

A qualidade do destino Açores na perspetiva dos residentes

Dissertação de Mestrado

Sílvia Catarina Martins

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



A qualidade do destino Açores na perspetiva dos residentes

Dissertação de Mestrado

Sílvia Catarina Martins

Orientador

Prof. Doutor José António Cabral Vieira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças.



RESUMO

A população residente nos destinos representa hoje em dia uma mais valia para o planeamento e desenvolvimento turístico, devendo a sua perceção ser avaliada cuidadosamente. Neste sentido, o presente estudo visa analisar a perceção da população Açoriana relativamente à qualidade oferecida, bem como imagem transmitida pela região. Para o efeito, foi desenvolvido um inquérito online, dirigido apenas aos residentes dos Açores, no qual foram obtidas de 291 respostas. Para o tratamento dos dados foi “aplicado” o modelo estatístico *probit* ordenado, procurando descobrir os fatores determinantes na apreciação dos residentes quanto à qualidade dos atributos em estudo. Os resultados das regressões, para cada atributo, revelam que diferentes fatores são responsáveis na determinação da opinião dos residentes quanto à qualidade dos atributos. Foi possível apurar que, de um modo geral, a população residente se encontra satisfeita com os atributos oferecidos pela região, bem como com a qualidade e imagem transmitida. Porém, alguns atributos dos Açores, como serviços de apoio e condições de acesso na região, ainda recebem uma apreciação negativa por parte da população.

Palavras-chave: Residentes, turismo, qualidade, imagem, destino, Açores

ABSTRACT

The population residing in the destinations nowadays represents an added value for tourism planning and development, and its perception must be carefully evaluated. In this sense, the present study aims to analyse the perception of the Azorean population regarding the quality offered, as well as image transmitted by the region. For this purpose, an online survey was conducted, aimed only at residents of the Azores, leading to 291 obtained responses. The data was analysed by applying the ordered *probit* statistical model, aiming to discover the factors that determine the residents' appreciation of the quality of the attributes under study. The results of the regressions, for each attribute, reveal that different factors are responsible in determining the opinion of the residents regarding the quality of the attributes. It was discovered that, in general, residents are satisfied with the attributes offered by the region, as well as the quality and image transmitted. However, some attributes of the Azores, such as support services and access conditions in the region, still received a negative opinion from the population.

Keywords: Residents, tourism, quality, image, destination, Azores

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço ao meu orientador Prof. Doutor José António Cabral Vieira, por toda a ajuda, pela disponibilidade, e pelos conselhos que me permitiram a realização desta dissertação.

Quero agradecer também à minha família e namorado pela motivação ao longo da realização deste trabalho e pela compreensão quando nem sempre me foi possível estar presente em alguns momentos.

Aos meus amigos por toda a ajuda, incentivo e apoio em alturas mais complicadas.

A todos os que de alguma forma ajudaram e contribuíram para a realização desta dissertação, o meu obrigada.

ÍNDICE

Resumo.....	ii
Abstract	iii
Agradecimentos.....	iv
Índice.....	v
Lista das tabelas.....	vi
Lista das figuras	vii
Capítulo I - Introdução.....	1
1.1. Abordagem ao tema.....	1
1.2. Organização da dissertação	3
Capítulo II – Revisão de literatura.....	5
2.1. Qualidade no destino.....	5
2.2. Importância dos residentes para o desenvolvimento turístico.....	7
2.3. Imagem de um destino para os residentes.....	10
2.4. Imagem do destino e competitividade.....	12
2.5. Perspetiva dos residentes vs turistas.....	14
2.6. Perspetiva dos residentes e apoio ao desenvolvimento turístico.....	17
Capítulo III – Análise Empírica.....	21
3.1. Apresentação do inquérito.....	21
3.2. Análise Descritiva dos Dados	21
3.3. O Modelo Econométrico.....	31
3.4. Resultados da estimação.....	33
Capítulo IV – Conclusão.....	50
Anexos	54
Referências.....	58

LISTA DAS TABELAS

1 - Amostra indivíduos por género.....	22
2 - Classificação dos residentes quanto às características naturais da região.....	27
3 - Classificação dos residentes quanto aos serviços de apoio da região.....	28
4 - Classificação dos residentes quanto às atrações e animação da região.....	29
5 - Classificação dos residentes quanto às condições do ambiente local da região.....	30
6 - Classificação dos residentes quanto às condições de acesso à região.....	30
7 - Resultados da estimacão relativos a beleza natural, vida selvagem, clima e praias/piscinas.....	34
8 - Resultados da estimacão relativos a jardins, reservas florestais, restauracão e alojamento.....	36
9 - Resultados da estimacão relativos ao transporte, locais de estacionamento, postos de informacão e trilhos pedestres.....	38
10 - Resultados da estimacão relativos a observacão de cetáceos, estâncias termais, zonas baleares e parques de campismo.....	40
11 - Resultados da estimacão relativos a lagoas e cascatas, excursões, atividades em montanha e atividades em mar.....	42
12 - Resultados da estimacão relativos a património histórico e cultural, animacão noturna, segurancça e limpeza.....	44
13 - Resultados da estimacão relativos a conservacão dos espaços, hospitalidade, sinalizacão e sossego.....	46
14 - Resultados da estimacão relativos aos transportes aéreos, transportes marítimos e transportes terrestres.....	47

LISTA DAS FIGURAS

1 - Distribuição de idade dos inquiridos	21
2 - Habilitações literárias dos inquiridos	22
3 - Situação profissional dos inquiridos.....	23
4 - Estado civil dos inquiridos.....	24

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

1.1. Abordagem ao tema

O turismo é um dos setores que mais tem crescido nos últimos anos a nível internacional, algo que se tornou possível, principalmente, pela aposta constante na qualidade oferecida e imagem transmitida pelos destinos turísticos.

As atrações, os recursos e os serviços turísticos oferecidos têm uma grande influência no processo de escolha dos consumidores em visitar um determinado local, sendo de extrema importância o trabalho constante na melhoria e promoção dos mesmos. Por esse motivo, é crucial que as entidades de gestão dos destinos procurem identificar, continuamente, as características positivas e as potencialidades dos locais. Ao promoverem o investimento nesse sentido e ao reconhecerem novas oportunidades para se diferenciarem dos outros destinos turísticos, as localidades aumentam a sua qualidade e melhoram a sua imagem, tornando-se mais competitivas face aos seus concorrentes. Por sua vez, o crescimento turístico desencadeia desenvolvimento económico, responsável pela melhoria do bem-estar da população local. Estas entidades devem, portanto, adotar estratégias de desenvolvimento da comunidade local, através de um planeamento turístico que abranja os diferentes *stakeholders* daquela região ou país.

Assim se compreende que a gestão do turismo deve ser realizada levando em conta todas as partes interessadas e afetadas por este setor, algo que nem sempre se verifica, pois, muitas vezes, é dado um maior ênfase ao ponto de vista do turista, que é o principal desencadeador de desenvolvimento económico. Há, porém, outras partes interessadas, que devem participar nesse planeamento, de entre as quais, a população residente.

Para os visitantes, o destino turístico é um local onde praticam atividades e fazem uso das atrações e serviços turísticos. No entanto, o que para eles é um local turístico, para a

população local é o seu local de residência, fazendo uso dos bens e serviços para viver e trabalhar. As estratégias de desenvolvimento turístico adotadas devem ter sempre em conta que a população residente também usufrui dos produtos e serviços turísticos, procurando melhorar a qualidade dos mesmos não só para os visitantes, como para os residentes.

A opinião da comunidade local relativamente ao seu local de residência como destino turístico apresenta um nível de importância elevado, pois estes podem ser considerados turistas no próprio local de residência. Para além disso, residentes satisfeitos com o nível de qualidade e imagem da sua cidade ou país, terão uma maior probabilidade de transmitir uma comunicação mais positiva a possíveis visitantes, bem como a turistas que já se encontrem no destino. Releva-se ainda o facto de que os consumidores satisfeitos com a sua região, poderão ser levados a querer viajar e tirar proveito do turismo na sua própria região, em vez de se deslocarem para destinos concorrentes, contribuindo para o crescimento económico da própria região.

Entende-se, então, a importância que a qualidade, imagem e perspectiva da população residente têm para o desenvolvimento turístico de uma região. Por este motivo, o presente trabalho debruça-se sobre essa temática, procurando conhecer a opinião dos residentes, face à sua região, vertente que ainda não é muito explorada na área do turismo. O alvo deste estudo corresponde ao arquipélago dos Açores, a região Portuguesa que registou as maiores taxas de crescimento do turismo nos últimos anos, especialmente desde a liberalização dos espaços aéreos.

O principal objetivo desta dissertação é, portanto, analisar a perceção que os residentes Açorianos têm do seu local de residência enquanto destino turístico. Para tal, foi desenvolvido um questionário, destinado apenas à população local, no qual se pretende avaliar a opinião da população dos Açores, relativamente a diferentes vertentes

da oferta turística. Pretende-se, deste modo, conhecer as características que são potencialidades e vantagens para a região, como também quais os pontos menos positivos na perceção dos residentes. É também objetivo descobrir as variáveis que influenciam a apreciação dos Açorianos quanto à qualidade do destino Açores.

1.2. Organização da dissertação

A dissertação está organizada em quatro capítulos, começando pela introdução, onde é feita uma abordagem à temática a investigar e os objetivos pretendidos com este trabalho. É, do mesmo modo, explicada a organização da tese.

O segundo capítulo contém a revisão de literatura em relação à qualidade nos destinos, à importância da imagem para os residentes e para o desenvolvimento turístico. A revisão também faz uma comparação entre a perceção do turista e a visão dos residentes, bem como aborda especificamente a perceção da população local, e de que forma é que a mesma leva os habitantes de uma determinada região a apoiar e contribuir para o desenvolvimento turístico.

No terceiro capítulo é feita uma apresentação ao inquérito, a análise e tratamento dos dados recolhidos, bem como é feita a explicação do modelo aplicado para obtenção dos resultados. Por fim, este capítulo aborda a análise aos resultados obtidos pelo modelo econométrico.

Por fim, temos o último capítulo, no qual é realizada a conclusão ao trabalho e uma breve revisão geral aos resultados obtidos.

CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Qualidade no destino

Um destino turístico corresponde ao conjunto de atrações, instalações turísticas e serviços que um determinado local tem para oferecer (Kim e Brown, 2012). Atualmente a qualidade dos serviços prestados, bem como dos produtos oferecidos nos destinos turísticos, assume um alto nível de importância, especialmente no processo de tomada de decisão do destino a visitar pelos consumidores (Cândido, 2011). Esta apresenta-se como uma característica crucial para a indústria do turismo, sendo reconhecida tanto como uma estratégia de diferenciação, como também, de obtenção de vantagens competitivas (Manhas, 2013; Mendes et al., 2010). Segundo Go e Govers (2000), os destinos têm vindo, cada vez mais, a depender da oferta de bens e serviços de qualidade, estando os objetivos das entidades lado a lado com as necessidades dos consumidores. Hoje em dia, o processo de globalização, o aumento da capacidade da oferta mundial, a crescente pressão competitiva e a mudança das preferências dos consumidores são algumas das razões que levam as empresas a melhorar a sua oferta de serviços de qualidade na área do turismo (Santos et al., 2012; Cândido, 2011).

