns, estas são distintas entre passageiros e tripulação. Antes de mais, é preciso considerar a diferença entre um porto de escala e um porto de embarque, pois o nível de gastos varia de um para o outro.

Nos portos de embarque a tendência é para os passageiros efetuarem despesas superiores, pois normalmente pernoitam nesses locais uma ou duas noites que antecedem ou sucedem o cruzeiro. Depois, muitos dos cruzeiristas requerem serviços de transporte até ao porto de embarque, nomeadamente passagens aéreas desde os locais onde residem e transporte terrestre até ao local onde o navio está ancorado. Além disso, muitos passageiros e tripulantes adquirem nos portos de embarque produtos que utilizam posteriormente na viagem, acontecendo muitas vezes o mesmo com as companhias, que aprovisionam as embarcações antes do início do cruzeiro (Brida, Bukstein, Garrido, & Tealde, 2010).

Um outro fator que pesa muito nas diferenças de gastos entre um porto de embarque e um porto de escala é o tempo que os passageiros passam num local e no outro. Enquanto num porto de escala um passageiro passa entre **4 a 8 horas** no local, em média, num porto de embarque normalmente existe mais tempo disponível para visitar o local e para consumir. Num porto de escala o tempo para visitar o destino é muito limitado, o que muitas vezes influencia negativamente a propensão para gastar (Brida et al., 2010).

As categorias de despesa também variam entre os dois locais. Se num porto de embarque é mais provável que um passageiro despenda em alojamento e em restauração, num porto de escala os gastos nessas categorias são poucos ou nenhuns. O passageiro e o tripulante estão alojados no navio, pelo que não vão utilizar serviços de alojamento num porto de escala, e por outro lado as refeições a bordo do navio estão incluídas na tarifa de viagem, o que normalmente leva os passageiros a regressarem ao navio para consumirem as refeições que já pagaram (Brida, 2010; Penco & Di Vaio, 2014).

Assim, se num porto de embarque é mais provável que um passageiro gaste em categorias como o alojamento, a restauração e o transporte, num porto de escala as despesas são aplicadas de forma diferente, embora, como já foi afirmado acima, estas dependem muitas das características de cada destino (Brida et al., 2010).

No que diz respeito aos portos de escala, uma das categorias de despesa mais frequentes e que melhor contribui para a economia dos destinos são as **excursões**. Os passageiros de cruzeiros têm a hipótese de adquirir a excursão previamente à viagem, a bordo do navio e no destino de escala. A grande maioria adquire a excursão a bordo. No entanto, grande parte do valor que os passageiros pagam pelas excursões fica como comissão para a companhia de cruzeiros, sendo que muitas vezes esse valor situa-se acima dos 50% (Brida et al., 2010; Brida, 2010).

Além das excursões, o consumo que os passageiros têm nos destinos de escala varia de acordo com a oferta existente. As categorias de despesa mais frequentemente referidas pela literatura indicam gastos em: *shopping*; *souvenirs*; artesanato; *food & beverages*; joalheria; e visitas a atrações locais (Brida et al., 2010; Douglas & Douglas, 2004; Henthorne, 2000; Penco & Di Vaio, 2014).

No que diz respeito à tripulação, estes apresentam um consumo diferente. Segundo a literatura, estes efetuam mais despesa em categorias como: as comunicações móveis e internet; *food & beverages* (nomeadamente bebidas alcoólicas); vestuário; transportes; e produtos pessoais (ex: medicamentos e produtos de higiene pessoal) (Brida, 2010; N. Douglas & Douglas, 2004; Penco & Di Vaio, 2014).

Os gastos diretos gerados por estes três segmentos de despesa da indústria de cruzeiros têm benefícios secundários de grande magnitude económica para a economia dos destinos abrangidos, tal como é ilustrado na seção seguinte.

3.4.2 – O efeito multiplicador do turismo de cruzeiros – quantificação dos impactos económicos totais.

Existem na literatura alguns artigos que abordam esta questão do efeito multiplicador do turismo de cruzeiros, através da quantificação dos efeitos diretos, indiretos e induzidos deste tipo de turismo na economia dos destinos (Tabela 3.4).

Tabela 3.4 - Exemplos de investigações que analisam o efeito multiplicador do turismo de cruzeiros

Tema em análise: o efeito multiplicador do turismo de cruzeiros				
Autor	Título	Data	Revista	Resumo
Braun et al.	<u><i>The impact of the cruise industry on a region's economy: a case study of Port Canaveral, Florida</i></u>	2002	<i>Tourism Economics</i>	<p>Objetivo: avaliar os impactos económicos da indústria de cruzeiros na economia de <i>Port Canaveral</i>, na Flórida.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: aplicação de questionários às companhias que operaram em <i>Port Canaveral</i>, em 1999; realização de entrevistas a executivos e empregados dessas companhias, bem como a turistas de cruzeiros. Foram ainda recolhidos dados secundários de várias instituições norte americanas.</p> <p>Metodologia de análise de dados: quantificação dos gastos dos passageiros, tripulantes e companhias (impactos diretos). Aplicação de uma análise input-output para determinar os impactos económicos totais do turismo de cruzeiros na região.</p> <p>Principais resultados: a nível de efeitos económicos totais, o turismo de cruzeiros gerou um Valor Acrescentado total de cerca de 353 milhões de dólares para a Flórida. Assistiu-se à criação de cerca 14.500 postos de trabalho, 225 milhões de dólares em salários e 13,3 milhões em taxas, na região da Flórida.</p>
Chase & Alon	<u><i>Evaluating the Economic Impact of Cruise Tourism: A Case Study of Barbados</i></u>	2002	<i>Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research.</i>	<p>Objetivo: avaliar os impactos económicos do turismo de cruzeiros no país insular de Barbados.</p> <p>Metodologia de recolha de dados: recolha de dados secundária de várias instituições económicas.</p> <p>Metodologia de análise de dados: foi aplicado um modelo multiplicador <i>keynesiano</i> para analisar as influências dos gastos dos turistas de cruzeiros, dos turistas convencionais e do turismo global, nas despesas do governo, nas importações e no investimento local.</p> <p>Principais resultados: as despesas dos turistas de cruzeiros têm um impacto pouco significativo nos gastos do governo. As despesas dos turistas de cruzeiros promovem a produção local, na medida em que um aumento dos gastos dos cruzeiristas resulta numa redução das importações. A variação das despesas dos passageiros de cruzeiros não influencia o investimento local.</p>

Fonte: Braun et al. (2002); Chase & Alon (2002)

Um desses artigos é o de *Braun et al.* (2002), que analisa **os impactos económicos da indústria de cruzeiros na economia de Port Canaveral**, na Flórida, o segundo maior porto de cruzeiros nos Estados Unidos. Além de analisar os gastos diretos da indústria de cruzeiros no local, os autores utilizam um modelo input-output para estimar o efeito multiplicador desta indústria na região. A recolha de dados primários, neste primeiro artigo, foi realizada através de inquéritos por questionário às companhias de cruzeiros que operaram em *Port Canaveral*, em 1999. Complementarmente aos questionários foram aplicadas entrevistas a executivos e empregados dessas companhias, bem como a consumidores de produtos e serviços dos cruzeiros. Foram igualmente recolhidos dados secundários de instituições presentes na região em estudo (*Florida Department of Transportation, Florida Department of Labor*, entre outras) (Braun et al., 2002).

Na análise de dados, após identificar os gastos das companhias, passageiros e tripulação (impactos diretos) e eliminar potenciais *leakages* (fugas de rendimento para o exterior da região), foi utilizada uma análise Input-Output de modo a determinar os impactos económicos totais do turismo de cruzeiros na região, que neste estudo estão associados a rendimentos, emprego, impostos e o valor acrescentado bruto (Braun et al., 2002).

No que concerne aos efeitos diretos, o valor acrescentado gerado pela indústria de cruzeiros na região central da Flórida foi de 225 milhões de dólares, sendo que 50% desse valor é criado no Condado de *Brevard*, onde está localizado *Port Canaveral*. A nível de emprego, as despesas diretas da indústria de cruzeiros geraram a criação de 6264 postos de trabalho a tempo inteiro, no Condado, enquanto na Flórida Central esse valor foi de 8827 trabalhadores. Em relação a salários, o valor ultrapassou os 145 mil dólares, para toda a região central da Flórida. (Braun et al., 2002).

No que diz respeito a impactos económicos totais, determinou-se que a indústria de cruzeiros gerou um valor acrescentado total de cerca de 353 milhões de dólares à região central da Flórida (182,5 milhões no condado). Além disso, assistiu-se à criação de cerca 14.500 postos de trabalho (10.000 no Condado), 225 milhões de dólares em salários (134 milhões no Condado) e 13,3 milhões em taxas (3,2 milhões no Condado), em toda a região central da Flórida (Braun et al., 2002).

Os multiplicadores estimados revelaram que por cada dólar de valor acrescentado, gerado de forma direta pela indústria de cruzeiros no distrito portuário, o impacto total é de 1,55\$ na região da central da Flórida e que cada posto de trabalho direto criado pela indústria de cruzeiros equivale a 1,67 empregos totais na região da Flórida. Em relação a salários, cada dólar de remunerações pagas no distrito portuário, equivale a 1,54\$ em salários para a Flórida Central (Braun et al., 2002).

Um outro estudo levado a cabo por Chase & Alon (2002), utiliza um modelo multiplicador para avaliar os **impactos económicos do turismo de cruzeiros no país insular de Barbados**, na América Central. Neste artigo foi escolhido um modelo *keynesiano*. Os dados usados neste artigo são secundários e foram recolhidos de várias fontes, entre as quais o Fundo Monetário Internacional, o Banco Central de Barbados ou o Banco de desenvolvimento Interamericano (Chase & Alon, 2002).

Na análise de dados foram criadas três variantes do modelo multiplicador keynesiano: uma relativa aos gastos do governo, outra associada às importações e uma terceira referente ao investimento. Seguidamente foram adicionadas três variáveis a cada uma destas variantes: os gastos dos turistas de cruzeiros; os gastos dos “*stopover tourists*” ou turistas convencionais; e os gastos totais do turismo (Chase & Alon, 2002).

Os resultados demonstram que as despesas totais do turismo têm impacto nos gastos do governo. No entanto, a influência nos gastos do governo provém do turismo convencional, que requer uma maior quantidade de bens e serviços do que o turismo de cruzeiros. Deste modo, uma variação nas despesas dos turistas de cruzeiros tem um impacto pouco significativo nos gastos do governo, que além da construção de infraestruturas portuárias não despende muitos mais recursos nesta indústria (Chase & Alon, 2002).

No que diz respeito às importações, o turismo de cruzeiros não tem um impacto significativo nas mesmas, ou seja, um aumento nos gastos dos turistas de cruzeiros não implica um crescimento das importações. Com isto, pode-se concluir que o turismo de cruzeiros nas Bahamas promove a produção doméstica (Chase & Alon, 2002).

Relativamente ao investimento, os gastos totais do turismo têm influência nas despesas em investimento. Novamente, a fonte desta influência são os gastos dos turistas convencionais, que ao pernoitarem na região estimulam a criação de novos hotéis e outros recursos turísticos (Chase & Alon, 2002).

Após a análise destes dois artigos, constata-se que o turismo de cruzeiros, ao requerer bens e serviços nos destinos que abrange, cria todo um conjunto de interações económicas entre diversos agentes, resultando num impacto económico que abrange diversos setores da economia desses destinos (Chase & Alon, 2002). No entanto, existem autores que defendem que o turismo de cruzeiros não é viável em certos destinos (ex: Brida, 2010) e que traz consequências económicas, sociais e ambientais negativas para os mesmos. No próximo subtema analisam-se algumas das vantagens e desvantagens mais associadas a este tipo de turismo.

3.4.3 - Vantagens e desvantagens atribuídas ao turismo de cruzeiros

Ao longo deste capítulo analisaram-se um conjunto de artigos que indicam que o turismo de cruzeiros, ou a indústria de cruzeiros, pode trazer um conjunto de benefícios para um determinado destino. Desde logo, é inegável o **potencial económico** que a indústria de cruzeiros representa para os destinos, através dos seus três principais segmentos de consumo. Quer a nível de impactos diretos como a nível de impactos indiretos e induzidos, o turismo de cruzeiros é um mercado muito atrativo para as economias dos destinos (Braun et al., 2002; Chase & Alon, 2002; Dwyer & Forsyth, 1998; Penco & Di Vaio, 2014).

Outro dos aspetos positivos indicados na literatura é a **probabilidade de um turista de cruzeiros regressar ao destino como turista convencional**. Alguns destes viajantes referem ainda que uma das suas motivações ao participarem no cruzeiro é precisamente explorar locais que possam vir a visitar futuramente como turistas convencionais. Além disso, existem dados na

literatura que referem que o turista de cruzeiros pode regressar aos locais onde escalou. Para tal, é importante que durante as poucas horas em que este permanece nesses portos de escala retenha uma imagem positiva da região. Caso isto se verifique, existe uma boa probabilidade de **recomendar o destino** e de voltar a visitá-lo como turista convencional (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010; Brida et al., 2012; CLIA, 2015; Penco & Di Vaio, 2014)

Apesar da maioria dos autores considerarem apenas os **benefícios advindos** do turismo de cruzeiro, a verdade é que esta atividade comporta alguns aspetos negativos. Algumas das faces negativas do turismo de cruzeiros citadas pela literatura são:

- **a sobrelotação repentina de atrações locais** pelos turistas que desembarcam dos navios, causando problemas de congestionamento e criação de resíduos que podem levar a uma diminuição da qualidade global da experiência turística e afetar as atividades dos residentes e dos turistas convencionais (Pizam 1978 *cit. in* Gibson & Bentley, 2008);

- **a atitude dos residentes perante os turistas** – que em alguns casos pode ser contrária ou negativa e ter implicações ao nível da imagem com que o turista fica do destino e da comunidade local e por outro lado existe o problema das comunidades que acolhem os turistas e que adaptam os seus comportamentos perante aquilo que observam nos visitantes, perdendo assim a sua identidade cultural, no chamado “efeito de demonstração”(Brown 2002 *cit. in* Gibson & Bentley, 2008);

- **custos económicos** associados à **construção de infraestruturas portuárias** e deslocação ou **recolocação das instalações destinadas às movimentações de carga marítima** (transitários marítimos) (Klein, 2003; Dwyer and Forsyth, 1998 *cit. in* Brida et al., 2012);

- **custos de cancelamentos ou mudanças de itinerário dos navios**, muitas vezes associadas a situações de mau tempo que impedem as escalas dos mesmos (Brida et al., 2012a);

- **impactes ambientais negativos nos ecossistemas marinhos**, que em alguns casos podem ser irreversíveis, e **custos de preservação das atrações** turísticas locais (Brida and Zapata, 2010; Diedrich, 2010 *cit. in* Brida et al., 2012);

- **existência de leakages financeiros para o exterior**, nomeadamente através de comissões de serviços que ficam para as companhias, como são o caso das excursões e do aumento das importações para satisfazer a procura turística (Dwyer & Forsyth, 1998);

3.5 – Conclusão

A atividade gerada pelo setor turístico cria impactos de variada ordem nas economias dos destinos. No entanto, é preciso ter em conta, que aliados aos benefícios económicos do turismo existem alguns custos económicos, que em alguns destinos podem inviabilizar a sustentabilidade da atividade turística. Deste modo, é necessário realizar uma distinção entre os impactos criados pelas despesas da procura turística e os **benefícios líquidos finais advindos da mesma**. Apenas quando estes benefícios finais representam ganhos superiores às despesas de facultar produtos e

serviços à procura turística é que se pode afirmar que o turismo é economicamente sustentável (Dwyer & Forsyth, 1998).

Conclui-se, igualmente, que os benefícios do turismo podem ser classificados em benefícios primários ou secundários. Os primários dizem respeito à despesa efetuada diretamente pela procura turística, enquanto os benefícios secundários estão associados ao efeito multiplicador do turismo e englobam benefícios indiretos e induzidos nas restantes áreas económicas dos destinos (Dwyer & Forsyth, 1998; Eusébio, 2006).

Alguns dos benefícios económicos mais frequentemente associados ao turismo são: a atração de moeda estrangeira, o equilíbrio da balança de pagamento, a geração de emprego, o aumento das receitas dos governos em impostos e taxas, entre outros (Balaguer & Cantavella-Jordá, 2002; Dwyer & Forsyth, 1998; Eusébio, 2006; Lee & Chang, 2008).

No que diz respeito aos custos económicos do turismo destacam-se os custos externos, nomeadamente a inflação, os custos de oportunidade e os custos de dependência, originados pela pouca diversificação da economia de alguns destinos, baseada essencialmente em produtos e serviços turísticos (Dwyer & Forsyth, 1998; Eusébio, 2006; Lee & Chang, 2008; Sinclair, 1998).

Apesar de não existir ainda uma larga quantidade de informação acerca do turismo de cruzeiros, o facto de este ser o tipo de turismo com a maior taxa de crescimento tem despertado a atenção de investigadores. A investigação na indústria de cruzeiros tem estado focada na experiência dos cruzeiristas e nos impactos provocados nos destinos (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

No que diz respeito aos impactos económicos, o turismo de cruzeiros gera receitas para as economias de destino provenientes de três fontes: despesas das companhias; despesas dos passageiros; e despesas dos tripulantes (Business Research & Economic Advisors, 2014; Dwyer & Forsyth, 1998; Penco & Di Vaio, 2014). Como foi possível ver em alguns artigos apresentados, além de efeitos diretos, o turismo de cruzeiros apresenta um efeito multiplicador na economia dos destinos que tem influência em variáveis como o rendimento, os gastos do governo, o investimento, entre outras (Braun et al., 2002; Chase & Alon, 2002).

Por fim, conclui-se que a escala de um navio de cruzeiros numa certa região apresenta um conjunto de vantagens e desvantagens, sendo que cada caso deve ser analisado individualmente, de modo a tomar as estratégias de abordagem mais adequadas a este tipo de turismo.

Capítulo 4 - A Indústria de Cruzeiros na RAM – O porto do Funchal

4.1 – Introdução

Antes de abordar os impactos económicos do turismo de cruzeiros na Madeira é necessário considerar as características do porto do Funchal. Em primeiro lugar, é necessário referir que este é o único porto capaz de receber navios de cruzeiro na ilha da Madeira, pelo que todo o impacto económico deste tipo de turismo na região passa pelo porto do Funchal.

Tendo em conta o que foi referido no parágrafo anterior, procura-se, neste capítulo, fazer uma apresentação geral do porto do Funchal. Deste modo, na primeira secção, introduz-se uma contextualização histórica do porto do Funchal, que pretende referir alguns dos principais momentos que marcaram a evolução desta infraestrutura, que teve a sua origem em finais do século XVIII.

A segunda secção apresenta as características gerais do porto do Funchal, nomeadamente a localização da ilha da Madeira, a gare marítima internacional e as zonas de acostagem existentes.

As três secções seguintes estão interligadas e procuram traçar um quadro geral do turismo no porto do Funchal. A **secção inicial** assinala os primeiros movimentos de navios de passageiros no porto do Funchal, que procuravam a Madeira para fazer turismo. A **segunda secção** retrata a evolução que se registou ao longo dos últimos 100 anos, com uma análise mais detalhada da última década, em que se assistiu a um grande crescimento do número de escalas e de passageiros que transitaram no porto do Funchal. No que diz respeito à **terceira secção**, este analisa o funcionamento do porto do Funchal em termos gerais, referindo as principais épocas de movimentos e identificando as rotas de cruzeiros nas quais a Madeira se insere. Nesta secção são também identificadas as principais atividades que os cruzeiristas realizam e os sítios mais visitados, enquanto escalam no porto do Funchal.

Finalmente, a última secção, refere-se à articulação e promoção do porto do Funchal. Nesta última parte do capítulo, são expostas algumas das iniciativas levadas a cabo pela APRAM (Administração de Portos da Região Autónoma da Madeira ou Portos da Madeira), ao longo das últimas décadas. Destaca-se o estabelecimento de uma parceria com as ilhas Canárias, que permitiu a criação de uma zona geográfica para o turismo de cruzeiros, designada por as ilhas Atlânticas.

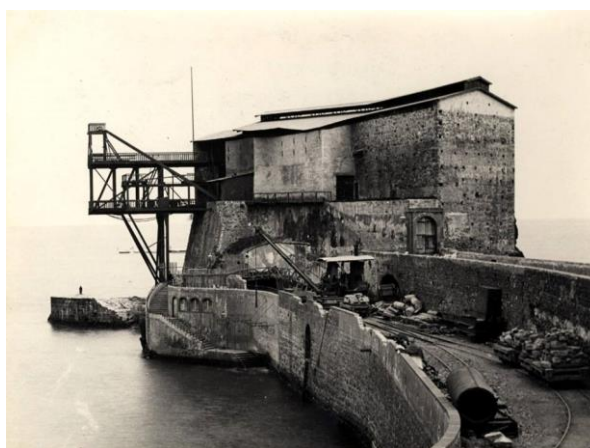
4.2 – Contextualização histórica do porto do Funchal

Com o (re)descobrimento da Madeira, em 1419, por João Gonçalves Zarco, altos responsáveis da coroa portuguesa aperceberam-se das boas condições climáticas existentes nesta ilha, bem como da boa qualidade do solo, pelo que, a partir de 1425, impulsionaram o seu povoamento e colonização (Simões, Sumares, & Silva, 2002). De acordo com estes autores,

desencadeou-se, desde logo, uma economia de subsistência, onde se destacaram produtos como o trigo, o açúcar e o vinho, com maior incidência para os últimos dois, que a partir de 1450 passaram a ser exportados para a Inglaterra, primeiro o açúcar, que teve a sua fase de apogeu no século XVI, e mais tarde a vinha, que recebeu um grande impulso na produção nos séculos XVII e XVIII, aquando do estabelecimento dos ingleses na ilha (Simões et al., 2002).

Durante as várias fases de exportação dos produtos referenciados, a cidade do Funchal estabeleceu-se como um centro polarizador, exportador e importador, com os embarques e desembarques de produtos a serem realizados na praia, mais vulgarmente designada de “Calhau” (Simões et al., 2002). No entanto, o aumento do tráfego e a crescente exportação vinícola justificaram a execução de obras portuárias no Funchal (Sousa, 2005). Na parte ocidental da baía do Funchal existia uma pequena abra, formada por um conjunto de vários rochedos, onde as embarcações se abrigavam do mau tempo. Neste local, nasceu o primeiro cais de desembarque da cidade, em 1766, que ligava à terra o Ilhéu de São José (Figura 4.1) (Simões et al., 2002; Sousa, 2005).

Figura 4.1 - Ilhéu de São José, também designado de Ilhéu da Pontinha (século XIX)



Fonte: www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida

No entanto, esta infraestrutura não convenceu os comerciantes madeirenses, pelo facto de ainda ficar distante do centro da cidade e o acesso terrestre não ser o melhor para o transporte de mercadorias, pelo que o seu uso apenas fazia-se em alturas de mau tempo, dando-se preferência aos embarques e desembarques no calhau (Sousa, 2005).

Em 1885, dá-se a construção do primeiro porto de abrigo do Funchal, que consistiu na ligação do Ilhéu de São José ao de N. Senhora da Conceição (Figura 4.2). As obras prolongaram-se até 1889, contudo, um forte temporal em 1892, provocou vários danos na estrutura, obrigando a um reforço dos perfis, de modo a oferecer uma maior estabilidade, tendo a obra ficado definitivamente concluída em 1895 (Simões et al., 2002; Sousa, 2005).

Figura 4.2 - Ampliação do molhe da Pontinha, entre o Forte de São José e o Forte de N. Senhora da Conceição (século XIX)



Fonte: www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/

Segundo Sousa (2005), com a construção de um porto de abrigo, um comerciante local explorou um caminho de ferro, que ligava a pontinha ao centro da cidade, resolvendo o problema do transporte terrestre de mercadorias (Figura 4.3).

Figura 4.3 – Caminho de ferro entre o centro da cidade e o Ilhéu da Pontinha (1887)



Fonte: www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/

No início do século XX, o Funchal dispunha de um porto de abrigo que oferecia condições razoáveis para a época, com cerca de 120 metros acostáveis, e de um **molhe cais** no centro da

cidade, entretanto construído, onde se realizava o embarque/desembarque de passageiros dos navios fundeados ao largo (Sousa, 2005).

A terceira fase de ampliação do porto do Funchal decorreu entre 1934 e 1939, incluindo a abertura dum túnel através do ilhéu de N. Senhora da Conceição e o prolongamento do molhe da Pontinha, numa extensão de 317 metros, para além da construção de um troço na avenida marginal (Simões et al., 2002; Sousa, 2005). Ainda segundo estes autores, mal esta obra tinha terminado e já se reconhecia as limitações da mesma, face à evolução dos tráfegos e necessidades da região, que desde logo obrigaram a procurar outras soluções, com vista à remodelação e ampliação do projeto inicial (Figura 4.4).

Figura 4.4 – Terceira fase de ampliação do porto do Funchal (década de 40)



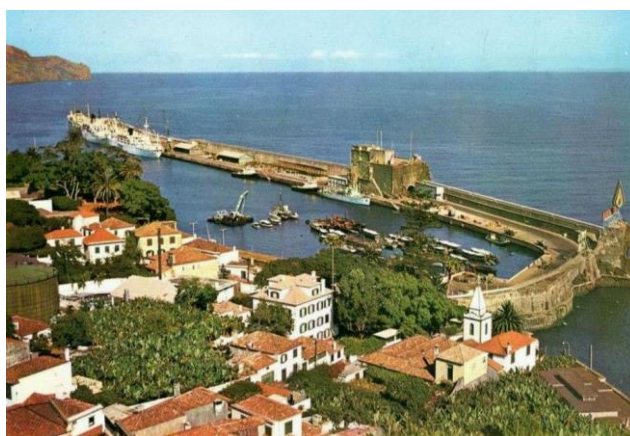
Fonte: www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/

Finalmente, em 1957, iniciou-se a 4ª ampliação do porto do Funchal, que resultou num aumento do cais acostável e ampliação da área abrigada (Figura 4.5), trazendo um conjunto de vantagens como:

- a atracação de muitos navios que ficavam ao largo;
- o melhoramento e alargamento das vias de acesso ao porto;
- o abastecimento de combustíveis à embarcação;
- a construção de armazéns e depósitos para as mercadorias;
- a criação de uma área abrigada para os serviços do aeroporto marítimo;

Em termos de ampliação, esta foi a última empreitada que se realizou no cais sul do porto do Funchal, tendo ficado concluída em 1962 (Simões et al., 2002; Sousa, 2005)

Figura 4.5 - Quarta fase de ampliação do porto do Funchal (década de 60)



Fonte: www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/

Nas últimas décadas do século XX, destaque ainda para a construção do cais norte, que inicialmente foi utilizado como terminal de cargas e descargas, na década de 80 (Almeida, 2011).

No ano de **2004** foi aprovado o plano diretor do porto do Funchal, que definiu a transferência de todo o tráfego de carga, com destino à Madeira, para o porto do Caniçal, na zona este da ilha, ficando o porto do Funchal destinado exclusivamente ao turismo e atividades náuticas (APRAM, 2015c).

A partir de **2010** o porto do Funchal ficou dotado de um terminal de passageiros, a Gare Marítima Internacional do Funchal (Figura 4.6). Esta obra, construída no cais sul, constitui uma mais-valia notável para o porto, permitindo receber, com todas as condições, os passageiros dos navios de cruzeiro (Almeida, 2011).

Por fim, no ano de 2015, é inaugurado um novo cais acostável, construído no âmbito das obras de remodelação da frente mar do Funchal, na sequência do temporal de 20 de fevereiro de 2010. Esta nova infraestrutura tem um comprimento de 330 metros e permite a atracação de navios com um calado até 7,5 metros (Figura 4.6) (APRAM, 2015a).

Figura 4.6 - À esquerda a Gare Marítima Internacional do porto do Funchal (2012) e à direita o novo cais acostável (2015)



Fonte: APRAM (2015)

4.3 – Características do porto do Funchal

O porto do Funchal, como o próprio nome indica, está localizado na capital da ilha da Madeira, a cidade do Funchal. A ilha da Madeira localiza-se no oceano Atlântico, a sudoeste de Portugal Continental e a 978 km da capital Lisboa. Do lado este tem o continente Africano a 700 km e a sul o Arquipélago das Canárias a 450 km. Encontra-se inserida numa região denominada Macaronésia, da qual fazem parte os Arquipélagos da Madeira, Açores, Canárias e Cabo Verde (Direção Regional do Turismo da Madeira, 2015) (Figura 4.7).

Figura 4.7 - Localização da ilha da Madeira



Fonte: www.maps.google.pt/

A cidade do Funchal está localizada na parte sul da ilha e dispõe da única infraestrutura portuária capaz de receber navios de cruzeiro na Madeira: o porto do Funchal (Figura 4.8).

Figura 4.8 - Porto do Funchal (2015)



Fonte: APRAM (2015)

Com a inauguração da Gare Marítima Internacional em **2010** e do novo cais acostável em 2015, esta infraestrutura vem acompanhando o crescimento que se registou a nível de escalas e passageiros na última década, oferecendo, cada vez mais, melhores condições para o turismo de cruzeiros.

O porto do Funchal está dividido em duas zonas, **norte e sul**, sendo a última mais frequentemente utilizada por navios de cruzeiro, pois possui maior profundidade e é onde está localizada a Gare Marítima. Com a construção do novo cais acostável, o porto do Funchal disponibiliza cerca de 1362 metros para a atracagem de navios de cruzeiro, bem como uma Rampa Ro-Ro, para as ligações ferry com o Porto Santo (APRAM, 2015a).

4.4 – A evolução do turismo no Porto do Funchal

Após a abertura das rotas comerciais atlânticas, no **século XVI**, a Madeira tem beneficiado da sua posição geoestratégica, passando o Funchal a ser um porto de apoio ao movimento comercial mundial, em especial nas rotas para a Índia e para o Brasil (Simões *et al.*, 2002). Devido à sua proximidade com correntes oceânicas e ventos alísios, que eram determinantes para a ligação com a América, África e Ásia, muitas embarcações escalavam no porto do Funchal para dar descanso às suas tripulações, antes de iniciarem essas longas travessias (Sousa, 2005).

A partir do século XVII, o porto do Funchal foi assistindo ao crescimento de expedições científicas, que escalavam na Madeira para realizar **investigações de cariz botânico**. Devido à sua situação geográfica e excelente clima, este destino veio a revelar-se como um laboratório vivo de espécimes para os investigadores da altura. Além de possuir uma flora endémica muito interessante, as condições climáticas e o solo da ilha foram considerados perfeitos para a

criação de jardins de aclimação, onde eram experimentalmente introduzidas plantas inéditas no continente europeu (Vieira, 2008 cit. in Almeida, 2011).

A partir do século XIX, com o despoletar da navegação a vapor, o destino Madeira voltou a tirar partido da sua posição geográfica e características climáticas. A ilha, devido ao seu clima, foi recomendada a nível europeu como o local ideal para o tratamento e recuperação de doenças pulmonares. Esta reputação gerou um fluxo de pessoas provenientes de diversos países europeus, que vinham para a ilha combater a tuberculose pulmonar, uma doença global, o que permitiu à Madeira atrair o chamado turismo terapêutico (Vieira, 2008 cit. in Almeida, 2011).

No século XX, ocorreram uma série de eventos que afetaram o movimento de navios no porto do Funchal. Se, por um lado, as duas grandes guerras mundiais e a guerra civil espanhola provocaram um declínio assinalável dos tráfegos, a vaga de emigração pós guerra veio a reanimar o movimento de navios na Madeira. No entanto, o posterior aparecimento da navegação aérea veio a alterar esta situação, pelo que o molhe da Pontinha, no final dos anos sessenta, encontrava-se praticamente deserto e sem atividade (Simões et al., 2002). Contudo, o porto do Funchal nunca deixou de ser um ponto de escala para navios com fins turísticos, tendo a região se afirmado, em especial na segunda metade do século XX, como um importante destino para os cruzeiros turísticos (Sousa, 2005).

4.4.1 – O movimento dos cruzeiros turísticos no porto do Funchal

Segundo Sousa (2005), a importância da Madeira como ponto de escala para navios de passageiros surgiu muito antes do “boom” dos cruzeiros turísticos. Nas décadas de 40 e 50 do século XX, o Funchal tornou-se um porto de escala regular para os navios a vapor que faziam a ligação quinzenal entre *Cape Town* e *Southampton*, permitindo o transporte de muitos turistas ingleses para a ilha (Portos da Madeira, 2015).