A qualidade tem, portanto, assumido um papel vital nas estratégias de transformação dos locais, em destinos mais competitivos (Yuksel e Yuksel, 2000). O esforço pela melhoria da qualidade, quer do destino turístico na sua globalidade, quer em relação a características ou serviços individuais do mesmo, deve ser um processo contínuo, pois, assim, é possível manter uma posição de liderança como destino turístico (Manhas, 2013). Dada a sua importância, a qualidade é uma questão que tem de ser abordada de forma abrangente, devendo as entidades públicas e privadas ter em atenção as necessidades de

todos os *stakeholders* envolvidos no destino, tais como os residentes, visitantes e empresas (Manente & Furlan, 1998).

O nível de complexidade do destino, a elevada subjetividade da avaliação da qualidade e as características específicas dos serviços, são algumas das vertentes que tornam difícil o processo de determinação e avaliação da qualidade do destino turístico (Ryglova et al., 2017). Buhalis (2003) assume que a qualidade está relacionada principalmente com questões de funcionalidade dos componentes de um destino, de entre as quais, por exemplo, as atividades disponíveis, serviços de apoio e condições de acessibilidade. No entanto, Gronroos (2007) afirma que para além das questões de funcionalidade dos componentes do destino, há que levar em conta, também, questões técnicas de qualidade, tais como a diversidade de atrações e serviços. Complementando a linha de pensamento de Buhalis (2003), Middleton e Clarke (2001) afirmam que existem outros dois componentes que são importantes para a qualidade, sendo estes a imagem do destino, bem como o preço dos bens e serviços.

O estudo desenvolvido por Santos et al. (2012), procurou conhecer a opinião dos visitantes ao arquipélago relativamente à qualidade dos Açores, bem como quais os fatores que caracterizavam o mesmo, como um destino de qualidade. Através do questionário realizado, os investigadores pretenderam descobrir a opinião dos turistas relativamente aos Açores isoladamente, como também, quando comparado com outro arquipélago concorrente. Os resultados mostram que, tanto considerado isoladamente, como em comparação com outras ilhas concorrentes, os turistas classificam os Açores como sendo excelente, apresentando como três principais fatores de qualidade as paisagens, o clima e a hospitalidade.

Por outro lado, Ryglova et al. (2015) desenvolveram um estudo no qual procuraram descobrir junto dos residentes da República Checa, quais os fatores mais importantes na

qualidade do país, como destino turístico. O questionário realizado aos habitantes, revelou que estes consideravam a segurança e a limpeza os dois fatores mais importantes na qualidade do país, sendo, por outro lado, as infraestruturas e os serviços de transporte, os fatores com menos impacto.

Atendendo ao facto do turismo ser um setor de atividade com grande influência no crescimento económico, Campos et al. (2018) defendem que a qualidade deve ser considerada uma prioridade para as entidades responsáveis pela gestão dos destinos turísticos. Também afirmam ser imperativo satisfazer as necessidades e expectativas dos consumidores, relativamente aos produtos e serviços oferecidos, como forma de elevar o nível de qualidade no destino, pois estes terão impacto na imagem global do mesmo.

2.2. Importância dos residentes para o desenvolvimento turístico

Os estudos desenvolvidos na área do turismo, relacionados com os residentes de uma determinada região, compreendem, na sua maioria, os impactos que o turismo gera, tal como por exemplo, o estudo publicado em 2014 por Renda, Mendes e Valle, no qual estudam os impactos que o turismo tem nos residentes de Loulé, no Algarve. A investigação da imagem dos destinos tem-se focado, ao longo do tempo, na opinião dos turistas que visitam uma região, pois são eles os criadores de riqueza para a região, havendo, portanto, uma maior concentração na satisfação do visitante em relação ao destino (Alcaniz et al., 2005; Ramkissoon e Nunkoo, 2011). A literatura carece de investigação à opinião que os residentes têm em relação ao seu local de residência como destino turístico, pelo que este trabalho pretende contribuir para a investigação nesta área.

O desenvolvimento turístico, sem um adequado planeamento e integração dos valores locais, pode prejudicar a comunidade do destino ao nível social, cultural, ambiental e económico (Garrod, 1998). O crescimento turístico bem-sucedido passa pela relação equilibrada entre os turistas, os lugares e as pessoas que estes encontram, e as organizações que fornecem serviços de turismo (Zhang et al., 2006). Mill e Morrison (2009) defendem que os destinos se colocam em perigo ao canalizarem os seus recursos apenas para o turismo, e a atenderem somente às necessidades do mesmo. Segundo Menning (1995), deve haver uma aceitação por parte da população local em relação aos produtos e serviços oferecidos, não devendo o desenvolvimento turístico focar-se apenas nas necessidades dos visitantes. Para Richardson e Long (1991), o desenvolvimento das necessidades de lazer dos residentes deve ter prioridade sobre as necessidades dos turistas, uma vez que a população local vive na comunidade e usufrui do seu local de residência.

A teoria dos *stakeholders* reconhece a existência e a importância de diferentes *stakeholders* e as suas necessidades em relação ao planeamento turístico (Murphy, 1985). Para além dos turistas, outros *stakeholders* são importantes para o desenvolvimento e manutenção de um local turístico, tais como os residentes (Hall 2008; Sautter e Leisen 1999). A população local também tira proveito dos bens e serviços oferecidos pelas empresas, sendo, portanto, consumidores destes produtos turísticos (Garrod et al., 2012). Merrilees (2005) defende que os residentes podem ser considerados “Turistas Ocasionalis”, fazendo uso das diferentes instalações recreativas e turísticas. Para garantir a sustentabilidade do turismo numa comunidade, há que ter em constante atenção a perceção que a população local tem do seu local de residência, bem como assegurar a participação contínua destes no desenvolvimento turístico do destino (Allen et al., 1988; Pearce, 1980; Johnson et al., 1994).

Os residentes de um destino são parte integrante do mesmo, tendo um grande impacto na imagem transmitida ao turista (Echtner e Ritchie, 1991). Para eles, o destino é mais do que um local turístico, pois é onde vivem e trabalham (Hudson, 1988). Por este motivo, a população local tem uma imagem complexa e multifacetada do destino e, tendo em atenção a sua perceção, é possível melhorar a oferta aos visitantes, ao mesmo tempo que se consegue melhorar as condições de vida dos residentes (Andereck e Nyaupane, 2011; Elliot et al, 2011). Estes atuam tanto de forma ativa, como passiva no processo de formação da imagem de um destino (Gallarza et al., 2002; Simpson e Siguaw, 2008). Witter (1985) afirma que a população local tem uma participação ativa na formação da imagem, pois esta pode ter uma perceção da sua residência como local turístico que influencie o *word-of-mouth*, ou comunicação boca-a-boca, gerado em relação à imagem do local. Por outro lado, Echtner & Ritchie (1991) consideram que a população residente atua de forma passiva, no sentido em que é vista como parte da imagem de um destino, fazendo parte da experiência turística oferecida aos visitantes, tendo as suas atitudes influência na imagem transmitida (Howie, 2003).

Howie (2003) defende que o turismo compreende um conjunto de interações entre turistas e residentes de um determinado local, pelo que as estratégias desenvolvidas pelos agentes de promoção dos destinos devem ter em consideração, para além da opinião dos visitantes, a visão que os residentes têm do seu local onde habitam. É importante que estes agentes compreendam que não servem apenas o turista, mas também a população local (Howie, 2003). Mihalic (2016), no seu debate acerca da sustentabilidade no turismo, destaca os residentes como um importante *stakeholder* para o destino. É, portanto, de extrema importância o envolvimento da população residente no planeamento e desenvolvimento da imagem do destino (Mihalic, 2016; Howie, 2003).

2.3. Imagem de um destino para os residentes

A imagem de um determinado local pode influenciar as atitudes e comportamentos das pessoas, algo que tem vindo a ser estudado em diversas áreas como a psicologia ambiental, geografia, bem como na área de Marketing (Stylidis et al., 2014). Na área do turismo, os investigadores procuram descobrir a imagem transmitida pelo destino, bem como a influência que mesma tem no comportamento dos turistas e no processo de seleção dos destinos a visitar (Gallarza et al., 2002; Tasci e Gartner, 2007). Os agentes de promoção do turismo num determinado local vêm-se constantemente desafiados a tomar medidas que melhorem a imagem do respetivo destino, de forma a torná-lo mais atrativo quer a um público externo, os turistas, quer aos residentes, o público pertencente ao local (Bramwell e Rawding, 1996; Reiser e Crispin, 2009)

Crompton (1979) declara a imagem de um destino como “a soma de crenças, ideias e impressões que as pessoas têm de um determinado local” (Crompton, 1979; Kotler et al., 1993). Apurando esta definição, a imagem de um destino “nasce” da construção mental que as pessoas criam, com base na informação a que são sujeitas num determinado local, relativamente a determinados atributos específicos do mesmo (Echtner e Ritchie, 1991; Kotler et al., 1993; Elliot et al., 2011; Gallarza et al., 2002). Consequentemente, a perceção que as pessoas adquirem de um destino turístico é dinâmica, baseada em características que, como Goeldner (1999) classifica, podem estar relacionadas com atributos históricos ou culturais, recursos naturais, eventos, desportos, atividades de entretenimento (Govers, Go, & Kumar, 2007; Goeldner, 1999). Da mesma forma, Merrilees et al. (2009) destacam atributos como natureza, oportunidades de compras, transportes públicos, oportunidades de negócios e serviços governamentais, como fatores importantes para construção da imagem do destino na perspetiva dos residentes, devendo os agentes do destino apurar quais os fatores positivos e valiosos para a imagem, e quais

os aspetos negativos a melhorar. A imagem percecionada pelos residentes relativamente ao seu local de habitação como destino turístico é, portanto, um fator chave para o desenvolvimento turístico (Tasci e Gartner, 2007).

Na literatura relativa à imagem de um destino turístico, muitos estudos defendem que esta se baseia principalmente em duas componentes fundamentais, nomeadamente a cognitiva e afetiva (Crompton, 1979). Stylidis et al., (2017) por exemplo, defendem que a imagem de um destino é formada por estas duas componentes, na qual a componente cognitiva se refere às crenças, conhecimentos e atributos de um destino, que, de um modo geral, formam a imagem mental do mesmo, sendo estes atributos, recursos de um destino turístico, tais como restaurantes, atrações históricas e culturais, condições meteorológicas, entre outros (Pike e Ryan, 2004; Stabler, 1988). Por outro lado, a vertente afetiva da imagem diz respeito às respostas emocionais ou sentimentos das pessoas relativamente a um destino (Baloglu e Brinberg, 1997).

Echtner & Ritchie (1993) apresentam-se com outro ponto de vista referente à imagem de um destino, afirmando que esta se sustenta em duas principais componentes, designadamente os atributos do destino e a vertente holística, ambas contendo características funcionais e psicológicas. Os autores defendem que os atributos podem estar relacionados tanto com características funcionais, tais como clima e vida noturna, como também com características psicológicas, como por exemplo pessoas amigáveis e nível de segurança. No que concerne à componente holística, as características funcionais do destino encontram-se ligadas a imagens físicas do local, como montanhas ou aldeias, estando, por outro lado, as características psicológicas relacionadas com o ambiente do destino ou a sensação que este transmite (Echtner & Ritchie, 1993).

Rowles (1983) afirma que os residentes se relacionam com o ambiente à sua volta ao nível dos detalhes físicos da sua cidade ou país de residência, bem como ao nível social,

relacionado com a sua ligação à comunidade local. Dado que o desenvolvimento turístico procura beneficiar também a comunidade local do destino turístico, os agentes de promoção do mesmo devem ter sempre em atenção a imagem que os residentes têm da sua comunidade como destino turístico (Govers et al., 2007).