No início dos anos 60, a *Greg Line* foi uma das primeiras companhias de cruzeiros a operar regularmente entre a Inglaterra e a Madeira, onde existia uma comunidade inglesa importante. Ainda nesta época, começou a navegar para a ilha o navio *Canberra* da *P&O* (Figura 4.9), bem como um conjunto de outros cruzeiros soviéticos da *Black Sea Ship Companie*, provenientes de *São Petersburgo*. O movimento de cruzeiros na década de 60 e 70 foi dominado por estes navios soviéticos, que traziam muitos turistas dos países nórdicos da Europa (Sousa, 2005)

Figura 4.9 – Navio Canberra da P&O na baía do Funchal



Fonte: www.cruzeirosmadeira.blogspot.pt

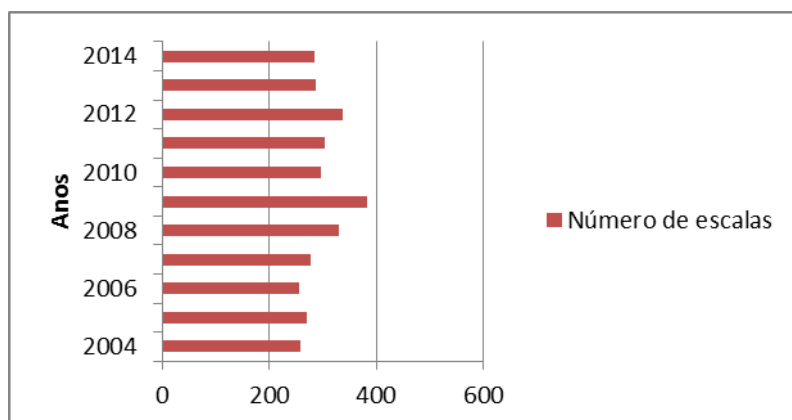
Nas décadas seguintes registou-se uma grande expansão da indústria de cruzeiros, inicialmente na zona de Miami e das Caraíbas, tornando-se depois um fenómeno global. O porto do Funchal sentiu estes efeitos e, sobretudo a partir da **década de 90**, assistiu-se a um aumento do número de linhas de cruzeiro, bem como de navios e de passageiros a viajarem para a Madeira (APRAM, 2015c; Sousa, 2005).

De 1954 a 2002 o movimento de passageiros em navios turísticos passou de 14 328 para 200 140 (Sousa, 2005). Contudo, foi no século XXI que estes valores sofreram um crescimento repentino, em parte devido ao aumento de escalas, mas também pela maior capacidade que os navios dispõem atualmente.

Na Figura 4.10, observa-se a evolução do número de escalas na última década. Verifica-se que não existe um crescimento linear, existindo alguns anos onde se regista algum decréscimo. No entanto, ressalva-se o fato de, em 2004, terem escalado na Madeira 257 navios, enquanto em 2014 o valor foi de 283 escalas, registando-se um crescimento acima dos 10%. Referência ainda para o ano de 2009, que bateu todos os recordes a nível de escalas, no qual passaram pela Madeira 382 navios de cruzeiro.

Entre as principais companhias que escalam no porto do Funchal destaca-se a **AIDA**. Esta companhia de cruzeiros alemã, pertencente ao grupo *Carnival*, tem movimentos regulares semanais na Madeira, entre os meses de setembro e abril, podendo ser considerado o operador mais representativo para o turismo de cruzeiros nesta região. Os navios *AIDA BLU*, *AIDA SOL*, *AIDA STELLA* e *AIDA BELLA* apresentam escalas regulares no porto do Funchal. A *P&O* é outro operador que mantém alguma regularidade no porto do Funchal, nomeadamente através dos navios *Oceana*, *Azura* e *Oriana*. Dentro do grupo *Carnival* destaque ainda para a *Costa Cruises*. Outras companhias que apresentam um volume de escalas considerável na Madeira são a *MSC*, a *Fred Olsen Cruises*, a *Tui Cruises* e a *Norwegian* (Portos da Madeira, 2015).

Figura 4.10 – Número de escalas de navios de passageiros (2004-2014)

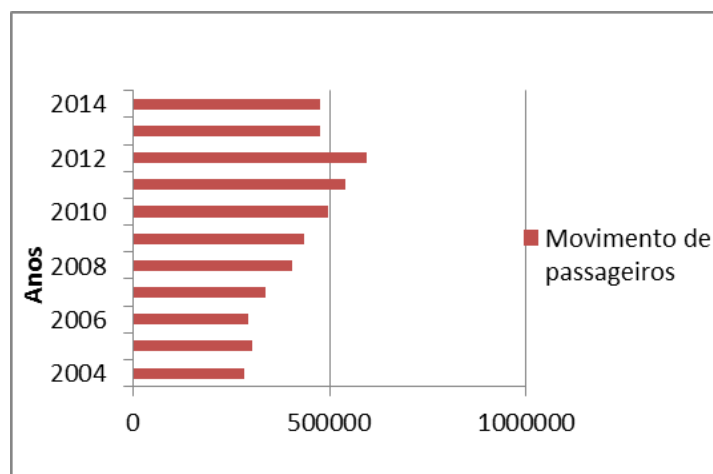


Fonte: Jesus (2010) cit. in Almeida (2011) & APRAM (2014)

No que diz respeito ao número de passageiros que visitaram a Madeira na última década (Figura 4.11), através do turismo de cruzeiros, verifica-se um crescimento quase contínuo até 2012. A exceção regista-se nos últimos dois anos, em que se registou um decréscimo, provocado pela perda de algumas escalas e de cancelamentos devido ao mau tempo na ilha. Ainda assim, verifica-se um grande crescimento no número de cruzeiristas na última década, na ordem dos 68%, passando de 282 799 milhares de passageiros em 2004, para 475 955 milhares em 2014. Em 2011 e 2012, passou-se pela primeira vez a barreira dos 500 mil passageiros, com o máximo registado a ser de 592 935 milhares de passageiros, no ano de 2012.

Segundo dados fornecidos pela *Blandy Travel*, os principais mercados que escalam no porto do Funchal são o alemão e o britânico, seguidos de longe pelos cruzeiristas norte-americanos.

Figura 4.11 – Movimento de passageiros no Porto do Funchal (2004-2014)



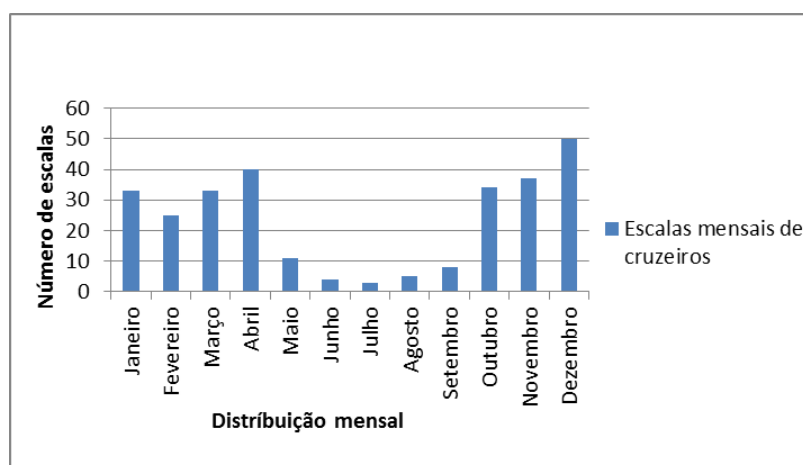
Fonte: APRAM (2014)

4.4.2 - Os circuitos de cruzeiros

O porto do Funchal encontra-se inserido nos circuitos de cruzeiros que se desenvolvem nas ilhas atlânticas, nomeadamente Madeira e Canárias, estando também incluído nas rotas que operam no Norte de África, Mediterrâneo Ocidental e fachada atlântica da Europa (Sousa, 2005). O Funchal é também utilizado como ponto de escala por muitas companhias que realizam viagens transatlânticas, entre a Europa e a América e vice-versa, nas épocas de reposicionamento global das suas frotas. Isto acontece por alturas de abril e novembro, onde se registam os picos de movimento do porto do Funchal, resultado do somatório dos navios que escalam em movimentos regulares com os que escalam em reposicionamento (Almeida, 2011).

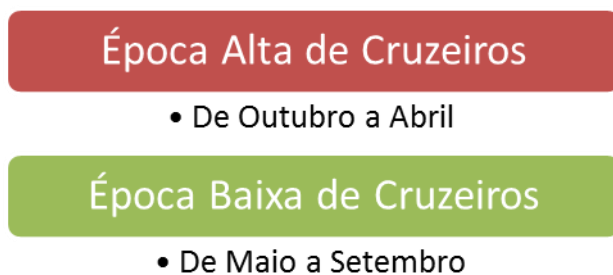
Nos meses de verão, as companhias operam no Mediterrâneo e Norte da Europa, aproveitando as condições atmosféricas mais amenas, nomeadamente no Norte. A partir de novembro, muitas optam por se deslocar para a zona das Caraíbas. A Madeira recebe os seus movimentos regulares entre os finais do mês de **setembro e abril**, altura em que escalam no porto do Funchal cruzeiros que realizam o mesmo tipo de itinerário, como é o caso da companhia AIDA, e outros que alternam entre o Mediterrâneo e as ilhas Atlânticas (Almeida, 2011; Sousa, 2005). Deste modo, entre os meses de **maio e setembro**, regista-se uma fraca afluência de navios no porto do Funchal (Figuras 4.12 e 4.13).

Figura 4.12 - Escalas mensais de cruzeiros (2014)



Fonte: APRAM 2015

Figura 4.13 - Movimentos de Cruzeiros na Madeira



Fonte: APRAM (2015)

O porto do Funchal assume-se, principalmente, como um porto de escala. Nos últimos anos têm sido feitos alguns esforços para tornar a Madeira num destino *turnaround*, isto é, existirem cruzeiros a iniciar e a terminar no Funchal. Estes movimentos geram a criação de mais-valias, nomeadamente a hipótese dos cruzeiristas permanecerem em férias na região, antes ou após o embarque. Um dos objetivos da criação da gare marítima foi possibilitar a existência destes movimentos, no entanto a concorrência das ilhas Canárias, que oferecem condições muito mais vantajosas para as companhias, nomeadamente a nível de custos, tem dificultado o aumento dos embarques e desembarques na região (Almeida, 2011).

Os passageiros que escalam no Funchal têm um variado leque de atividades por onde escolher. Normalmente optam por realizar uma excursão patrocinada pela companhia de cruzeiros, ou então exploram o destino por meios próprios. O local mais visitado pelos turistas de cruzeiros é o Mercado dos Lavradores (Figura 4.14), no centro da cidade, seguido pelas visitas ao Monte, onde muitos turistas aproveitam para andar nos famosos carros de cesto. As visitas a jardins são também muito populares entre os cruzeiristas, nomeadamente o Jardim Botânico (Figura 4.14), bem como a prova de Vinho Madeira numa adega local (Edei Consultores, 2005).

Figura 4.14 – À esquerda o Mercado dos Lavradores e à direita o Jardim Botânico



Fonte: www.cm-funchal.pt

Os que optam por participar em excursões organizadas pela companhia de cruzeiros têm a oportunidade de sair do centro da cidade e visitar zonas rurais da Madeira, nomeadamente os concelhos de Câmara de Lobos, Porto Moniz, São Vicente e Santana, onde encontram atrações locais como museus, grutas, praias, fábricas de artesanato e bordado, bem como um conjunto de miradouros com paisagens únicas (Almeida, 2011).

Existem ainda companhias como a AIDA que promovem atividades mais dinâmicas, nomeadamente a prática de mergulho, *snorkeling*, *canoeing*, *raft*, passeios de bicicleta, numa aposta direcionada para segmentos mais jovens (Almeida, 2011).

4.5 – Promoção e articulação do Porto do Funchal

A nível de promoção do porto do Funchal, segundo entrevista realizada com a Dr.^a Patrícia Bairrada da APRAM, a 8 de janeiro de 2015, a promoção é realizada em parceria com as ilhas Canárias, sob a marca “*Cruises in the Atlantic Islands*”. De acordo com a APRAM, não faz sentido promover um porto por si só, pois as companhias não vêm para esta região apenas para escalar no porto do Funchal, mas sim uma região Atlântica, constituída por um conjunto de destinos que apresentem atratividade para o turismo de cruzeiros.

A promoção efetiva realiza-se em **duas feiras** anuais: uma nos Estados Unidos da América, normalmente no mês de março, designada *Seatrade Miami*; e outra na Europa, que muda de sede todos os anos, a *Seatrade Europe*. A nível interno, regista-se a parceria com os portos portugueses, através da marca “*CruisePortugal*”, que procura promover o turismo de cruzeiros em associação com a marca Portugal. A ideia não se trata de promover um porto, mas sim um destino, através da conjugação de esforços entre todas as regiões, numa parceria liderada pelo Turismo de Portugal (RTP MADEIRA, 2015).

A Madeira apresenta um calendário de eventos anuais que tem algum impacto na atividade e atração das companhias. A APRAM tem procurado divulgar estas festividades, adotando uma vez mais a perspetiva da marca regional e não do porto em si. Entre os eventos que acontecem na época alta de cruzeiros, destacam-se o Carnaval, a Festa da Flor e o Natal/Fim de Ano. Pode-se afirmar que o espetáculo pirotécnico de final de ano representa o maior cartaz turístico regional, pois é raro o ano em que os hotéis não apresentam uma taxa de ocupação acima dos 90%. O mesmo acontece no porto do Funchal, que apresenta todos os anos lotação esgotada, quase sempre com mais de 10 navios de cruzeiro para assistir ao fogo de artifício. Para entender o impacto que este evento tem no mercado de cruzeiros, refere-se apenas que o porto já está lotado com reservas de navios para os próximos 4 anos, na noite de 31 de dezembro para 1 de janeiro. Para o ano de 2015, estão previstas 10 escalas na noite de fim de ano (APRAM, 2015a).

No decorrer dos últimos anos, o porto do Funchal tem estado em destaque a nível internacional. Em **2010**, este porto foi distinguido na *SEATRADE MED CRUISE CONVENTION* como o **segundo melhor porto de escala** para navios de cruzeiro na Europa, um galardão que poderá contribuir para o reforço do Funchal como um ponto de paragem privilegiado para a indústria de

cruzeiros (Almeida, 2011). Dois anos mais tarde, a revista especializada “*Cruise Insight*” anunciou que o porto do Funchal alcançou a **11ª posição** no ranking mundial dos portos que mais cresceram no movimento de passageiros, em 2012 (APRAM, 2015b).

4.6 – Conclusão

A história do porto do Funchal confunde-se, de certa maneira, com a história da própria ilha. A internacionalização da Madeira, através das trocas comerciais estabelecidas com países como a Inglaterra, tiveram como ponto de partida o porto do Funchal. Com o crescimento das exportações surgiu a necessidade de criar infraestruturas que acolhessem as embarcações e permitissem o embarque e desembarque de passageiros e mercadorias com toda a segurança.

A posição geoestratégica da Madeira foi outro fator que atraiu muitos navios para a ilha, que usavam o porto do Funchal para descanso da tripulação e abastecimento das embarcações, antes de partirem para outros rumos. Deste modo, ao longo dos últimos 250 anos, o porto do Funchal foi alvo de várias ampliações e melhorias que lhe permitem receber qualquer tipo de navio de passageiros na atualidade.

No que diz respeito ao turismo de cruzeiros, o porto do Funchal desde muito cedo recebeu passageiros que vinham à Madeira com o intuito de descansar. Contudo, o grande crescimento de escalas de cruzeiros aconteceu na segunda metade do século XX e inícios do século XXI. Nos últimos 10 anos, verificaram-se crescimentos no movimento de passageiros na ordem dos 68%, ultrapassando por dois anos consecutivos a barreira do meio milhão. As escalas também têm aumentado, com um recorde máximo de 382 escalas no ano de 2009.

O porto do Funchal recebe navios de cruzeiros que realizam rotas no Mediterrâneo Ocidental, norte de África, fachada atlântica e ilhas atlânticas. Os seus picos de movimento verificam-se entre os meses de outubro e abril, registando-se uma forte sazonalidade nos restantes meses do ano.

Em 1994, o porto do Funchal estabeleceu uma parceria com as ilhas Canárias, sob a marca *Cruises in the Atlantic Islands*. Esta parceria revelou-se determinante na atração das companhias de cruzeiro para esta região do atlântico, resultando num aumento de escalas e passageiros. Estas regiões desenvolvem ações promocionais em conjunto, nomeadamente em duas feiras anuais do setor, realizadas nos EUA e na Europa.

O porto do Funchal procura associar o turismo de cruzeiros com a marca Madeira, não promovendo o porto em si, mas sim a oferta que o destino apresenta na globalidade. A Madeira dispõe de um calendário de eventos anuais que tem influência no planeamento das companhias de cruzeiro e que contribui para o aumento da competitividade do porto do Funchal.

Capítulo 5 - Metodologia

5.1 – Introdução

Este capítulo apresenta os diferentes métodos utilizados para a concretização do estudo empírico desta investigação. Em primeiro lugar, são apresentados os principais objetivos do estudo, que passam por analisar as despesas turísticas que são geradas no Funchal, em consequência direta do turismo de cruzeiros. No entanto, existem outras informações que se pretende reunir através da recolha de dados primários e secundários.

Em segundo lugar, são indicados os procedimentos utilizados para a recolha de dados, sendo que, o instrumento adotado para a recolha de dados primários foi o inquérito por questionário, enquanto os dados secundários foram recolhidos através do contato direto com agentes locais que lidam diretamente com o turismo de cruzeiros.

Na última parte do capítulo são explicados os métodos usados para a análise dos dados recolhidos, existindo uma distinção entre dados primários, que serviram para contabilizar as despesas dos passageiros e tripulantes, e dados secundários, que foram utilizados para a determinação dos gastos das companhias de cruzeiros.

5.2 – Objetivos/Questões de Investigação

O objetivo principal desta investigação passa por **analisar as receitas diretas geradas pelo turismo de cruzeiros no porto do Funchal**. Para tal, analisa-se nesta parte empírica, as três fontes de receitas provenientes desta indústria: as despesas dos passageiros; as despesas dos tripulantes e as despesas das companhias de cruzeiros, durante a sua escala no destino Madeira. Pretende-se analisar os padrões de despesa de passageiros e tripulantes, identificando as suas despesas médias em diferentes categorias, bem como os tipos de serviços requeridos por um navio de cruzeiros, enquanto está fundeado no porto do Funchal. Complementarmente, investigam-se as principais motivações de um cruzeirista para realizar um cruzeiro com escala no Funchal, o seu nível de satisfação no destino, o comportamento durante a visita, a intenção de recomendar e regressar ao destino, assim como o seu perfil sociodemográfico. No caso dos tripulantes, considera-se as suas despesas no destino, as atividades realizadas, a satisfação perante vários atributos da região, a intenção de recomendar a visita à Madeira e o seu perfil sociodemográfico.

5.3 - Métodos de recolha de dados

Apesar de já existirem alguns estudos relacionados com os gastos dos cruzeiristas durante a sua escala no Funchal (Almeida, 2011; Edei Consultores, 2005), considerou-se que esses resultados apresentados poderão já estar desatualizados e não consideram algumas características que esta investigação pretende abordar. Por outro lado, nenhum estudo aborda a influência que

os tripulantes têm na economia regional, nem as despesas das companhias de cruzeiros, resultantes de ter um navio em porto.

Tendo em conta o que foi dito no parágrafo anterior, foi necessário proceder-se à recolha de dados primários, para a execução desta investigação. Dada a natureza quantitativa do estudo, optou-se por recolher esses dados através de inquéritos por questionário, que permitem a recolha de quantidades de informação consideráveis, através da inquisição a uma amostra, proveniente de uma população (Black, 1999).

Além da recolha de dados primários junto dos passageiros e tripulantes, procedeu-se à recolha de dados secundários para complementar a informação recolhida, nomeadamente a nível do número de cruzeiristas e tripulantes que transitam na região anualmente. Foram também utilizados dados secundários para a estimativa dos gastos das companhias de cruzeiros na região, fornecidos pela APRAM e por um agente de navegação local. Se alguns desses dados encontram-se disponíveis *online*, através do site da APRAM, outros foram conseguidos através da realização de entrevistas exploratórias, que permitiram a recolha de dados fundamentais para a investigação.

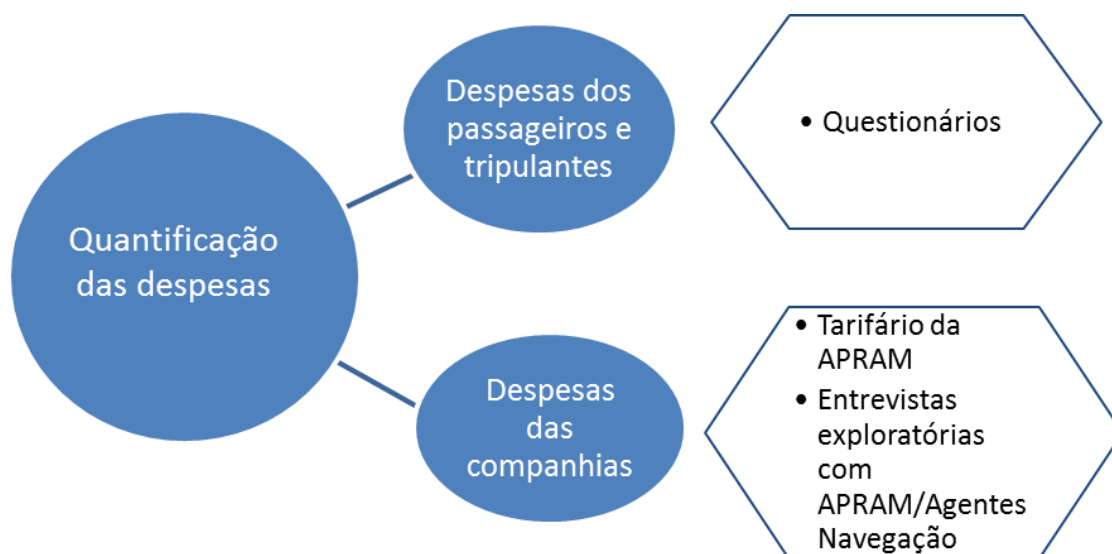
Uma das entrevistas exploratórias realizadas foi com a Dr.^a Patrícia Bairrada, responsável pelo marketing e promoção da APRAM, e teve lugar a 8 de janeiro de 2015. Através desta entrevista foi possível recolher informações relativamente a várias temáticas que envolvem o turismo de cruzeiros, nomeadamente a importância que o turismo de cruzeiros tem na região, representando cerca de meio milhão de visitantes anuais e sendo visto como um complemento ao turismo convencional. Após a entrevista, foram facultados dados relativos às despesas das companhias de cruzeiros na região, em serviços portuários, baseados no tarifário permanente da APRAM, entre outras informações, como estudos relacionados com a temática.

A outra entrevista realizada teve lugar no dia 9 de janeiro de 2015 e foi dirigida a um diretor de uma agência de navegação local. Entre outras questões abordadas, recolheram-se dados fundamentais relativos aos valores despendidos pelas companhias de cruzeiro, em serviços relacionados com o agente de navegação. Registou-se, igualmente, a opinião do entrevistado, que considera que o porto do Funchal é muito limitado para a realização de embarques e desembarques de passageiros, devido à pouca capacidade de escoamento que o aeroporto da Madeira oferece, entre outras variantes, relacionadas com os elevados custos das passagens aéreas e taxas aeroportuárias.

Além destas entrevistas, foram realizados contatos frequentes com alguns *stakeholders* responsáveis pela prestação de serviços relacionados com o turismo de cruzeiros, onde se incluem: prestadores de serviços de transporte; organizadores de excursões locais, representantes de uma agência de navegação e agentes do SEF, que permitiram a recolha de vários indicadores.

Na figura 5.1 é possível observar os métodos utilizados para a quantificação das despesas dos passageiros, tripulantes e companhias de cruzeiros.

Figura 5.1 – Métodos de recolha de dados utilizados para a quantificação das despesas do turismo de cruzeiros



5.3.1 – Definição da população em estudo

A investigação empírica é baseada em generalizações que permitem testar hipóteses e traçar características descritivas de um determinado objeto de pesquisa. Sendo assim, não é possível, frequentemente, recolher dados de todas as unidades potenciais de análise pertencentes a um certo assunto de pesquisa, devido aos elevados custos financeiros/temporais associados. O conjunto de todas estas unidades potenciais de análise é designado de **população** (Frankfort-Nachmias & Nachmias, 1996). Segundo este mesmo autor, a população tem de ser definida em termos de: (1) conteúdo, (2) extensão e (3) tempo. Tendo isto em mente, a **população** desta investigação consiste em (a) todos os cruzeiristas e tripulantes com mais de 18 anos, (b), que transitaram no porto do Funchal (c) entre os dias 13 e 30 de abril de 2015.

5.3.2 – Técnica de amostragem aplicada

Sabendo que não é viável recolher dados de todos os elementos de uma população, os investigadores têm de limitar essa recolha a um subconjunto de elementos que representem essa população. Esse subconjunto de elementos é designado de **amostra**, a partir da qual se estabelecem generalizações para toda a população (Frankfort-Nachmias & Nachmias, 1996).

Segundo Frankfort-Nachmias & Nachmias (1996), o principal requisito de uma amostra é que esta seja, tanto quanto possível, representativa da população de onde foi retirada, ou seja, que produza resultados semelhantes àqueles que seriam obtidos se o investigador analisasse toda a população. De acordo com Black (1999), existem duas técnicas de amostragem que são aplicadas: amostragem probabilística e amostragem não probabilística (Tabela 5.1). No caso da probabilística, é possível especificar a probabilidade que cada elemento de uma população tem em ser incluído na amostra. No outro método, é impossível indicar se uma unidade tem alguma hipótese de ser inserida na amostra.

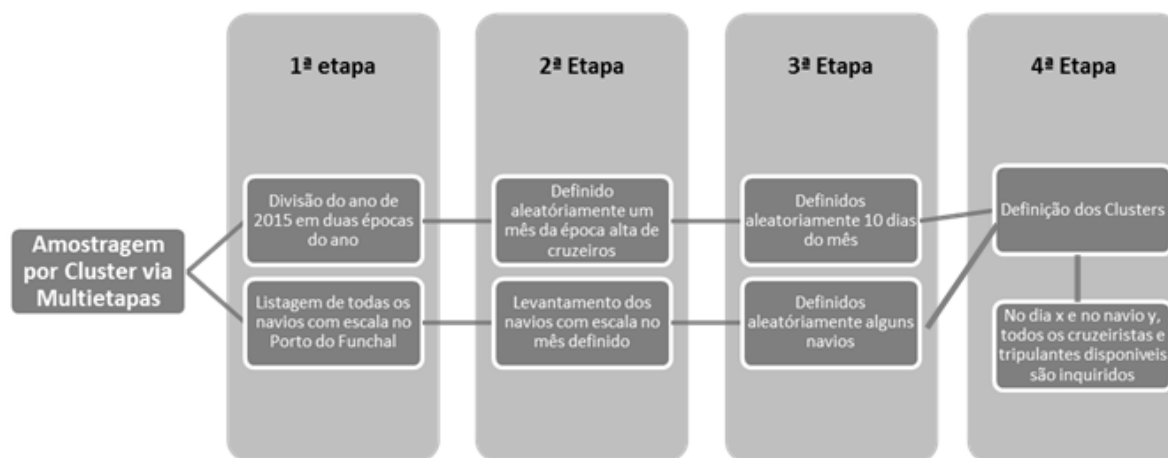
Tabela 5.1 - Técnicas de Amostragem

Amostragem probabilística	Amostragem não probabilística
Amostragem aleatória simples	Amostragem por conveniência
Amostragem estratificada	Amostragem bola de neve
Amostragem por <i>clusters</i>	Amostragem por quotas
Amostragem por multietapas	
Amostragem sistemática	

Fonte: Black (1999)

Nesta investigação, utilizou-se a amostragem probabilística por *clusters* via multietapas. Esta técnica, exemplificada na Figura 5.2, consistiu na divisão do ano de 2015 em duas épocas, época alta de cruzeiros e época baixa de cruzeiros. Foi escolhido aleatoriamente um mês da época alta de cruzeiros e dentro desse mês foram escolhidos 10 dias, de forma aleatória. Para a escolha dos navios foi realizada, inicialmente, uma listagem das escalas no porto do Funchal. Tendo em conta o período temporal definido, foram escolhidos, aleatoriamente, alguns navios. Posteriormente foram escolhidos os cruzeiristas e tripulantes que se mostraram disponíveis para participar no inquérito. Segundo Eusébio (2006), este tipo de amostragem permite realizar investigações com um nível de representatividade aceitável.

Figura 5.2 – Processo de amostragem utilizado – amostragem por *cluster* via multietapas



5.3.3 - Instrumento de inquirição

Segundo Eusébio (2006), quando se pretende recolher informação sobre o valor das despesas dos visitantes e as categorias onde essas despesas são realizadas, bem como informações relativas às características do visitante e da sua viagem, o melhor instrumento de pesquisa é o inquérito por **questionário**.

O questionário pode ser composto por questões fechadas, abertas ou mistas. Nas questões fechadas são apresentados aos respondentes um conjunto de opções de resposta e é-lhes pedido que escolham a opção que mais corresponde às suas crenças ou atitudes. No caso das questões abertas, pede-se aos inquiridos que respondam por suas próprias palavras, não lhes

sendo dado qualquer tipo de opção. As principais vantagens das questões fechadas são serem diretas, simples e rápidas de responder e analisar, não requerendo qualquer tipo de escrita ao respondente. As questões abertas têm a desvantagem de recolher um conjunto de respostas muito abrangente, que nalguns casos não são interpretáveis, permitindo, no entanto, um entendimento mais aprofundado sobre o tema em questão (Frankfort-Nachmias & Nachmias, 1996).

Tendo em conta a natureza quantitativa deste estudo, a maioria das perguntas que compõem o questionário são questões fechadas. Foram utilizadas várias escalas para responder a este tipo de perguntas, nomeadamente escalas do tipo *Likert*, *checklists*, *yes/no*, ordinais e de intervalo. Segundo Black (1999), as escalas do tipo *Likert* normalmente possuem entre 5 a 7 pontos e têm a vantagem de tornar mais explícito aos respondentes o significado de cada extremo da escala, facilitando a sua interpretação e aumentando a confiabilidade e validade das respostas. Nas *checklists*, é apresentado aos respondentes uma série de opções, que podem ser de escolha única ou múltipla, enquanto nas *yes/no*, o inquirido apenas responde a uma opção. Nas escalas ordinais, é pedido aos respondentes que coloquem as respostas por uma ordem, ou então essa ordem já é indicada na pergunta. Por fim, as escalas de intervalo, apresentam um conjunto de valores com igual distância entre si (ex: 0 a 3000; 3001 a 6000; 6001 a 9000), e são muitas vezes utilizadas em questões onde o entrevistado não se sente à vontade para indicar um valor específico (ex: nível de rendimento) (Black, 1999; Fink & Kosecoff, 1998).

A construção de um questionário deve ter em conta algumas regras de escrita. Segundo Fink & Kosecoff (1998), a elaboração de um questionário deve considerar os aspetos apresentados na Tabela 5.2.

Tabela 5.2 - Regras para a formulação de perguntas num questionário

Cuidados a ter na construção de um questionário
1 - As questões devem dizer respeito ao indivíduo
2 - Usar linguagem simples
3 - Fazer questões concretas
4 - Evitar usar questões com carga emocional/social elevada
5 - Formular questões sem assumir tendências
6 - Questões pessoais devem ser formadas com prudência
7 - Cada questão deve considerar apenas um aspeto

Fonte: Fink & Kosecoff (1998)

Foram criadas duas versões dos questionários, uma para os passageiros e outra para os tripulantes, que se passa a apresentar na secção seguinte.

a) Questionário aos cruzeiristas

Tendo em conta as indicações referidas na Tabela 5.2, procurou-se formalizar um conjunto de questões que respeitasse estas regras e que fossem ao encontro dos objetivos do estudo. O questionário dos passageiros foi dividido em 4 secções, onde se apresentam diferentes características dos respondentes. A primeira parte analisa as motivações para participar num

cruzeiro, onde se consideram questões como a motivação dos cruzeiristas em vários atributos ou a sua repetição em cruzeiros e na visita à ilha da Madeira (Tabela 5.3).

Tabela 5.3 - Questões incluídas na 1.ª secção do questionário: motivações para participar num cruzeiro/experiências anteriores em cruzeiros e na ilha da Madeira

Informação a obter	Tipo de Questão	Objetivo	Questão a utilizar	Fonte utilizada
1 - Motivações para viajar num cruzeiro/experiências anteriores em cruzeiros e na ilha da Madeira				
Motivos para a viagem no cruzeiro (21 itens)	Fechada	Saber a importância de vários atributos como motivos para fazer um cruzeiro.	Considera que os seguintes aspetos foram importantes motivos para participar num cruzeiro? - escala <i>Likert</i> de 1 a 5 (de discordo completamente a concordo plenamente)	Andriotis (2010)
Considerar o Cruzeiro como via de exploração de destinos	Fechada	Determinar se os cruzeiristas consideram o cruzeiro como uma boa via para explorar novos destinos.	Considera que o cruzeiro é uma boa forma de explorar novos destinos?	CLIA (2015)
Regresso a um destino visitado por cruzeiro	Fechada	Determinar se os cruzeiristas já retornaram a um destino, como turistas convencionais, inicialmente visitado num cruzeiro.	Já regressou a um destino (como turista convencional), visitado inicialmente como cruzeirista?	CLIA (2015)
Repetência em cruzeiros	Mista	Determinar se o inquirido é repetente ou está a realizar o seu primeiro cruzeiro.	É a primeira vez que participa num cruzeiro?	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Repetência na Madeira	Mista	Determinar se o inquirido visita a Madeira pela primeira vez.	Primeira visita à Madeira?	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Grupo de Viagem	Mista	Saber com quem o inquirido viaja.	Com quem viaja a bordo do cruzeiro?	Brida <i>et al.</i> (2012a)

Na 2.ª secção do questionário, inquiriram-se os cruzeiristas sobre as suas **despesas no destino**, analisando o seu consumo em diferentes categorias (comidas e bebidas, excursões, entradas em atrações locais, transportes, shopping, telefone e internet, guias de viagem e outras despesas), bem como as atividades em que participaram (Tabela 5.4). Esta secção começa com uma **questão filtro**, que divide os respondentes em dois subgrupos. Perguntou-se aos respondentes se participaram em alguma excursão no destino, sendo que, no caso dos que responderam negativamente, foram-lhes dadas instruções para que ignorassem as questões associadas com a excursão e passassem para a questão 2.6, relativa aos gastos totais no destino. Este conjunto de questões são denominadas de **contingentes**, pois apenas se aplicam aos que responderam afirmativamente na questão filtro indicada inicialmente (Frankfort-Nachmias & Nachmias, 1996).

Tabela 5.4 - Questões incluídas na 2.ª secção do questionário: consumo dos cruzeiristas e comportamento no destino

Informação a obter	Tipo de Questão	Objetivo	Questão a utilizar	Fonte utilizada
2 - Consumo dos cruzeiristas e comportamento no destino				
Participação em excursão	Fechada	Saber se os cruzeiristas participaram em excursões neste destino.	Na sua escala no Funchal participou em alguma excursão?	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Excursão realizada	Aberta	Saber qual a excursão realizada.	Por favor identifique a excursão que realizou	
Participação na excursão organizada pela companhia	Fechada	Saber se a excursão em que participaram foi organizada pela companhia ou através de meios próprios.	A excursão em que participou foi organizada pela companhia de cruzeiros?	Lara & Penco (2014); Brida <i>et al.</i> (2012a)
Aquisição da excursão	Mista	Saber o local em que os visitantes adquiriram as excursões.	Em que local adquiriu a sua excursão?	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Valor pago pela excursão	Mista	Determinar o valor pago pelas excursões por parte dos cruzeiristas.	Quanto pagou pela excursão (valor por pessoa)?	Lara & Penco (2014)
Despesa total efetuada no destino	Aberta	Saber o valor médio de despesa que cada visitante realiza no destino.	Quanto gastou enquanto esteve no destino (valor por pessoa)?	Lara & Penco (2014); Brida (2010)
Tipos de Despesa dos passageiros enquanto escalaram no Funchal	Aberta	Determinar as despesas dos passageiros, por categorias de produtos/serviços.	Indique as suas despesas, nas seguintes categorias de produtos, durante a sua escala (valor por pessoa)	Eusébio (2006); Brida (2010); Lara & Penco (2014)
Número de horas no destino	Aberta	Saber quanto tempo os cruzeiristas passaram na ilha.	Quantas horas esteve fora do navio neste destino?	Brida (2010)
Atividades no Funchal	Mista	Saber quais as atividades que os visitantes fizeram no destino.	Em quais das seguintes atividades participou na ilha da Madeira?	Andriotis (2010)

A 3.ª secção do questionário aborda a avaliação e recomendação do destino por parte dos inquiridos. Nesse sentido, foi pedido aos mesmos que apontassem a sua satisfação com 18 atributos do destino, numa escala de *Likert* de 1 a 5, onde 1 significa muito insatisfeito e 5 significa totalmente satisfeito. Pediu-se, igualmente, que indicassem a probabilidade de regressar ao destino como turistas convencionais e em outro cruzeiro. Esta probabilidade foi medida através de uma escala de *Likert* de 1 a 5, onde 1 significa muito improvável e 5 significa muito provável. Avaliou-se também a propensão dos respondentes para recomendar o destino a amigos e familiares, através de uma escala de *Likert* de 1 a 5, onde 1 significa discordo e 5 significa concordo (Tabela 5.5).

Por fim, na última parte do questionário, caracteriza-se o cruzeirista através de um conjunto de questões que permitem traçar o perfil sociodemográfico destes inquiridos (Tabela 5.6).

Tabela 5.5 - Questões incluídas na 3.ª secção do questionário: avaliação e recomendação do destino

Informação a obter	Tipo de Questão	Objetivo	Questão a utilizar	Fonte utilizada
3 - Avaliação e Recomendação do Destino				
Satisfação com o destino (18 itens)	Fechada	Conhecer o nível de satisfação dos cruzeiristas com diferentes elementos do destino.	Classifique a sua satisfação com os seguintes elementos/atributos - escala <i>Likert</i> de 1 a 5 (de insatisfeito a totalmente satisfeito).	Andriotis (2010)
Regresso ao destino como turista convencional	Fechada	Analisar a probabilidade de regressar ao destino como turista convencional.	Indique a probabilidade de regressar ao destino como turista convencional (escala <i>Likert</i>)	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Regresso ao destino noutra cruzeiro	Fechada	Analisar a probabilidade de regressar ao destino noutra cruzeiro.	Indique a probabilidade de participar noutra cruzeiro que realize escala no Funchal (escala <i>Likert</i>)	Brida <i>et al.</i> (2012a)
Recomendar o destino	Fechada	Saber se o cruzeirista vai recomendar o destino a amigos e familiares.	Vou recomendar a visita ao destino a amigos e familiares (escala <i>Likert</i>)	Brida <i>et al.</i> (2012a); Lara & Penco (2014)
Número de pessoas recomendadas	Fechada	Estimar o número de pessoas que serão recomendadas a visitar o destino.	Em relação ao meu círculo de amigos e familiares penso falar do destino a quantas pessoas?	Lara & Penco (2014)

Tabela 5.6 - Questões incluídas na 4.ª secção do questionário: perfil do cruzeirista

Informação a obter	Tipo de Questão	Objetivo	Questão a utilizar
4 - Perfil sociodemográfico do cruzeirista			
Idade	Aberta	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Idade?
Género	Fechada	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Género?
Nacionalidade	Aberta	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Nacionalidade?
Estado Civil	Mista	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Estado Civil?
Habilitações Literárias	Fechada	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Habilitações Literárias?
Situação Profissional	Fechada	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Situação Profissional?
Rendimento do agregado familiar	Fechada	Caracterizar o perfil do cruzeirista	Qual o valor médio mensal do rendimento líquido do agregado familiar?

Refere-se ainda que a elaboração das questões teve por base exemplos usados na literatura, nomeadamente de estudos de caso, sobre a mesma temática, realizados em outros destinos de cruzeiros (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010; Brida *et al.*, 2012a; Penco & Di Vaio, 2014), bem como de relatórios da CLIA (CLIA, 2015a). Procurou-se tornar os questionários simples e breves, não ultrapassando os 10 minutos de duração, pois um tempo excessivo poderia causar o desinteresse por parte dos respondentes. Os questionários foram traduzidos para inglês e alemão

(Anexos 5.1 a 5.3), pois o Reino Unido e a Alemanha são os maiores mercados emissores do turismo de cruzeiros na Europa.

b) Questionário aos tripulantes

Como foi referido anteriormente, foram criadas duas versões dos questionários, uma para os passageiros e outra para os tripulantes. A versão dos tripulantes foi abreviada pois, como avisado por parte da APRAM e de outros agentes locais, a maioria dos tripulantes dispõe de pouco tempo fora do navio, pelo que costumam regressar apressados, não demonstrando tanta disponibilidade para responder a inquéritos. Assim, a versão dos tripulantes é composta por apenas 3 partes: os consumos dos tripulantes, onde é pedido o gasto médio, a distribuição das despesas em diferentes categorias (comidas e bebidas, serviços médicos e medicamentos, entradas em atrações locais, transportes, shopping, casino, telefone e internet, guias de viagem e outras despesas) e as atividades realizadas no destino; a avaliação e recomendação do destino; e o perfil do tripulante (Tabela 5.7). Este questionário foi concebido para ser respondido em cerca de 5 minutos e foi traduzido para inglês (Anexos 5.4 e 5.5).

Tabela 5.7 - Questões incluídas no questionário dos tripulantes

Informação a obter	Tipo de Questão	Objetivo	Questão a utilizar	Fonte utilizada
1 - Consumo dos tripulantes na Madeira				
Despesa total efetuada no destino	Aberta	Saber o valor médio de despesa que cada tripulante realiza no destino.	Quanto gastou enquanto esteve no destino (valor por pessoa)?	Lara & Penco (2014); Brida (2010)
Tipos de despesa dos tripulantes enquanto escalaram no Funchal	Aberta	Determinar as despesas dos passageiros, por categorias de produtos/serviços.	Indique as suas despesas, nas seguintes categorias de produtos, durante a sua escala (valor por pessoa)	Eusébio (2006); Lara & Penco (2014)
Número de horas no destino	Aberta	Saber quanto tempo os tripulantes passaram na ilha.	Quantas horas esteve fora do navio neste destino?	Brida (2010)
Atividades no Funchal	Mista	Saber quais as atividades que os tripulantes fizeram no destino.	Em que atividades participou na ilha da Madeira?	Andriotis (2010)
2 - Avaliação e Recomendação do Destino				
Satisfação com o destino (18 itens)	Fechada	Conhecer o nível de satisfação dos tripulantes com diferentes elementos do destino.	Classifique a sua satisfação com os seguintes elementos/atributos - escala <i>Likert</i> de 1 a 5 (de insatisfeito a totalmente satisfeito).	Andriotis (2010)
Recomendar o destino	Fechada	Saber se o tripulante vai recomendar o destino a amigos e familiares.	Vou recomendar a visita ao destino a amigos e familiares (escala <i>Likert</i>)	Brida et al. (2012); Lara & Penco (2014)
3 - Perfil do tripulante				
Idade	Aberta	Caraterizar o perfil do tripulante	Idade?	
Género	Fechada	Caraterizar o perfil do tripulante	Género?	
Nacionalidade	Aberta	Caraterizar o perfil do tripulante	Nacionalidade?	
Habilitações Literárias	Fechada	Caraterizar o perfil do tripulante	Habilitações Literárias?	Eusébio (2006)
Trabalho a bordo	Aberta	Caraterizar o perfil do tripulante	Ocupação profissional a bordo do navio?	Lara & Penco (2014)

5.3.4 – Validação do questionário

O primeiro dia de inquérito, o dia 13 de abril, foi dedicado ao pré-teste dos questionários, realizado a 33 pessoas, de modo a apurar se era necessário realizar alguma alteração no formato e conteúdo das perguntas. Convém assinalar que o entrevistador acompanhou sempre o processo de preenchimento dos questionários, prestando todo o apoio e verificando se existiam dúvidas ou mal entendidos. Deste modo, não mais de três pessoas responderam ao questionário ao mesmo tempo. As alterações realizadas, após o pré-teste, foram sobretudo a correção de erros na tradução para alemão, que alguns respondentes gentilmente indicaram, porém, estes erros, não afetaram a compreensão das perguntas. No entanto, a principal alteração que se registou, foi o destacar da expressão “**valor por pessoa**”, pois muitos dos respondentes estavam a indicar o valor global dos gastos do grupo de viagem que os acompanhavam. Não se registaram outras alterações para além das enunciadas, realçando uma vez mais o papel que o entrevistador teve,

acompanhando o preenchimento dos questionários de cada respondente e chamando à atenção para referir os valores por pessoa.

5.3.5 – Método de administração do questionário

O questionário foi inicialmente pensado para ser distribuído em dois pontos: (1) nos autocarros que realizam excursões organizadas pelas companhias, onde uma guia aplicava os questionários aos cruzeiristas, entre o último ponto de paragem e o regresso ao navio, de modo a apurar todos os gastos realizados no destino; e (2) na gare marítima do porto do Funchal, onde o mestrando que efetuou esta dissertação apresentava os questionários aos cruzeiristas que optaram por não participar em excursões organizadas pela companhia, bem como aos tripulantes. Não foi possível a distribuição de questionários no primeiro ponto, devido à indisponibilidade das guias para o efeito, procedendo-se apenas à aplicação dos questionários na gare marítima do Funchal, por parte do mestrando.

Foi pedido autorização à APRAM para a aplicação dos questionários na gare marítima do porto do Funchal, durante o mês de abril, em plena época alta de cruzeiros 2014/15, registando-se uma grande afluência de navios de cruzeiro neste período. O pedido foi feito na segunda quinzena do mês de março, tendo sido levado a conselho de administração e aprovado a 8 de abril de 2015. Foi requerido ao mestrando a apresentação do escalonamento para a realização dos inquéritos e dadas instruções no sentido de não forçar a resposta por parte dos entrevistados. Pediu-se ainda a identificação permanente do entrevistador, bem como do veículo de acesso ao porto do Funchal. Estes dados foram todos fornecidos numa reunião realizada a 10 de abril, com o responsável pela segurança do porto, o Sr.º Engenheiro Rui Lopes, onde ficaram definidas questões como a identificação do mestrando (uso do cartão de aluno da Universidade de Aveiro) e da viatura. Foram ainda dados alguns conselhos para a investigação e disponibilizaram-se recursos de apoio à investigação.

Na tabela 5.8, pode-se observar o cronograma da aplicação dos questionários, bem como os navios contemplados. Os questionários foram aplicados de 13 a 30 de abril, nos dias indicados na tabela, tendo sido decidido que o horário de aplicação seria entre as 11h e até cerca de 30 minutos antes da partida do cruzeiro, hora limite para o embarque de passageiros e tripulantes. Escolheu-se este horário de modo a abranger os cruzeiristas que passam a manhã na cidade e depois regressam para o almoço no navio, e já não voltam a sair, bem como os que preferem aproveitar o máximo de tempo no destino e regressam apenas algum tempo antes da partida. Inicialmente, foi previsto distribuir um total de 200 questionários aos cruzeiristas e cerca de 60 a tripulantes, no entanto, a recolha final foi superior, tendo sido completados, no total, 288 questionários pelos passageiros e 103 pelos tripulantes.

Tabela 5.8 - Cronograma da aplicação de questionários no porto do Funchal e respetivos navios

	Semana de 13 a 19 de abril						
	13/abr	14/abr	15/abr	16/abr	17/abr	18/abr	19/abr
Navio	AIDABLU	MSC FANTASIA	AIDABELLA		CELEBRITY CONSTELLATION		NORWEGIAN SPIRIT
Capacidade (Passageiros)	2192	3274	2050		2034		2018
Capacidade (Tripulantes)	611	1370	607		1000		962
	Semana de 20 a 26 de abril						
	20/abr	21/abr	22/abr	23/abr	24/abr	25/abr	26/abr
Navio		VISION OF THE SEAS		AZURA			ROTTERDAM
Capacidade (Passageiros)		1998		3100			1404
Capacidade (Tripulantes)		742		1226			600
	Semana de 27 de abril a 3 de maio						
	27/abr	28/abr	29/abr	30/abr	1/mai	2/mai	3/mai
Navio			QUEEN MARY 2	AURORA			
Capacidade (Passageiros)			2592	1870			
Capacidade (Tripulantes)			1253	850			

Fonte: Chanev (2015)

No primeiro dia da recolha de dados, foi disponibilizado uma mesa e três cadeiras por parte da APRAM, que permitiram reunir as condições necessárias para os respondentes do inquérito. A mesa estava localizada junto à porta de embarque da gare marítima, pelo que todos os cruzeiristas e tripulantes teriam de passar por aquele local. De forma a atrair os inquiridos para a realização do questionário, foram oferecidos alguns doces regionais, nomeadamente broas de mel e rebuçados típicos, colocados à disposição de quem ali passasse.

A abordagem aos potenciais respondentes teve como primeira preocupação a identificação dos que regressavam em definitivo ao navio, pois alguns cruzeiristas regressam para almoçar e voltavam a sair na parte da tarde, realizando mais despesa no destino. Tendo em conta este fator, apenas os cruzeiristas que afirmaram, ao embarcarem no navio, que não voltavam a sair, foram inquiridos. Após este procedimento, o mestrando apresentou-se como aluno da Universidade da Aveiro e explicou os objetivos do estudo, pedindo a colaboração dos respondentes para o preenchimento do questionário.

A distinção entre os cruzeiristas e os tripulantes foi realizada através do cartão de identificação, pois geralmente existia uma cor ou formato diferente nos cartões de ambas as amostras, sendo que era obrigatório a apresentação deste cartão para poder passar pela porta de embarque. De qualquer modo, quando existia alguma dificuldade em identificar o respondente, perguntou-se sempre a qual dos grupos este pertencia.

A maioria dos inquiridos optou pelo inquérito traduzido para inglês, registando-se também grande procura pela versão em alemão, no caso dos passageiros. A nível de adesão, estima-se que cerca de 50% dos passageiros abordados aceitaram participar no estudo, sendo que, no caso dos tripulantes, a adesão foi inferior. Considera-se que os objetivos relativos à duração dos questionários foram cumpridos, visto que os passageiros demoraram, em média, cerca de 10 minutos a responder, enquanto os tripulantes completaram o inquérito em cerca de 5 minutos.

5.4 – Métodos de análise de dados

A análise dos dados primários, recolhidos através de inquéritos a passageiros e tripulantes, foi realizada através do *software SPSS Statistics*. Foram aplicados métodos de análise univariada, onde se estuda uma variável isoladamente, análise bivariada, que averigua a existência de relações entre duas variáveis, e análise multivariada, que relaciona um conjunto de variáveis entre si.

No que diz respeito aos dados secundários, que permitiram estimar as despesas das companhias de cruzeiro na Madeira, a sua análise foi realizada através da relação entre os dados disponíveis para consulta pública, nomeadamente o tarifário da APRAM, e os dados fornecidos por agentes locais.

5.4.1 – Análise dos dados primários

Para descrever e caracterizar, quer a amostra de passageiros inquirida, como a amostra de tripulantes, foram usados métodos de estatística univariada. Através do uso destes métodos, analisaram-se um conjunto de dados relativos a ambas as amostras e apresentaram-se resultados que caracterizam o perfil dos respondentes, as suas motivações para viajar num cruzeiro, a caracterização do cruzeiro e da visita à ilha, os padrões de despesa e a avaliação e recomendação do destino. A Tabela 5.9 apresenta os métodos de estatística univariada utilizados.

Posteriormente aplicaram-se métodos de análise estatística bivariada, com o objetivo de verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas nas despesas, de acordo com um conjunto de variáveis. Relacionou-se, deste modo, um conjunto de variáveis qualitativas com três categorias de despesa (variáveis quantitativas): gastos totais no destino; gastos em comidas e bebidas e gastos com a excursão, sendo que, no caso dos tripulantes, apenas foram consideradas as duas primeiras categorias de gastos. Quando as variáveis qualitativas eram compostas por dois grupos, procedeu-se à aplicação do **teste t** (e do teste *Mann-Whitney*, quando os pressupostos do primeiro não se cumpriam), sendo que, no caso de existirem mais do que dois grupos, utilizou-se o teste **Anova** (e o teste *Kruskall-Wallis*, quando os pressupostos da *Anova* não se cumpriam).

Para verificar a existência de associações estatisticamente significativas, entre as categorias de despesa analisadas e um conjunto de variáveis quantitativas, recorreu-se ao coeficiente de **correlação de Spearman** (Tabela 5.10).

Tabela 5.9 - Métodos de estatística univariada aplicados

Objetivos	Técnicas de análise estatística univariada aplicadas
Caraterizar o perfil sociodemográfico dos inquiridos	- Tabelas de frequências; - Medidas de localização e tendência central (média aritmética); - Medidas de dispersão (desvio-padrão)
Motivações para viajar num cruzeiro	
Caraterização do cruzeiro e da visita à ilha	
Padrões de despesa no destino	
Avaliação e recomendação do destino	

Tabela 5.10 - Métodos de estatística bivariada aplicados

Objetivos	Técnicas de análise estatística bivariada utilizada
Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas entre grupos (variáveis qualitativas)	- Variável qualitativa constituída por dois grupos: Teste t ou <i>Mann Whitney</i> ; - Variável qualitativa constituída por mais de dois grupos: Anova ou <i>Kruskall Wallis</i>
Análise de associações estatisticamente significativas, entre as despesas e um conjunto de variáveis quantitativas	- Coeficiente de correlação de Spearman

Relativamente aos métodos de análise estatística multivariada, foram aplicados dois tipos de análise: análise de componentes principais e análise de regressão linear múltipla. A primeira análise permitiu reunir um conjunto de componentes que identificam as principais motivações para um cruzeirista realizar um cruzeiro, bem como a satisfação que os passageiros e tripulantes manifestaram, relativamente a diferentes atributos do destino. No que concerne à análise de regressão linear múltipla, esta foi aplicada com o intuito de identificar um conjunto de fatores que influenciam as despesas dos cruzeiristas no destino (Tabela 5.11).

Tabela 5.11 - Métodos de estatística multivariada aplicados

Objetivos	Técnicas de análise multivariada utilizadas
Extrair componentes principais das motivações	- Análise de componentes principais
Extrair componentes principais da satisfação	
Identificar os fatores que influenciam as despesas dos cruzeiristas	- Análise de regressão linear múltipla

5.4.2 – Análise dos dados secundários

De modo a determinar as despesas das companhias de cruzeiros na Madeira, foi necessário relacionar um conjunto de dados recolhidos em várias fontes. A primeira etapa passou por identificar os itens de despesa das companhias de cruzeiro no destino, de forma a apurar quais as entidades responsáveis pela prestação de serviços. Verificou-se que a escala de um cruzeiro no Funchal implica um conjunto de serviços, divididos em: serviços da autoridade portuária e serviços do agente de navegação (Tabela 5.12).

Tabela 5.12 – Itens de despesa associados à escala de um navio de cruzeiros no porto do Funchal

Serviços de Autoridade Portuária	Serviços de Agentes de Navegação
TUP (Taxa de uso portuário)	Aprovisionamento de Víveres
TUP Passageiros	Serviço de Agenciamento
Amarração	Mudanças de Tripulação
Pilotagem	Excursões
Taxa Fixa de Resíduos	
Taxas Alfândega	
Taxas Capitania	
Taxa de Recolha de Lixo	
Água	
Combustível	

Os serviços da autoridade portuária possuem um tarifário fixo e que está disponível para consulta. Tendo isto em conta, os valores referidos referem-se ao porte médio do navio que escala no Funchal. Para determinar as características deste navio, foi necessário recolher um conjunto de indicadores:

- 1) **Número médio de passageiros (1669)** – calculado através do quociente entre o número de escalas de navios de cruzeiro em 2014 e o número de passageiros em trânsito no Funchal, no mesmo ano (Anexo 5.6);
- 2) **Tonelagem média** – calculada através de uma comparação de navios de porte médio (de 1380 a 2223 passageiros), isto é, fez-se a média da tonelage dos navios que

normalmente escalam neste porto (cerca de 1700 passageiros), obtendo-se um valor final de 57543,5 mil toneladas.

Com base nestes indicadores foi possível calcular as despesas médias das companhias de cruzeiros em serviços portuários. No entanto, é preciso considerar que alguns itens de despesa não são fixos, ou não se baseiam nas características do navio, mas sim naquilo que é a necessidade atual de cada escala. Deste modo, os gastos em **água** e na **taxa de recolha de lixo**, apesar de possuírem uma tarifa fixa, variam de acordo com as necessidades de cada navio, pelo que os valores indicados traduzem-se numa estimativa das quantidades que cada navio requer, fornecida por um agente de navegação que lida diretamente com a parte contabilística afeta aos fornecimentos dos cruzeiros. Os gastos em **combustíveis** não são muito usuais no porto do Funchal, acontecendo apenas em casos esporádicos, pelo que não foi possível recolher um valor médio por navio.

O item de despesa **TUP** (taxa de uso portuário) é calculado através da tonelagem do navio, tendo em conta que cada tonelada tem um custo de 6 cêntimos. A taxa **TUP Passageiros** é determinada através do número de passageiros que cada navio transporta, sendo que o custo por cruzeirista é de 2,46 euros. A **Pilotagem** calcula-se através de uma fórmula fixa que baseia-se na raiz quadrada da tonelagem de cada navio: $CN \times UP \times \sqrt{GT}$, em que CN é o coeficiente do serviço (1,1), UP é a unidade de pilotagem (5,90€) e GT é a tonelagem do navio. Os navios de cruzeiros têm um desconto de 50% neste serviço, pelo que só pagam a entrada ou saída no porto do Funchal. Os restantes itens referidos (amarração; taxa fixa de resíduos; taxas da alfândega; e taxas da capitania) são valores fixos.

No que diz respeito às despesas das companhias em serviços do agente de navegação, o cálculo dos itens de despesa foi determinado através de diferentes metodologias. O valor do **aprovisionamento de víveres** (fornecimento de géneros alimentícios às embarcações) é muito variável de navio para navio e acontece com maior frequência nas alturas de reposicionamento global, em que as companhias realizam viagens transatlânticas, pelo que o valor indicado baseia-se numa média por navio, tendo em conta os valores faturados anualmente. O **serviço de agenciamento** varia de acordo com as características do navio, pelo que o valor indicado refere-se à cobrança efetuada a um navio de porte médio (cerca de 1700 pessoas). As **mudanças de tripulação** incluem 4 itens de despesa: transferes; alojamento; vistos *Schengen* e serviços médicos.

- a) **Transferes** – o cálculo da despesa média em transferes baseia-se na multiplicação do custo do transfere por tripulante com a média de transferes realizados por cada escala. Através de um prestador de serviços de transporte para tripulantes, determinou-se que o custo por cabeça ronda os 13,50€. A média de transferes realizados, por cada escala, foi calculada através do número médio de embarques/desembarques gerados por cada navio (Anexo 5.7).
- b) **Alojamento** – as despesas médias em alojamento são calculadas usando um procedimento semelhante ao cálculo das despesas em transferes. Após determinar o número médio de tripulantes que embarcam/desembarcam em cada escala, é necessário

saber quantos pernoitam numa unidade de alojamento. Depois de analisar os detalhes dos transferes realizados por uma agência de navegação em março de 2015, observou-se que cerca de 80% dos tripulantes ficam num hotel. Sabendo que cada escala gera em média 12,56 embarques/desembarques de tripulantes, constata-se que 10 permanecem numa unidade de alojamento local. Tendo em conta que o valor por tripulante num hotel ronda os 55 euros, a despesa média em alojamento, por escala, é conseguida através da multiplicação deste valor pelos 10 tripulantes que pernoitam num hotel local.

c) **Vistos Schengen** – através de dados recolhidos junto do SEF, constatou-se que em 2014 foram gerados 920 vistos. Para apurar a média de vistos pedidos, em cada escala, dividiu-se o número de vistos gerados pelo número de escalas de cruzeiros em 2014, multiplicando de seguida este quociente pelo custo de cada visto (96.20€).

d) **Serviços médicos** – sabendo que em média dois tripulantes por navio requerem este tipo de serviço e que o seu custo ronda os 110 euros (divididos em transfere + consulta médica + serviço de assistência) é possível calcular as despesas médias por escala.

Por fim, o cálculo das **excursões** é realizado em duas fases. Primeiro, é necessário saber quantas pessoas fazem excursões organizadas pelas companhias de cruzeiros. Para determinar este valor, obteve-se a informação que cada navio gera em média 15 autocarros para excursões, transportando, cada um, cerca de 45 pessoas. Multiplicando estes valores conclui-se que cerca de 675 pessoas fazem excursões organizadas pela companhia de cruzeiros, em cada escala. Posteriormente, multiplicou-se as 675 pessoas pelo valor médio pago aos agentes locais por cada excursão, cerca de 18€, segundo indicações dos mesmos. Convém salientar que estas excursões dizem respeito às que são organizadas pela companhia de cruzeiros, sendo que as excursões adquiridas pelos passageiros através de organização própria são contabilizadas nos gastos dos passageiros, informação recolhida através de questionário.

Como ponto final, lembrar que todos estes dados provêm de fontes seguras, como é o caso da APRAM, do SEF e da agência de navegação *Blandy Travel*. Os contatos estabelecidos com estes agentes permitiram a recolha de valores médios ponderados e baseados em estatísticas de anos anteriores e em tabelas de preços praticadas atualmente, pelo que se pode considerar esta recolha de dados secundários credível e fidedigna. Todos os valores finais foram revistos e aprovados por um técnico de contas afeto aos serviços de navegação da *Blandy Travel*.

5.5 – Conclusão

De modo a atingir os objetivos desta investigação, que passa por analisar os impactos económicos diretos do turismo de cruzeiros no porto do Funchal, é necessário recolher informação que permita contabilizar as despesas que os passageiros, tripulantes e companhias realizam em cada escala.

Os dados relativos às despesas dos passageiros e tripulantes no destino foram recolhidos através de um questionário, que foi definido como o melhor instrumento de inquirição para

estudos de carácter quantitativo. Através deste inquérito, que foi abreviado para os tripulantes, recolheu-se informações relativas ao perfil da amostra, padrões de despesa, características do cruzeiro e da visita ao destino, motivações para um cruzeiro e avaliação e recomendação do destino. Este inquérito foi aplicado depois de um pré-teste e foram concedidas todas as condições aos entrevistados para responderem de forma correta e sem qualquer tipo de pressão.

A análise dos dados dos questionários foi realizada no *SPSS*, onde se procedeu à aplicação de métodos de análise de estatística univariada, bivariada e multivariada, que permitiram reunir um conjunto de informações relativas ao comportamento de ambas as amostras no destino, bem como identificar um conjunto de fatores que influenciam as despesas.

As despesas das companhias de cruzeiros são apuradas através do contato com entidades regionais ativas no setor dos cruzeiros, que forneceram dados concretos confiáveis, permitindo assegurar uma estimativa de valores para diferentes categorias de despesa.

Capítulo 6 - Análise e Discussão de Resultados

6.1 – Introdução

Neste capítulo são apresentados os principais resultados das análises realizadas com os dados recolhidos através de um inquérito por questionário aos passageiros de cruzeiros que efetuaram escala no porto do Funchal e aos tripulantes que igualmente transitaram neste destino.

A aplicação de questionários foi realizada entre os dias 13 e 30 de abril de 2015, na gare marítima do porto do Funchal, e abrangeu 10 navios de cruzeiros. Foram aplicados 288 questionários a passageiros e 103 a tripulantes.

Na primeira parte deste capítulo analisam-se os resultados relativos aos passageiros. É realizada uma caracterização dos inquiridos, através do seu perfil sociodemográfico, analisando-se igualmente as motivações que os levaram a realizar um cruzeiro, as características do cruzeiro que realizaram e da visita à ilha da Madeira, os padrões de despesa neste destino, bem como a avaliação e recomendação do mesmo. Tendo em conta a temática desta investigação a análise é depois focada nos gastos ou despesas dos inquiridos no destino, de modo a averiguar as dinâmicas económicas que estes visitantes geram no local. Neste âmbito, são apresentadas algumas análises que indicam se existem diferenças estatisticamente significativas nos gastos dos visitantes de acordo com as suas características pessoais e comportamento no destino. Através de um modelo de regressão pretende-se identificar quais os fatores que influenciam as despesas turísticas efetuadas no destino.

Na segunda parte do capítulo são apresentadas as análises relativas à tripulação. Apresenta-se o mesmo modelo de análise que foi seguido com os passageiros, mas numa escala menor, pois o questionário aplicado teve de ser abreviado, devido a algumas condicionantes relacionadas com a falta de tempo por parte destes inquiridos. Numa terceira parte é realizada uma comparação de resultados entre passageiros e tripulantes, analisando-se as principais diferenças entre estas duas populações.

Por fim, na parte final deste capítulo, analisam-se os principais gastos das companhias de cruzeiro na Madeira, de modo a ter uma perspetiva global dos impactos económicos do turismo de cruzeiros neste destino, através da análise das três fontes essenciais de rendimento desta atividade: os gastos dos passageiros; os gastos dos tripulantes e os gastos das companhias de cruzeiros.