2.4. Imagem do destino e competitividade

Na vertente turística, a competitividade está relacionada com a capacidade de um destino utilizar os seus recursos de forma mais eficiente do que os seus concorrentes (Dwyer e Kim, 2003). Hassan (2000) considera um destino competitivo quando este é capaz de gerar valor, utilizando para tal os seus recursos, e mantendo uma posição de mercado face aos destinos concorrentes. Similarmente, Ritchie e Crouch (1993) acrescentam a estas noções, afirmando que um destino se torna competitivo quando é capaz de investir no turismo, atraindo mais visitantes e proporcionando-lhes experiências satisfatórias, de forma lucrativa, ao mesmo tempo que melhora o bem-estar da população local e preserva os recursos naturais do destino para as gerações futuras. Os destinos procuram vantagens competitivas e competem no mercado internacional de turismo, de forma a aumentar o desenvolvimento económico, alcançar a sustentabilidade, crescimento e melhores condições para a comunidade residente (Dwyer e Kim, 2003; Chen et al., 2011; Glinska e Florek, 2013).

Buhalis (2000) defende que um destino é composto por uma combinação de todos os produtos, serviços e experiências oferecidas, compondo, na sua globalidade, a experiência proporcionada aos consumidores. A imagem é algo subjetivo, interpretada de forma diferente por cada consumidor, pelo que um destino turístico deve possuir uma imagem de marca forte e consolidada (Buhalis, 2000; Fakeye e Crompton, 1991). Segundo

Echtner e Ritchie (1991, 1993), os consumidores devem ter uma imagem positiva do destino, pois, assim, este ganha uma posição mais saliente face aos seus concorrentes, devendo, para isso, haver um investimento em medidas de promoção de imagens mais positivas, em relação ao mesmo, para os consumidores. Da mesma forma, Kim e Yoon (2003) destacam a imagem de um destino turístico como impulsionador para a atratividade e competitividade do mesmo. A intangibilidade dos serviços turísticos leva a que os visitantes tenham um conhecimento limitado do destino antes da sua decisão de compra, tornando-se, assim, a imagem do destino um dos principais fatores a influenciar a decisão de escolha do destino turístico a visitar (Tasci et al., 2007; Um e Crompton, 1990). Neste sentido, quanto mais positiva for a criação e manutenção da imagem transmitida pelo destino, maior a sua diferenciação face aos destinos concorrentes e, por consequência, mais elevada a probabilidade do mesmo ser selecionado (Baloglu and McCleary, 1999; James, Durand e Dreves, 1976). Ainda nesta linha de pensamento, Moreira e Iao (2014) afirmam que não só é importante estabelecer e definir uma imagem positiva do destino, como também garantir que os produtos e serviços turísticos estão à altura das expectativas dos consumidores.

Cracolici et al. (2008) defende que um destino se torna competitivo através da adoção de estratégias de construção da imagem, bem como da gestão dos seus atributos. Ritchie e Crouch (1993), do mesmo modo, afirmam que as atrações e recursos do local turístico são dos principais determinantes para a competitividade do destino. No sentido de obter vantagens competitivas sustentáveis, os destinos devem identificar e definir as principais características distintivas do mesmo, com base nas quais irão construir uma imagem atraente para os visitantes (Glinska e Florek, 2013). Também as características naturais, culturais e patrimoniais, as instalações e serviços de apoio, infraestruturas, hospitalidade, transportes e acessibilidade são componentes que devem ser consideradas e incluídas no

planeamento turístico por parte das entidades de gestão dos destinos turísticos (Gunn, 1994; Pearce, 1997).

É importante ressaltar que, durante a sua estadia no destino turístico, os visitantes são tanto turistas, como “residentes temporários”, bem como a população local é “turista ocasional”, fazendo uso dos produtos e serviços turísticos (Merrilees et al., 2007; Woosnam et al., 2009). Alcaniz et al. (2005) descobriram que residentes com uma imagem do seu local de residência mais positiva, irão refletir uma maior predisposição em recomendar o mesmo a outras pessoas. Por este motivo, Merrilees (2007) destaca a importância de se conhecer o processo de formação da opinião dos residentes em relação à imagem do seu local de residência, bem como o que condiciona a procura dos mesmos pelos produtos e serviços turísticos na sua região de habitação.

A imagem de um destino requer, portanto, um esforço e trabalho contínuo por parte das entidades de gestão do destino ao longo do tempo, no sentido de criar e manter uma imagem positiva e atraente do mesmo para os visitantes, bem como para evitar e remover possíveis perceções negativas que os turistas possam vir a formar (Moreira e Iao, 2014). As vantagens competitivas diferem entre as diversas regiões turísticas, devendo as entidades de gestão dos locais turísticos procurar a avaliação contínua das respetivas atrações e serviços, de forma a criar um ambiente mais competitivo e a promover uma maior qualidade no planeamento e desenvolvimento turístico (Yoon, 2002).

2.5. Perspetiva dos residentes vs turistas

Apesar da sua elevada importância, a perspetiva da população local, em relação ao seu local de residência como um destino turístico, é uma área que ainda carece de alguma

investigação (Gallarza et al., 2002). A ausência de estudo nesta vertente da imagem do destino é algo que Hudson e Ritchie (2002) consideram ser surpreendente, visto que os agentes responsáveis pela gestão da imagem de um destino cada vez mais reconhecem a importância de incluir a população local na promoção e sustentabilidade do desenvolvimento turístico. Com o intuito de colmatar esta ausência de estudo, Agapito et al. (2010) desenvolvem uma investigação na qual comparam a visão de turistas com a visão dos residentes, de forma a apurar que percepção tinham os dois grupos, relativamente à imagem e qualidade da cidade de Lagos, no Algarve. Procederam ao estudo, inquirindo 50 turistas e 50 residentes na cidade de Lagos, quanto às características e atributos da mesma. Após análise a estes inquiridos, são apuradas as principais qualidades, características e atributos da cidade. Seguem, então, para a segunda fase da investigação, na qual, já tendo isolado as características anteriores, procedem a um inquérito mais extensivo a um grupo de 379 turistas e 378 residentes de Lagos. Os autores descobrem que, de uma forma geral, os dois grupos têm uma imagem positiva da cidade e mostram aproximadamente o mesmo nível de satisfação e percepção relativamente aos diferentes atributos em estudo, como por exemplo, a qualidade das praias e das condições atmosféricas. No entanto, em relação a alguns aspetos, o nível de concordância não foi tão forte, tais como, instalações desportivas, onde os residentes apresentam uma percepção muito mais positiva do que os visitantes, e, ao nível da vida noturna e oportunidades de compra, os residentes mostram-se menos satisfeitos do que os turistas.

Na mesma linha de investigação, Henkel et al. (2006) procuram conhecer a imagem da Tailândia como destino turístico por parte dos visitantes e dos residentes, pois defendem que se a percepção da população local for ao encontro à percepção dos visitantes em relação aos atributos e produtos turísticos que o país tem para oferecer, é possível manter um modelo de sustentabilidade do turismo. O estudo foi desenvolvido através do

preenchimento de um questionário por parte de 190 residentes de diferentes províncias da Tailândia e de 232 visitantes internacionais de diferentes países. O questionário incidia sobre diferentes vertentes da Tailândia, de entre as quais, paisagens, natureza, vida noturna, arquitetura histórica, hospitalidade, etc. Também era solicitado que os turistas escolhessem as três principais características que diferenciam o país enquanto destino turístico. Neste sentido, os resultados mostraram que, para a população local, as três principais vertentes que definiam a Tailândia como atração turística eram a cultura, as praias e a arquitetura histórica, enquanto para os visitantes eram a cultura, as praias e a restauração. No que diz respeito aos atributos do país, concluíram que, tanto para os turistas, como para a população local, as paisagens, hospitalidade e restauração eram mais importantes para a imagem da Tailândia com destino turístico. Concluíram, também, que os residentes destacavam características como passeios culturais, zonas balneares, hospitalidade e arquitetura histórica, mais importantes para o turismo no país, enquanto os visitantes não atribuíam tanta importância a estes atributos. Por outro lado, os residentes atribuíam menos importância à vida noturna e atividades de entretenimento para a imagem da Tailândia do que os visitantes. O estudo permitiu compreender que a imagem que a população local tem do seu país de residência, como destino turístico, difere da imagem por parte visitantes, algo que, se não for contornado pelas entidades de gestão do destino, poderá vir a prejudicar o desenvolvimento sustentável do turismo na Tailândia (Henkel et al., 2006).

Stylidis et al. (2016) defendem que a população local de uma determinada cidade pode ter uma imagem mais positiva da mesma, em comparação aos turistas, devido à sua perceção mais precisa e próxima, bem como ao seu nível de apego à mesma. Segundo Baloglu (2001), o facto da população local apresentar um maior nível de familiaridade e proximidade com o local onde vive, traduz-se de facto numa imagem mais positiva em

relação à mesma. No entanto, outros estudos revelam que os turistas podem ter uma imagem mais favorável face a um destino turístico do que os residentes, pelo facto de atribuírem uma maior importância à componente afetiva da imagem de um destino, do que aos serviços e atributos que a mesma tem para oferecer (Baratta et al., 2017).

Stylidis et al., (2017) desenvolvem um estudo semelhante ao de Agapito, no qual comparam a imagem do destino percebida pelos turistas, em comparação com os residentes, na cidade de Eliat, em Israel, sendo este baseado na teoria dos *stakeholders*. Para a realização do estudo foi criado um questionário, dividido em três secções, incidindo a primeira na vertente cognitiva, onde foram avaliados 17 atributos do destino; a segunda secção, na componente afetiva, onde foram seleccionados 4 atributos afetivos para descrever a imagem do destino; e a terceira parte do inquérito procura descobrir a imagem numa perspetiva global do destino. Isto porque, segundo Akama e Kieti (2003), o sucesso de um destino depende mais da imagem geral que o mesmo transmite, do que necessariamente de atributos ou características específicas. Os resultados mostram que, de um modo geral, tanto os residentes como os turistas estavam satisfeitos com a imagem geral do destino. No entanto, e no que concerne à parte cognitiva em estudo, os residentes apresentam uma imagem menos positiva de Eliat como destino turístico, mostrando-se muito pouco satisfeitos com os meios de transporte e infraestruturas locais. No que se refere à componente afetiva, ambos os *stakeholders* encontravam-se satisfeitos, classificando a cidade como agradável e relaxante (Stylidis et al., 2017).

2.6. Perspetiva dos Residentes e Apoio ao Desenvolvimento Turístico

Apesar da elevada importância da opinião dos residentes em relação à imagem do seu local de residência, poucos estudos se têm debruçado sobre esta área de investigação,

dando mais ênfase à imagem do destino por parte do turista (Stylidis et al., 2014). Visto que o envolvimento da comunidade local no desenvolvimento turístico é essencial para a sustentabilidade do mesmo, é de grande importância saber compreender a opinião dos moradores de um determinado local (Dyer et al., 2007; Lee, 2013).

Os estudos à imagem do destino por parte dos residentes já desenvolvidos, aplicam metodologias iguais às utilizadas para o estudo na perspectiva dos turistas, com muito poucas alterações que reflitam a opinião dos residentes. Esta aplicação direta à população local não tem em vista a vertente multifuncional do destino no qual os residentes vivem (Green, 2005). Reiser e Crispin (2009) defendem que os residentes possuem uma imagem mais complexa e vasta do destino, enquanto que os turistas têm uma visão mais geral.