6.2 – Análise dos resultados relativos aos passageiros

6.2.1 - Caracterização dos inquiridos

Nesta primeira secção são analisados os principais resultados que permitem traçar o perfil sociodemográfico da amostra em estudo, neste caso os passageiros de cruzeiros. Para realizar essa caracterização são consideradas as seguintes variáveis: idade, género e estado civil; nacionalidade e país de residência; habilitações literárias; situação profissional e rendimento do agregado familiar.

a) Idade, Género e Estado Civil

De acordo com os dados visíveis na Tabela 6.1, constata-se que a idade média dos passageiros de cruzeiros inquiridos no Funchal é de 55 anos. Este valor está enquadrado com o estudo realizado a nível regional em 2011, que localiza a grande maioria dos cruzeiristas (66%) num escalão etário superior aos 56 anos (Direção Regional do Comércio, 2011). Comparando esta média de idade com os valores indicados a nível internacional regista-se um ligeiro aumento, tendo em conta que, de acordo com a CLIA, a idade média do cruzeirista situa-se nos 50 anos (Cruise Lines International Association, 2011).

No que diz respeito ao género da amostra inquirida verifica-se que não existem diferenças substanciais, com um ligeiro ascendente de passageiros do sexo feminino (53%), indo um pouco contra os resultados do estudo regional realizado em 2011 que indica uma predominância de passageiros do sexo masculino (57%) (Direção Regional do Comércio, 2011), mas dentro dos resultados a nível internacional que apontam uma repartição semelhante entre passageiros do sexo masculino (52%) e do sexo feminino (48%) (Cruise Lines International Association, 2011).

Relativamente ao estado civil dos cruzeiristas inquiridos, a grande maioria é casada, seguindo-se, a larga distância, os que são solteiros e divorciados.

Tabela 6.1 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: idade; género e estado civil

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%	Média	Desvio-Padrão
Idade				
Total	269		55,41	14,790
Género				
Masculino	125	47,0		
Feminino	141	53,0		
Total	266	100,0		
Estado Civil				
Solteiro	32	11,6		
Casado	231	83,4		
Viúvo	2	0,7		
Divorciado	10	3,6		
Outro	2	0,7		
Total	277	100		

b) Nacionalidade e País de Residência

Em relação à nacionalidade e país de residência dos inquiridos, destacam-se três nações: Reino Unido, Alemanha e Estados Unidos. No que diz respeito à nacionalidade, a maioria dos cruzeiristas inquiridos neste estudo possui nacionalidade alemã, seguidos de perto pelos de nacionalidade britânica, completando o top 3 os que nasceram nos Estados Unidos. No caso do país onde residem, invertem-se os dois primeiros lugares, com o Reino Unido a ser o país mais indicado, seguido pela Alemanha e Estados Unidos (Tabela 6.2).

Os resultados anteriores são reforçados pelo “Barómetro Regional da Qualidade – Avaliação da Satisfação dos Turistas” (2011), que aponta o Reino Unido e a Alemanha como os países de origem da maior parte dos cruzeiristas na Madeira.

Tabela 6.2 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: nacionalidade e país de residência

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Nacionalidade		
Alemã	74	26,7
Britânica	72	26
Norte Americana	42	15,2
Holandesa	20	7,2
Canadiana	16	5,8
Australiana	11	4
Outras	42	15,2
Total	277	100
País de Residência		
Reino Unido	69	26
Alemanha	60	22,6
EUA	44	16,6
Holanda	20	7,5
Canadá	16	6
Austrália	12	4,5
Outros	44	16,6
Total	265	100

c) Habilitações Literárias

No que concerne ao nível de habilitações literárias da amostra, os resultados indicam que a maioria frequentou a universidade e possui um curso superior. Pouco mais de um terço finalizou o ensino secundário, enquanto os restantes possuem habilitações inferiores a este nível de ensino (Tabela 6.3). Estes resultados encontram-se num registo semelhante, apesar de inferior, ao que acontece a nível internacional no turismo de cruzeiros, em que cerca de 76% dos cruzeiristas possuem um curso superior (Cruise Lines International Association, 2011).

Tabela 6.3 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Habilitações Literárias

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Habilitações Literárias		
Ensino Superior	160	60,4
Ensino Secundário	99	37,4
Inferior ao ensino secundário	6	2,3
Total	265	100

d) Situação Profissional

De acordo com as análises realizadas relativamente a esta variável, verifica-se que os inquiridos estão distribuídos, de forma geral, em duas categorias: empregado e reformado, sendo que a primeira abrange quase metade da amostra (Tabela 6.4).

Tabela 6.4 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Situação Profissional

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Situação Profissional		
Empregado	135	49,1
Reformado	117	42,5
Doméstico	10	3,6
Desempregado	6	2,2
Empregado por conta própria	4	1,5
Estudante	3	1,1
Total	275	100

e) Rendimento Médio Mensal do Agregado Familiar

Na última variável considerada para a caracterização da amostra, em termos de perfil sociodemográfico, analisa-se o rendimento médio mensal do agregado familiar. A maioria dos inquiridos assinalou um dos três primeiros escalões, com predominância para os rendimentos que se situam entre os 3001 e os 6000 euros. Com uma percentagem também considerável, sendo o quarto escalão mais mencionado, situa-se os que auferem de um rendimento médio mensal do agregado familiar superior a 15000 euros (Tabela 6.5).

De acordo com o estudo “Barómetro Regional da Qualidade – Avaliação da Satisfação dos Turistas” (2011), o rendimento médio mensal do agregado familiar dos inquiridos, situou-se, com maior frequência (30%), no escalão que abrangia rendimentos entre os 2000 e os 4000 euros, o que, de certa forma, vai ao encontro dos resultados desta investigação.

Tabela 6.5 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos: Rendimento Médio Mensal do Agregado Familiar

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Rendimento Mensal do Agregado Familiar		
0 a 3000 euros	47	21,2
3001 a 6000 euros	65	29,3
6001 a 9000 euros	41	18,5
9001 a 12000 euros	19	8,6
12001 a 15000 euros	12	5,4
>15000 euros	38	17,1
Total	222	100

6.2.2 – Motivação para realizar o cruzeiro

Os passageiros de cruzeiros inquiridos no porto do Funchal indicaram a importância de diferentes razões, ou motivos, que os levaram a participar no cruzeiro que estavam a realizar. Numa escala de 1 a 5 (de discordo completamente a concordo plenamente), os inquiridos avaliaram os motivos mais determinantes e os menos influentes na escolha do cruzeiro. A Tabela 6.6 apresenta os resultados obtidos.

Os resultados indicam a **“oportunidade de visitar vários locais”** como a principal razão para terem realizado o cruzeiro, um desfecho que, de certa maneira, já era esperado, pois este motivo é apontado como o principal benefício de escolher um cruzeiro em detrimento de outros tipos de férias, em alguns dos estudos realizados a nível internacional (CLIA, 2015a). Outros motivos apontados foram o “desfrutar da natureza e de várias paisagens”, “relaxamento físico e mental”, também muito referido a nível internacional (CLIA, 2015a), “conhecer novas culturas” e a “passagem pela ilha da Madeira”, este último demonstrativo da relevância que o porto do Funchal, e mais concretamente o destino Madeira, assume a nível do mercado de cruzeiros nesta zona atlântica (Tabela 6.6).

Tabela 6.6 - Motivos para realizar o cruzeiro

Motivos para realizar um cruzeiro	N	%					Média	Desvio-Padrão
		1	2	3	4	5		
Oportunidade de visitar vários locais	288	1,7	3,1	5,6	18,4	71,2	4,54	0,871
Desfrutar da natureza e de várias paisagens	285	1,1	3,2	9,5	31,2	55,1	4,36	0,859
Relaxamento físico e mental	288	0,3	3,8	10,4	38,5	46,9	4,28	0,826
Conhecer novas culturas	286	2,1	2,8	15,4	27,3	52,4	4,25	0,959
Passagem pela ilha da Madeira	282	1,1	3,9	17,4	32,6	45	4,17	0,923
Sentimento de segurança	282	1,8	5,7	13,5	37,2	41,8	4,12	0,964
Escape aos problemas do dia a dia	286	2,1	5,9	15	34,6	42,3	4,09	0,998
Relação qualidade-preço	287	1	4,9	18,8	34,5	40,8	4,09	0,938
Desfrutar de clima ameno	286	1,4	2,8	14,3	48,3	33,2	4,09	0,841
Qualidade das refeições a bordo	287	1,4	4,5	16,7	39,7	37,6	4,08	0,92
Conveniência e facilidade no planeamento do cruzeiro	286	1,4	4,2	18,5	45,8	30,1	3,99	0,885
Enriquecimento intelectual	286	2,8	2,1	21,3	41,3	32,5	3,99	0,936
Explorar futuros locais de férias	286	4,2	4,9	17,5	38,5	35	3,95	1,048
Variedade de atividades	288	1,4	7,3	24,3	36,8	30,2	3,87	0,974
Unicidade da experiência num cruzeiro	286	4,2	7,3	19,2	36,7	32,5	3,86	1,083
Experiência atraente para férias em família	281	4,6	8,9	17,4	35,2	33,8	3,85	1,125
Luxo	288	3,5	6,9	23,3	43,1	23,3	3,76	1
Conhecer novas pessoas	285	2,8	12,3	26	33	26	3,67	1,076
Qualidade do entretenimento a bordo	285	3,5	13	28,8	34,4	20,4	3,55	1,062
Experiência romântica	281	11	17,1	30,2	26,7	14,9	3,17	1,205
<i>Shopping</i>	285	18,2	24,6	31,2	15,4	10,5	2,75	1,223

Para tornar a informação mais organizada e sintetizada realizou-se uma análise de componentes principais, originando 5 fatores que permitem uma melhor interpretação das motivações dos inquiridos (Tabela 6.7). Foram removidas algumas variáveis no decorrer desta análise, que apresentavam *loadings* baixos e não se enquadravam em nenhum dos fatores, nomeadamente as variáveis “*Shopping*” e “Experiência atraente para férias em família”.

Após remover estas variáveis aplicou-se uma análise de componentes principais aos 19 itens utilizados para avaliar as motivações, com aplicação do método de rotação ortogonal *varimax*, de modo a extremar os valores dos *loadings*, permitindo que cada variável fique apenas associada a um fator.

Tabela 6.7 - Análise de componentes principais das motivações para escolher o cruzeiro

Itens	Média dos itens	Média dos fatores	Comunalidades	Exploração e Aventura	Experiência num cruzeiro	Acessibilidade e Conveniência do Cruzeiro	Sociabilização	Descanso e Escape
Conhecer novas culturas	4,28	4,210	0,759	0,790				
Desfrutar da natureza e de várias paisagens	4,40		0,644	0,726				
Enriquecimento intelectual	4,03		0,688	0,641			0,450	
Oportunidade de visitar vários locais	4,56		0,588	0,545		0,507		
Explorar futuros locais de férias	3,98		0,411	0,533				
Passagem pela ilha da Madeira	4,17		0,596	0,524			0,459	0,325
Unicidade da experiência num cruzeiro	3,90	3,759	0,693		0,777			
Luxo	3,80		0,657		0,741			
Variedade de atividades	3,87		0,620		0,667	0,306		
Qualidade do entretenimento a bordo	3,56		0,522		0,483	0,412		
Relação qualidade-preço	4,08	4,075	0,505			0,613		
Qualidade das refeições a bordo	4,05		0,544		0,343	0,558		0,327
Conveniência e facilidade no planeamento do cruzeiro	4,00		0,587		0,464	0,546		
Sentimento de segurança	4,12		0,585	0,317	0,377	0,527		
Desfrutar do clima ameno	4,10		0,530		0,349	0,469	0,390	
Conhecer novas pessoas	3,68	3,428	0,714				0,781	
Experiência romântica	3,20		0,562				0,713	
Relaxamento físico e mental	4,30	4,184	0,743					0,810
Escape aos problemas do dia a dia	4,10		0,713					0,776
			% da variância explicada	15,159	14,258	12,687	10,081	9,190
			% da variância explicada acumulada	15,159	29,417	42,105	52,185	61,375
			Eigenvalues	2,880	2,709	2,411	1,915	1,746
			Cronbach's Alpha	0,793	0,767	0,767	0,571	0,722
			KMO	0,886				
			Bartlett's Test Sphericity	1811,345 (0,00)				

Legenda: a negrito são indicados os loadings mais elevados associados a cada um dos fatores

As classificações dadas aos fatores criados tiveram em conta os itens motivacionais que os compunham, tendo sido criados os seguintes fatores: “Exploração e Aventura”; “Experiência num Cruzeiro”; “Acessibilidade e Conveniência do Cruzeiro”; “Sociabilização” e “Descanso e Escape”.

O fator “Exploração e Aventura” apresenta a média mais elevada (4,21), podendo este componente ser considerado o mais importante, em termos de motivação, para participar num

cruzeiro. Excetuando um item, as comunalidades apresentam valores superiores a 0,5 e o valor do KMO é de 0,886, indicando que a análise é boa. O valor do teste de *Bartlett’s* é de 1811,345 (signif. = 0,00) e a percentagem da variância explicada acumulada é de cerca de 61%. No que concerne à análise da consistência interna dos fatores, os valores do *Cronbach’s Alpha* são superiores a 0,7 em quatro dos itens, revelando uma consistência aceitável, e de 0,57 na componente “socialização”, que inclui apenas dois itens.

6.2.3 - Caraterização do cruzeiro e da visita à ilha da Madeira

Nesta subsecção são apresentados os resultados relativos às caraterísticas do cruzeiro e da visita ao destino, analisando-se, entre outras questões, a experiência dos respondentes (estreadantes ou repetentes) em cruzeiros e na visita à ilha da Madeira.

Iniciando a análise pelas caraterísticas do cruzeiro, verifica-se a experiência dos inquiridos neste tipo de viagens, mais propriamente o número de vezes que já participaram em cruzeiros (Tabela 6.8).

Tabela 6.8 - Experiência dos inquiridos em cruzeiros

Caracterização do cruzeiro	N	%	Média	Desvio-Padrão
Experiência em cruzeiros				
Primeiro cruzeiro	44	15,3		
Já realizou outros cruzeiros	244	84,7		
Total	288	100		
Repetentes em cruzeiros				
Número de cruzeiros realizados para além do atual	229		8,93	10,217

Observando os resultados, torna-se claro que a grande maioria dos inquiridos é repetente neste tipo de experiência, com cerca de 85% a declararem que já realizaram outros cruzeiros. Este grupo demonstra ainda que é habitual participarem nestas viagens, pois indicam uma média de cerca de 9 cruzeiros realizados, além do atual. Estes resultados são superiores ao que acontece no mercado de cruzeiros norte-americano, por exemplo, onde apenas 62% são repetentes em cruzeiros, com uma média de 3,8 cruzeiros realizados (CLIA, 2015a).

No que diz respeito ao grupo de viagem, a Tabela 6.9 apresenta a composição do grupo. É possível apurar que existe um grupo que se destaca dos outros, pois 65% dos respondentes indicam que viajaram no cruzeiro com o seu parceiro. No entanto, se considerarmos os que viajam com “Parceiro e amigos” e “Parceiro e filhos”, então a percentagem situa-se acima dos 70%. Esta tendência é também registada a nível internacional, nomeadamente no mercado norte-americano, em que 80% dos cruzeiristas viajam com o seu parceiro (CLIA, 2015a).

Uma outra questão em que os passageiros de cruzeiros foram abordados prende-se com a oportunidade que um cruzeiro oferece para explorar novos destinos. Nesse sentido, 95% dos

inquiridos consideram que um cruzeiro é uma boa via para a exploração de novos locais (Tabela 6.10).

Tabela 6.9- Grupo de viagem dos inquiridos

Caracterização do cruzeiro e visita à ilha	N	%
Grupo de Viagem		
Parceiro	184	65
Familiares	64	22,6
Amigos	13	4,6
Parceiro e amigos	12	4,2
Parceiro e filhos	7	2,5
Outros	3	1,1
Total	283	100

Tabela 6.10 - Oportunidade para explorar novos destinos

Caracterização do cruzeiro e visita à ilha	N	%
O cruzeiro como uma boa via para explorar novos destinos		
Considera uma boa via	272	95,1
Não considera uma boa via	14	4,9
Total	286	100

Foi também perguntado aos inquiridos se já regressaram a um destino, como turistas convencionais, que tenham visitado inicialmente como cruzeiristas. A intenção desta pergunta é averiguar a existência de uma relação entre o turismo de cruzeiros e o turismo convencional, com o primeiro a funcionar como um catalisador para futuras viagens por parte dos cruzeiristas. A Tabela 6.11 confirma essa relação, com **60% dos cruzeiristas** a afirmarem que já regressaram, como turistas convencionais, a locais que visitaram inicialmente num navio de cruzeiros. Este pode ser um bom indicador quanto à perspetiva destes cruzeiristas voltarem a visitar a ilha da Madeira, através de um outro tipo de turismo. Considerando novamente o estudo realizado para o mercado norte-americano, 42% indica que voltaram a visitar os mesmos destinos após o cruzeiro, pelo que a percentagem na ilha da Madeira se revela superior aos resultados do estudo referido (CLIA, 2015a).

Tabela 6.11 - Regresso a um destino visitado através de um cruzeiro

Caracterização do cruzeiro e visita à ilha	N	%
Regresso a um destino (como turista convencional) visitado inicialmente como cruzeirista		
Já regressou a um destino que visitou, pela primeira vez, num cruzeiro	172	60,6
Nunca regressou a um destino que visitou, pela primeira vez, num cruzeiro	112	39,4
Total	284	100

No que diz respeito às características da visita à ilha da Madeira, analisa-se, em primeiro lugar, o conhecimento que os inquiridos já tinham da ilha, através de visitas anteriores. Assim, na Tabela 6.12, analisa-se essa questão e verifica-se que a maioria destes cruzeiristas visita o destino pela primeira vez. Somente 32% dos mesmos afirma ser repetente no local. Dos que são repetentes na ilha, a média de visitas anteriores ao destino situa-se nas 3,5 visitas, pelo que já existe um bom conhecimento do local por parte desta amostra. Estes resultados estão de acordo com o estudo “Barómetro Regional da Qualidade – Avaliação da Satisfação dos Turistas” (2011), onde cerca de 60% dos cruzeiristas indicou estar a visitar a ilha pela primeira vez.

Tabela 6.12 - Visitas anteriores ao destino

Caracterização da visita à ilha	N	%	Média	Desvio-Padrão
Visita à ilha da Madeira				
Primeira visita à ilha da Madeira	196	68,1		
Já tinha visitado a ilha da Madeira	92	31,9		
Total	288	100		
Repetentes na ilha da Madeira				
Número de visitas anteriores à ilha da Madeira	89		3,49	8,885

Por fim, e para terminar este subtema, consideram-se as atividades que estes visitantes realizaram no destino. Na tabela 6.13, a negrito, apresenta-se o top cinco das atividades mais praticadas no destino, com destaque principal para os “passeios pela cidade”, que foram apontados por mais de 80% dos respondentes. A segunda atividade mais indicada foi a “visita ao mercado do Funchal”, sendo que as restantes atividades referidas na Tabela 6.13 foram realizadas por menos de 50% dos visitantes. Estes resultados estão de acordo com um estudo realizado para a ilha da Madeira, juntamente com as ilhas Canárias, em 2005, onde se indica que a maioria dos turistas de cruzeiros limitam-se a percorrer a cidade do Funchal, nomeadamente as áreas em torno do mercado da cidade, que é, de longe, a atração mais visitada por parte destes turistas (Edei Consultores, 2005).

Tabela 6.13 - Atividades praticadas no destino

Atividades praticadas	N	%
Passeios pela cidade	233	80,9
Visita ao mercado do Funchal	150	52,1
Participar em excursões/visitas guiadas	142	49,5
Visita a locais culturais (igrejas, jardins, museus)	118	41
Visita à zona velha do Funchal	114	39,6
<i>Shopping</i>	105	36,5
Observar a paisagem num miradouro	99	34,4
Almoçar ou Jantar num restaurante local	97	33,7
Andar de teleférico	74	25,7
Experimentar os carros de cesto do Monte	47	16,3
Visitar as zonas rurais da Madeira	41	14,2
Visita a adegas de Vinho Madeira	39	13,5
Assistir a demonstrações de folclore regional	19	6,6
Caminhar numa Levada	8	2,8
Outras atividades	6	2,1
Nadar numa praia	2	0,7
Jogar Golf	1	0,3

6.2.4 - Padrões de despesa no destino

Nesta secção são considerados alguns resultados que permitem caracterizar os gastos dos cruzeiristas no destino. Em primeiro lugar, analisa-se a participação dos inquiridos em excursões ou visitas guiadas, atividades que são consideradas, pelas entidades locais, como a principal fonte de despesa dos cruzeiristas no destino. Em segundo lugar, verifica-se de que forma as despesas são efetuadas, através da análise das categorias de despesa no destino.

a) Participação e caracterização das excursões realizadas

Através da observação da Tabela 6.14, conclui-se que a participação em excursões neste porto de escala é feita por cerca de metade dos respondentes. Este valor é um pouco inferior ao registado em *Heraklion*, na Grécia (64%), um importante porto de escala de cruzeiros no Mediterrâneo (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010, p. 400).

Tabela 6.14 - Realização de excursão no destino

Padrões de despesa dos cruzeiristas	N	%
Participação numa excursão/visita guiada	142	49,5

No que diz respeito à organização da excursão, realça-se uma distribuição quase equitativa, entre os que optam por organizar a excursão por meios próprios e os que adquirem excursões preparadas pela companhia de cruzeiros, como é possível observar na Tabela 6.15. Este é um ponto que merece alguma atenção, pois os agentes do destino consideram que grande

parte do valor pago pela excursão não fica no destino, no caso das excursões organizadas pelas companhias de cruzeiro (Almeida, 2011, p. 28).

Tabela 6.15 - Tipo de organização da excursão

Padrões de despesa dos cruzeiristas	N	%
Organização da excursão realizada		
A excursão em que participou foi organizada pela companhia de cruzeiros	69	50,7
A excursão em que participou foi organizada por meios próprios	67	49,3
Total	136	100

Em relação ao local onde as excursões foram adquiridas destaca-se a opção por comprá-las “em terra”, com 39,7% das preferências. A opção “a bordo do navio” foi escolhida por um quarto dos respondentes, enquanto 19,1% comprou a excursão “através do *website* da companhia de cruzeiros” (Tabela 6.16).

Tabela 6.16 - Local de aquisição da excursão

Padrões de despesa dos cruzeiristas	N	%
Local de aquisição da excursão		
Em terra	54	39,7
A bordo do navio	34	25
Através do <i>website</i> da companhia de cruzeiros	26	19,1
Ao mesmo tempo que adquiriu o cruzeiro	5	3,7
Outro	17	12,5
Total	136	100

Relativamente às excursões realizadas nota-se uma grande variedade de designações. Esta situação acontece, em parte, devido à grande variedade de excursões oferecidas pelas companhias, e também pelo fato destas usarem diferentes designações para percursos/itinerários idênticos.

A excursão mais popular entre os respondentes foi a “*Taxi Tour*”, com cerca de 5% de escolhas. As excursões com as designações “*City Sightseeing Funchal*”, “*Hop On Hop Off*” e “*Yellow Bus*” são da mesma categoria (circuitos citadinos em autocarros), apesar de serem realizadas por empresas diferentes, pelo que se considerarmos estas num só grupo obtém-se uma percentagem de 18,6%. Grande parte das restantes excursões presentes na Tabela 6.17 são organizadas pelas companhias de cruzeiro.

Tabela 6.17 – Excursões/visitas guiadas realizadas na Madeira

Excursão/visita guiada realizada	N	%
<i>Abendtour</i>	1	0,3
<i>Best of Madeira</i>	4	1,4
<i>Botanic Garden</i>	1	0,3
<i>Cable Car</i>	1	0,3
<i>Cable Car and Toboggan</i>	3	1
<i>City Sightseeing Funchal</i>	9	3,1
<i>City Tour</i>	3	1
<i>City, Cable Car, Monte and Toboggan</i>	4	1,4
<i>Daniel Madeira Highlights</i>	1	0,3
<i>Famous Toboggan Ride</i>	1	0,3
<i>Farmer's Market</i>	1	0,3
<i>FUN 01</i>	1	0,3
<i>Funchal Kompakt</i>	2	0,7
<i>Half Day</i>	1	0,3
<i>Hop On Hop Off</i>	12	4,2
<i>Hop On Hop Off - Cable Car</i>	1	0,3
<i>Jeep Tour</i>	1	0,3
<i>Leisurely Scenes of Madeira</i>	3	1
<i>Levada - Wondery</i>	1	0,3
<i>MAD 02</i>	1	0,3
<i>Madeira Breathtaking Tour</i>	1	0,3
<i>Madeira Island Tours</i>	1	0,3
<i>Nun's Valley</i>	1	0,3
<i>Panoramic Landscapes</i>	2	0,7
<i>Private</i>	2	0,7
<i>Roundtrip Funchal</i>	3	1
<i>São Vicente Caves</i>	3	1
<i>Scenic Madeira</i>	6	2,1
<i>Smart Cruise Tour</i>	1	0,3
<i>Stadt - Seilbahn - Gärten</i>	1	0,3
<i>Steilküsten</i>	1	0,3
<i>Taste of Madeira</i>	3	1
<i>Taxi Tour</i>	14	4,9
<i>Tukxi Madeira</i>	1	0,3
<i>Upmountain Madeira</i>	1	0,3
<i>Yellow Bus</i>	10	3,5
Total	103	34,7

Para finalizar o primeiro ponto desta secção, considera-se o valor médio pago pela excursão, neste porto de escala (Tabela 6.18). Os resultados indicam uma despesa média de aproximadamente 36 euros, sendo que existem diferenças substanciais no valor pago, de acordo

com a organização da excursão. No caso da excursão organizada por meios próprios a despesa média situa-se nos **22 euros**, enquanto no caso das excursões oferecidas pela companhia o valor médio pago localiza-se nos **51 euros**. Estes valores estão de acordo com o estudo realizado a nível regional para o mercado de cruzeiros, em 2011, que aponta valores entre os 40 e os 70 euros para as excursões organizadas pelas companhias de cruzeiros (Almeida, 2011, p. 28). A nível internacional, a tendência é semelhante, com o porto de *Messina* (Itália) a apresentar um custo médio da excursão a rondar os 50 euros (Penco & Di Vaio, 2014, p. 509).

Tabela 6.18 - Despesa na excursão

Preço da excursão	N	%	Média	Desvio-Padrão
Valor pago (euros) pela excursão (por pessoa)	133		36,18	21,479
Valor da excursão incluído na tarifa do cruzeiro	2			
Total	135			

b) Categorias de despesa no destino Madeira

Segundo o estudo “Inteligência Competitiva *Cruises in the Atlantic Islands 2004-2005*” (2005), realizado nos arquipélagos da Madeira e das Canárias, o gasto médio por pessoa durante a sua escala no porto do Funchal ronda os **70 euros**. No entanto, como é visível na Tabela 6.19, a despesa média efetuada na Madeira pelos respondentes deste estudo é inferior, rondando os **57 euros** por pessoa (o valor pago pela excursão está incluído nesta despesa). Este valor é superior ao que se regista no porto de escala de *Messina* (Itália), onde o valor médio gasto por pessoa é cerca de 43 euros (Penco & Di Vaio, 2014, p. 507), e inferior ao que se regista na Jamaica, no porto de *Ocho Rios*, onde esse valor está nos 68 euros (Henthorne, 2000, p. 247).

Tabela 6.19 - Despesa média efetuada no destino (por pessoa)

Padrões de despesa dos cruzeiristas	N	%	Média	Desvio-Padrão
Despesa realizada no destino				
Gasto efetuado, em euros, na escala pela ilha da Madeira (valor por pessoa)	281		57,17	38,936

Seguidamente (Tabela 6.20), são apresentadas as categorias de despesa dos visitantes inquiridos, onde as categorias “**comidas e bebidas**”, “**excursões/visitas guiadas**” e “**Shopping**” são as que apresentam despesas mais frequentes. A **maior despesa média** é realizada em “excursões/visitas guiadas”, “*Shopping*” e “entradas em atrações locais”, com uma média de gastos a rondar os 29 euros. Estes resultados estão de acordo com o que se regista a nível internacional, com as mesmas categorias de despesa (**a negrito**) a serem consideradas as mais populares para os cruzeiristas, enquanto transitam num certo destino, tal como é referido em outros estudos (Brida et al., 2010; Penco & Di Vaio, 2014).

Dentro da categoria *Shopping*, os turistas de cruzeiros indicaram despesa em alguns produtos tradicionais da Madeira, nomeadamente o **Vinho Madeira**. A procura por *souvenirs* foi também muito frequente entre estes cruzeiristas.

Tabela 6.20 - Categorias de despesa realizada

Categorias de despesas efetuadas na ilha da Madeira	N	Média	Mínimo	Máximo	Desvio-Padrão
Comidas e bebidas	192	13,24	1	60	9,441
Excursões/visitas guiadas	133	36,18	10	100	21,479
Entradas em atrações locais	62	19,18	2	90	15,376
Transportes	68	18,47	2	60	14,009
Shopping	106	31,46	4	120	25,476
Telefone e internet	1	2	2	2	0
Guias turísticos	2	11	10	12	1,414
Outras despesas	21	12,76	1	40	10,825

Legenda: a negrito indicam-se as categorias de despesa mais frequentes

Por fim, considera-se o número médio de horas que os passageiros de cruzeiros passam em terra neste destino. A Tabela 6.21 indica uma média de pouco mais de cinco horas, que está de acordo com o valor apontado para o porto do Funchal (Almeida, 2011, p. 26).

Tabela 6.21 - Tempo passado no destino pelos cruzeiristas

Tempo de duração da escala na ilha da Madeira	N	Média	Desvio-Padrão
Número de horas passadas fora do navio neste destino	274	5,21	1,730

6.2.5 – Avaliação e Recomendação do destino

Após a indicação das despesas que realizaram no destino, foi pedido aos respondentes que avaliassem a sua satisfação em 18 itens, relacionados com a escala na Madeira. O método utilizado é o mesmo da motivação, em que se avalia cada item de 1 a 5 (de insatisfeito a muito satisfeito).

De modo a sintetizar a informação e a encontrar um conjunto de componentes, ou fatores, que permitam representar os itens da satisfação, foi aplicada uma análise de componentes principais, com rotação *varimax*, aos 18 itens que integravam o inquérito (Tabela 6.22). Desta análise, resultou a criação de **três fatores**, classificados de acordo com os itens que os compunham: “Acessibilidades, Transportes e Atrações”; “Atmosfera e Serviços Turísticos” e “Informação e Permanência no Destino”. As Comunalidades apresentam valores aceitáveis, quase sempre superiores a 0,5, e o KMO é de 0,909, indicando uma análise muito boa. O teste de *Bartlett’s* apresenta um valor de 1648,182 (signif. = 0,00) e a percentagem da variância acumulada é de cerca de 56%. Em relação à consistência interna dos fatores, o *Cronbach’s Alpha* é superior a 0,8 em dois fatores, indicando boa consistência, e superior a 0,6 no outro fator, revelando uma consistência aceitável.

Tabela 6.22 - Análise de componentes principais da satisfação no destino

Itens	Média dos itens	Média dos fatores	Comunalidades	Acessibilidades, Transportes, Atrações	Atmosfera e Serviços Turísticos	Informação e duração da permanência no destino
Receção na chegada	4,08	4,176	0,719	0,781		
Comunicação com os locais	4,00		0,613	0,761		
Comércio local	4,08		0,674	0,747		
Acessibilidades	4,19		0,598	0,698		
Locais/Atrações visitadas	4,31		0,504	0,594	0,388	
Transportes	4,28		0,557	0,577	0,468	
Empatia da comunidade local	4,58	4,338	0,624		0,754	
Sensação de segurança	4,65		0,579		0,740	
Atitude dos lojistas e vendedores	4,35		0,621	0,313	0,622	0,368
Clima	4,13		0,338		0,576	
Qualidade dos serviços	4,23		0,606	0,407	0,565	0,349
Existência de restaurantes	4,42		0,452	0,364	0,541	
Qualidade ambiental	4,32		0,512	0,367	0,538	
Relação qualidade-preço	4,22		0,431	0,385	0,517	
Facilidades portuárias	4,17		0,431	0,412	0,503	
Tempo disponível na ilha	3,79	3,770	0,745			0,862
Informação prévia à visita	3,77		0,557	0,483		0,563
Postos de informação turística	3,73		0,526	0,420	0,304	0,507
			% da variância explicada	23,689	21,909	10,439
			% da variância explicada acumulada	23,689	45,598	56,037
			Eigenvalues	4,264	3,944	1,879
			Cronbach's Alpha	0,866	0,841	0,615
			KMO	0,909		
			Bartlett's Test Sphericity	1648,182 (0,00)		

Através de uma análise à média dos itens, verifica-se que a satisfação dos inquiridos com o que encontraram no destino é positiva. O fator “atmosfera e serviços turísticos” é o que apresenta uma melhor média (4,34), onde se destacam os itens “sensação de segurança” e “empatia da comunidade local”, que apresentam as duas melhores médias de satisfação. Por outro lado, o fator que teve uma classificação mais baixa (3,77), apesar de positiva, foi “informação e duração da permanência no destino”, o que aponta para algumas lacunas na informação facultada aos cruzeiristas, antes e durante a sua visita à região e também para o facto de os cruzeiristas pretenderem passar mais tempo no destino Madeira. A nível internacional, verifica-se que os mesmos itens possuem a menor satisfação entre os cruzeiristas, como é o caso de *Heraklion* (Grécia), onde os turistas gostavam de passar mais tempo no destino e ter melhor

informação acerca do mesmo, pelo que estes atributos, informação e tempo de permanência nos locais de escala, devem merecer uma atenção especial por parte dos responsáveis pela gestão da indústria de cruzeiros (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010).

Após a avaliação do destino, os respondentes deram a conhecer a intenção de regressar ao mesmo. Numa escala de 1 a 5 (de muito improvável a muito provável), os cruzeiristas indicam a probabilidade de voltarem à Madeira no futuro, por dois meios distintos: através de um outro cruzeiro; ou pelo turismo convencional (via aérea e permanecendo num hotel local). Na Tabela 6.23 observa-se um valor positivo, em ambas as análises, transparecendo que estes visitantes desejam voltar a visitar a ilha da Madeira. Outro dado positivo, é a probabilidade de regressar como turista convencional ser superior à probabilidade de regresso num outro cruzeiro, indo de encontro às expetativas geradas pelos agentes locais, que consideram que o cruzeirista que visita a região tem tendência a voltar no futuro como turista convencional, um ponto que alguns estudos internacionais também já analisaram (ex: Andriotis & Agiomirgianakis, 2010, p. 400), enquanto outros consideram que apenas uma pequena parte dos cruzeiristas regressa, efetivamente, como “*land tourists*”, aos destinos contemplados num cruzeiro (ex: Brida *et al.*, 2012b, p. 407).

Tabela 6.23 - Probabilidade de regressar à Madeira

Probabilidade de regresso ao destino	N	%					Média	Desvio-Padrão
		1	2	3	4	5		
Probabilidade de regressar como turista convencional	260	6,9	7,7	13,8	36,5	35	3,85	1,184
Probabilidade de regressar num outro cruzeiro	274	10,2	8,0	20,1	27,7	33,9	3,67	1,296

De seguida, na Tabela 6.24, analisa-se intenção dos respondentes de recomendar o destino, numa escala de 1 a 5 (de discordo completamente a concordo plenamente). Com uma média a rondar os 4,5, conclui-se que existe uma forte possibilidade de outras pessoas serem recomendadas a visitar a ilha da Madeira.

Tabela 6.24 - Recomendação do destino

Recomendação do destino	N	%					Média	Desvio-Padrão
		1	2	3	4	5		
Vai recomendar aos seus amigos e familiares a visita à ilha da Madeira	273	1,1	1,5	7,0	32,6	57,9	4,45	0,780

Para determinar o verdadeiro potencial deste passa-palavra, pediu-se aos respondentes que indicassem a quantas pessoas pensam falar do destino, dentro do seu círculo de familiares e amigos (Tabela 6.25).

Tabela 6.25 - Comunicação do destino a amigos e familiares

Número de pessoas recomendadas a visitar o destino	N	%
Ninguém	7	2,6
1 a 5 pessoas	79	28,9
6 a 10 pessoas	82	30
11 a 15 pessoas	35	12,8
16 a 20 pessoas	22	8,1
Mais de 20 pessoas	48	17,6
Total	273	100

Através desta indicação (Tabela 6.25) por parte dos inquiridos, é possível realizar uma estimativa do número de pessoas que terão informações acerca da Madeira, por meio deste passa-palavra. Em média, entre 10 a 11 pessoas são recomendadas a visitar a ilha da Madeira, por cada passageiro que escala no destino. Tendo em conta que a escala de um cruzeiro na região significa, em média, aproximadamente 1700 passageiros, é possível calcular o número potencial de pessoas que recebem informação positiva acerca do destino. Assim, em cada escala, cerca de 17850 pessoas recebem informações e são recomendadas a visitar a região, através dos cruzeiristas que visitam a ilha. Em 2014, através das 283 escalas de cruzeiros na região, a Madeira foi promovida a mais de 5 milhões de pessoas.

6.2.6 - Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas de acordo com um conjunto de variáveis

Para determinar se existem diferenças estatisticamente significativas nas despesas dos cruzeiristas, segundo o seu perfil sociodemográfico, motivação e avaliação do destino e caracterização do cruzeiro e da visita à ilha, aplicou-se um conjunto de técnicas de estatística bivariada. No caso de se tratar da análise das diferenças entre dois grupos de cruzeiristas e as despesas no destino aplica-se a o **teste t**. Quando a variável em análise é composta por mais do que dois grupos utiliza-se a **Anova** (Eusébio, 2006, p. 255). Estas diferenças foram testadas para as três categorias de despesa mais frequentes, nomeadamente a despesa geral no destino, a despesa na excursão e a despesa em comida e bebidas.

Nas tabelas que se seguem são apresentadas as análises que revelam diferenças estatisticamente significativas nas despesas, de acordo com um conjunto de variáveis constituídas por dois grupos de visitantes, utilizando-se para tal o **teste t**, ou o teste *Mann Whitney*, quando os pressupostos do primeiro não se cumprem. Através da leitura da Tabela 6.26, verifica-se que existem diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, entre os cruzeiristas repetentes e os que visitam a ilha pela primeira vez. Estes visitantes, que se estreiam a visitar a Madeira, apresentam uma média de gastos superior, a rondar os 63 euros, enquanto os repetentes no destino gastam, em média, cerca de 46 euros. Estes resultados estão de acordo com o estudo realizado em Cartagena, onde se concluiu que quanto maior o número de visitas ao local, menor é a probabilidade de gastar no destino (Brida et al., 2012a, p. 142)

Tabela 6.26 – Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com a repetência na ilha

Tipo de cruzeirista	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Primeira vez na ilha	90	45,71	32,013	0,001	Existem diferenças nas médias
Repetente na ilha	191	62,57	40,774		

Na Tabela 6.27, verifica-se que os cruzeiristas que participam numa excursão apresentam despesas médias superiores, a rondar os 72 euros.

Tabela 6.27 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com participação numa excursão

Tipo de cruzeirista	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não participou numa excursão	144	43,19	32,766	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou numa excursão	136	71,81	39,733		

Nas Tabelas 6.28 e 6.29, considera-se as diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino e na despesa com a excursão, de acordo com a organização da mesma. Em ambos os casos, os gastos médios são superiores para os que optam por participar numa excursão organizada pela companhia de cruzeiros. Segundo Brida (2010) & Brida *et al.* (2012a) as excursões representam a principal contribuição dos cruzeiristas para as economias dos locais onde um navio escala. Na Costa Rica, um cruzeirista paga em média 72 dólares por uma excursão organizada pela companhia de cruzeiros, enquanto uma excursão organizada por meios próprios tem um custo médio de 37 dólares. Um passageiro que transitou neste destino optando por não participar em qualquer tipo de excursão gastou apenas 28 dólares (Brida, 2010, p. 333). Deste modo, considera-se que os resultados presentes nas tabelas 6.27, 6.28 e 6.29 estão de acordo com a literatura mencionada.

Tabela 6.28 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino, de acordo com a organização da excursão

Tipo de excursão	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Organizada pelo cruzeiro	64	53,61	31,029	0,000	Existem diferenças nas médias
Organizada pela companhia de cruzeiros	66	89,15	41,088		

Tabela 6.29 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas com a excursão, de acordo com o tipo de organização

Tipo de excursão	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não organizada pelo cruzeiro	64	22,21	14,780	0,000	Existem diferenças nas médias
Organizada pelo cruzeiro	64	51,50	16,881		

Considerou-se, igualmente, as diferenças estatisticamente significativas nas despesas, de acordo com as atividades praticadas pelos inquiridos no destino. Na Tabela 6.30, observa-se que existem diferenças nas despesas médias totais no destino, consoante a participação nas atividades enunciadas. Os que participam nessas atividades têm despesas médias superiores, em relação aos que não participam.

Tabela 6.30 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino de acordo com o tipo de atividade praticada

Atividade - Visita a adegas V. Madeira	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	244	53,30	36,823	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	37	82,70	43,210		
Atividade - Almoço/Jantar num Restaurante	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	185	53,50	38,231	0,028	Existem diferenças nas médias
Participou	96	64,24	39,504		
Atividade - Shopping	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	177	47,76	29,771	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	104	73,18	46,858		
Atividade - Observar paisagens em miradouros	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	183	53,61	38,446	0,036	Existem diferenças nas médias
Participou	98	63,82	39,169		
Atividade - Andar nos carros de cesto	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	234	52,79	36,631	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	47	78,98	42,982		
Atividade - Andar de teleférico	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	210	52,21	37,519	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	71	71,83	39,615		
Atividade - Excursões/Visitas guiadas	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	180	47,27	33,783	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	101	74,82	41,360		

Na seguinte tabela, apresentam-se as diferenças estatisticamente significativas nas despesas médias com a excursão, mediante a participação nas atividades indicadas (Tabela 6.31). Os resultados vão de encontro ao registado na tabela anterior, pois a participação nas atividades implicou um gasto superior, desta feita nas despesas médias com a excursão.

Tabela 6.31 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas com a excursão, de acordo com a participação nas atividades mencionadas

Atividade - Visita a adegas V. Madeira	Estatísticas descritivas			Teste U de Mann Whitney	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	106	62,58		0,008	Existem diferenças nas médias
Participou	27	84,35			
Atividade - Observar paisagens em miradouros	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	72	32,15	19,034	0,021	Existem diferenças nas médias
Participou	61	40,93	23,321		
Atividade - Andar de teleférico	Estatísticas descritivas			Teste U de Mann Whitney	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	105	61,79		0,002	Existem diferenças nas médias
Participou	28	86,55			

Finalmente, a Tabela 6.32, apresenta as diferenças estatisticamente significativas nas despesas médias em comidas e bebidas, segundo a participação em determinadas atividades. Neste caso, a participação na primeira e na última atividade da tabela resulta numa despesa média inferior, para a categoria em análise.

Tabela 6.32 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas, de acordo com a participação nas atividades mencionadas

Atividade - Visita à cidade velha do Funchal	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	111	14,50	10,893	0,020	Existem diferenças nas médias
Participou	81	11,52	6,667		
Atividade - Almoço/Jantar num Restaurante	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	102	10,34	6,817	0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	90	16,53	10,862		
Atividade - Shopping	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	121	14,30	10,631	0,024	Existem diferenças nas médias
Participou	71	11,45	6,654		

No que diz respeito à análise das diferenças estatisticamente significativas nas despesas médias, de acordo com um conjunto de variáveis constituídas por mais de dois grupos de visitantes, não se obtiveram diferenças estatisticamente significativas nas despesas. As variáveis

consideradas nesta análise foram: o país de residência, o estado civil, as habilitações literárias, a situação profissional, o rendimento médio mensal do agregado familiar e o grupo de viagem.

Recorreu-se ainda a outra técnica de análise estatística bivariada para testar a associação entre duas variáveis, aplicando-se coeficientes de correlação. Tendo em conta que os dados utilizados não possuem distribuição normal, aplicou-se apenas o coeficiente de **correlação de Spearman**. Nas tabelas que se seguem, observam-se os resultados mais relevantes das correlações, entre as categorias de despesa mais frequentes, (despesa total no destino; despesa na excursão e despesa em comidas e bebidas) e um conjunto de variáveis de escala.

Na Tabela 6.33, verifica-se uma **correlação muito baixa positiva**, entre o fator motivacional “**exploração e aventura**” e a despesa em comidas e bebidas. Por outro lado, observa-se uma **correlação muito baixa negativa**, entre o fator motivacional “**experiência num cruzeiro**” e a despesa em comidas e bebidas. Estas associações fazem sentido, na medida em que o cruzeirista interligado com o primeiro fator pretende explorar o destino e usufruir da oferta local, enquanto um passageiro que se revê mais no segundo fator motivacional pretende aproveitar, numa maior escala, a experiência a bordo do cruzeiro, pelo que optará, em teoria, por realizar refeições a bordo.

Tabela 6.33 - Coeficiente de correlação de *Spearman* entre os fatores motivacionais e as despesas em comidas e bebidas

Correlação de Spearman		Despesa em comidas e bebidas
Fator de motivação "Exploração e Aventura"	Coeficiente de correlação	0,152
	Significância	0,044
	N	177
Correlação de Spearman		Despesa em comidas e bebidas
Fator de motivação "Experiência num cruzeiro"	Coeficiente de correlação	-0,185
	Significância	0,014
	N	177

Outras associações relevantes que se destacaram nestas análises foram as correlações entre o tempo passado pelos cruzeiristas fora do navio e os gastos efetuados no destino. Como é demonstrado na Tabela 6.34, existem correlações positivas para os três itens da despesa analisados. Destaca-se a primeira correlação, entre o **número de horas no destino e a despesa total gerada**, que apresenta uma **correlação moderada positiva**. Estes resultados vão ao encontro de outras investigações, que consideram que o tempo que um cruzeirista passa num destino tem influência nos seus gastos, existindo uma associação positiva entre as duas variáveis (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010; Henthorne, 2000).

Tabela 6.34 - Coeficiente de correlação de *Spearman* entre o tempo passado no destino e as despesas

Correlação de Spearman		Despesa total no destino
Número de horas no destino	Coeficiente de correlação	0,385
	Significância	0,000
	N	268
Correlação de Spearman		Despesa na excursão
Número de horas no destino	Coeficiente de correlação	0,200
	Significância	0,025
	N	127
Correlação de Spearman		Despesa em comidas e bebidas
Número de horas no destino	Coeficiente de correlação	0,262
	Significância	0,000
	N	186

Registaram-se ainda correlações positivas muito baixas entre as despesas e a intenção de regressar e de recomendar o destino. A primeira correlação verificou-se entre a probabilidade de regresso ao destino como turista convencional e as despesas em comidas e bebidas (Tabela 6.35). A segunda correlação associa positivamente a intenção de recomendar o destino e as despesas em comidas e bebidas (Tabela 6.36). Apesar destas duas correlações apresentarem valores muito baixos, considera-se que a existência de uma associação estatisticamente positiva com as despesas em comidas e bebidas revela que as pessoas que gastam mais nesta categoria de despesas tendem a ser mais fieis ao destino, verificando-se o contrário quando os cruzeiristas diminuem os seus gastos.

Tabela 6.35 - Coeficiente de correlação de *Spearman* entre a probabilidade de regresso como turista convencional e as despesas em comidas e bebidas

Correlação de Spearman		Despesa em comida e bebida
Probabilidade de regresso como turista convencional	Coeficiente de correlação	0,161
	Significância	0,032
	N	177

Tabela 6.36 - Coeficiente de correlação de *Spearman* entre a intenção de recomendar o destino e as despesas em comidas e bebidas

Correlação de Spearman		Despesa em comida e bebida
Intenção de recomendar o destino	Coeficiente de correlação	0,156
	Significância	0,034
	N	184

Não foram encontradas associações estatisticamente significativas entre os fatores de satisfação e as despesas. A idade do cruzeirista também não apresenta qualquer correlação com as despesas no destino.

6.2.7 – Fatores que influenciam as despesas dos cruzeiristas no destino

Para determinar a variação das despesas dos cruzeiristas no destino, em função de um conjunto de fatores, foram realizadas análises de regressão. Esta técnica estatística muito utilizada permite prever o comportamento de uma variável quantitativa a partir de uma ou mais variáveis relevantes, podendo ser categorizada em dois grupos, conforme o número de variáveis independentes incluídas no modelo: modelos de regressão simples e modelos de regressão múltipla. (Eusébio, 2006, p. 128)

Neste estudo, utiliza-se o segundo tipo de modelo de regressão mencionado, para identificar os fatores (variáveis independentes) que poderão influenciar as despesas efetuadas pelos cruzeiristas na ilha da Madeira (variável dependente). Após aplicar várias análises de regressão, relacionando os gastos dos inquiridos em várias categorias de despesa com as variáveis independentes, apenas um dos modelos cumpriu com os pressupostos inerentes à aplicação de um modelo de regressão.

O modelo de regressão utilizado tem como variável dependente os gastos totais efetuados no destino (valor por pessoa) e um conjunto de variáveis independentes, onde se incluem: a experiência em cruzeiros e na ilha da Madeira (estreadantes ou repetentes); a participação numa excursão; o número de horas passadas no destino; as várias atividades praticadas durante a escala na Madeira; as motivações para realizar o cruzeiro; a satisfação perante o que encontraram no destino e o perfil da amostra do respondente, compreendido pelas variáveis idade, género, país de residência, estado civil, habilitações literárias, situação profissional e rendimento médio mensal do agregado familiar.

A formulação matemática do modelo desenvolvido é a seguinte:

$$DTD_{i,n} = f(ECR_{i,n}, EMA_{i,n}, PE_{i,n}, NH_{i,n}, AP_{i,n}, AF_{i,n}, AVM_{i,n}, AVL_{i,n}, AVA_{i,n}, AVCV_{i,n}, APL_{i,n}, ANP_{i,n}, AAR_{i,n}, AVR_{i,n}, AS_{i,n}, AM_{i,n}, AG_{i,n}, ACC_{i,n}, AT_{i,n}, AE_{i,n}, I_{i,n}, G_{i,n}, PRAL_{i,n}, PRRU_{i,n}, EC_{i,n}, HL_{i,n}, SP_{i,n}, R_{i,n}, MF1_{i,n}, MF2_{i,n}, MF3_{i,n}, MF4_{i,n}, MF5_{i,n}, SATF1_{i,n}, SATF2_{i,n}, SATF3_{i,n})$$

Com base no modelo da equação anterior, transformou-se a equação num modelo linear:

$$DTD_{i,n} = \alpha + b_1 ECR_{i,n} + b_2 EMA_{i,n} + b_3 PE_{i,n} + b_4 NH_{i,n} + b_5 AP_{i,n} + b_6 AF_{i,n} + b_7 AVM_{i,n} + b_8 AVL_{i,n} + b_9 AVA_{i,n} + b_{10} AVCV_{i,n} + b_{11} APL_{i,n} + b_{12} ANP_{i,n} + b_{13} AAR_{i,n} + b_{14} AVR_{i,n} + b_{15} AS_{i,n} + b_{16} AM_{i,n} + b_{17} AG_{i,n} + b_{18} ACC_{i,n} + b_{19} AT_{i,n} + b_{20} AE_{i,n} + b_{21} I_{i,n} + b_{22} G_{i,n} + b_{23} PRAL_{i,n} + b_{24} PRRU + b_{25} EC_{i,n} + b_{26} HL_{i,n} + b_{27} SP_{i,n} + b_{28} R_{i,n} + b_{29} MF1_{i,n} + b_{30} MF2_{i,n} + b_{31} MF3_{i,n} + b_{32} MF4_{i,n} + b_{33} MF5_{i,n} + b_{34} SATF1_{i,n} + b_{35} SATF2_{i,n} + b_{36} SATF3_{i,n} + e_i$$

Onde:

DTD = despesa total no destino – variável dependente;

i...n = número de cruzeiristas;

ECR = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participa pela primeira vez num cruzeiro e 0 se é repetente;

EMA = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista visita pela primeira vez a Madeira e 0 se é repetente;;

PE = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou numa excursão na Madeira e 0 se não participou;

NH= número de horas que o cruzeirista passou no destino;

AP = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “passeios pela cidade” e 0 se não participou;

AF = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “assistir a folclore regional” e 0 se não participou;

AVM = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “visita ao mercado” e 0 se não participou;

AVLC = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “visita a locais culturais” e 0 se não participou;

AVA = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “visita a adegas” e 0 se não participou;

AVCV = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “visita à cidade velha” e 0 se não participou;

APL = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “passeio numa levada” e 0 se não participou;

ANP = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “nadar numa praia” e 0 se não participou;

AAR = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “almoço/jantar num restaurante local” e 0 se não participou;

AVR = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “visitar zonas rurais” e 0 se não participou;

AS= variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “*shopping*” e 0 se não participou;

AM = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “observar paisagens em miradouros” e 0 se não participou;

AG = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “jogar golf” e 0 se não participou;

ACC = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “andar nos carros de cesto” e 0 se não participou;

AT = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “andar de teleférico” e 0 se não participou;

AE = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista participou na atividade “excursões” e 0 se não participou;

I= idade do cruzeirista;

G = variável *dummy* com valor 1 se o cruzeirista é uma pessoa do sexo masculino e 0 se é uma pessoa do sexo feminino;

PRAL = variável *dummy* com valor 0 se o cruzeirista reside na Alemanha e 1 se reside em outro país;

PRRU = variável *dummy* com valor 0 se o cruzeirista reside no Reino Unido e 1 se reside em outro país;

EC = variável *dummy* com valor 0 se o cruzeirista é casado e 1 se está noutra situação civil;

HL = habilitações literárias do cruzeirista;

SP = variável *dummy* com valor 0 se o cruzeirista se encontra empregado e 1 se está noutra situação profissional

R = rendimento médio mensal do agregado familiar do cruzeirista;

MF1 = média dos itens da motivação do fator exploração e aventura;

MF2 = média dos itens da motivação do fator experiência num cruzeiro;
MF3 = média dos itens da motivação do fator acessibilidade e conveniência do cruzeiro;
MF4 = média dos itens da motivação do fator sociabilização;
MF5 = média dos itens da motivação do fator descanso e escape;
SATF1 = média dos itens da satisfação do fator acessibilidade, transporte e atrações;
SATF2 = média dos itens da satisfação do fator atmosfera e serviços turísticos;
SATF3 = média dos itens da satisfação do fator informação e permanência no destino;
e = variável aleatória residual;

Os resultados do modelo de regressão aplicado podem ser observados na Tabela 6.37. Nesta análise foi utilizado o método *Enter*, que considera as variáveis simultaneamente, e adequou-se a significância a um nível máximo de 0,057. Das 36 variáveis independentes, inicialmente inseridas na análise, apenas 7 constam no modelo final.

A Tabela 6.37 indica que as variáveis que influenciam positivamente as despesas dos cruzeiristas no destino são: a prática das atividades “**excursões/visitas guiadas**”, “**andar nos carros de cesto**”, “**Shopping**” e “**Visita a adegas de Vinho Madeira**”, e ainda os que apresentam **motivações** relacionadas com “**Sociabilização**”. Por outro lado, os passageiros de cruzeiros que participam na atividade “**visita à cidade velha**” e apresentam **satisfação** com o fator “**Informação e Permanência**”, têm uma influência negativa nas despesas geradas. Não foram encontrados dados que justificassem estas influências negativas, pelo que estes resultados devem ser futuramente investigados com maior detalhe.

Tabela 6.37 - Resultados da análise de regressão para a variável dependente despesas totais no destino

Variável dependente: despesas totais no destino (valor por pessoa)					
Variáveis independentes	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constante)	16,073	33,818		0,475	0,636
Excursões/Visitas Guiadas (atividades)	28,569	14,090	0,339	2,028	0,046
Andar nos carros de cesto (atividades)	29,747	12,400	0,274	2,399	0,019
Shopping (atividades)	23,002	8,416	0,274	2,733	0,008
MOT Sociabilização	9,524	4,723	0,224	2,016	0,048
Visita a adegas Vinho Madeira (atividades)	24,167	12,312	0,218	1,963	0,054
Visita à cidade velha (atividades)	-21,584	8,942	-0,262	-2,414	0,018
SAT Informação e Permanência	-8,608	4,441	-0,200	-1,939	0,057

Considera-se que o modelo cumpre com os pressupostos para uma análise de regressão múltipla, nomeadamente a ausência de multicolinearidade ($VIF \leq 4,11$; Tolerância $\geq 0,24$) e a linearidade (Anexos 6.1 e 6.2). O pressuposto relativo à homocedasticidade não se verifica, pois não existe homocedasticidade (Anexo 6.3). Em relação à normalidade, perante os testes realizados, rejeita-se a hipótese da variável seguir uma distribuição normal (Anexo 6.4).

Tabela 6.38 - Diagnóstico da qualidade do ajustamento do modelo aplicado

Indicadores da qualidade do ajustamento	
R	0,716
R quadrado	0,512
R quadrado ajustado	0,265
Desvio-Padrão	35,256

6.3 – Análise dos resultados relativos aos tripulantes

6.3.1 – Caracterização dos inquiridos

Os tripulantes apresentam um perfil sociodemográfico distinto dos passageiros, nomeadamente a nível da idade, nacionalidade e situação profissional. Nas tabelas que se seguem, apresenta-se uma caracterização desta população, segundo dados recolhidos através do questionário administrado.

a) Idade e Género

A idade média do tripulante que foi inquirido neste estudo é de 33 anos e a grande maioria é do sexo masculino (Tabela 6.39).

Tabela 6.39 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Idade e Género

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%	Média	Desvio-Padrão
Idade				
Total	101		32,99	10,576
Género				
Masculino	74	73,3		
Feminino	27	26,7		
Total	101	100,0		

b) Nacionalidade

Em relação à nacionalidade, regista-se uma grande variedade, tendo sido inquiridos tripulantes de várias partes do mundo. No entanto, a nacionalidade que se destacou foi a Indiana, representando quase um terço da amostra. A segunda nacionalidade mais indicada foi a Filipina, com cerca de 16% dos respondentes (Tabela 6.40).

Tabela 6.40 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Nacionalidade

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Nacionalidade		
Indiana	33	32,7
Filipina	16	15,8
Outras	52	50,5
Total	101	100

c) Habilitações Literárias

O nível de escolaridade dos respondentes é muito elevado, não tendo surgido nenhuma resposta à opção “inferior ao ensino secundário”. Cerca de 80% possui um curso superior, enquanto os restantes 20% ficou-se pelo ensino secundário (Tabela 6.41).

Tabela 6.41 - Perfil sociodemográfico do tripulante - Habilitações literárias

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%
Habilitações Literárias		
Inferior ao ensino secundário	0	0
Ensino Secundário	20	20,2
Ensino Superior	79	79,8
Total	99	100

d) Ocupação profissional a bordo do navio

Um navio de cruzeiros dispõe de trabalhadores de um conjunto de áreas muito diversas. No Anexo 6.5, observa-se as funções a bordo dos tripulantes inquiridos. O cargo mais referido pelos respondentes é o de “waiter” (empregado de mesa em português), com cerca de 15% das respostas, seguido pelo “Chef”, atribuído aos chefes de cozinha do navio, com um valor a rondar os 10%.

6.3.2 – Caracterização da visita à ilha

Na Tabela 6.42, podemos observar as principais atividades praticadas pelos tripulantes enquanto estiveram no destino. Com mais de 90% de respostas, destacam-se os “passeios pela cidade”. Em segundo e terceiro lugar, com percentagens um pouco acima dos 50%, surgem as atividades “visita ao mercado do Funchal” e “almoço ou jantar num restaurante local”, respetivamente.

Tabela 6.42 - Atividades praticadas no destino

Atividades praticadas na Madeira	N	%
Passeios pela cidade	96	93,2
Visita ao mercado do Funchal	55	53,4
Almoçar ou Jantar num restaurante local	52	50,5
<i>Shopping</i>	46	44,7
Visita a locais culturais (igrejas, jardins, museus)	26	25,2
Visita à zona velha do Funchal	10	9,7
Observar a paisagem num miradouro	10	9,7
Andar de teleférico	7	6,8
Assistir a demonstrações de folclore regional	5	4,9
Visita a adegas de Vinho Madeira	5	4,9
Visitar as zonas rurais da Madeira	4	3,9
Caminhar numa Levada	3	2,9
Nadar numa praia	3	2,9
Participar em excursões/visitas guiadas	2	1,9
Outras atividades	2	1,9
Experimentar os carros de cesto do Monte	1	1
Jogar Golf	0	0

6.3.3 – Padrões de despesa dos tripulantes

Os tripulantes inquiridos no âmbito deste estudo declaram ter efetuado um gasto médio de 56 euros, na sua escala na região (Tabela 6.43). De acordo com APRAM, não existem estudos que identifiquem a despesa média que um tripulante realiza na região, no entanto, de acordo com entrevista realizada junto da APRAM, apontam-se estimativas em torno dos 40 a 50 euros. O valor

apurado nesta investigação é relativamente superior, identificando-se um impacto económico acima do previsto.

Tabela 6.43 - Despesa média no destino dos tripulantes

Padrões de despesas dos tripulantes	N	%	Média	Desvio-Padrão
Despesa realizada no destino				
Gasto efetuado, em euros, na escala pela ilha da Madeira (valor por pessoa)	101		56,09	75,187

Na tabela 6.44, observa-se as categorias de despesa realizada no destino pelos tripulantes. Os tripulantes efetuam gastos, sobretudo, nas categorias “**comidas e bebidas**”, “**Shopping**” e “**transportes**”. No que diz respeito à maior média de gastos, esta é atribuída às categorias “casino”, “*Shopping*” e “outras despesas”.

Dentro da categoria *Shopping*, os tripulantes referiram a compra de alguns produtos tradicionais da Madeira, com destaque para o Vinho Madeira. A compra de *souvenirs* foi também muito referida por estes respondentes.

Tabela 6.44 - Categorias de despesa dos tripulantes

Categorias de despesas efetuadas na ilha da Madeira	N	Média	Mínimo	Máximo	Desvio-Padrão
Comidas e bebidas	73	21,36	2	180	23,22
Serviços médicos/medicação	3	28,33	15	50	18,93
Entradas em atrações locais	9	12,22	5	20	6,18
Transportes	18	11,94	2	30	8,626
Shopping	44	56,18	5	450	68,015
Casino	2	57,5	15	100	60,104
Telefone e internet	8	12,75	2	50	15,6
Guias turísticos	1	5	5	5	.
Outras despesas	10	38,9	5	214	65,584

Legenda: a negrito indicam-se as categorias de despesa mais frequentes

Para concluir este subtema, regista-se o número de horas médias passadas no destino, por parte dos tripulantes (Tabela 6.45). Segundo os resultados, estes indivíduos permanecem pouco mais de 3 horas no destino.

Tabela 6.45 - Tempo passado no destino pelos tripulantes

Tempo de duração da escala na ilha da Madeira	N	%	Média	Desvio-Padrão
Número de horas passadas fora do navio neste destino	97		3,12	1,227

6.3.4 – Avaliação e Recomendação do Destino

Para avaliar o destino, pediu-se aos tripulantes que indicassem a sua satisfação em 18 itens/atributos relacionados com a região, os mesmos que foram apresentados aos passageiros, numa escala *Likert* de 1 a 5 (de insatisfeito a muito satisfeito). Foi aplicada uma análise de

componentes principais, para recolher um conjunto reduzido de fatores que permitissem representar os itens da satisfação, e deste modo obter uma informação mais reduzida e objetiva. Retirou-se da análise o item “tempo disponível no destino”, pois não se inseria em nenhum dos fatores, procedendo-se posteriormente a uma nova análise, com rotação *varimax*, aos 17 itens restantes (Tabela 6.46).

Tabela 6.46 - Análise de componentes principais de satisfação no destino dos tripulantes

Itens	Média dos itens	Média dos fatores	Comunalidades	Caraterísticas do destino, infraestruturas e equipamentos	Atmosfera local, serviços e informação	Segurança e empatia dos locais
Locais/atrações visitadas	4,39	4,314	0,698	0,826	0,351	0,361
Receção na chegada	4,39		0,673	0,769		
Transportes	4,48		0,754	0,766		
Comércio Local	4,42		0,683	0,718		
Facilidades portuárias	4,34		0,730	0,698		
Comunicação com os locais	4,27		0,667	0,695		
Acessibilidades	4,44		0,609	0,581		
Relação qualidade-preço	4,29		0,575	0,541		
Qualidade ambiental	4,55	4,423	0,591	0,389	0,743	0,374
Clima	4,60		0,571		0,684	
Qualidade dos serviços	4,52		0,708		0,645	
Postos de informação turística	4,21		0,532		0,642	
Existência de restaurantes	4,58		0,587		0,597	
Informação prévia à visita	4,37		0,579		0,537	
Sensação de segurança	4,71	4,481	0,719			0,825
Empatia da comunidade local	4,39		0,747			0,792
Atitude dos lojistas e vendedores	4,31		0,656			0,762
			% da variância explicada	27,859	20,015	17,295
			% da variância explicada acumulada	27,859	47,874	65,169
			Eigenvalues	4,736	3,403	2,940
			Cronbach's Alpha	0,904	0,791	0,846
			KMO	0,855		
			Bartlett's Test Sphericity	640,438 (0,00)		

Os resultados indicam a criação de três fatores, “caraterísticas do destino, infraestruturas e equipamentos”; “atmosfera local, serviços e informação” e “segurança e empatia dos locais”. A satisfação em qualquer um dos fatores é alta (acima de 4), com destaque para o último fator enunciado, que apresenta uma média próxima dos 4,5. O item que possuiu maior satisfação foi a “sensação de segurança”, enquanto a menor média foi atribuída aos “postos de informação turística”. As comunalidades apresentam valores acima dos 0,5 e o *KMO* é de 0,855, indicando

que a análise é boa. A variância explicada acumulada ronda os 65% e o teste de *Bartlett* é 640,438 (signif. = 0,000). Relativamente à consistência interna dos fatores, o *Alpha de Cronbach's* é superior a 0,79 nas três componentes criadas, revelando uma boa consistência.