No sentido de apurar a percepção dos residentes de forma mais apropriada, Stylidis, et al. (2016) realizaram uma análise a 481 habitantes de Kavala, uma cidade no norte da Grécia, visitando diretamente os agregados familiares da região. Esta procedeu-se pela criação de um questionário onde um elemento de cada agregado foi inquirido relativamente a diversos atributos da cidade. Com vista à obtenção de uma visão mais completa da percepção da população local e, como os investigadores defendiam que os estudos previamente desenvolvidos não eram apropriados para conhecer a completa opinião dos residentes relativamente à imagem de um destino, o inquérito foi desenvolvido com base na combinação de vários estudos já realizados à imagem do destino na ótica dos residentes, conseguindo, assim, um conjunto de questões mais amplas e adequadas à obtenção de uma visão mais completa por parte dos residentes de Kavala. As questões acerca da cidade incidiram numa lista de dez atributos relacionados diretamente com o destino ao nível da oferta turística especificamente, tais como a vida noturna, locais a visitar, segurança dos locais, entre outros, e quatro atributos diretamente relacionados com a comunidade em específico, como por exemplo, serviços locais e

meios de transporte. A análise aos dados recolhidos revelou que os residentes consideravam que Kavala tinham atributos favoráveis, tais como, ser um local seguro e limpo, ter paisagens atrativas e condições meteorológicas agradáveis, bons restaurantes e locais históricos de grande interesse. Por outro lado, classificaram outros atributos como negativos, sendo estes, a eficácia dos serviços e governo local, oportunidades de emprego, vida noturna, oportunidades de compra e atividades de lazer. De uma forma geral, a investigação revelou que, à data do estudo, os residentes mostravam um maior interesse nos aspetos relacionados com a comunidade e nas características físicas do local, do que nas atividades de entretenimento, sendo estes aspetos os que mais necessitavam de melhorias (Stylidis et al., 2016).

A boa vontade e envolvimento da comunidade local é crucial para o sucesso e sustentabilidade do desenvolvimento turístico, pelo que compreender a opinião dos residentes e solicitar apoio por parte dos mesmos, é de extrema importância para o governo local, bem como para as empresas (Dyer et al., 2007; Lee, 2013; Nunkoo e Gursoy, 2012).

A perceção da população local, relativamente ao seu local de residência como destino turístico, desempenha uma grande influência na predisposição dos residentes recomendarem a sua cidade ou país aos turistas (Alcaniz et al., 2005; Stylidis et al., 2017). Os visitantes de um determinado destino podem procurar os residentes como fonte de informação para produtos e serviços do destino, de forma a melhorar o planeamento e a qualidade das suas viagens, pelo que a disposição dos residentes em recomendar estes produtos e serviços turísticos apresenta uma grande importância (Choo et al., 2011; Fodness e Murray 1998). Deste modo se compreende o porquê da satisfação dos habitantes ser importante para o sucesso e sustentabilidade do desenvolvimento turístico,

bem como a participação ativa da população local no mesmo (Gursoy e Rutherford, 2004).

Schroeder (1996) procurou investigar a relação existente entre a imagem percebida pelos residentes da Dakota do Norte acerca do seu estado como destino turístico, e o seu apoio ao desenvolvimento turístico no mesmo, descobrindo que a predisposição da população local em promover o turismo está relacionada com a imagem que os mesmos têm do seu estado de residência. No mesmo estudo foi possível constatar que os residentes que tinham imagens mais positivas do estado americano se mostravam mais dispostos a colaborar no financiamento ao desenvolvimento e promoção do turismo, bem como apresentavam uma maior probabilidade de recomendar o respetivo estado a não visitantes. Da mesma forma, moradores mais satisfeitos com o seu local de residência optavam por fazer mais viagens dentro do próprio estado, contrariamente aos que se mostravam menos satisfeitos, que preferiam viajar para fora da Dakota do Norte. Adicionalmente, imagens positivas por parte da população local levam a uma comunicação *word-of-mouth* mais positiva, influenciando a imagem que os não residentes formam em relação destino, apoiando indiretamente o desenvolvimento do turismo nos destinos (Leisen, 2001; Schroeder, 1996).

CAPÍTULO III – ANÁLISE EMPÍRICA

3.1. Apresentação do inquérito

Este trabalho pretende analisar e conhecer melhor a opinião dos residentes dos Açores relativamente à imagem e qualidade do destino, bem como a apreciação que os mesmos fazem do seu local de residência, como local turístico. Neste sentido, foi desenvolvido um inquérito online, dirigido apenas a residentes dos Açores, num período entre abril e junho de 2018, no qual foi possível a obtenção de 291 respostas. O questionário foi organizado de forma à obtenção de informação relativa aos inquiridos numa primeira fase e, numa segunda fase, foi pedido aos mesmos a classificação numa escala de *Likert*, variando de 1 a 6, relativamente à opinião com diversos aspetos, atributos e serviços inerentes ao destino Açores. Os inquiridos classificaram diversos aspetos relacionados com características naturais, serviços de apoio e de transporte, bem como condições do ambiente local e atrações turísticas. A realização do tratamento dos dados recolhidos foi conseguida, recorrendo ao software SPSS (*statistical package for the social sciences*).

3.2. Análise Descritiva dos Dados

A primeira fase do inquérito, composta por 5 questões, teve como objetivo a recolha de informação para a caracterização dos inquiridos, relativamente ao género, distribuição de idades, situação profissional, habilitações literárias e estado civil dos mesmos.

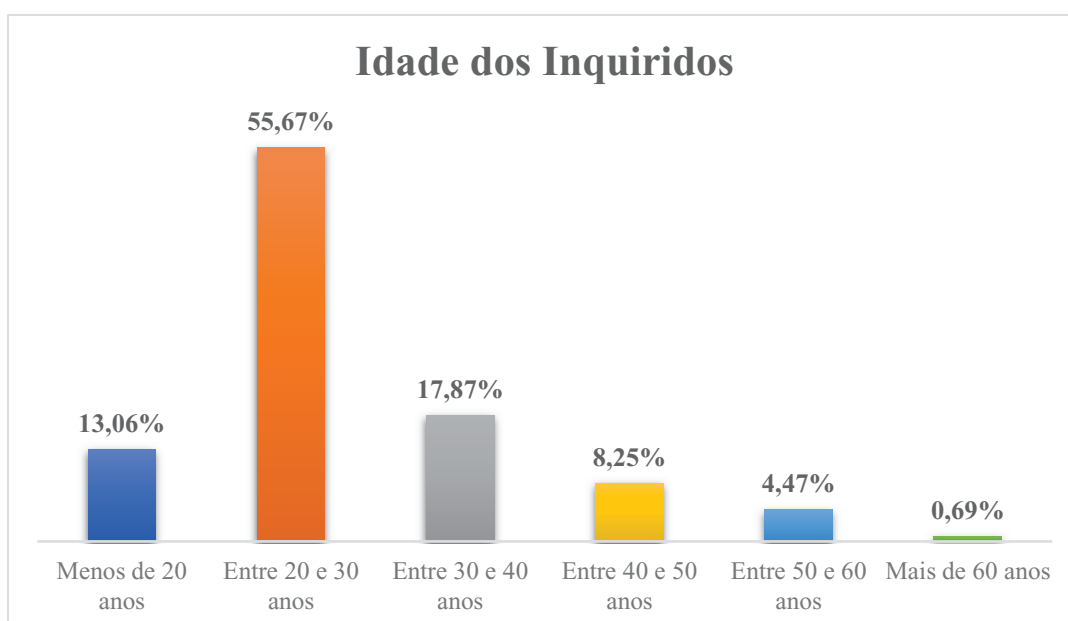
A amostra obtida é composta por 291 indivíduos, dos quais 205 são do género feminino, representando 70,45% da amostra, e 86 do género masculino, apresentando-se como os restantes 29,55%, como se pode analisar na tabela 1.

Tabela 1. Amostra indivíduos por género

Género	Nº. Inquiridos	Percentagem
Feminino	205	70,45%
Masculino	86	29,55%

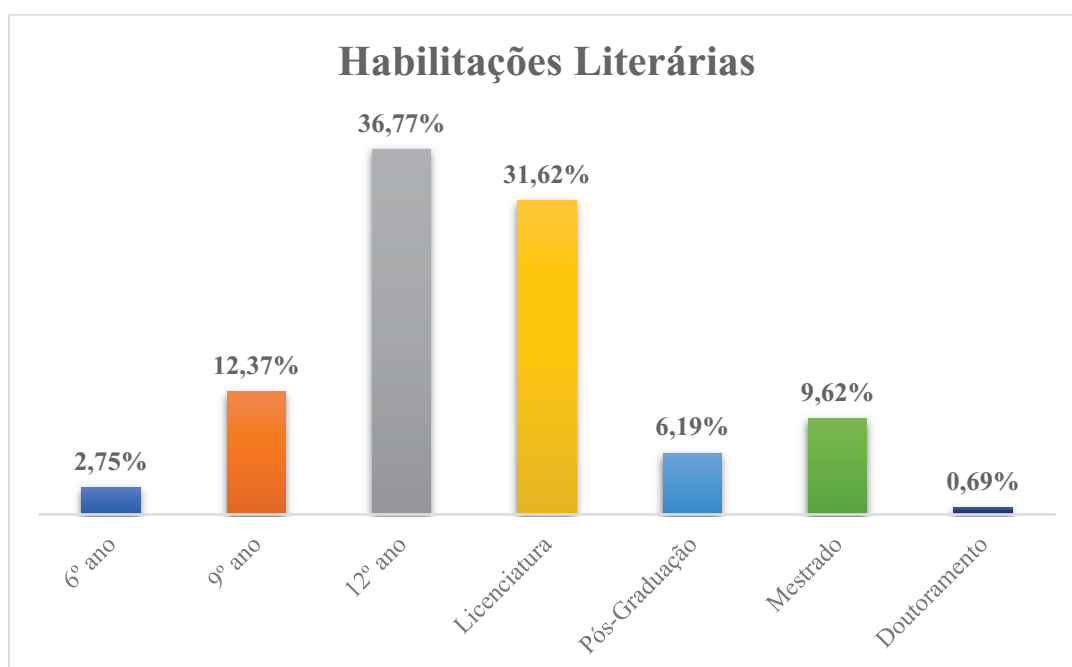
A análise à distribuição de idades dos inquiridos revela que 55,67% da amostra é composta por inquiridos com idades compreendidas entre os 20 e 30 anos, como se pode constatar na figura 1, correspondendo à maioria das respostas, nomeadamente a 162 dos 291 inquiridos. Na mesma figura, é possível observar que os indivíduos com idades entre 30 e 40 anos representam 17,87% da amostra, sendo, portanto, o segundo grupo mais relevante na amostra. Por outro lado, apenas dois indivíduos com idade superior a 60 anos responderam ao questionário, apresentando, esta faixa etária, apenas 0,69% da amostra. De um modo geral, inquérito foi respondido maioritariamente por pessoas mais novas, algo que poderá estar relacionado com o facto de ter sido um questionário online.

Figura 1. Distribuição de idades dos inquiridos



No que diz respeito às habilitações literárias dos indivíduos, a figura 2 mostra que os inquiridos, na sua maioria, têm um nível de escolaridade correspondente ao 12º ano, representando 36,77% da amostra, bem como 31,62% são licenciados, sendo estes, os dois maiores grupos na amostra de dados. Os dois grupos menos relevantes são os que apresentam habilitações literárias equivalentes ao doutoramento e 6º ano, dizendo respeito a 0,69% e 2,75% respetivamente da amostra.