Em relação à recomendação do destino (Tabela 6.47), é possível observar que quase todos os tripulantes inquiridos vão recomendar aos seus amigos e familiares a visita à Madeira, pois nenhum dos respondentes escolheu os valores negativos da escala (1 e 2). Apenas 5,8% colocou-se numa posição neutra, enquanto os restantes concordaram em promover a Madeira.

Tabela 6.47 - Recomendação do destino pelos tripulantes

Recomendação do destino	N	%					Média	Desvio-Padrão
		1	2	3	4	5		
Vai recomendar aos seus amigos e familiares a visita à ilha da Madeira	86	0	0	5,8	24,4	69,8	4,64	0,592

6.3.5 - Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas de acordo com um conjunto de variáveis (tripulantes)

No caso dos tripulantes, analisaram-se as diferenças estatisticamente significativas nas despesas, tendo em conta um conjunto de variáveis incluídas no questionário. No que concerne à análise das diferenças nas despesas para dois grupos de tripulantes, através da aplicação do teste *t*, apenas algumas atividades praticadas no destino demonstram a existência de diferenças estatisticamente significativas. Na tabela 6.48, observa-se que os participantes nas atividades mencionadas realizam despesas superiores no destino, comparativamente com os que não participam nas mesmas, verificando-se diferenças estatísticas significativas nas médias.

Tabela 6.48 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas totais no destino dos tripulantes, de acordo com a participação em determinadas atividades

Atividade - Visita ao Mercado do Funchal	Estatísticas descritivas			Teste <i>t</i> para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	47	38,96	49,007	0,032	Existem diferenças nas médias
Participou	54	71,00	89,972		
Atividade - Shopping	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	56	36,70	56,202	0,003	Existem diferenças nas médias
Participou	45	80,22	88,461		

A mesma situação acontece na Tabela 6.49, com as despesas médias em comidas e bebidas a serem superiores, entre os que participam nas atividades indicadas.

Tabela 6.49 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas dos tripulantes, de acordo com a participação em determinadas atividades

Atividade - Visita ao Mercado do Funchal	Estatísticas descritivas			Teste t para a igualdade de médias	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	34	15,29	9,895	0,029	Existem diferenças nas médias
Participou	39	26,64	29,581		
Atividade - Almoço/Jantar num restaurante local	Estatísticas descritivas			Teste U de Mann Whitney	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Não Participou	22	21,20		0,000	Existem diferenças nas médias
Participou	51	43,81			

Registaram-se, igualmente, diferenças estatisticamente significativas nas despesas médias de acordo com um conjunto de variáveis constituídas por mais de dois grupos de visitantes. Através do teste *Kruskal-Wallis* (na medida em que não foram cumpridos os pressupostos para a realização do teste *Anova*), verifica-se a existência de diferenças nos gastos médios em comidas e bebidas, de acordo com a nacionalidade do tripulante. Os resultados apresentados na Tabela 6.50, indicam que um tripulante indiano gasta mais, nesta categoria de despesa, do que um tripulante de “outra nacionalidade”, que por sua vez apresenta um gasto superior, em relação aos tripulantes de nacionalidade filipina.

Tabela 6.50 - Diferenças estatisticamente significativas nas despesas em comidas e bebidas dos tripulantes, de acordo com a nacionalidade

Nacionalidade	Estatísticas descritivas			Teste <i>Kruskal-Wallis</i>	
	N	Média	Desvio Padrão	Nível de significância	Conclusão
Indiana	16	40,03		0,027	Existem diferenças nas médias
Filipina	12	21,58			
Outra	43	38,52			

Por fim, no que diz respeito aos testes de associação entre variáveis, através da aplicação de coeficientes de correlação, registaram-se duas **correlações positivas baixas**, entre a satisfação com o item “empatia da comunidade local” e a despesa total no destino, e a satisfação com o “tempo disponível na ilha” e as despesas em comidas e bebidas (Tabela 6.51). Estes resultados indicam que quanto melhor for o acolhimento por parte da comunidade local maior será a probabilidade de um tripulante gastar mais. No decorrer do estudo, alguns agentes locais indicaram que os tripulantes têm o hábito de comprar vestuário e calçado em estabelecimentos locais. Uma boa empatia por parte dos comerciantes pode significar uma despesa maior, tal como indicado num estudo realizado para os cruzeiristas na Jamaica (Henthorne, 2000, p. 250). Por outro lado, quando um tripulante apresenta-se satisfeito com o tempo passado na ilha, maior será a sua propensão para gastar em comidas e bebidas.

Tabela 6.51 - Coeficiente de correlação de *Spearman* entre a satisfação e as categorias de despesa

Correlação de <i>Spearman</i>		Despesa total no destino
Satisfação com "Empatia da Comunidade local"	Coeficiente de correlação	0,206
	Significância	0,047
	N	94
Correlação de <i>Spearman</i>		Despesa em comida e bebida
Satisfação com "Tempo disponível na ilha"	Coeficiente de correlação	0,248
	Significância	0,043
	N	67

Não se registou qualquer tipo de correlação entre a intenção de recomendar o destino e as despesas. O número de horas passadas fora do navio e a idade do tripulante também não apresentam uma correlação estatisticamente significativa com as despesas.

6.4 – Comparação de resultados entre passageiros e tripulantes

Neste subtema, compara-se os resultados obtidos entre os passageiros e tripulantes, de modo a encontrar características comuns e distintas, entre as duas amostras.

a) Perfil sociodemográfico

A nível do perfil da amostra, registam-se algumas diferenças substanciais, nomeadamente a nível da idade, nacionalidade e género. A idade média de um tripulante situa-se nos 33 anos, muito abaixo dos 55 anos dos passageiros. Esta situação está, de certo modo, interligada com o facto de mais de 40% dos passageiros serem reformados, enquanto os tripulantes fazem parte da população ativa, isto é, são todos empregados. Existem também grandes divergências em relação ao género das amostras, com os tripulantes a serem na sua maioria homens (74%) e os passageiros a demonstrarem um equilíbrio quase perfeito, com um ligeiro ascendente de pessoas do sexo feminino (53%). As nacionalidades são também muito distintas, uma vez que os passageiros são sobretudo europeus (britânicos e alemães) e os tripulantes provêm, na sua maioria, de países asiáticos, com destaque para os indianos e filipinos.

Um ponto comum entre passageiros e tripulantes são as habilitações literárias, com os resultados a indicar que ambas as amostras possuem elevados conhecimentos académicos, nomeadamente a nível de ensino superior, onde a percentagem de graduados situa-se entre os 60 e os 80%.

b) Caracterização da visita à ilha

Durante o tempo que passam na ilha, os grupos em análise participam num conjunto de atividades comuns. As atividades mais praticadas, em ambos os casos, são os “passeios pela cidade” e a “visita ao mercado do Funchal”. Importa referir que o top 5 de atividades mais praticadas, em ambos os grupos, é muito semelhante, sendo que os passageiros incluem no

mesmo a “visita à zona velha do Funchal” e os tripulantes preferem “almoçar ou jantar num restaurante local”. As outras atividades mais praticadas, por ambos os grupos, são as “visitas a locais culturais” e o “*Shopping*”.

No que concerne ao número de horas passadas fora do navio, neste destino, a média é superior nos passageiros. Enquanto um cruzeirista passa cerca de 5 horas no destino, um tripulante permanece pouco mais de 3 horas. Estes resultados são compreensíveis, pois os tripulantes têm um horário de trabalho para cumprir e apenas podem ausentar-se por um determinado número de horas.

c) Padrões de despesa no destino

No que diz respeito aos padrões de despesa de ambos os grupos, os resultados são um pouco surpreendentes. A despesa média de um passageiro de cruzeiro, na passagem pela ilha da Madeira, ronda os 57 euros. Já um tripulante despende em média no destino cerca de 56 euros, isto é, menos 1 euro do que um passageiro. Se tivermos em conta que uma das principais categorias de despesa dos passageiros são as excursões, onde grande parte do valor pago é retido pela companhia de cruzeiros (no caso de serem organizadas pela companhia) e apenas uma pequena parte é dirigida aos empresários locais, podemos considerar a hipótese de um tripulante ter um maior impacto económico local, pois raramente um tripulante participa numa excursão, pelo que a sua despesa é injetada diretamente em empresas locais.

Em relação às categorias de despesa, os passageiros gastam mais em “comidas e bebidas”, “excursões” e “*shopping*”, em ordem decrescente, sendo a segunda categoria mencionada a que possui maior média de gastos. No caso dos tripulantes o registo é semelhante, exceto para os gastos em excursões, que não são contemplados nesta amostra. Deste modo, os tripulantes têm maior tendência de gastar em “comidas e bebidas”, “*shopping*” e “transportes”. A maior média de gastos é realizada na categoria “*shopping*”.

d) Avaliação e Recomendação do destino

Nesta parte do questionário os resultados são muito semelhantes, com ambos os grupos a demonstrarem grande satisfação com vários atributos do destino e a afirmarem que pretendem recomendar a visita à ilha a seus amigos e familiares. De acordo com os resultados das análises de componentes principais para a satisfação, os passageiros atribuíram melhor avaliação aos elementos relacionados com o fator “atmosfera local e serviços turísticos”, onde se destacam os itens “sensação de segurança” e “empatia da comunidade local”, obtendo-se o mesmo registo por parte dos tripulantes, que apresentam maior satisfação com o fator “segurança e empatia dos locais”. Segundo estas análises, o atributo com menor satisfação, em ambos os grupos, são os “postos de informação turística”, que ainda assim apresenta um registo positivo.

e) Fatores que influenciam as despesas dos grupos

Nesta secção não é possível a comparação, pois apenas foi aplicado um modelo de regressão linear no caso dos passageiros, sendo que, esse modelo de análise não cumpriu os pressupostos para a sua aplicação, relativamente aos tripulantes.

f) Análise de diferenças estatisticamente significativas nas despesas de acordo com um conjunto de variáveis

Tal como acima demonstrado, a participação na atividade “*shopping*” é responsável por uma despesa média total superior, em ambos os grupos. No caso dos tripulantes, destaque para as “visitas ao mercado do Funchal”, que implicam maiores gastos totais e em comidas e bebidas. A atividade “almoço/jantar num restaurante local” tem influência nos gastos em comidas e bebidas para os tripulantes, sendo que, no caso dos cruzeiristas, esta atividade gera maiores despesas totais no destino.

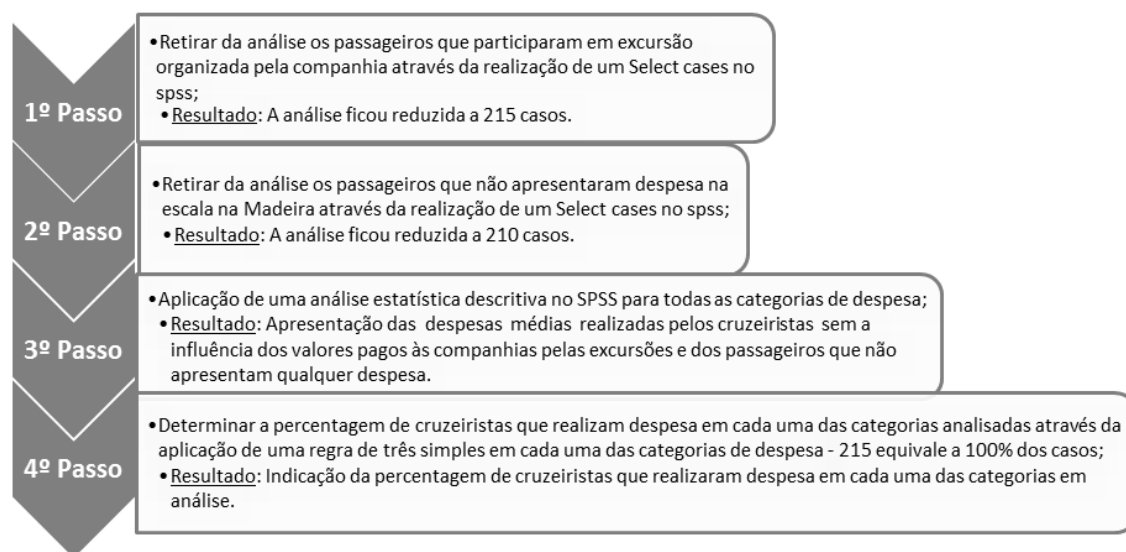
A nível das correlações, é de realçar a importância que o tempo passado no destino tem para um aumento das despesas. No caso dos passageiros, verificou-se correlações positivas baixas e moderadas, entre o número de horas no destino e as três categorias de despesa analisadas. Em relação aos tripulantes, existiu uma correlação positiva entre a satisfação com o “tempo disponível no destino” e os gastos em comidas e bebidas.

6.5 – O impacto económico direto do turismo de cruzeiros no porto do Funchal

No final deste capítulo, apresenta-se um quadro geral das despesas efetuadas no Funchal, em consequência do turismo de cruzeiros, através da realização de estimativas para as três principais fontes geradoras de receitas diretas nesta indústria: os gastos dos passageiros; os gastos da tripulação e os gastos das companhias de cruzeiros. Nesta estimativa as despesas dos passageiros são filtradas, **retirando-se os cruzeiristas que participaram em excursões organizadas pela companhia de cruzeiros**. Esta estimativa é também **limitada aos cruzeiristas e tripulantes que realizam despesas na Madeira**. Esta secção é de natureza exploratória, sendo assumido como **pressuposto** que os inquéritos por questionário aplicados a uma amostra de cruzeiristas e de tripulantes são representativos da população em estudo.

A Figura 6.1 apresenta o procedimento realizado para o cálculo das despesas dos passageiros nesta secção. O procedimento para o cálculo das **despesas dos tripulantes** é semelhante, não incluindo apenas o 1º passo descrito na tabela que se segue.

Figura 6.1 - Procedimento utilizado para o cálculo das despesas dos passageiros



A Tabela 6.52 apresenta o procedimento realizado para o cálculo das despesas das companhias de cruzeiros na região.

Tabela 6.52 – Procedimento utilizado para o cálculo das despesas das companhias de cruzeiros

Despesas das companhias de cruzeiros		
Itens de despesa	Descrição	Cálculo
TUP (Taxa de uso portuário)	A TUP tem um custo de 0,06€ por tonelada. A tonelagem média de um navio de 1700 pessoas é de 57 543,5.	0,06€ x 57 543,5
TUP Passageiros	A TUP passageiros tem um custo de 2,46€ por cada passageiro que o navio transporta. Em 2014, cada navio transportou, em média, 1669 passageiros.	2,46€ x 1669
Amarração	Valor fixo para todos os navios	452 €
Pilotagem	A fórmula para o seu cálculo é CN x UP x VGT, em que CN é o coeficiente do serviço (1,1), UP é a unidade de pilotagem (5,90€) e GT é a tonelagem do navio.	1,1 x 5,90€ x √57 543,5
Taxa Fixa de Resíduos	Valor fixo para todos os navios	60 €
Taxas Alfândega	Valor fixo para todos os navios	575 €
Taxas Capitania	Valor fixo para todos os navios	650 €
Taxa de Recolha de Lixo	A taxa de recolha de lixo tem um custo de 160€ por metro cúbico. De acordo com um agente de navegação local, um navio apresenta descargas a rondar os 2,75 metros cúbicos.	2,75m ³ x 160€

Despesas das companhias de cruzeiros		
Itens de despesa	Descrição	Cálculo
Água	A água tem um custo por metro cúbico de 2,14€ + 15,42€ (taxa fixa do contador). Cada navio abastece em média 300 metros cúbicos, sendo que os primeiros 100 metros cúbicos são gratuitos.	2,14€ x 200m ³ + 15,42€
Combustível		
Aprovisionamento de Víveres	Média indicada por agente de navegação, baseada em valores faturados anualmente.	2 000 €
Serviço de Agenciamento	Média indicada por agente de navegação, baseada em valores aproximados para navio de 1700 passageiros.	1 250 €
Mudanças de Tripulação	Médias do serviço de transfere + alojamento + vistos Schengen + serviços médicos	169,56€ + 552,64€ + 312,65€ + 220€
Excursões	Em média, cada navio requer 15 autocarros para excursões. Tendo em conta que cada autocarro leva cerca de 45 pessoas conclui-se que 675 pessoas realizam excursões, em cada escala. O valor pago a agentes locais por cada excursão é cerca de 18 euros. Informação facultada por agente de navegação local.	15 x 45 x 18€

a) Despesas dos passageiros

No início deste capítulo, considerou-se os gastos médios dos passageiros de cruzeiros na região e as categorias de despesa mais frequentes. Apresenta-se de seguida, na Tabela 6.51, uma **estimativa global** das despesas geradas pelos cruzeiristas na região, por cada escala. Para obter estes valores, levou-se em conta a percentagem de passageiros que realizam despesa, em cada uma das categorias. Concluiu-se que, por cada navio de cruzeiros que escala na região, as despesas dos passageiros em trânsito atingem os **79 062 €**, que vão diretamente para empresários locais. Segundo Penco & Di Vaio (2014), este valor é facilmente atingido ao multiplicar o gasto médio de cada cruzeirista (**a**) pela percentagem de passageiros que realizam despesa e (**b**) pelo número médio de passageiros que transitam no Funchal em cada escala (1669):

$$\text{Receita económica direta das despesas dos passageiros} = \text{Gasto médio do cruzeirista no destino} \times \text{Percentagem de passageiros que realiza despesa (a)} \times \text{Número médio de passageiros que transita no Funchal (1669) (b)}$$

Se tivermos em conta que em 2014 existiram 283 escalas de navios no Funchal, a receita anual situa-se acima dos **22 milhões de euros**.

Nesta estimativa **não estão incluídos os cruzeiristas que realizaram excursões organizadas pelas companhias de cruzeiros**, pois o valor que pagam pela excursão vai

diretamente para a companhia, que posteriormente despende uma pequena parte para os agentes locais com quem tem parcerias (Almeida, 2011). Estes impactos são analisados na Tabela 6.53, no quadro das despesas diretas das companhias de cruzeiros. De igual modo, **limitou-se esta análise aos passageiros que gastaram pelo menos 1 euro** durante a escala (97%). A aplicação destes filtros resultou num decréscimo significativo dos gastos médios totais e nos gastos com a excursão. No entanto, considera-se que esta é a **estimativa mais credível** dos gastos dos passageiros, pois apenas são considerados os cruzeiristas que efetuam despesa e os que participam em excursões não organizadas pelas companhias de cruzeiros, pelo que os gastos considerados na Tabela 6.53 são diretamente aplicados em empresas e agentes locais.

Tabela 6.53 - As despesas dos passageiros de cruzeiros no destino e respetivos impactos económicos para a região

Despesas médias dos passageiros em trânsito no Porto do Funchal									
Categorias	Totais	Comidas e bebidas	Excursões	Entradas em atrações locais	Transportes	Shopping	Telefone e Internet	Guias turísticos	Outras despesas
Gasto médio	48,48 €	13,65 €	22,44 €	19,38 €	19,67 €	28,39 €	2,00 €	10,00 €	12,94 €
Passageiros que realizam despesas (%)	97,67%	68,84%	33,49%	26,98%	27,91%	37,21%	0,47%	0,47%	7,44%
N	210	148	72	58	60	80	1	1	16

Impacto económico direto das despesas dos passageiros em trânsito no porto do Funchal (por escala)									
Categorias	Totais	Comidas e bebidas	Excursões	Entradas em atrações locais	Transportes	Shopping	Telefone e Internet	Guias turísticos	Outras despesas
Impacto económico por categoria	79 062 €	15 688 €	12 551 €	8 730 €	9 165 €	17 637 €	16 €	78 €	1 607 €

b) Despesas dos tripulantes

Foi aplicado o mesmo procedimento para os tripulantes, permitindo estimar as receitas económicas geradas na região. Os resultados são apresentados na Tabela 6.54. Através do mesmo processo aplicado para os passageiros, **estima-se** que, em cada escala, os tripulantes gastem na região cerca de **36 307 €**. Multiplicando este valor pelas 283 escalas que existiram em 2014, a receita anual ronda os **10 milhões de euros**.

Tabela 6.54 - As despesas dos tripulantes no destino e respetivos impactos económicos para a região

Despesas médias dos tripulantes em trânsito no Porto do Funchal (por pessoa)										
Categorias	Totais	Comidas e bebidas	Serviços médicos/Medic.	Entradas em atrações locais	Transporte	Shopping	Casino	Telef. e Net	Guias turísticos	Outras despesas
Gasto médio	62,94 €	21,36 €	28,33 €	12,22 €	11,94 €	56,18 €	57,50 €	12,75 €	5,00 €	38,90 €
Tripulantes que realizam despesas (%)	89,10%	72,27%	2,97%	8,91%	17,82%	43,56%	1,98%	7,92%	0,99%	9,90%
N	90	73	3	9	18	44	2	8	1	10
Impacto económico direto das despesas dos tripulantes em trânsito no porto do Funchal (por escala)										
Categorias	Totais	Comidas e bebidas	Serviços médicos/Medica.	Entradas em atrações locais	Transporte	Shopping	Casino	Telef. e Net	Guias turísticos	Outras despesas
Impacto económico por categoria	36 307€	9 994 €	545 €	705 €	1 378 €	15 844 €	737 €	654 €	32 €	2 493 €

c) Despesas das companhias de cruzeiros¹

No que diz respeito às despesas das companhias de cruzeiros, relativas à sua escala na região, essas são aplicadas em duas categorias: (a) em serviços da autoridade portuária e (b) em serviços do agente de navegação. Na Tabela 6.55, são apresentados os valores médios despendidos pelas companhias no porto do Funchal, por cada escala realizada, tendo em conta o porte médio do navio que atraca neste destino. A determinação dos valores foi baseada no tarifário atual da APRAM, no que aos serviços portuários diz respeito. Os itens relacionados com os serviços do agente de navegação são apurados através de médias dos valores aplicados localmente, estimadas por um agente de navegação local credenciado. Verifica-se a existência de alguns itens de despesa que nem sempre são cobrados em todos os navios, como é o caso da água e da taxa de recolha de lixo, pois apenas alguns navios requerem estes serviços, enquanto outros não os utilizam, pelo que esses fatores foram todos levados em conta na estimativa das médias. As restantes taxas aplicam-se a todas as escalas e algumas variam de acordo com as características de cada embarcação, como é o exemplo da TUP (taxa de uso portuário), baseada na tonelagem do navio, e da TUP Passageiros, que leva em conta o número de passageiros a bordo. A despesa em combustível não foi incluída, pois os abastecimentos acontecem apenas esporadicamente, de modo que não foi encontrado um valor específico para este item.

No caso dos serviços do agente de navegação, todos os valores apresentados variam de escala para escala, de acordo com as características dos navios. Nos valores relativos às mudanças de tripulação é necessário ter em conta quatro tipos de variáveis que compõem este serviço: os

¹ O cálculo dos itens de despesa apresentados nesta secção é descrito com detalhe no Capítulo 5 – Pág. 85

transferes, o alojamento, os vistos *Schengen* e os serviços médicos. Foram calculadas médias dos valores despendidos pelas companhias, para cada uma destas variáveis, estando apresentado no quadro o valor médio conjunto, por cada escala realizada. Relativamente ao item “excursões”, estas dizem respeito às que são organizadas pelas companhias de cruzeiros. Após calcular a média de quantas pessoas participam neste tipo de excursões (675) e estimar, junto de um agente local, o valor médio que é pago aos agentes locais por cada excursão (18€), chegou-se ao valor indicado na tabela. O serviço de agenciamento é obrigatório para todos os navios, pois não é possível escalar no Funchal sem ter um agente de navegação. Em relação aos víveres, existe alguma dificuldade em contabilizar esta variável, pelo que a média apresentada leva em conta os valores anuais despendidos neste item de despesa. Estas informações foram fornecidas pela Dr.ª Patrícia Bairrada da APRAM e por um agente de navegação local.

Após a contabilização de todos estes itens, cuidadosamente estimados e revistos, com a colaboração de vários agentes locais, concluiu-se que cada navio gera uma receita económica local que ronda os **29 000 €**, por cada escala realizada. Tendo em conta as 283 escalas em 2014, a receita económica anual andou na ordem dos **8 milhões de euros**.

Tabela 6.55 - As despesas das companhias de cruzeiros no destino e respetivos impactos económicos para a região

Gastos médios das companhias de cruzeiros no porto do Funchal (por escala)	
Item	€
TUP (Taxa de uso portuário)	3 688,54 €
TUP Passageiros	4 105,74 €
Amarração	452,00 €
Pilotagem	1 556,82 €
Taxa Fixa de Resíduos	60,00 €
Taxas Alfândega	575,00 €
Taxas Capitania	650,00 €
Taxa de Recolha de Lixo	440,00 €
Água	443,42 €
Combustível	N/E
Subtotal - Serviços Portuários (A)	11 971,52 €
Aprovisionamento de Víveres	2 000,00 €
Serviço de Agenciamento	1 250,00 €
Mudanças de Tripulação	1 254,85 €
Excursões	12 150,00 €
Subtotal - Serviços Agente de Navegação (B)	16 654,85 €
Total (A+B)	28 626,37 €

d) Despesas totais efetuadas no destino (valores estimados)

Na Tabela 6.56, observa-se a soma das despesas diretas geradas na economia regional por cada cruzeiro que escala no porto do Funchal, que foram estimadas nesta investigação. Juntando as despesas de passageiros, tripulantes e companhias de cruzeiros o valor global anda à

volta dos **144 mil euros. Anualmente**, lembrando uma vez mais o número de escalas no ano de 2014 (283), **a receita total** gerada pelo turismo de cruzeiros, **no porto do Funchal**, é de **40 750 689,32 milhões de euros**, assumindo a igualdade de receita gerada por cada escala.

Tabela 6.56 – Receitas totais diretas do turismo de cruzeiros na RAM

Gastos dos passageiros (valor estimado por escala)	+	Gastos dos tripulantes (valor estimado por escala)	+	Gastos das companhias (valor estimado por escala)	=	Receita direta gerada na Ilha da Madeira em consequência do turismo de cruzeiros (valor estimado por escala)
79 062,00 €		36 307,00 €		28 626,37 €		143 995,37 €
-----		-----		-----		-----
Gastos dos passageiros (valor total estimado)		Gastos dos tripulantes (valor total estimado)		Gastos das companhias (valor total estimado)		Receita direta gerada na Ilha da Madeira em consequência do turismo de cruzeiros (valor total estimado)
22 374 546,00 €		10 274 881,00 €		8 101 262,32 €		40 750 689,32 €

6.6 – Conclusão

Após a realização deste capítulo, é possível conhecer algumas das dinâmicas económicas que o turismo de cruzeiros gera na região. Desde logo, analisando as despesas realizadas pelas três fontes de rendimento, os gastos dos passageiros, tripulantes e companhias de cruzeiros. Através de uma única escala, são gerados milhares de euros na economia regional, despendidos em áreas que vão desde a restauração até à saúde.

Convém referir, que os valores apresentados dizem respeito às receitas económicas diretas do turismo de cruzeiros na região. No entanto, se tivermos em conta os impactos indiretos gerados em outras indústrias fornecedoras, mais a relevância dos impactos induzidos no rendimento das famílias, os proveitos globais são muito superiores.

Uma outra questão que urge levantar, diz respeito às boas possibilidades dos cruzeiristas regressarem ao destino e de recomendá-lo a seus amigos e familiares. Os resultados indicam que 95% dos cruzeiristas consideram o turismo de cruzeiros como um bom meio para explorar novos destinos (Tabela 6.10) e que cerca de 61% já regressou a um destino, como turista convencional, visitado inicialmente num cruzeiro (Tabela 6.11). Quando questionados sobre a probabilidade de regressarem à Madeira e pernoitarem num hotel local, cerca de 70% dos inquiridos indicaram as duas opções mais altas da escala apresentada (Tabela 6.23), revelando interesse e vontade de voltar ao destino e explorá-lo com maior disponibilidade temporal. Um outro dado interessante são os resultados relativos à experiência na ilha, visto que 68,1% dos respondentes visitam o local pela primeira vez, enquanto no caso dos turistas convencionais esse valor situa-se nos 53,5%, pelo

que o turismo de cruzeiros pode ser considerado um bom meio para “apresentar” a região a novas pessoas (Direção Regional do Comércio, 2011).

A diversificação de mercados turísticos que visitam a região, através do turismo de cruzeiros, é outro resultado relevante do estudo. Na tabela 6.2, podemos observar que, apesar dos mercados tradicionais (**Britânico e Alemão**) serem os dominantes, existem um conjunto de residentes em outros países que visitam o destino através deste tipo de turismo. Se juntarmos os norte americanos, canadianos e australianos, verificamos que mais de $\frac{1}{4}$ dos respondentes provêm de países que têm pouca ou nenhuma expressão na região, a nível de turismo convencional. Se considerarmos ainda os tripulantes, que provêm maioritariamente de países asiáticos, verifica-se que a região é visitada e promovida por pessoas provenientes dos cinco continentes.

As categorias de despesa mais frequentes na região, no caso dos passageiros, são alimentação (comidas e bebidas), excursões e *shopping*. No entanto, na segunda categoria referida, é preciso ter o cuidado de distinguir entre as excursões que são organizadas pelas companhias de cruzeiros e as que são adquiridas diretamente pelos cruzeiristas, através de meios próprios. As primeiras são pagas diretamente à companhia de cruzeiros, que posteriormente remetem uma percentagem para os agentes locais, pelo que o valor que o cruzeirista pagou não pode ser considerado na média de gastos realizados. Sendo assim, e incluindo apenas os que participam em excursões não organizadas pelas companhias, verifica-se que a **despesa média** de um **passageiro** no destino é de **48 euros**, sendo que apenas cerca de 3% não realiza qualquer despesa (Tabela 6.51).

O tripulante apresenta uma **despesa superior ao passageiro, a rondar os 63 euros**, onde apenas cerca de 11% destes indivíduos não realiza qualquer despesa. Através de contatos com alguns tripulantes, verificou-se que alguns deles efetuam compras para colegas a bordo, que não têm a possibilidade de se ausentar do navio, pelo que este fator poderá ter alguma influência na média. As categorias de despesa mais frequentes são alimentação (comidas e bebidas), *shopping* e outros souvenirs (Tabela 6.52).

Através deste conjunto de análises realizadas, compreende-se a importância que a indústria de cruzeiros pode ter nas economias das regiões por onde passa. O caso do Funchal não é exceção, tendo esta indústria cada vez mais relevância, dado o crescimento sustentado das últimas décadas. É necessário ter em conta as três fontes de rendimento desta indústria, pois ficou demonstrado que cada uma delas tem um forte impacto local nos mais variados setores económicos regionais.

Capítulo 7 – Conclusões e Recomendações

7.1 – Conclusões

A indústria de cruzeiros teve a sua origem em meados do século XIX, quando as embarcações eram utilizadas, acima de tudo, para fins de transporte. Desde 1840 até à atualidade, os transportes marítimos foram sendo alvo de constantes transformações, passando de barcos desconfortáveis para transatlânticos de luxo, e, mais recentemente, para os denominados “*mega-ships*”, capazes de transportar mais de 3000 pessoas a bordo. Ao longo de várias décadas, o transporte marítimo transatlântico foi uma atividade que gerou muitas receitas para as operadoras, que tomaram partido das vagas de imigração entre a Europa e a América para transportar milhões de pessoas, até cerca da década de 50 do século XX. Contudo, a emergência da aviação civil, na transição para a década de 60, ofereceu a possibilidade de atravessar o Atlântico em algumas horas, resultando na decadência do transporte marítimo (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

A indústria moderna de cruzeiros tem a sua gênese em meados da década de 60 do século XX. Com o crescimento da tendência para viajar de avião, os únicos passageiros que optavam por atravessar o Atlântico por barco eram os que tinham medo de voar. Deste modo, muitas companhias reformaram os seus navios, colocando-os a operar no setor dos cruzeiros. Era o início de uma nova era para as viagens marítimas, que a partir desta altura apresentaram um conceito diferente. A atração principal de um cruzeiro passa a ser o navio em si e todas as atrações que este oferece. Deste modo, as companhias de cruzeiros, sobretudo a partir da década de 80, promoveram estas viagens como um produto dirigido para as massas, acessível a várias classes etárias e que dispunha a bordo de um conjunto de atividades e equipamentos que garantem o entretenimento dos passageiros (*Fun Ship*) (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008).