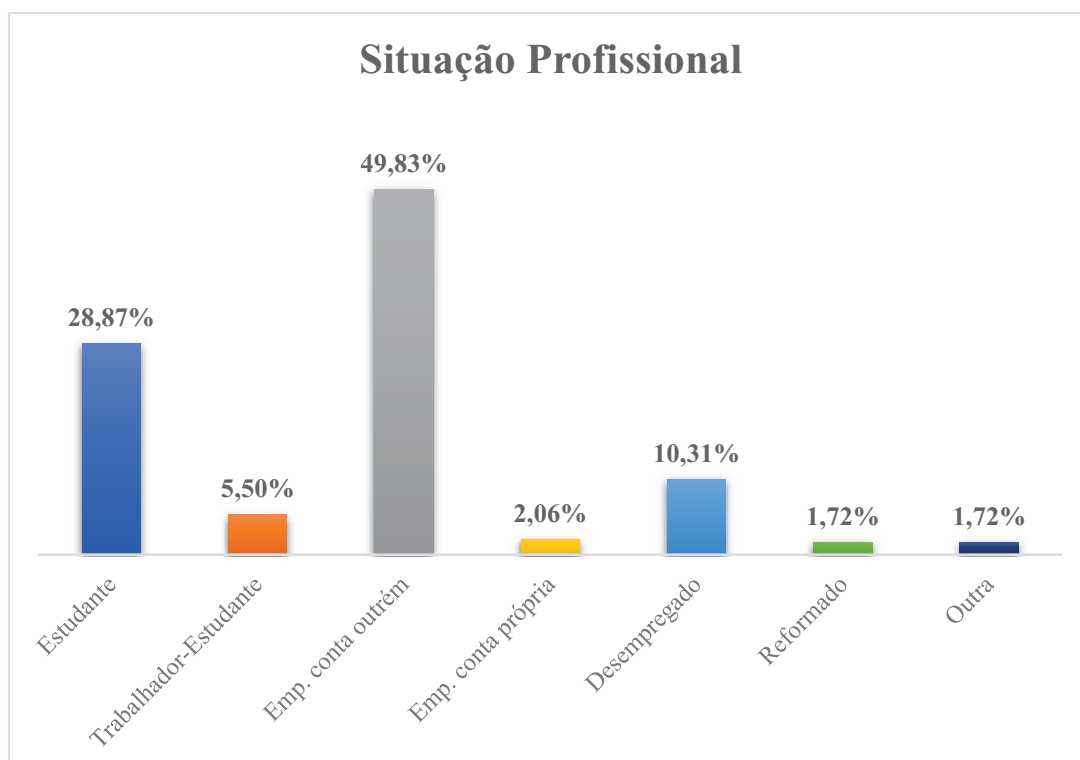
Figura 2. Habilitações literárias dos inquiridos



Ao nível da situação profissional, mais uma vez, é possível identificar dois grupos que compõem uma grande maioria da amostra. Como se pode observar na figura 3, 49,83% dos indivíduos que responderam ao questionário, estavam, na altura do mesmo, empregados por conta de outrem. O segundo maior grupo corresponde aos estudantes, representando 28,87% da amostra. Dos 291 inquiridos, apenas 5 indivíduos responderam

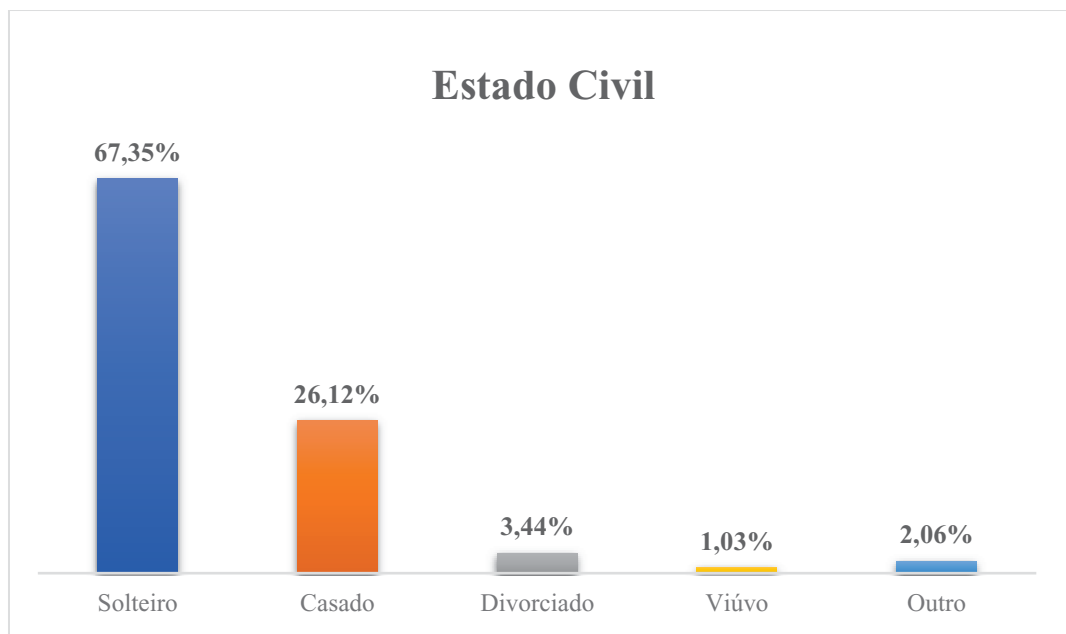
estarem reformados, representando 1,72% da amostra de dados, bem como, 5 inquiridos responderam estar noutra situação profissional à data do questionário, correspondendo, também a 1,72% da amostra.

Figura 3. Situação profissional dos inquiridos



A análise descritiva ao estado civil dos indivíduos, apresentada na figura 4, mostra que 67,35% dos inquiridos são solteiros, sendo, por outro lado, apenas 1,03% dos mesmos, viúvos. Dos 291 inquiridos, 76 responderam estar casados constituindo, portanto, uma percentagem de 26,12%, e apenas 10 estão divorciados, correspondendo a apenas 3,44% da amostra de dados recolhida.

Figura 4. Estado civil dos inquiridos



A segunda fase do questionário foi dividida em 5 grupos de questões, contendo, cada um, diversas vertentes relacionadas com o destino Açores, sendo estas as características naturais, os serviços de apoio, atrações e animação, condições do ambiente local e condições de acesso na região. Através da escala de *Likert*, os inquiridos manifestaram a sua opinião relativamente às diversas vertentes dos Açores.

No que se refere à opinião relativa às características naturais, conforme mostra a tabela 2, 71,48% da população local classifica como excelente a beleza natural da região. Do mesmo modo, os residentes também mostraram uma opinião bastante positiva quanto às praias e piscinas, jardins e reservas florestais, onde se verificou uma maior percentagem de respostas na categoria “Muito bom”. Pode-se observar que as variáveis “Vida selvagem” e “Clima, são as que revelam maiores percentagens de respostas nas categorias “Mau” e “Muito Mau”, refletindo uma opinião menos positiva em relação às mesmas, por parte dos habitantes dos Açores. Atendendo à referida tabela, de um modo

geral, é possível constatar que não há uma grande percentagem de respostas nas categorias “Mau” e “Muito mau”, levando a concluir que, quanto às características naturais, os Açorianos estão satisfeitos com a sua região.

Tabela 2. Classificação dos residentes quanto às características naturais da região

Caraterísticas Naturais	%					
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Beleza Natural	0,00	0,00	3,09	4,12	21,31	71,48
Vida Selvagem	1,03	3,09	20,62	31,62	24,05	19,59
Clima	0,69	1,72	21,99	47,42	20,27	7,90
Praias/Piscinas	0,00	1,03	9,28	24,40	39,86	25,43
Jardins	0,00	1,03	6,53	21,99	41,24	29,21
Reservas Florestais	0,69	1,37	6,87	21,65	36,77	32,65

Os serviços de apoio refletem outra realidade quanto à opinião dos residentes Açorianos, como se pode verificar na tabela 3. Estes serviços apresentam classificações mais razoáveis, como se pode constatar no caso dos serviços de transporte e locais de estacionamento, nos quais 38,14% e 39,18% respetivamente dos inquiridos consideraram como “Razoável” a sua perceção quanto ao nível de qualidade. A opinião dos moradores melhora para a categoria “Bom”, nas variáveis “Restauração”, com 37,11% de respostas, e “Alojamento” com 40,55%. Apenas 1,72% dos residentes classificaram os postos de informação como “Excelente”, concentrando-se as respostas nas categorias “Razoável”, com 34,71% de respostas e “Bom”, com 35,74%. É de notar que a variável “Locais de Estacionamento” é a que recebe um *feedback* mais negativo, classificada com 7,90% na categoria “Muito Mau” e 12,71% na categoria “Mau” pelos habitantes. De uma forma geral é possível perceber, até este ponto, que os Açorianos apresentam uma perceção melhor em relação às características naturais, do que aos serviços de apoio da região.

Tabela 3. Classificação dos residentes quanto aos serviços de apoio da região

Serviços de Apoio							%
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente	
Restauração	1,03	3,78	25,43	37,11	24,40	8,25	
Alojamento	0,34	2,06	17,18	40,55	29,55	10,31	
Transporte	5,15	10,65	38,14	28,87	14,78	2,41	
Locais de Estacionamento	7,90	12,71	39,18	28,18	8,59	3,44	
Postos de Informação	3,09	13,40	34,71	35,74	11,34	1,72	

A terceira vertente sobre a qual incide o questionário, diz respeito às “Atrações e Animação”, estando as respetivas respostas espelhadas na tabela 4. Como se pode observar, a maioria das categorias receberam respostas bastante positivas, sendo a categoria “Lagoas e Cascatas”, a melhor classificada, com 43,99% dos questionados a atribuir-lhes um nível de excelência. Outras variáveis, como por exemplo, “Trilhos Pedestres”, “Observação de Cetáceos” e “Zonas Balneares”, são consideradas pelos residentes como sendo muito boas, recebendo os “Trilhos Pedestres” a percentagem mais alta por parte dos inquiridos, a qual ascendeu a 41,92%. A análise aos resultados da tabela mostra que, apesar dos residentes terem classificado as variáveis “Parques de Campismo”, “Atividades em Montanha” e “Animação Noturna” maioritariamente na categoria “Bom”, estas recebem uma percentagem maior de respostas nas categorias “Muito Mau” e “Mau”. Isto indica que ainda há melhorias significativas a fazer nestas componentes do destino Açores, na perspetiva dos habitantes.

Tabela 4. Classificação dos residentes quanto às atrações e animação da região

Atrações e Animação	%					
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Trilhos Pedestres	0,00	0,34	7,56	18,90	41,92	31,27
Observação de Cetáceos	0,34	0,69	12,37	29,21	38,14	19,24
Estâncias Termas	0,34	0,69	9,97	22,68	35,74	30,58
Zonas Balneares	0,34	1,03	8,59	29,21	39,18	21,65
Parques de Campismo	1,37	4,12	24,40	34,36	25,09	10,65
Lagoas e Cascatas	0,34	1,03	4,47	15,12	35,05	43,99
Excursões	0,69	1,72	16,15	38,83	31,62	11,00
Atividades em Montanha	1,37	3,09	22,68	40,21	23,71	8,93
Atividades em Mar	1,03	1,03	14,78	30,24	35,05	17,87
Patrim. Histórico e Cultural	0,69	2,75	13,40	31,62	34,71	16,84
Animação Noturna	2,75	8,25	26,80	35,05	19,93	7,22

Relativamente à visão dos habitantes quanto às condições do ambiente local, a tabela 5 mostra os resultados referentes a esta vertente, observando-se que a grande maioria das variáveis em estudo foi classificada na categoria “Bom”. As variáveis “Segurança” e “Sossego” foram selecionadas por 30,24% e 33,33% respetivamente dos residentes como sendo características muito boas da região. Destaca-se o facto da variável “Limpeza” apresentar uma percentagem 6,19% na categoria “Mau”, bem como ser uma das variáveis menos selecionadas pelos habitantes como “Muito Bom” ou “Excelente”. Da mesma forma, os Açorianos revelam a mesma opinião para a “Conservação dos Espaços” e para a “Sinalização”.