O cruzeirista atual apresenta um perfil muito mais heterogéneo do que o passageiro de inícios da década de 70 (Branchik, 2014; Dickinson & Vladimir, 2008). Nesta época, um cruzeiro era dirigido essencialmente para aqueles grupos que dispunham de tempo e capacidade financeira para suportar os elevados custos de uma experiência deste género, pelo que a maioria dos passageiros tratava-se de reformados abastados. Atualmente é possível encontrar a bordo de um navio de cruzeiros todo um tipo de público, desde casais, jovens, famílias com crianças e reformados. Algumas das características mais comuns do cruzeirista atual são um nível de educação e rendimento elevado. Este passageiro apresenta uma média de idade a rondar os 50 anos e provém acima de tudo do mercado Norte-Americano, que representa 55% do mercado da procura de cruzeiros a nível internacional (Business Research & Economic Advisors, 2014). A Europa é o segundo mercado mais representativo, com uma quota de 30%. O principal destino de cruzeiros a nível mundial continua a ser as Caraíbas, com 35% do mercado, seguido pelo Mediterrâneo, com uma quota de 19% (Branchik, 2014; CLIA, 2015a; Cruise Market Watch, 2015; Dickinson & Vladimir, 2008).

O turismo de cruzeiros apresentou um crescimento superior aos 7% anuais, entre os anos de 1990 e 2007, constituindo o tipo de turismo com maior taxa de crescimento (Mintel, 2007). De 2007 a 2014 este crescimento manteve-se, ainda que a um ritmo inferior, atingindo-se a barreira dos 22 milhões de passageiros (Cruise Market Watch, 2015) A atividade gerada pela escala de um navio de cruzeiros, num dado destino, significa um conjunto de impactos económicos para a região em causa. Além de efeitos económicos diretos, criados pela procura turística, a indústria de cruzeiros apresenta um conjunto de efeitos indiretos e induzidos que podem ter influência em variáveis como o rendimento, a produção, o investimento, os gastos do estado, entre outras (Braun et al., 2002; Brida, 2010).

O Porto do Funchal constitui um ponto geoestratégico no Atlântico, utilizado por muitas companhias de cruzeiros nos movimentos de reposicionamento global de frotas, entre a Europa e a América. A Madeira, juntamente com as ilhas Canárias, encontram-se unidas por uma parceria sob a marca "*Cruises in the Atlantic Islands*". Através desta parceria, estes arquipélagos apresentam um conjunto de portos de escalas para os navios de cruzeiros que têm permitido desenvolver um destino sólido para este tipo de turismo nesta região atlântica, com um crescimento sustentado ao longo das últimas duas décadas.

Através de um conjunto de questionários aplicados a passageiros e tripulantes, que transitaram no porto do Funchal, foi possível determinar o padrão de despesas destas populações. Após reunir informação acerca dos gastos das companhias de cruzeiros, enquanto escalam no Funchal, estimou-se a receita direta gerada por escala e total, para o ano de 2014, no Porto do Funchal.

No que diz respeito aos passageiros, estes apresentam um gasto médio de 48 euros por pessoa, sendo que mais de 97% efetua despesa na região. As categorias de despesa mais comuns são as **comidas e bebidas**, com cerca de 69% a indicar despesas neste item, *shopping* e excursões. Em cada escala realizada no porto do Funchal, a receita económica direta gerada pelas despesas dos passageiros atinge os **79 000€**, tendo como referência o porte médio do navio que escala na região (1700 passageiros).

O gasto médio dos passageiros, registado nesta investigação, encontra-se abaixo do publicado no estudo realizado em 2005, juntamente com as ilhas Canárias, que atribuía uma despesa média a rondar os 70 euros por pessoa (Edei Consultores, 2005). A explicação para esta diferença está relacionada, em parte, com os passageiros que realizam excursões organizadas pelas companhias, que neste estudo não são contemplados nos gastos dos passageiros, mas sim nas despesas das companhias, pois considera-se que o preço que pagam por essas excursões é dirigido por inteiro às companhias de cruzeiro, que posteriormente apresentam uma comissão aos agentes locais.

Relativamente aos tripulantes, estes realizam uma despesa média de 63 euros por pessoa, superando largamente o valor dos passageiros. No entanto, a percentagem de tripulantes que realiza despesa é inferior, ficando-se pelos 89%. As categorias onde efetua maiores gastos são comidas e bebidas, com uma percentagem superior aos 72%, seguindo-se as despesas em

shopping e em outros souvenirs. A receita económica direta para a região, gerada pelas despesas dos tripulantes, situa-se nos 36 000€, por cada navio que passa no porto do Funchal.

Em relação aos gastos das companhias de cruzeiro, considerou-se os itens de despesa que estas operadoras realizam num porto de escala. Os gastos das companhias são aplicados em duas categorias: em serviços da autoridade portuária e em serviços do agente de navegação. Após determinar os gastos em cada item de ambos os serviços, baseando-se no tarifário da APRAM e em indicações de agentes do setor, estimou-se que a escala de um cruzeiro na região representa uma receita económica direta a rondar **os 29 000€**, provenientes das despesas das companhias de cruzeiros.

Sabendo que a origem das despesas do turismo de cruzeiros são os gastos dos passageiros, tripulantes e companhias, é possível apurar as receitas económicas diretas geradas por esta indústria na Madeira. Em 2014, existiram 283 escalas de cruzeiros no porto do Funchal, sendo que cada navio apresenta uma receita económica direta a rondar **os 144 000€**. Multiplicando este valor pelo número de escalas registadas no ano transato, conclui-se que, em 2014, o turismo de cruzeiros apresentou uma receita económica direta de cerca de **41 milhões de euros**.

No que diz respeito ao perfil do cruzeirista contemplado neste estudo, a sua idade média é de 55 anos e este provém, acima de tudo, do **Reino Unido e Alemanha**. Mais de metade dos inquiridos é detentor de um curso superior, o que é demonstrativo das habilitações literárias dos cruzeiristas que visitam a Madeira. Cerca de metade dos cruzeiristas têm uma situação profissional ativa, seguidos de perto pelos que são reformados. Os turistas de cruzeiros que visitam a Madeira apresentam elevados níveis de rendimento, com cerca de 79% a admitir obter um rendimento mensal do agregado familiar superior a 3000 euros e 50% a auferir de valores superiores a 6000 euros. Estes resultados vão de encontro aos considerados nos relatórios elaborados pela CLIA (2015a), relativos ao perfil do cruzeirista norte-americano e europeu.

No que concerne às motivações para participar no cruzeiro, os motivos relacionados com os fatores “exploração e aventura”, “descanso e o escape”, e “acessibilidade e conveniência do cruzeiro” foram os melhores avaliados. A oportunidade de visitar vários locais, desfrutar da natureza e de várias paisagens, e o relaxamento físico e mental proporcionados aos cruzeiristas, são razões determinantes para participar num cruzeiro. Estes motivos são também dos mais referidos nos estudos da CLIA (2015a).

O cruzeirista que visita a ilha da Madeira possui uma grande experiência neste tipo de viagens, uma vez que apenas 15% afirmou estar a participar no seu primeiro cruzeiro, uma tendência que se regista a nível internacional, com a maior parte dos cruzeiristas a serem repetentes neste tipo de viagem (CLIA, 2015a). Por outro lado, a grande maioria (68%) indicou estar a visitar a ilha pela primeira vez. Estes passageiros viajam normalmente com o seu parceiro e consideram que um cruzeiro é uma boa via para explorar novos destinos. Cerca de 60% indica já ter regressado a um destino (como turista convencional) visitado inicialmente num cruzeiro, o que pode ser um bom indicador para um regresso futuro destes turistas de cruzeiros à Madeira.

Relativamente ao seu comportamento no destino, as atividades mais praticadas são os passeios pela cidade e as visitas ao mercado do Funchal. Cerca de metade dos passageiros participam em excursões, sendo que 50% destas são organizadas pela companhia de cruzeiros. As excursões tiveram um custo médio de 36 euros, sendo que existem diferenças substanciais no valor pago, de acordo com a organização da excursão. No caso da excursão organizada por meios próprios a despesa média situa-se nos 22 euros, enquanto no caso das excursões oferecidas pela companhia o valor médio pago localiza-se nos 51 euros. Em relação ao tempo de escala na Madeira, os cruzeiristas indicam que passam pouco mais de 5 horas a visitar a ilha, antes de regressarem ao navio.

Os cruzeiristas apresentaram elevados índices de satisfação, sobretudo na componente “atmosfera e serviços turísticos”, onde as variáveis relacionadas com a segurança e com a empatia da comunidade local mereceram as melhores classificações. Contudo, apesar de existir uma avaliação positiva à componente “informação e permanência no destino”, fica claramente a ideia, tendo em conta alguns comentários dos cruzeiristas, que o tempo de permanência na ilha deveria ser superior, assim como a qualidade da informação prestada.

Os turistas de cruzeiros têm a intenção de regressar à Madeira, contudo, segundo alguns comentários, existem algumas limitações. No caso dos respondentes não europeus, a distância pode ser um fator limitativo, nomeadamente para os que vivem na Austrália e América do Norte. Aliado à distância, estão os elevados custos das passagens aéreas, que dificultam o deslocamento dos passageiros que provêm de fora da Europa. No entanto, segundo os resultados obtidos, existem boas probabilidades de alguns destes cruzeiristas revisitarem a ilha no futuro, com maior incidência para turistas europeus. Constata-se, de igual forma, que estes cruzeiristas vão promover a visita à Madeira a seus familiares e amigos, um passa-palavra que em 2014 terá atingido mais de 5 milhões de pessoas.

O tripulante apresenta um perfil muito distinto do passageiro, nomeadamente na idade média, que é de 33 anos. Estes provêm, acima de tudo, da Índia e das Filipinas e possuem habilitações literárias altas, com cerca de 80% a possuir um curso de ensino superior.

Nas cerca de 3 horas que estão na ilha, as atividades mais comuns são passeios pela cidade, visitas ao mercado do Funchal e realizar uma refeição num restaurante local. Os respondentes apresentam uma satisfação muito elevada com todas as componentes do destino e quase todos recomendam a visita ao mesmo.

7.2 - Contribuições

Esta investigação permitiu reunir um conjunto de informações sobre os impactos económicos diretos que a indústria de cruzeiros tem na Madeira. Após analisar um conjunto de estudos de caso, acerca dos impactos que a indústria de cruzeiros apresenta em várias cidades portuárias de todo o mundo, procurou-se replicar algumas das metodologias analisadas no caso do porto do Funchal.

Este estudo apresentou uma metodologia que permite estimar as receitas geradas num destino de escala pelo turismo de cruzeiros, tendo em conta a análise das despesas de três intervenientes desta indústria: passageiros, tripulantes e companhias de cruzeiros.

Além da identificação e quantificação das receitas diretas do turismo de cruzeiros, retratou-se o perfil do cruzeirista que visita a ilha da Madeira. Neste sentido, mais do que analisar as suas características sociodemográficas, descreveu-se o seu comportamento durante a escala na ilha, nomeadamente as atividades que pratica. Verificou-se, igualmente, as suas motivações e padrões de consumo, bem como a sua satisfação e intenção de recomendar o destino. Esta informação pode ser utilizada pelas entidades locais para adaptar a oferta às necessidades e características destes visitantes.

Os resultados desta investigação permitem refletir sobre o potencial que o turismo de cruzeiros apresenta, a nível da promoção boca-a-boca. Esta informação pode ser utilizada pelas entidades de gestão do destino para um melhor aproveitamento do turismo de cruzeiros como via de promoção da Madeira.

Foram identificados alguns fatores que influenciam as despesas dos passageiros e tripulantes, que poderão ser analisados pelas entidades locais de modo a maximizar as receitas geradas pelos dois grupos.

O perfil e comportamento do tripulante que transita no Funchal foi também analisado nesta investigação, à semelhança do que aconteceu com os passageiros. Tendo em conta que nunca se realizou um estudo acerca dos tripulantes que desembarcam no porto do Funchal, este estudo contribui para a criação de alguma informação acerca desta população.

7.3 – Principais dificuldades e limitações

As principais dificuldades para a realização deste estudo estão relacionadas com a pouca disponibilidade de informação existente acerca do turismo de cruzeiros. Apesar da investigação nesta área ter vindo a ser desenvolvida, sobretudo nas últimas duas décadas, o turismo de cruzeiros é ainda um fenómeno recente e a informação não é abundante.

Não foi possível encontrar informação acerca do perfil do cruzeirista europeu, considerando os países da Europa que fornecem passageiros à indústria de cruzeiros como um todo, ao contrário do que acontece com o mercado Norte-Americano, que apresenta um relatório anual do perfil do cruzeirista proveniente do mercado da América do Norte. Deste modo, apenas através de alguns estudos de caso conseguiu identificar-se as características deste passageiro.

Outra dificuldade prendeu-se com a recolha de informação acerca dos gastos das companhias de cruzeiros na Madeira. Apesar de alguns itens de despesa possuírem um tarifário fixo, outros dependem das necessidades atuais que cada escala apresenta. Não é certo que um navio peça o serviço de aprovisionamento de víveres, ou o abastecimento de combustível, pelo que alguns valores tiveram de ser calculados e analisados juntamente com alguns agentes do setor, que estipularam médias por escala baseadas em valores anuais.

Existiu alguma dificuldade em aplicar os questionários aos tripulantes, pois estes embarcavam no navio em cima da hora de início de serviço, o que dificultou a aderência ao inquérito. Tendo em conta esta baixa taxa de resposta, os últimos dois dias foram quase exclusivamente dedicados à recolha de dados junto dos tripulantes, de modo a aumentar o tamanho da amostra.

Os passageiros que embarcam e desembarcam no porto do Funchal não foram contemplados neste estudo, pois as operações de embarque e desembarque acontecem de forma muito esporádica, não tendo sido possível inquirir esta amostra.

As estimativas das receitas económicas geradas na região, pelos três intervenientes desta indústria (passageiros, tripulantes e companhias), são baseadas num conjunto de pressupostos, nomeadamente a questão dos inquéritos por questionário aplicados a uma amostra de cruzeiristas e de tripulantes serem representativos da população em estudo. Na quantificação das despesas das companhias de cruzeiros, assume-se que cada escala apresenta uma igualdade de receitas.

7.4 – Propostas de investigação

Algumas propostas de investigação, a realizar sobre esta temática, poderá ser a replicação deste estudo em outros portos nacionais e internacionais, de modo a averiguar o impacto económico direto que cada um dos segmentos de despesa do turismo de cruzeiros representa para as economias dos destinos.

No caso do Funchal, além da quantificação dos impactos económicos diretos, sugeria-se uma investigação que determinasse os impactos indiretos e induzidos do turismo de cruzeiros na economia regional.

A análise do comportamento e padrão de consumo dos passageiros que embarcam e desembarcam no porto do Funchal é uma proposta de investigação que permitiria entender se existem benefícios em atrair e apostar cada vez mais na promoção destas operações. Seria de interesse a análise de um conjunto de questões, como é o caso do prolongamento da estadia na região, por parte destes cruzeiristas, nos períodos que antecedem ou sucedem um cruzeiro, ou a quantificação das despesas que estes realizam, realizando uma comparação com os gastos dos passageiros que apenas transitam neste porto de escala.

Outra proposta de investigação seria a análise mais pormenorizada dos gastos das companhias nos portos de embarque/desembarque e de escala. Seria interessante entender com mais detalhe as características destas despesas e as estratégias utilizadas pelas companhias na gestão dos serviços portuários e serviços de agenciamento.

Além dos impactos económicos que o turismo de cruzeiros apresenta, considera-se que um estudo que abordasse os impactos sociais e ambientais deste tipo de turismo seria um forte contributo para a avaliação das vantagens e desvantagens desta indústria nos portos nacionais.

Referências Bibliográficas

- Almeida, J. F. G. (2011, June 12). Os cruzeiros e o Porto do Funchal: importância económica para o turismo na região. Retrieved from <http://digituma.uma.pt/handle/10400.13/605>
- Amaral, R. C. N. do. (2010, March 5). *Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos: evolução, expansão e previsão no Brasil e no Mundo*. Universidade de São Paulo. Retrieved from <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-10112010-114947/>
- Andriotis, K., & Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise visitors' experience in a Mediterranean port of call. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 390–404. <http://doi.org/10.1002/jtr.770>
- APRAM. (2015a). Porto do Funchal. Retrieved October 2, 2015, from <http://109.71.44.241/site/index.php/pt/portos/caracteristicas/porto-do-funchal>
- APRAM. (2015b). Relatório de Contas 2014. Retrieved October 2, 2015, from http://109.71.44.241/site/images/relatorios_contas/2014_RGC_completo.pdf
- APRAM, S. (2015c). História. Retrieved December 15, 2014, from <http://www.portosdamadeira.com/index2.php?t=1&l=pt>
- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884. <http://doi.org/10.1080/00036840110058923>
- Black Thomas R. (1999). Doing Quantitative Research in the Social Sciences. Retrieved September 21, 2015, from <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/doing-quantitative-research-in-the-social-sciences/book205869#description>
- Branchik, B. (2014). Staying afloat. *Journal of Historical Research in Marketing*, 6(2), 234–257. <http://doi.org/10.1108/JHRM-07-2013-0044>
- Braun, B. M., Xander, J. a., & White, K. R. (2002). The impact of the cruise industry on a region's economy: a case study of Port Canaveral, Florida. *Tourism Economics*, 8(3), 281–288. <http://doi.org/10.5367/000000002101298124>
- Brida, J. G. (2010). Economic Impacts of Cruise Tourism: The Case of Costa Rica. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*. Dec2010, 21(2).
- Brida, J. G., Bukstein, D., Garrido, N., & Tealde, E. (2010). Cruise Passengers' Expenditure in the Caribbean Port of Call of Cartagena De Indias: A Cross-Section Data Analysis. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, Vol. 19. No. 5, Pp. 607-634, 2010. Retrieved from <http://papers.ssrn.com/abstract=1597083>
- Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E., & Zapata-Aguirre, S. (2012a). Cruise passengers' experience embarking in a Caribbean home port. The case study of Cartagena de Indias. *Ocean & Coastal Management*, 55, 135–145. <http://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2011.10.003>

- Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E., & Zapata-Aguirre, S. (2012b). Cruise visitors' intention to return as land tourists and to recommend a visited destination. *Anatolia*, 23(3), 395–412. <http://doi.org/10.1080/13032917.2012.712873>
- Business Research & Economic Advisors. (2014). *The Global Economic Contribution of Cruise Tourism 2013*. Retrieved from http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Global_Cruise_Impact_Analysis_2013.pdf
- Business Research & Economic Advisors. (2015). *The German Ocean Cruise Market 2014*. Retrieved from <http://www.cruising.org/docs/default-source/research/germany-industry-report-english-version.pdf?sfvrsn=0>
- Chaney, C. (2015). Cruise Ship Passenger Capacity. Retrieved September 22, 2015, from <http://www.shipcruise.org/cruise-ship-passenger-capacity-ratings/>
- Chase, G., & Alon, I. (2002). Evaluating the Economic Impact of Cruise Tourism: A Case Study of Barbados. *Anatolia*, 13(1), 5–18. <http://doi.org/10.1080/13032917.2002.9687011>
- CLIA. (2015a). *2014 North American Cruise Market Profile*. Retrieved from http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/CLIA_NAConsumerProfile_2014.pdf
- CLIA. (2015b). *STATE OF THE CRUISE INDUSTRY: 2015 TO SEE ROBUST GROWTH*. Retrieved from http://www.europeancruisecouncil.com/images/downloads/press_2013/CLIA_press_release_State_of_the_Industry.pdf
- CLIA Europe. (2014). *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2014 Edition*.
- Cruise Critic. (2015). Cruise Critic - Your Ultimate Cruise Guide. Retrieved October 14, 2015, from <http://www.cruisecritic.com/>
- Cruise Lines International Association. (2011). U.S. Market Demographics from TNS, Cruise Lines International Association 2011 Cruise Market Profile. *U.S. Market Demographics from TNS, Cruise Lines International Association*, (June).
- Cruise Market Watch. (2015). 2015 Passenger Capacity. Retrieved February 10, 2015, from <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity/>
- Dickinson, B., & Vladimir, A. (2008). *Selling the Sea: An Inside Look at the Cruise Industry*. John Wiley & Sons, Inc. Retrieved from http://books.google.pt/books/about/Selling_the_Sea.html?id=bLWP1aDfFzsC&pgis=1
- Direção Regional do Comércio, I. e E. (2011). Avaliação da Satisfação dos Turistas. *Barómetro Regional Da Qualidade*.
- Direção Regional do Turismo da Madeira. (2015). Madeira - Geografia. Retrieved October 2, 2015, from <http://www.visitmadeira.pt/pt-pt/a-madeira/madeira>
- Douglas, A. C., Mills, J. E., & Phelan, K. V. (2010). Smooth Sailing?: Passengers' Assessment of Cruise Brand Equity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(7), 649–675. <http://doi.org/10.1080/10548408.2010.519300>

- Douglas, N., & Douglas, N. (2004). Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 251–261. <http://doi.org/10.1002/jtr.486>
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1998). Economic significance of cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 393–415. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00098-4](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00098-4)
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307–317. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00131-6](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00131-6)
- Edei Consultores, S. A. (2005). Inteligencia Competitiva Cruises in the Atlantic Islands 2004-2005.
- Eusébio, M. C. de A. (2006). *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional : o caso da Região Centro de Portugal*. Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://ria.ua.pt/handle/10773/1839>
- Fink, A., & Kosecoff, J. (1998). How to Conduct Surveys - A Step-By-Step Guide. Retrieved September 23, 2015, from <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/how-to-conduct-surveys/book237265>
- Flórida-Caribbean Cruise Association. (2015). *Cruise Industry Overview - 2015. FCCA Research & Statistics*. Retrieved from <http://www.f-cca.com/downloads/2015-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf>
- Frankfort-Nachmias, C., & Nachmias, D. (1996). *Research Methods in the Social Sciences, Fifth Edition* (5th ed.). London: Arnold. Retrieved from https://books.google.pt/books/about/Research_Methods_in_the_Social_Sciences.html?id=04nsAAAAMAAJ&pgis=1
- Gibson, P., & Bentley, M. (2008). A Study of Impacts—Cruise Tourism and the South West of England. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(3-4), 63–77. http://doi.org/10.1300/J073v20n03_05
- Henthorne, T. L. (2000). An Analysis of Expenditures by Cruise Ship Passengers in Jamaica. *Journal of Travel Research*, 38(3), 246–250. <http://doi.org/10.1177/004728750003800306>
- IRN Research. (2015). *CLIA UK & Ireland Cruise Review 2014*. Retrieved from http://www.irn-research.com/files/4214/2780/6793/CLIA_UK__Ireland_Cruise_Review_2015.pdf
- Kamery, R. H. (2004). An overview of the cruise industry: An alternative to land-based vacations. In *Proceedings of the Academy of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 8(2). Retrieved from <http://www.cruisemarketwatch.com/wp-content/uploads/2008/11/allied-academics-international-conference.pdf>
- Lee, C.-C., & Chang, C.-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*, 29(1), 180–192. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.013>
- Mintel. (2007). European Cruises, Travel & Tourism Analyst No. 14, August 2007. *Travel & Tourism Analyst*.

- Oscar Coggins Jr, A. (2014). The globalization of the cruise industry: a tale of ships. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(2), 138–151. <http://doi.org/10.1108/WHATT-12-2013-0048>
- Penco, L., & Di Vaio, A. (2014). Monetary and non-monetary value creation in cruise port destinations: an empirical assessment. *Maritime Policy & Management*, 41(5), 501–513. <http://doi.org/10.1080/03088839.2014.930934>
- Portos da Madeira. (2015). APRAM - Estatísticas. Retrieved November 26, 2015, from <http://www.portosdamadeira.com/site/index.php/pt/estatisticas>
- RTP MADEIRA. (2015). Cruzeiros. Portugal: RTP MADEIRA.
- Simões, Á. V., Sumares, J., & Silva, I. (2002). *Transportes na Madeira* (1ª ed.). Funchal: Direcção Regional dos Assuntos Culturais.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1–51. <http://doi.org/10.1080/00220389808422535>
- Sousa, J. F. de. (2005). O Porto do Funchal no contexto do sistema portuário insular regional: as infraestruturas, os tráfegos e as funções portuárias. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Retrieved from <http://run.unl.pt/handle/10362/10959>
- Statista. (2015). Forecast of passenger capacity of the cruise industry worldwide in 2015, by cruise line. Retrieved October 14, 2015, from <http://www.statista.com/statistics/269134/passenger-capacity-of-the-cruise-industry-worldwide-by-cruise-line/>
- Turismo de Portugal, I. P. (2008). Conceitos e Nomenclaturas. Retrieved February 24, 2015, from <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/conceitosenomenclaturas/Pages/ConceitoseNomenclaturas.aspx>
- Turismo de Portugal I.P. (2013). Quadros Estatísticos - Cruzeiros. Retrieved from [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/quadrosestatisticos/Documents/Cruzeiros e Portos Mar%C3%ADtimos/Cruzeiros e Portos Mar%C3%ADtimos - 2012.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/quadrosestatisticos/Documents/Cruzeiros%20e%20Portos%20Mar%C3%ADtimos/Cruzeiros%20e%20Portos%20Mar%C3%ADtimos-2012.pdf)
- UNWTO. (2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008). Retrieved from <http://unstats.un.org/unsd/iiss/International-Recommendations-for-Tourism-Statistics-2008-IRTS-2008.ashx>
- Weaver, A. (2005). The Mcdonaldization thesis and cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 346–366. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.005>
- Wood, R. E. (2000a). Caribbean cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 345–370. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00073-0](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00073-0)
- Wood, R. E. (2000b). Caribbean cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 345–370. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00073-0](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00073-0)



OBJETIVO DO QUESTIONÁRIO

Este questionário insere-se num projeto de investigação do **Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro**, no qual serão avaliados os impactos económicos diretos do turismo de cruzeiros para a Região Autónoma da Madeira. Todos os dados obtidos são estritamente confidenciais e apenas serão utilizados no âmbito deste projeto.

1 – Motivações para viajar num cruzeiro

1.1 Considera que os seguintes aspetos foram motivos importantes para participar neste cruzeiro? (Assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião, sendo 1 = discordo completamente e 5 = concordo completamente)

Motivações para viajar num cruzeiro	Avaliação
Oportunidade de visitar vários locais	1 2 3 4 5
Qualidade das refeições a bordo	1 2 3 4 5
Relaxamento físico e mental	1 2 3 4 5
Escape aos problemas do dia-a-dia	1 2 3 4 5
Conhecer novas culturas	1 2 3 4 5
Desfrutar da natureza e de várias paisagens	1 2 3 4 5
Shopping	1 2 3 4 5
Explorar futuros locais de férias	1 2 3 4 5
Qualidade do Entretenimento a bordo	1 2 3 4 5
Conveniência e facilidade no planeamento do cruzeiro	1 2 3 4 5
Variedade de atividades	1 2 3 4 5
Unicidade da experiência num cruzeiro	1 2 3 4 5
Luxo	1 2 3 4 5

ANEXO 5.1

Motivações para viajar num cruzeiro	Avaliação
Boa relação qualidade-preço	1 2 3 4 5
Experiência romântica	1 2 3 4 5
Desfrutar do clima ameno	1 2 3 4 5
Sentimento de segurança	1 2 3 4 5
Passagem pela ilha da Madeira	1 2 3 4 5
Conhecer novas pessoas	1 2 3 4 5
Enriquecimento intelectual	1 2 3 4 5
Experiência atraente para férias em família	1 2 3 4 5

1.2 Considera que o cruzeiro é uma boa forma de explorar novos destinos?

- Sim
 Não

1.3 Já regressou a um destino (como turista convencional) visitado inicialmente como cruzeirista?

- Sim
 Não

1.4 É a primeira vez que participa num cruzeiro?

- Sim
 Não

Se este não é o seu primeiro cruzeiro indique em quantos cruzeiros já participou: _____

1.5 É a primeira vez que visita a ilha da Madeira?

- Sim
 Não

Se esta não é a sua primeira visita à Madeira indique quantas vezes já visitou este destino: _____

1.6 Com quem viaja a bordo do cruzeiro:

- Com Parceiro
 Com Amigos
 Com Parceiro e Filhos
 Sozinho
 Com familiares
 Outros; Quais? _____

2 – **Consumo dos visitantes na Madeira**2.1 Na sua escala no Funchal, participou em alguma excursão/visita guiada?

- Sim
 Não

(SE NÃO, PASSE PARA A QUESTÃO 2.6)

2.2 Identifique a excursão que realizou: _____2.3 A excursão em que participou foi organizada pelo cruzeiro?

- Sim
 Não

2.4 Onde adquiriu a sua excursão?

- A bordo do navio Em terra
 No website da companhia Ao mesmo tempo que adquiri o cruzeiro
 Outro; Qual? _____

2.5 Quanto pagou pela excursão (valor por pessoa)?

_____ (Euros) Preço incluído na tarifa do cruzeiro

2.6 Quanto gastou enquanto esteve no destino (valor por pessoa)? – Por favor incluir os custos com a excursão!

_____ (Euros)

2.7 Quantas horas esteve fora do navio neste destino?

_____ (horas)

2.8 Indique as suas despesas, nas seguintes categorias de produtos, enquanto esteve no destino (valor por pessoa):

Tipo de Despesa	Montante (euros)
Comidas e Bebidas	
Excursões/Visitas guiadas	
Entradas em atracções locais (ex: jardins; museus; teleférico;)	
Transportes	
Shopping	
Vinho Madeira	
Bordado Madeira	
Flores	
Outros Souvenirs	
Telefone e Internet	
Guias turísticos	
Outros gastos	

2.9 Em que atividades participou na ilha da Madeira?

- Passeios pela cidade Almoço ou Jantar num Restaurante local
 Assistir a demonstrações de folclore regional Visitas a zonas rurais da Madeira
 Visita ao Mercado do Funchal Shopping
 Visitas a locais culturais (Ex: museus, jardins, monumentos, igrejas) Observar paisagens em miradouros da ilha
 Jogar Golf
 Visitas a adegas de Vinho Madeira Andar nos carros de cesto do Monte
 Visita à cidade velha do Funchal Utilizar o teleférico
 Passeio por uma levada Excursões e visitas guiadas
 Nadar numa das praias da Madeira
 Outras; Quais? _____

3 – Avaliação e Recomendação do Destino

3.1 Classifique a sua satisfação com os seguintes elementos do destino

Madeira

(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião, sendo: 1 – Insatisfeito e 5 – Totalmente Satisfeito)

Elementos / Atributos	Avaliação				
Sensação de Segurança	1	2	3	4	5
Empatia da comunidade local	1	2	3	4	5
Tempo disponível na ilha	1	2	3	4	5
Atitude dos lojistas e vendedores locais	1	2	3	4	5
Existência de postos de informação turística	1	2	3	4	5
Qualidade ambiental	1	2	3	4	5
Qualidade dos serviços oferecidos	1	2	3	4	5
Existência de Restaurantes	1	2	3	4	5
Relação Qualidade-Preço	1	2	3	4	5
Clima	1	2	3	4	5
Facilidades portuárias	1	2	3	4	5
Transportes	1	2	3	4	5
Comunicação com os locais	1	2	3	4	5
Receção na chegada ao Funchal	1	2	3	4	5
Informação prévia à visita	1	2	3	4	5
Locais/Atrações visitadas	1	2	3	4	5
Acessibilidades	1	2	3	4	5
Comércio Local	1	2	3	4	5

3.2 Indique a probabilidade de regressar a este destino (Madeira) como turista convencional:

(assinale com um círculo, a opção que mais corresponde à sua opinião)

Muito Improvável 1 2 3 4 5 Muito Provável

3.3 Indique a probabilidade de participar em outro cruzeiro que realize escala no Funchal: (assinale com um círculo, a opção que mais corresponde à sua opinião)

Muito Improvável 1 2 3 4 5 Muito Provável

3.4 Vou recomendar a visita ao destino a amigos e familiares:

(assinale com um círculo, a opção que mais corresponde à sua opinião)

Discordo 1 2 3 4 5 Concordo

3.5 Em relação ao meu círculo de amigos e familiares penso falar do destino a quantas pessoas:

- Ninguém
- 1 a 5 pessoas
- 6 a 10 pessoas
- 11 a 15 pessoas
- 16 a 20 pessoas
- ≥ 20 pessoas

4 – Perfil do Visitante

4.1 Idade: _____

4.2 Género:

- Masculino
- Feminino

4.3 Nacionalidade: _____

4.4 País de Residência: _____

4.5 Estado Civil:

- Solteiro
- Casado
- Viúva/o
- Divorciado/Separado
- Outro Qual? _____

4.6 Habilitações Literárias:

- Inferior ao ensino secundário
- Ensino Secundário
- Ensino Superior (Licenciatura, mestrado, doutoramento)

4.7 Situação profissional:

- Empregado
- Reformado
- Estudante
- Desempregado
- Doméstico

4.8 Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do agregado familiar?

- 0 a 3000 Euros
- 3001 a 6000 Euros
- 6001 a 9000 Euros
- 9001 a 12000 Euros
- 12001 a 15000 Euros
- > 15000 Euros

FIM DO QUESTIONÁRIO

Muito obrigado pela sua colaboração.