Tabela 5. Classificação dos residentes quanto às condições do ambiente local da região

Condições Ambiente Local	%					
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Segurança	0,69	3,78	19,24	30,24	30,24	15,81
Limpeza	1,72	6,19	27,84	34,71	23,71	5,84
Conservação dos Espaços	1,03	5,50	26,46	36,77	24,40	5,84
Hospitalidade	0,34	2,41	15,12	33,33	27,84	20,96
Sinalização	1,03	5,50	24,40	38,49	24,05	6,53
Sossego	1,03	1,37	14,43	23,71	33,33	26,12

Por último, os residentes foram inquiridos acerca das condições de acesso na região, estando as respostas refletidas na tabela 6. É possível observar que 37,11% e 37,46% dos moradores classificaram os transportes aéreos e terrestres, respetivamente, na categoria “Bom”. A perceção quanto aos transportes marítimos não é tão positiva, tendo 33,68% dos residentes considerado os mesmos como razoáveis. Foi também esta variável que recebeu uma maior classificação da categoria “Mau”, com 15,12% das respostas, bem como a menos bem considerada nas categorias “Muito Bom” e “Excelente”, face aos outros dois transportes em estudo.

Tabela 6. Classificação dos residentes quanto às condições de acesso na região

Condições de Acesso	%					
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Transportes Aéreos	3,44	6,53	29,55	37,11	16,15	7,22
Transportes Marítimos	2,41	15,12	33,68	32,65	11,34	4,81
Transportes Terrestres	2,41	6,53	30,93	37,46	15,81	6,87

3.3. O Modelo Econométrico

Um dos aspetos que se pretende analisar com o modelo econométrico são os determinantes da avaliação dos indivíduos relativamente a atributos dos Açores como destino turístico. Aos inquiridos foi solicitado que classificassem numa escala de 1 – Muito Mau a 6 – Excelente, o seu nível de satisfação com a qualidade alguns atributos.

Atendendo à natureza ordinal das variáveis dependentes, ou seja, a avaliação do inquirido relativamente a cada atributo, a análise requer a utilização de uma metodologia adequada para o efeito. Neste caso concreto, recorre-se ao modelo *Probit* Ordenado. Para efeitos de estimação do modelo e, com recurso ao Programa Econométrico NLogit, a escala das variáveis dependentes foi recodificada, indo de 0 a 5.

Neste contexto, considere-se que a propensão para o indivíduo i , responder de uma determinada forma, é determinado através do processo que se segue:

$$y_i^* = \alpha' x_i + \varepsilon_i \quad i=1, \dots, N$$

onde

y_i^* - variável latente (não observada)

α - vetor de parâmetros a estimar

x_i - vetor de variáveis explicativas

ε_i - componente aleatória iid $N(0,1)$

Contudo o que é observado nos dados não é a variável y_i^* mas um indicador y_i que representa o nível de avaliação feito pelo inquirido, sendo que:

$$y_i = j \quad \text{se} \quad \mu_{j-1} < y_i^* \leq \mu_j \quad j = 0, \dots, 5$$

Os limites μ são parâmetros desconhecidos da partição da distribuição normal padrão em segmentos, sendo que, por definição, $\mu_{j-1} < \mu_j$. Estes limites são estimados, através do método de máxima verosimilhança, conjuntamente com o vetor α .

A probabilidade de o individuo pertencer em cada uma das seis alternativas de avaliação é dada por:

$$\begin{aligned} P(y_i = j) &= P(\mu_{j-1} < y_i^* \leq \mu_j) = P(\mu_{j-1} - \alpha'x_i < \varepsilon_i \leq \mu_j - \alpha'x_i) \\ &= \Phi(\mu_j - \alpha'x_i) - \Phi(\mu_{j-1} - \alpha'x_i) \quad j = 0, \dots, 5 \end{aligned}$$

O modelo pode ser estimado através do método de máxima verosimilhança. Considerando as probabilidades acima definidas, a função de verosimilhança é dada por:

$$L = \prod_{i=1}^N \prod_{j=0}^5 \left\{ \Phi(\mu_j - \alpha'x_i) - \Phi(\mu_{j-1} - \alpha'x_i) \right\}^{z_{ij}}$$

onde

$$\begin{cases} z_{ij} = 1 & \text{se} \quad i \in j \\ z_{ij} = 0 & \text{se} \quad i \notin j \end{cases} \quad i = 1, \dots, N \quad j = 0, \dots, 5$$

Contudo, a fim de facilitar o processo de maximização, o que é normalmente maximizado é a versão logaritmizada desta função, ou seja:

$$\text{Log } L = \sum_{i=1}^N \sum_{j=0}^5 z_{ij} \log \{ \Phi(\mu_j - \alpha' x_i) - \Phi(\mu_{j-1} - \alpha' x_i) \}$$

Se o vetor de variáveis explicativas, x_i , incluir um termo constante, os parâmetros a estimar não são identificados. Para ultrapassar este problema, usualmente, utiliza-se uma normalização que passa por fixar $\mu_0=0$. Além disso $\mu_{0-1} = -\infty$ e $\mu_9 = +\infty$.

3.4. Resultados da Estimação

No que concerne à beleza natural, como se pode observar na tabela 7, que contém os resultados para a estimação das características naturais, os resultados da estimação indicam que o perfil dos inquiridos não tem qualquer influência sobre a percepção dos mesmos relativamente a este atributo. Como se pode verificar, nenhum dos coeficientes é estatisticamente diferente de zero.

Tabela 7. Resultados da estimação relativos a beleza natural, vida selvagem, clima e praias/piscinas

	Beleza Natural		Vida Selvagem		Clima		Praias/Piscinas	
	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão
Constante	1.859	0.619 ***	1.720	0.480 ***	1.318	0.482 ***	2.261	0.483 ***
Homem	0.041	0.169	0.163	0.139	0.531	0.142 ***	0.204	0.142
20 < idade ≤ 30	-0.387	0.284	0.290	0.223	0.885	0.228 ***	0.215	0.227
30 < idade ≤ 40	-0.308	0.362	0.163	0.290	1.006	0.295 ***	0.258	0.295
40 < idade ≤ 50	0.725	0.503	0.699	0.347 **	1.142	0.353 ***	0.656	0.356 *
Idade > 50	0.307	0.487	0.764	0.378 **	1.370	0.382 ***	0.678	0.381 *
9º Ano	-0.116	0.554	-0.641	0.440	-0.092	0.436	-0.253	0.441
12º Ano	0.162	0.544	-0.272	0.426	-0.061	0.421	-0.167	0.427
Ensino Superior	0.520	0.547	-0.207	0.426	-0.241	0.421	-0.243	0.427
Estudante	0.207	0.241	0.096	0.196	0.124	0.199	0.161	0.199
T. Conta de Out.	0.061	0.199	0.000	0.165	-0.015	0.168	0.126	0.168
Casado	-0.263	0.242	-0.043	0.197	-0.365	0.200 *	-0.335	0.200 *
μ_1	0.443	0.091 ***	1.090	0.080 ***	1.362	0.088 ***	1.095	0.099 ***
μ_2	1.389	0.115 ***	1.958	0.074 ***	2.703	0.082 ***	1.995	0.076 ***
μ_3			2.675	0.089 ***	3.596	0.114 ***	3.064	0.088 ***
Log-L	-224.4		-423.5		-362.9		-381.0	
N	291		291		291		291	

*** significativo a 1%

** significativo a 5%

* significativo a 10%

Ainda na tabela 7 e, relativamente à apreciação da qualidade da vida selvagem, esta não é determinada por fatores como o género, a escolaridade, o estado civil e a situação perante o trabalho. No entanto, os indivíduos entre os 40 e 50 anos, bem como os que têm mais de 50 anos têm uma maior probabilidade de a considerarem como excelente e uma menor probabilidade de a considerarem como muito má.

Quanto ao clima constata-se que nem o nível de escolaridade, nem a situação profissional influem na opinião dos habitantes. Porém, a idade é um fator determinante na perceção quanto ao clima, tendo os Açorianos uma maior probabilidade de considerarem esta variável como excelente, e menor probabilidade de a avaliarem como muito má. É possível notar que quanto mais idade os inquiridos têm, mais positiva a sua

apreciação quanto ao atributo. Por outro lado, o facto dos indivíduos serem casados é determinante na respetiva opinião, refletindo uma maior probabilidade de considerarem o clima como muito mau e uma menor probabilidade de o classificar como excelente.

No que se refere à perceção quanto às praias e piscinas, o género, escolaridade e situação profissionais não são fatores determinantes na apreciação quanto a este atributo. Os resultados mostram, por outro lado, que quanto mais idade os inquiridos têm, melhor será a sua perceção quanto às praias e piscinas, refletindo uma maior probabilidade de classificá-las como excelentes do que como muito más. Novamente, o facto dos indivíduos serem casados determina uma opinião mais negativa quanto à apreciação da qualidade deste atributo, tendo os inquiridos uma maior probabilidade de considerá-lo como muito mau e menor probabilidade de considerar como excelente.

A tabela 8 reflete os resultados da estimação relativamente aos atributos “jardins”, “reservas florestais”, “restauração” e “alojamento”. Quanto aos jardins, o perfil dos inquiridos não influi na apreciação dos mesmos em relação à qualidade do atributo, pois nenhum dos coeficientes é estatisticamente diferente de zero.

Tabela 8. Resultados da estimação relativos a jardins, reservas florestais, restauração e alojamento

	Jardins		Reservas Florestais		Restauração		Alojamento	
	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão
Constante	2.555	0.500 ***	2.446	0.515 ***	2.955	0.474 ***	2.899	0.476 ***
Homem	0.097	0.142	0.313	0.144 **	0.043	0.139	-0.063	0.140
20 < idade ≤ 30	0.102	0.227	0.149	0.228	-0.533	0.226 **	-0.577	0.226 **
30 < idade ≤ 40	0.018	0.295	0.016	0.296	-0.982	0.292 ***	-0.808	0.292 ***
40 < idade ≤ 50	0.391	0.357	0.036	0.355	-0.815	0.348 **	-0.638	0.348 *
Idade > 50	0.335	0.383	0.288	0.383	-0.998	0.376 ***	-0.655	0.376
9º Ano	-0.489	0.458	-0.767	0.404 *	-0.424	0.430	-0.462	0.433
12º Ano	-0.401	0.443	-0.744	0.411 *	-0.678	0.405 *	-0.565	0.418
Ensino Superior	-0.463	0.444	-0.686	0.460	-0.826	0.416 **	-0.509	0.419
Estudante	0.076	0.199	0.194	0.199	0.124	0.196	0.226	0.196
T. Conta de Out.	0.195	0.169	0.348	0.169 **	0.207	0.165	0.255	0.166
Casado	-0.092	0.201	-0.197	0.202	-0.151	0.197	0.144	0.197
μ_1	0.900	0.105 ***	0.734	0.096 ***	1.232	0.080 ***	1.169	0.085 ***
μ_2	1.816	0.078 ***	1.603	0.077 ***	2.250	0.079 ***	2.311	0.077 ***
μ_3	2.913	0.088 ***	2.585	0.087 ***	3.252	0.114 ***	3.350	0.105 ***
Log-L	-369.8		-379.2		-394.2		-385.2	
N	291		291		291		291	

*** significativo a 1%

** significativo a 5%

* significativo a 10%

Em relação às reservas florestais, nem a idade, nem o estado civil são determinantes na apreciação dos inquiridos. São fatores determinantes, por outro lado, o género e a situação profissional, sendo que indivíduos do sexo masculino, bem como indivíduos trabalhadores por conta de outrem, terão mais probabilidade de classificar este atributo como excelente e menor probabilidade de considerar como muito mau. No entanto, o nível de escolaridade tem um impacto negativo na opinião dos residentes, tendo os inquiridos com o 9º e 12º ano, uma maior probabilidade de considerar as reservas florestais como muito más do que como excelentes.

Quanto à restauração, nem a idade, nível de escolaridade, nem estado civil são fatores determinantes na opinião dos residentes relativa a este atributo. A idade é, no entanto,

uma determinante na perceção dos habitantes, tendo as pessoas com mais idade, uma maior probabilidade de considerarem a restauração como muito má e menor probabilidade de considera-la excelente. Da mesma forma, quanto maior o nível de escolaridade, maior a probabilidade dos indivíduos fazerem uma apreciação muito má do atributo.

No que concerne ao alojamento, verifica-se que apenas a idade é um fator determinante na opinião dos inquiridos, especialmente indivíduos com idades compreendidas entres os 30 e 40 anos, que terão uma maior probabilidade de considerar o atributo como muito mau e menor probabilidade como excelente. Os restantes coeficientes não são estatisticamente diferentes de zero, pelo que não influem na apreciação dos indivíduos.

Na tabela 9 estão espelhados os resultados da estimação para o transporte, locais de estacionamento, postos de informação e trilhos pedestres. Como se pode verificar para o transporte, apenas o nível de escolaridade e a situação profissional são fatores determinantes na apreciação quanto a este atributo, não sendo os restantes coeficientes estatisticamente diferentes de zero. Quanto mais alto o nível de escolaridade, mais elevada a probabilidade dos inquiridos apresentarem uma opinião muito má em relação ao atributo e menor a probabilidade de considera-lo excelente. Por outro lado, o facto dos indivíduos serem estudantes ou trabalharem por conta de outrem leva a uma maior probabilidade de considerarem como excelente o transporte, e menor probabilidade de classificar como muito mau.

Tabela 9. Resultados da estimação relativos ao transporte, locais de estacionamento, postos de informação e trilhos pedestres

	Transporte		L. Estacionamento		Postos de Informação		Trilhos Pedestres					
	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão				
Constante	1.717	0.475	***	1.088	0.470	**	1.412	0.472	***	2.887	0.486	***
Homem	-0.057	0.140		0.267	0.140	*	0.296	0.141	**	0.246	0.145	*
20 < idade ≤ 30	0.268	0.224		0.171	0.224		-0.134	0.224		-0.337	0.237	
30 < idade ≤ 40	-0.098	0.292		-0.200	0.293		-0.748	0.294	**	-0.644	0.302	**
40 < idade ≤ 50	0.235	0.347		0.296	0.347		-0.228	0.347		-0.730	0.357	**
Idade > 50	0.278	0.375		-0.089	0.376		-0.490	0.376		-0.631	0.376	*
9º Ano	-0.683	0.431		-0.544	0.425		-0.514	0.429		-0.025	0.436	
12º Ano	-0.787	0.417	**	-0.549	0.411		-0.331	0.415		0.304	0.422	
Ensino Superior	-1.469	0.419	***	-0.837	0.412	**	-0.401	0.416		0.350	0.422	
Estudante	0.385	0.199	**	0.391	0.199	**	-0.005	0.196		0.042	0.202	
T. Conta de Out.	0.324	0.167	**	0.306	0.169	*	0.074	0.167		0.068	0.170	
Casado	0.100	0.198		0.069	0.199		0.396	0.199	**	-0.172	0.200	
μ_1	1.183	0.075	***	1.120	0.075	***	1.040	0.073	***	1.350	0.112	***
μ_2	2.112	0.090	***	2.084	0.096	***	2.169	0.095	***	2.196	0.081	***
μ_3	3.242	0.171	***	2.756	0.145	***	3.211	0.188	***	3.358	0.092	***
Log-L	-383.4			-388.7			-382.9			-352.8		
N	291			291			291			291		

*** significativo a 1% ** significativo a 5% * significativo a 10%

Quanto aos locais de estacionamento, os dados indicam que nem a idade, nem o estado civil são fatores influenciadores na percepção dos residentes. No entanto, quer o gênero, quer a situação profissional levam a que os indivíduos revelem uma opinião mais positiva quanto ao atributo, ou seja, levam a que estes tenham uma maior probabilidade de considerar como excelente os locais de estacionamento do que como muito mau. Os dados também indicam que inquiridos com níveis de escolaridade superior, têm uma percepção mais negativa do atributo em questão, revelando uma maior probabilidade de o classificarem como muito mau, do que como excelente.

No que se refere ao atributo “postos de informação”, nem o nível de escolaridade, nem a situação profissional têm influência na opinião dos habitantes quanto ao atributo,

pois estes coeficientes não são estatisticamente diferentes de zero. Pelos dados pode-se constatar que o facto do indivíduo ser do género masculino, bem como ser casado, leva a que a probabilidade de classificação do atributo como excelente seja maior do que como muito mau. Por outro lado, inquiridos com idades entre 30 e 40 anos terão uma maior probabilidade de considerar os postos de informação como muito maus do que como excelentes.

Relativamente aos trilhos pedestres, inquiridos do género masculino irão revelar uma maior probabilidade de considerar este atributo como excelente do que como muito mau. Porém, indivíduos com mais idade têm uma maior probabilidade de considerar os trilhos pedestres como muito maus e menor probabilidade de considerar como excelentes. É possível verificar ainda que, para este atributo, os coeficientes associados ao nível de escolaridade, situação profissional e estado civil não são estatisticamente diferentes de zero, pelo que não são determinantes na opinião dos Açorianos.

Na tabela 10 estão espelhados os resultados da estimação para os atributos “observação de cetáceos”, “estâncias termais”, “zonas balneares” e “parques de campismo”. Verifica-se que para o atributo “observação de cetáceos”, apenas o género é determinante na opinião quanto ao mesmo. Assim, o facto de indivíduos serem do género masculino leva a uma maior probabilidade de classificação do atributo como excelente, e menor probabilidade como muito mau. Pelo facto dos restantes coeficientes não serem estatisticamente diferentes de zero, conclui-se que as restantes variantes do perfil dos indivíduos não determinam a perceção dos residentes quanto à qualidade deste atributo.

Tabela 10. Resultados da estimação relativos a observação de cetáceos, estâncias termais, zonas balneares e parques de campismo

	Observação Cetáceos			Estâncias Termais		Zonas Balneares		Parques Campismo	
	Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão	Coef.	E. Padrão
Constante	2.203	0.474 ***		2.873	0.490 ***	2.452	0.486 ***	2.299	0.470 ***
Homem	0.293	0.141 **		0.305	0.143 **	0.158	0.141	0.159	0.139
20 < idade ≤ 30	-0.073	0.224		-0.491	0.235 **	-0.305	0.227	-0.339	0.223
30 < idade ≤ 40	-0.041	0.292		-0.641	0.301 **	-0.132	0.294	-0.576	0.289 **
40 < idade ≤ 50	-0.038	0.347		-0.538	0.357	-0.121	0.351	-0.587	0.344 *
Idade > 50	-0.129	0.374		-0.372	0.385	-0.182	0.377	-0.979	0.373 ***
9º Ano	-0.213	0.430		-0.335	0.440	-0.408	0.440	-0.350	0.427
12º Ano	0.011	0.415		-0.066	0.426	-0.068	0.426	-0.197	0.412
Ensino Superior	0.253	0.416		0.149	0.426	-0.044	0.427	-0.363	0.413
Estudante	0.000	0.196		-0.106	0.199	0.021	0.197	-0.125	0.195
T. Conta de Out.	0.127	0.167		0.150	0.169	0.154	0.167	0.086	0.164
Casado	-0.004	0.197		-0.315	0.200	-0.065	0.199	-0.088	0.196
μ_1	1.265	0.094 ***		1.198	0.100 ***	0.953	0.097 ***	1.106	0.077 ***
μ_2	2.210	0.075 ***		2.044	0.077 ***	1.978	0.076 ***	2.025	0.076 ***
μ_3	3.279	0.091 ***		3.011	0.088 ***	3.052	0.090 ***	2.929	0.103 ***
Log-L	-387.4			-379.0		-382.1		-415.9	
N	291			291		291		291	

*** significativo a 1% ** significativo a 5% * significativo a 10%

Relativamente às estâncias termais, novamente, o facto dos indivíduos serem do género masculino é determinante para que a classificação do atributo seja como excelente, sendo menor a probabilidade de ser muito mau. Por outro lado, inquiridos com idades mais jovens mostram uma maior probabilidade de considerar este atributo como muito mau do que como excelente. As restantes vertentes do perfil dos inquiridos não têm influência na opinião quanto à qualidade do atributo por parte dos habitantes.

No que concerne às zonas balneares, os resultados da estimação indicam que o perfil dos inquiridos não tem qualquer influência sobre a perceção dos mesmos relativamente a este atributo, pois nenhum dos coeficientes é estatisticamente diferente de zero.

Para os parques de campismo, os resultados da estimação mostram que apenas a idade dos indivíduos é determinante para a classificação da qualidade quanto a este atributo,

não sendo as restantes vertentes do perfil dos indivíduos influenciadoras na opinião dos mesmos. Como se pode observar, quanto mais idade os inquiridos apresentarem, maior o seu nível de descontentamento com este atributo, ou seja, maior a probabilidade de considerarem como muito mau e menor a probabilidade de considerar como excelente.

Na tabela 11 é possível observar os resultados da estimação para as lagoas e cascatas, excursões, atividades em montanha e atividades em mar. Como se pode constatar para as lagoas e cascatas, apenas a idade tem influência na qualidade atribuída pelos indivíduos. Pessoas com menor idade terão uma maior probabilidade de considerar este atributo como muito mau em vez de excelente. As restantes características do perfil dos indivíduos não serão determinantes na apreciação das lagoas e cascatas dos Açores.