André Gouveia

Aluno da Universidade de Aveiro



OBJECTIVES OF THE QUESTIONNAIRE

This questionnaire is part of a research project being conducted in the context of the Master Degree in Management and Planning in Tourism, from the University of Aveiro, in which will be evaluated the direct economic impacts of cruise tourism to Madeira. All data obtained from these inquiries is strictly confidential and will only be used within the context of this research project.

1 – Reasons for travelling on a cruise

1.1 Do you consider that the following aspects were important reasons to participate in this cruise? (Please circle in each row of the table the option that best matches your opinion, where 1 = strongly disagree and 5 = strongly agree)

Reasons for taking a cruise	Rating
Chance to visit several locations	1 2 3 4 5
Fine quality meals onboard	1 2 3 4 5
Relax physically / mentally	1 2 3 4 5
Avoid the worries of everyday life	1 2 3 4 5
Experience new cultures and ways of life	1 2 3 4 5
Enjoy a variety of nature and scenery	1 2 3 4 5
Shopping	1 2 3 4 5
Explore new places to visit later	1 2 3 4 5
High quality entertainment	1 2 3 4 5
Convenience and ease of cruise planning	1 2 3 4 5
Variety of activities	1 2 3 4 5
Unique experience	1 2 3 4 5
Luxury	1 2 3 4 5

ANEXO 5.2

Reasons for taking a cruise	Rating
Good value for money	1 2 3 4 5
Romantic getaway	1 2 3 4 5
Experience pleasant climate	1 2 3 4 5
Safety and security	1 2 3 4 5
Scale in Madeira Island	1 2 3 4 5
Meet new people	1 2 3 4 5
Learn / Expand knowledge	1 2 3 4 5
Good vacation for entire family	1 2 3 4 5

1.2 Do you consider that cruising is a good way to explore new destinations?

- Yes
- No
-

1.3 Have you ever returned to a destination (as land tourist) visited initially as a cruiser?

- Yes
- No

1.4 Is this your first Cruise?

- Yes
- No

If this is not your first cruise please mention on how many cruises have you gone: _____

1.5 Is this your first visit to Madeira Island?

- Yes
- No

If no, please mention how many times have you visited Madeira before: _____

1.6 Who are you travelling with in this cruise?

- With Partner / Companion
- With Friends
- With Partner and Children
- Alone
- With Family
- With Others; Who? _____

2 – Visitor spending in Madeira

2.1 During your stay in Funchal have you participated in any excursion/guided tour?

- Yes
- No

(IF NO, PLEASE MOVE FORWARD TO QUESTION 2.6)

2.2 Please identify which tour have you done: _____

2.3 Was your tour organized by the cruise company?

- Yes
- No

2.4 Where did you purchased your tour?

- Aboard the ship
- On land
- Other; Where? _____
- Through the cruise company’s Web Site
- At the same time I acquired the cruise

2.5 How much did your tour cost? (value per person)

_____ (Euros) Tour included in the cruise fare

2.6 Approximately, how much have you spend in this Destination (value per person)? – Please include the tour cost!

_____ (Euros)

2.7 How many hours have you spent off ship at this destination?

_____ (hours)

2.8 Please mention your expenses, in the following categories, while in the destination (value per person):

Expenditure Categories	Amount (euros)
Food and Beverages	
Excursions/Guided tours	
Admission to local attractions (ex: gardens; museums; cable car;)	
Transports	
Shopping	
Madeira Wine	
Madeira embroidery	
Flowers	
Other Souvenirs	
Telephone and Internet	
Visitor guides	
Other expenses	

2.9 Which of these activities have you done while in Madeira?

- Walking in the city
- Attend Madeira’s folklore performances
- Visit to the city market
- Visit to cultural sites (Ex: museums, gardens, monuments, churches;)
- Visit Madeira Wine Cellars
- Visit to Funchal Old Town
- Walking in a Levada
- Swimming on a beach
- Others; Which? _____
- Lunching or Dining at a local restaurant
- Visit the rural areas of Madeira
- Shopping
- Watch the scenery in one of the island viewpoints
- Play Golf
- Take a Toboggan Ride from Monte to Funchal
- Experience Funchal Cable Car
- Excursions or guided tours

3 – Evaluation and Recommendation of the Destination

3.1 Please rate your satisfaction with the following attributes of this destination:

(Please circle in each row of the table the option that best matches your opinion, where 1 = strongly disagree and 5 = strongly agree)

Elements/Attributes	Rating
Feelings of personal safety and security	1 2 3 4 5
Friendliness of local people	1 2 3 4 5
Time available on island	1 2 3 4 5
Attitude of local shopkeepers and staff	1 2 3 4 5
Existence of information centre	1 2 3 4 5
Environmental quality	1 2 3 4 5
Quality of offered services	1 2 3 4 5
Availability of restaurants	1 2 3 4 5
Value for money	1 2 3 4 5
Weather	1 2 3 4 5
Passenger terminal	1 2 3 4 5
Transportation while in Funchal	1 2 3 4 5
Level of communication with local people	1 2 3 4 5
Reception on arrival at Funchal	1 2 3 4 5
Pre-visit information	1 2 3 4 5
Places/Attractions visited	1 2 3 4 5
Accessibilities	1 2 3 4 5
Local commerce	1 2 3 4 5

3.2 Please indicate the likelihood of returning to this destination (Madeira) as a land tourist:

(please mark with a circle the option that best matches your opinion)

Very Unlikely 1 2 3 4 5 Very Likely

3.3 Please indicate the likelihood of returning to Funchal in another cruise:

(please mark with a circle the option that best matches your opinion)

Very Unlikely 1 2 3 4 5 Very likely

3.4 I will likely advise my friends/relatives to visit Madeira:

(please mark with a circle the option that best matches your opinion)

in disagreement with 1 2 3 4 5 in agreement with

3.5 In relation to my family circle and set of friends, I could talk about Madeira to:

- Nobody
- 1 to 5 persons
- 6 to 10 persons
- 11 to 15 persons
- 16 to 20 persons
- ≥ 20 persons

4 – Visitor Profile

4.1 Age: _____

4.2 Gender:

- Male
- Female

4.3 Nationality: _____

4.4 Country of residence: _____

4.5 Marital status:

- Single
- Married
- Widow
- Divorced/Separated
- Other; Which? _____

4.6 Education level:

- Below than high school
- High school
- Higher than high school (graduation, master, Phd)

4.7 Employment:

- Employed
- Retired
- Student
- Unemployed
- Homemaker

4.8 What is the family monthly average income?

- 0 to 3000 Euros
- 3001 to 6000 Euros
- 6001 to 9000 Euros
- 9001 to 12000 Euros
- 12001 to 15000 Euros
- > 15000 Euros

END OF QUESTIONNAIRE

Thank you very much for your cooperation.

André Gouveia

Aveiro University's student



ZIELE DER FRAGEBOGEN

Dieser Fragebogen ist Teil eines Forschungsprojekts werden im Rahmen des Master in Management und Planung im Tourismus an der Universität von Aveiro, in dem die direkten wirtschaftlichen Auswirkungen der Kreuzfahrttourismus nach Madeira ausgewertet werden, durchgeführt. Alle aus diesen Untersuchungen gewonnenen Daten streng vertraulich behandelt und nur im Rahmen dieses Forschungsprojektes verwendet werden.

1 – Gründe für eine Reise auf einem Kreuzfahrt

1.1 Sind Sie der Meinung, dass die folgenden Aspekte waren wichtige Gründe, um in dieser Reise teilnehmen? (Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile der Tabelle die Option, die am besten zu Ihrer Meinung, wobei 1 = stimme überhaupt nicht und bis 5 = trifft voll zu)

Gründe für eine Kreuzfahrt	Wertung
Möglichkeit, mehrere Standorte zu besuchen	1 2 3 4 5
Feine Qualität der Mahlzeiten an Bord	1 2 3 4 5
Entspannen Sie sich physikalisch/psychisch	1 2 3 4 5
Vermeiden Sie die Sorgen des Alltags	1 2 3 4 5
Erleben Sie neue Kulturen und Lebensweisen	1 2 3 4 5
Genießen Sie eine Vielfalt an Natur und Landschaft	1 2 3 4 5
Shopping	1 2 3 4 5
Entdecken Sie neue Orte zu besuchen später	1 2 3 4 5
Hochwertige Unterhaltung	1 2 3 4 5
Komfort und einfache Kreuzfahrtplanung	1 2 3 4 5
Vielzahl von Aktivitäten	1 2 3 4 5
Ein einmaliges Erlebnis	1 2 3 4 5
Luxus	1 2 3 4 5

Gründe für eine Kreuzfahrt	Wertung
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	1 2 3 4 5
Romantisches Wochenende	1 2 3 4 5
Erleben Sie angenehme Klima	1 2 3 4 5
Schutz und Sicherheit	1 2 3 4 5
Skala auf der Insel Madeira	1 2 3 4 5
Neue Leute kennenlernen	1 2 3 4 5
Lernen / Wissen erweitern	1 2 3 4 5
Guter Urlaub für die ganze Familie	1 2 3 4 5

1.2 Möchten Sie, dass Cruisen prüfen, ist eine gute Möglichkeit, neue Destinationen erforschen?

- Ja
- Nein

1.3 Haben Sie sich jemals wieder zu einem Ziel (wie Land Touristen) besuchte zunächst als Kreuzer?

- Ja
- Nein

1.4 Ist das Ihre erste Kreuzfahrt?

- Ja
- Nein

Wenn dies nicht Ihre erste Kreuzfahrt bitte auf, wie viele Fahrten sind Sie gegangen erwähnen: _____

1.5 Ist dies Ihr erster Besuch in Madeira?

- Ja
- Nein

Wenn nein, bitte erwähnen, wie oft haben Sie Madeira zuvor besucht: _____

1.6 Wer möchten Sie reisen mit in dieser Reise?

- Mit Partner / Begleiter
 Mit Freunden
 Mit Partner and Kindern
 Allein
 Mit Familie
 Mit Anderen; Wer? _____

2 – **Besucherausgaben in Madeira**2.1 Während Ihres Aufenthalts in Funchal haben Sie in jeder Exkursion/Tour teilgenommen?

- Ja
 Nein

(WENN NICHT, BITTE WEITER ZU FRAGE 2.6)

2.2 Bitte geben Sie die Tour stattfinden: _____2.3 Wurde Ihre Tour durch die Kreuzfahrtgesellschaft organisiert?

- Ja
 Nein

2.4 Wo haben Sie Ihre Tour gekauft?

- An bord des schiffes Durch die Kreuzfahrtnehmenswebsite
 An land Wenn ich gekaufte das Cruise
 Anderen Ort; Wo? _____

2.5 Wie viel hat Ihr exkursionkosten? (Pro Person)

_____ (Euro) Diese Ausflüge ist in die Kreuzfahrt Preis inclusive

2.6 Etwa, wie viel haben Sie in diesem Reiseziel verbringen? (Pro Person) - Schließen Sie bitte die Exkursion Kosten!

_____ (Euro)

2.7 Wie viele Stunden haben Sie an Land an diesem Ziel verbracht?

_____ (Stunden)

2.8 Bitte geben Sie Ihre Ausgaben, in den folgenden Kategorien, während in diesem Reiseziel (Pro Person):

Ausgaben Kategorien	Betrag (euro)
Essen und Trinken	
Exkursion/ Führungen	
Der Eintritt zu den örtlichen Sehenswürdigkeiten (z.B. Gärten; Museen; seilbahn;)	
Transporte	
Shopping	
Madeira wein	
Madeira Stickerei	
Blumen	
Andere Souvenirs	
Telefon und Internet	
Madeira Reiseführer	
Sonstige Aufwendungen	

2.9 Welche dieser Aktivitäten haben Sie während in Madeira getan?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Fuß in der Stadt | <input type="checkbox"/> Mittag Essen oder Essen in einem lokalen Restaurant |
| <input type="checkbox"/> Madeira Folklore gesehen | <input type="checkbox"/> Besuchen Sie die ländlichen Gebiete auf Madeira |
| <input type="checkbox"/> Besuchen Sie die Stadt Markt | <input type="checkbox"/> Shopping |
| <input type="checkbox"/> Besuchen Sie den Kulturstätten (z.B. Museen; Gärten; Denkmäler; Kirchen) | <input type="checkbox"/> Sehen Sie sich die Landschaft in eine der insel Aussichtspunkte |
| <input type="checkbox"/> Besuchen Madeira Wine Cellars | <input type="checkbox"/> Golf spielen |
| <input type="checkbox"/> Besuchen Sie nach Funchal Altstadt | <input type="checkbox"/> Korb Schlittenfahrt von Monte nach Funchal |
| <input type="checkbox"/> Wandern in einer Levada | <input type="checkbox"/> Erleben Sie Funchal Seilbahn |
| <input type="checkbox"/> Schwimmen am Strand | <input type="checkbox"/> Exkursion oder Führungen |
| <input type="checkbox"/> Andere; Was? _____ | |

3 – Bewertung und Empfehlung der Reiseziel

3.1 Bitte bewerten Sie Ihre Zufriedenheit mit den folgenden Attributen dieses Destination:

(Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile der Tabelle die Option, die am besten zu Ihrer Meinung, wobei 1 = stimme überhaupt nicht und bis 5 = stimme)

Elementen/Attributen	Wertung
Sicherheitsgefühl	1 2 3 4 5
Freundlichkeit der Menschen vor Ort	1 2 3 4 5
Zeit auf der Insel zur Verfügung	1 2 3 4 5
Haltung der örtlichen Händler und Mitarbeiter	1 2 3 4 5
Existenz von Informationszentrum	1 2 3 4 5
Umweltqualität	1 2 3 4 5
Qualität der angebotenen Dienstleistungen	1 2 3 4 5
Verfügbarkeit des Restaurants	1 2 3 4 5
Preis-Leistungs-Verhältnis	1 2 3 4 5
Wetter	1 2 3 4 5
Passagier-Terminal	1 2 3 4 5
Transport, während in Funchal	1 2 3 4 5
Ebene der Kommunikation mit der lokalen Bevölkerung	1 2 3 4 5
Rezeption bei der Ankunft am Funchal	1 2 3 4 5
Pre-Besuch Information	1 2 3 4 5
Orte / Sehenswürdigkeiten besucht	1 2 3 4 5
Zugänglichkeiten	1 2 3 4 5
Lokale Commerce	1 2 3 4 5

3.2 Bitte geben Sie die Wahrscheinlichkeit einer Rückkehr an dieses Ziel (Madeira) wie Land Touristen:

(markieren Sie bitte mit einem Kreis die Option, die am besten Ihrer Meinung entspricht)

sehr unwahrscheinlich 1 2 3 4 5 sehr Wahrscheinlich

3.3 Bitte geben Sie die Wahrscheinlichkeit einer Rückkehr nach Funchal in einem anderen Kreuzfahrt: (markieren Sie bitte mit einem Kreis die Option, die am besten Ihrer Meinung entspricht)

sehr unwahrscheinlich 1 2 3 4 5 sehr Wahrscheinlich

3.4 Werde ich wahrscheinlich rate meinen Freunden / Verwandten nach Madeira besuchen:

(markieren Sie bitte mit einem Kreis die Option, die am besten Ihre Meinung)

im Widerspruch mit 1 2 3 4 5 im Einvernehmen mit

3.5 Im Verhältnis zu meiner Familie Kreis und Satz von Freunden, konnte ich Informationen über Madeira zu sprechen:

- Niemand
- 1 bis 5 personen
- 6 bis 10 personen
- 11 bis 15 personen
- 16 bis 20 personen
- ≥ 20 personen

4 – Besucherprofil

4.1 Alter: _____

4.2 Geschlecht:

- Männlich
- Weiblich

4.3 Nationalität: _____

4.4 Aufenthaltsland: _____

4.5 Familienstand:

- Unverheiratet
- Verheiratet
- Witwe
- Geschieden/Getrennt
- Andere; Welcher? _____

ENDE DER FRAGEBOGEN
Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

4.6 Bildungsstand:

- Hauptschulabschluß
- Realschulabschulß
- Abitur
- Berufsschulabschulß
- Studium na FH oder Uni

André Gouveia
Student an der Universität von Aveiro

4.7 Arbeit:

- Angestellt
- Arbeitlos
- Student
- Rentner(-in)
- Hausfrau(-mann)

4.8 Was ist die Familie monatlich Durchschnittseinkommen?

- 0 bis 3000 Euro
- 3001 bis 6000 Euro
- 6001 bis 9000 Euro
- 9001 bis 12000 Euro
- 12001 bis 15000 Euro
- > 15000 Euro



OBJETIVO DO QUESTIONÁRIO

Este questionário insere-se num projeto de investigação do **Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro**, no qual serão avaliados os impactos económicos diretos do turismo de cruzeiros para a Região Autónoma da Madeira. Todos os dados obtidos são estritamente confidenciais e apenas serão utilizados no âmbito do projeto.

1 - Consumo dos Tripulantes na Madeira

1.1 Quanto gastou enquanto esteve no destino – valor por pessoa?

_____ (Euros)

1.2 Indique as suas despesas, nas seguintes categorias de produtos, enquanto esteve no destino:

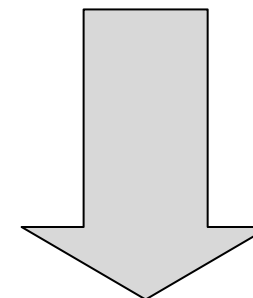
Tipo de Despesa	Montante (euros)
Comidas e Bebidas	
Serviços Médicos e Medicação	
Entradas em atracções locais (ex: jardins; museus; teleférico;)	
Transportes	
Shopping	
Casino	
Vinho Madeira	
Bordado Madeira	
Flores	
Outros Souvenirs	
Telefone e Internet	
Guias turísticos	
Outros gastos	

1.3 Quantas horas esteve fora do navio neste destino?

_____ (Horas)

1.4 Em que atividades participou na cidade do Funchal?

- Passeios pela cidade
- Assistir a demonstrações de folclore regional
- Visita ao Mercado do Funchal
- Visitas a locais culturais (Ex: museus, jardins, monumentos, igrejas)
- Visitas a adegas de Vinho Madeira
- Visita à cidade velha do Funchal
- Passeio por uma levada
- Nadar numa das praias da Madeira
- Outras; Quais? _____
- Almoço ou Jantar num Restaurante local
- Visitas a zonas rurais da Madeira
- Shopping
- Observar paisagens em miradouros da ilha
- Jogar Golf
- Andar nos carros de cesto do Monte
- Utilizar o teleférico
- Excursões e visitas guiadas



Por Favor Vire a Página

2 – Avaliação e Recomendação do Destino

2.1 Classifique a sua satisfação com os seguintes elementos do destino

Madeira

(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião, sendo: 1 – Insatisfeito a 5 – Totalmente Satisfeito)

Elementos / Atributos	Avaliação				
Sensação de Segurança	1	2	3	4	5
Empatia da comunidade local	1	2	3	4	5
Tempo disponível na ilha	1	2	3	4	5
Atitude dos lojistas e vendedores locais	1	2	3	4	5
Existência de postos de informação turística	1	2	3	4	5
Qualidade ambiental	1	2	3	4	5
Qualidade dos serviços oferecidos	1	2	3	4	5
Existência de Restaurantes	1	2	3	4	5
Relação Qualidade-Preço	1	2	3	4	5
Clima	1	2	3	4	5
Facilidades portuárias	1	2	3	4	5
Transportes	1	2	3	4	5
Comunicação com os locais	1	2	3	4	5
Receção na chegada ao Funchal	1	2	3	4	5
Informação prévia à visita	1	2	3	4	5
Locais/Atrações visitadas	1	2	3	4	5
Acessibilidades	1	2	3	4	5
Comércio Local	1	2	3	4	5

2.2 Vou recomendar a visita ao destino a amigos, familiares:

(assinale com um círculo, a opção que mais corresponde à sua opinião)

Discordo 1 2 3 4 5 Concordo

3 – Perfil do Tripulante

3.1 Idade: _____

3.2 Género:

Masculino

Feminino

3.3 Nacionalidade: _____

3.4 Habilitações Literárias:

Inferior ao ensino secundário

Ensino Secundário

Ensino Superior (Licenciatura, mestrado, doutoramento)

3.5 Ocupação profissional a bordo do navio: _____

FIM DO QUESTIONÁRIO

Muito obrigado pela sua colaboração.

André Gouveia

Aluno da Universidade de Aveiro



OBJECTIVES OF THE QUESTIONNAIRE

This questionnaire is part of a research project being conducted in the context of the Master Degree in Management and Planning in Tourism, from the University of Aveiro, in which will be evaluated the direct economic impacts of cruise tourism to Madeira. All data obtained from these inquiries is strictly confidential and will only be used within the context of this research project.

1 – Crew Spending in Madeira

1.1 Approximately, how much have you spend in this destination?

_____ (Euros)

1.2 Please mention your expenses, in the following categories, while in the destination (value per person):

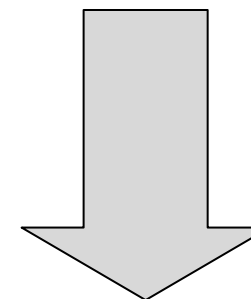
Expenditure Categories	Amount (euros)
Food and Beverages	
Medical services and medication	
Admission to local attractions (ex: gardens; museums; cable car;)	
Transports	
Shopping	
Casino	
Madeira Wine	
Madeira embroidery	
Flowers	
Other Souvenirs	
Telephone and Internet	
Visitor guides	
Other expenses	

1.3 How many hours have you spent off ship at this destination?

_____ (Hours)

1.4 Which of these activities have you done while in Madeira?

- Walking in the city
- Attend Madeira’s folklore performances
- Visit to the city market
- Visit to cultural sites (Ex: museums, gardens, monuments, churches;)
- Visit Madeira Wine Cellars
- Visit to Funchal Old Town
- Walking in a Levada
- Swimming on a beach
- Others; Which? _____
- Lunching or Dining at a local restaurant
- Visit the rural areas of Madeira
- Shopping
- Watch the scenery in one of the island viewpoints
- Play Golf
- Take a Toboggan Ride from Monte to Funchal
- Experience Funchal Cable Car
- Excursions or guided tours



Please Turn The Page

2 – Evaluation and Recommendation of the Destination

2.1 Please rate your satisfaction with the following attributes of this destination:

(Please circle in each row of the table the option that best matches your opinion, where 1 = strongly disagree and 5 = strongly agree)

Elements/Attributes	Rating
Feelings of personal safety and security	1 2 3 4 5
Friendliness of local people	1 2 3 4 5
Time available on island	1 2 3 4 5
Attitude of local shopkeepers and staff	1 2 3 4 5
Existence of information centre	1 2 3 4 5
Environmental quality	1 2 3 4 5
Quality of offered services	1 2 3 4 5
Availability of restaurants	1 2 3 4 5
Value for money	1 2 3 4 5
Weather	1 2 3 4 5
Passenger terminal	1 2 3 4 5
Transportation while in Funchal	1 2 3 4 5
Level of communication with local people	1 2 3 4 5
Reception on arrival at Funchal	1 2 3 4 5
Pre-visit information	1 2 3 4 5
Places/Attractions visited	1 2 3 4 5
Accessibilities	1 2 3 4 5
Local commerce	1 2 3 4 5

2.2 I will likely advise my friends/relatives to visit Madeira:

(please mark with a circle the option that best matches your opinion)

in disagreement with 1 2 3 4 5 in agreement with

3 – Crew Profile

3.1 Age: _____

3.2 Gender:

- Male
 Female

3.3 Nationality: _____

3.4 Education level:

- Below than high school
 High school
 Higher than high school (graduation, master, Phd)

3.5 Type of job aboard the ship: _____

END OF QUESTIONNAIRE

Thank you very much for your cooperation.

André Gouveia
Aveiro University's student

Anexo 5.6 – Movimento de passageiros no porto do Funchal em 2014

MÊS	ESCALAS	PASSAGEIROS			TOTAL
	Nº	EMBARCADOS	DESEMBARCADOS	TRÂNSITO	Nº
JANEIRO	33	152	174	57 513	57 839
FEVEREIRO	25	37	42	44 405	44 484
MARÇO	33	234	213	57 199	57 646
ABRIL	40	193	151	56 113	56 457
MAIO	11	41	43	17 851	17 935
JUNHO	4	15	19	7 290	7 324
JULHO	3	10	15	7 398	7 423
AGOSTO	5	5	10	6 690	6 705
SETEMBRO	8	7	12	13 932	13 951
OUTUBRO	34	209	234	62 526	62 969
NOVEMBRO	37	561	692	61 047	62 300
DEZEMBRO	50	197	155	80 570	80 922
TOTAL	283	1 661	1 760	472 534	475 955

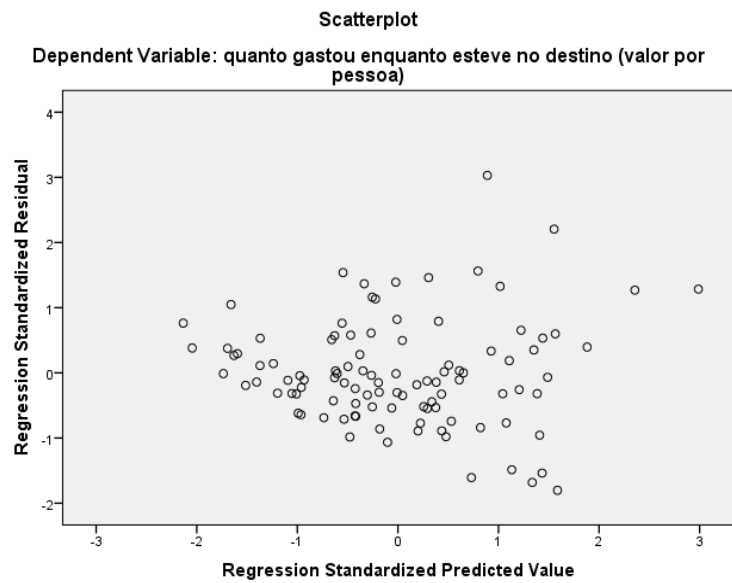
Fonte: APRAM (2014)

Anexo 5.7 – Movimento de tripulantes no porto do Funchal em 2014

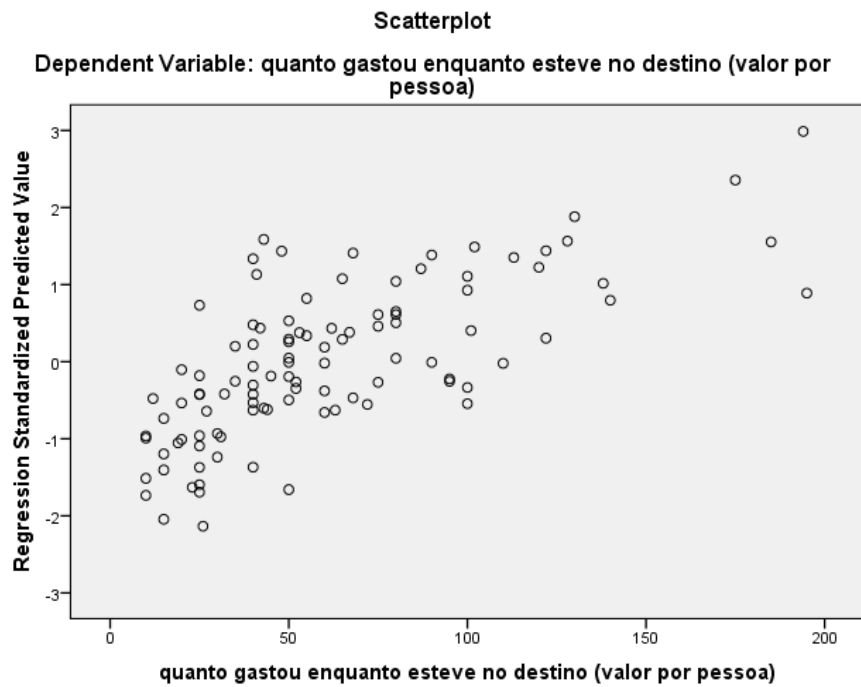
Mês	Tripulantes			TOTAL
	Embarcados	Desembarcados	Em trânsito	
Janeiro	314	290	20896	21500
Fevereiro	210	167	16229	16606
Março	272	209	21695	22176
Abril	264	211	21907	22382
Maio	35	18	8474	8527
Junho	40	9	3049	3098
Julho	7	10	2825	2842
Agosto	4	8	2717	2729
Setembro	64	51	5009	5124
Outubro	250	187	24224	24661
Novembro	252	228	24397	24877
Dezembro	249	207	31798	32254
Total	1961	1595	183220	186776

Fonte: SEF Madeira

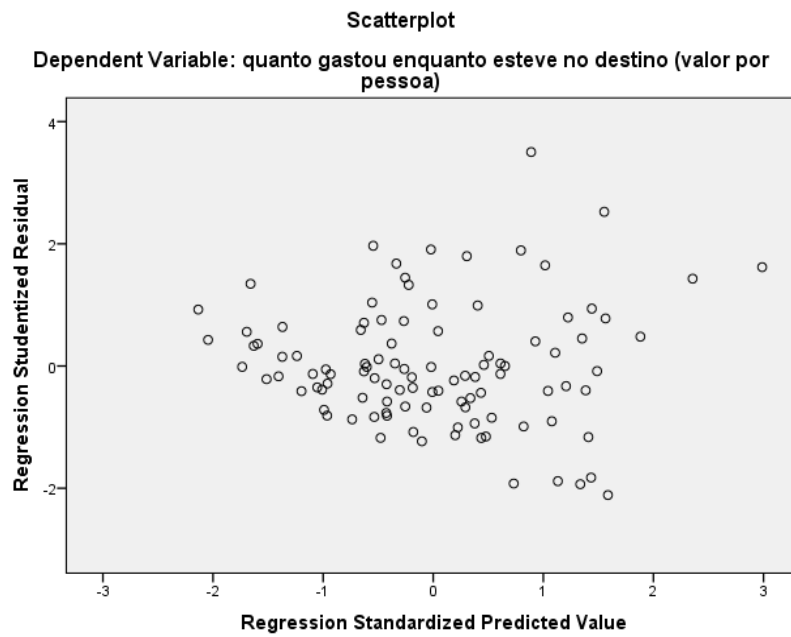
Anexo 6.1 – Estudo da linearidade com $Y = Z_{resid}$ e $X = Z_{pred}$



Anexo 6.2 – Estudo da linearidade com $Y = Z_{pred}$ e $X = \text{Dependent}$



Anexo 6.3 – Estudo da homocedasticidade com $Y = Sresid$ e $X = Zpred$



Anexo 6.4 – Estudo da normalidade dos resíduos

Testes de Normalidade						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
Standardized Residual	,109	104	,004	,966	104	,009

Anexo 6.5 – Ocupação profissional a bordo do navio (tripulantes)

Perfil sociodemográfico da amostra inquirida	N	%	Média	Desvio-Padrão
Ocupação profissional a bordo				
<i>Bar department</i>	2	2,2		
<i>Casino</i>	6	6,6		
<i>Chef</i>	9	9,9		
<i>Chief Purser</i>	1	1,1		
<i>Concessionaire</i>	1	1,1		
<i>Cook</i>	3	3,3		
<i>Cruise Director</i>	1	1,1		
<i>Cruise Staff</i>	1	1,1		
<i>Deck</i>	1	1,1		
<i>Electrician</i>	1	1,1		
<i>Engine Department</i>	1	1,1		
<i>Entertainer</i>	1	1,1		
<i>Entertainment</i>	1	1,1		
<i>Event Manager</i>	1	1,1		
<i>F&B Service</i>	5	5,5		
<i>Galery Steward</i>	1	1,1		
<i>Galey Bosun</i>	1	1,1		
<i>Global Guest Assistant</i>	1	1,1		
<i>Guest</i>	1	1,1		
<i>Head Steward</i>	1	1,1		
<i>Hotel Cleaner</i>	1	1,1		
<i>Hotel Officer</i>	1	1,1		
<i>Housekeeping</i>	4	4,4		
<i>Junior Engineman</i>	1	1,1		
<i>Librarian</i>	1	1,1		
<i>Manager</i>	1	1,1		
<i>Mechanic</i>	3	3,3		
<i>Musical Director</i>	1	1,1		
<i>Musician</i>	2	2,2		
<i>Photographer</i>	1	1,1		
<i>Receptionist</i>	3	3,3		
<i>Restaurante</i>	4	4,4		
<i>Sales Associate</i>	1	1,1		
<i>Seamen</i>	1	1,1		
<i>Security</i>	2	2,2		
<i>Shops</i>	1	1,1		
<i>Singer</i>	1	1,1		
<i>Social Hostess</i>	1	1,1		
<i>Sports Director</i>	1	1,1		
<i>Stateroom Attendant</i>	1	1,1		
<i>Stewardness</i>	1	1,1		
<i>Storekeeper</i>	1	1,1		
<i>Stores</i>	1	1,1		
<i>Waiter</i>	14	15,4		
<i>Waitress</i>	2	2,2		
Total	91	100		