Tabela 11. Resultados da estimação relativos a lagoas e cascatas, excursões, atividades em montanha e atividades em mar

	Lagoas e Cascatas			Excursões			Atividades Montanha			Atividades em Mar		
	Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão	
Constante	3.058	0.530	***	2.570	0.475	***	2.506	0.477	***	2.897	0.487	***
Homem	0.152	0.148		0.275	0.140	**	0.248	0.139	*	0.357	0.141	**
20 < idade ≤ 30	-0.455	0.239	*	0.022	0.224		-0.452	0.225	**	-0.403	0.226	*
30 < idade ≤ 40	-0.584	0.307	*	-0.304	0.291		-0.691	0.291	**	-0.599	0.293	**
40 < idade ≤ 50	-0.423	0.367		-0.641	0.348	*	-0.779	0.348	**	-0.572	0.339	*
Idade > 50	-0.389	0.396		-0.737	0.376	**	-1.011	0.375	***	-1.058	0.375	***
9º Ano	-0.620	0.478		-0.623	0.431		-0.699	0.412	*	-0.877	0.440	**
12º Ano	-0.463	0.463		-0.480	0.416		-0.409	0.417		-0.564	0.427	
Ensino Superior	-0.316	0.462		-0.422	0.417		-0.105	0.418		-0.385	0.427	
Estudante	-0.120	0.204		-0.259	0.197		-0.283	0.196		-0.102	0.196	
T. Conta de Out.	0.045	0.174		-0.119	0.166		-0.068	0.165		0.122	0.166	
Casado	-0.021	0.205		0.389	0.197	**	0.277	0.196		0.105	0.196	
μ_1	0.671	0.109	***	1.107	0.085	***	1.127	0.080	***	1.125	0.087	***
μ_2	1.457	0.082	***	2.220	0.077	***	2.223	0.078	***	2.050	0.075	***
μ_3	2.429	0.089	***	3.295	0.103	***	3.150	0.108	***	3.087	0.094	***
Log-L	-384.2			-387.7			-397.9			-396.2		
N	291			291			291			291		

*** significativo a 1%

** significativo a 5%

* significativo a 10%

Quanto às excursões, é possível observar que nem a escolaridade, nem a situação profissional são determinantes na opinião dos residentes quanto à qualidade das mesmas. Pode-se verificar que indivíduos do género masculino, bem como indivíduos casados, revelam uma maior probabilidade de classificar as excursões como excelentes em vez de muito más. No entanto, indivíduos com idades entre 40 e 50 anos e inquiridos com idades superiores a 50 anos, terão uma maior probabilidade de considerar este atributo como muito mau em vez de excelente, sendo que a probabilidade aumenta para indivíduos de idades mais elevadas.

Para as atividades em montanha, como também para as atividades em mar, os dados mostram que quer a situação profissional, quer o estado civil, não são fatores determinantes na apreciação quanto à qualidade destes atributos. Verifica-se que pessoas do género masculino terão uma probabilidade maior de atribuir uma classificação excelente quanto às atividades em causa, do que uma classificação de muito mau. Por outro lado, com o aumento da idade, dá-se uma maior probabilidade dos atributos serem considerados como muito maus, em vez de excelentes, pelos inquiridos. O mesmo se observa para pessoas com o nível de escolaridade equivalente ao 9º ano.

A tabela 12 contém os resultados para o património histórico e cultural, animação noturna, a segurança e limpeza. No que diz respeito ao património histórico e cultural, apenas o género é determinante na perceção dos habitantes quanto à qualidade. Indivíduos do género masculino têm uma maior probabilidade de considerar este atributo como excelente e menor probabilidade de considerar como muito mau. As restantes características não têm valor estatístico, pelo que não são fatores de influência na opinião dos residentes.

Tabela 12. Resultados da estimação relativos a património histórico e cultural, animação noturna, segurança e limpeza.

	Patr. Hist. e Cultural			Animação Noturna			Segurança			Limpeza		
	Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão	
Constante	2.250	0.472	***	1.906	0.469	***	1.906	0.469	***	1.728	0.468	***
Homem	0.245	0.139	*	-0.009	0.138		-0.009	0.138		0.260	0.140	*
20 < idade ≤ 30	-0.134	0.224		-0.139	0.222		-0.139	0.222		-0.275	0.224	
30 < idade ≤ 40	-0.240	0.291		-0.340	0.288		-0.340	0.288		-0.231	0.290	
40 < idade ≤ 50	-0.332	0.345		-0.221	0.342		-0.221	0.342		-0.053	0.344	
Idade > 50	-0.423	0.373		-0.304	0.370		-0.304	0.370		0.019	0.370	
9º Ano	-0.468	0.429		-0.507	0.427		-0.507	0.427		-0.546	0.425	
12º Ano	-0.238	0.413		-0.483	0.412		-0.483	0.412		-0.042	0.410	
Ensino Superior	-0.219	0.414		-0.864	0.414	**	-0.864	0.414	**	0.170	0.411	
Estudante	-0.251	0.196		0.128	0.195		0.128	0.195		0.197	0.195	
T. Conta de Out.	0.004	0.166		0.294	0.165	*	0.294	0.165	*	0.324	0.156	**
Casado	0.070	0.197		0.029	0.196		0.029	0.196		-0.109	0.196	
μ_1	0.877	0.082	***	0.948	0.072	***	0.948	0.072	***	1.065	0.080	***
μ_2	1.816	0.074	***	1.896	0.079	***	1.896	0.079	***	1.907	0.074	***
μ_3	2.827	0.092	***	2.769	0.114	***	2.769	0.114	***	2.832	0.094	***
Log-L	-408.3			-420.7			-420.7			-417.1		
N	291			291			291			291		

*** significativo a 1% ** significativo a 5% * significativo a 10%

Quanto à animação noturna verifica-se que nem o género, idade, nem o estado civil são determinantes na apreciação dos indivíduos quanto à qualidade da mesma. O facto dos indivíduos serem trabalhadores por conta de outrem é, por outro lado, fator determinante na perspetiva dos habitantes Açorianos quanto a este atributo, sendo maior a probabilidade de considerarem o mesmo como excelente e menos a probabilidade de considerarem como muito má. Outro fator determinantes é o nível de escolaridade, nomeadamente, indivíduos com um nível de estudos superior, terão maior probabilidade de considerar a animação noturna como muito mau, e menor probabilidade de considerar como excelente.

Atendendo à segurança, características como género, idade e estado civil não são fatores determinantes na opinião quanto a esta vertente do destino Açores. Por outro lado, pessoas com níveis de escolaridade mais elevados apresentam uma maior probabilidade de considerar este atributo como muito mau, em vez de excelente. Os trabalhadores por conta de outrem terão, no entanto, maiores probabilidades de classificar a segurança na região como excelente, do que muito má.

Pode-se verificar que apenas duas características do perfil dos indivíduos têm influência na apreciação que os mesmos fazem da limpeza na região. Estas são o género e facto de serem trabalhadores por conta de outrem. Em ambos os casos, estas características levam a que os inquiridos tenham uma maior probabilidade de considerar este atributo como excelente e menor probabilidade de classificar como muito mau. Quanto à idade e nível de escolaridade, estes não são determinantes na opinião dos residentes, pois os respetivos coeficientes não têm valor estatístico diferente de zero.

A tabela 13 mostra os resultados da estimação relativa à conservação dos espaços, hospitalidade, sinalização e sossego. Quanto à conservação dos espaços, o género, situação profissional e estado civil não são fatores influenciadores na perceção dos indivíduos quanto a este atributo, pois os coeficientes associados aos mesmos não têm valor estatístico diferente de zero. É de notar que pessoas com idades compreendidas entre 40 e 50 anos, bem como indivíduos com idades superiores a 50 anos revelam uma maior probabilidade de considerar a conservação dos espaços como excelente em vez e menor como muito má. Por outro lado, inquiridos com nível de escolaridade equivalente ao 9º ano têm uma maior probabilidade de considerar este atributo como muito mau, em vez de excelente.

Tabela 13. Resultados da estimação relativos a conservação dos espaços, hospitalidade, sinalização e sossego

	Conservação Espaços			Hospitalidade			Sinalização			Sossego		
	Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão	
Constante	1.294	0.475	***	1.852	0.476	***	2.401	0.487	***	2.134	0.481	***
Homem	0.213	0.139		0.064	0.139		0.114	0.140		0.316	0.142	**
20 < idade ≤ 30	0.238	0.223		0.006	0.222		-0.127	0.224		0.089	0.225	
30 < idade ≤ 40	0.228	0.289		0.329	0.289		-0.227	0.292		-0.259	0.292	
40 < idade ≤ 50	0.761	0.345	**	0.566	0.335	*	-0.023	0.346		0.294	0.348	
Idade > 50	0.872	0.373	**	0.559	0.373		-0.007	0.375		0.188	0.373	
9º Ano	-0.707	0.425	*	-0.827	0.434	*	-0.652	0.443		-0.537	0.438	
12º Ano	-0.295	0.417		-0.567	0.419		-0.405	0.430		-0.246	0.423	
Ensino Superior	-0.246	0.418		-0.509	0.420		-0.342	0.431		-0.223	0.424	
Estudante	0.175	0.195		0.149	0.195		0.013	0.196		-0.034	0.197	
T. Conta de Out.	0.119	0.166		0.130	0.166		0.169	0.167		0.215	0.167	
Casado	0.199	0.196		-0.034	0.196		-0.192	0.198		-0.094	0.198	
μ_1	1.103	0.075	***	1.092	0.075	***	1.034	0.085	***	1.082	0.087	***
μ_2	2.053	0.079	***	2.084	0.079	***	1.997	0.073	***	1.836	0.074	***
μ_3	3.125	0.123	***	3.180	0.124	***	2.783	0.087	***	2.735	0.087	***
Log-L	-403.8			-401.3			-413.0			-406.4		
N	291			291			291			291		

*** significativo a 1% ** significativo a 5% * significativo a 10%

Analisando os resultados da estimação para a hospitalidade, observa-se que nem o género, situação profissional, nem o estado civil terão impacto na opinião quanto à qualidade da característica em estudo. Constata-se, no entanto, que indivíduos com idades compreendidas entre 40 e 50 anos apresentam uma maior probabilidade de considerar a hospitalidade como excelente e menor probabilidade como muito má. Por outro lado, inquiridos com o 9º ano serão mais propícios a classificar este atributo como muito mau em vez de excelente.

A respeito da sinalização, os dados da estimação mostram que o perfil dos inquiridos não tem impacto na opinião quanto a este atributo, visto que os coeficientes associados às características dos mesmos não têm valor estatístico significativo.

No que concerne ao sossego, apenas o género é fator determinante na perceção dos Açorianos quanto à qualidade deste atributo. Indivíduos do género masculino apresentam uma maior probabilidade de considerar positivamente o sossego, ou seja, de considerar o mesmo como excelente. As restantes características associadas ao perfil dos inquiridos não revelam valor estatístico significativo.

Na tabela 14 estão espelhados os dados resultantes da estimação para os transportes aéreos, transportes marítimos e terrestres.

Tabela 14. Resultados da estimação relativos aos transportes aéreos, transportes marítimos e transportes terrestres

	Transportes Aéreos			Transportes Marítimos			Transportes Terrestres		
	Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão		Coef.	E. Padrão	
Constante	2.046	0.470	***	1.966	0.471	***	2.293	0.472	***
Homem	0.130	0.139		0.019	0.140		0.042	0.139	
20 < idade ≤ 30	-0.202	0.222		-0.213	0.223		-0.199	0.223	
30 < idade ≤ 40	-0.610	0.289	**	-0.776	0.291	***	-0.426	0.290	
40 < idade ≤ 50	-0.444	0.344		-0.423	0.346		-0.324	0.346	
Idade > 50	-0.373	0.372		-0.615	0.374	*	-0.395	0.373	
9º Ano	-0.717	0.429	*	-0.674	0.429		-0.710	0.430	*
12º Ano	-0.625	0.414		-0.758	0.414	*	-0.613	0.415	
Ensino Superior	-0.680	0.415	*	-0.948	0.416	**	-0.919	0.416	**
Estudante	0.152	0.195		0.190	0.196		0.190	0.195	
T. Conta de Out.	0.036	0.165		0.126	0.166		0.102	0.165	
Casado	0.366	0.196	*	0.119	0.198		-0.124	0.197	
μ_1	1.044	0.074	***	1.012	0.072	***	1.121	0.075	***
μ_2	2.068	0.081	***	2.010	0.089	***	2.162	0.082	***
μ_3	2.820	0.113	***	2.709	0.130	***	2.931	0.117	***
Log-L	-412.4			-404.5			-404.6		
N	291			291			291		

*** significativo a 1%

** significativo a 5%

* significativo a 10%

Para os transportes aéreos, nem o género, nem a situação profissional são influenciadores na opinião dos residentes quanto a esta vertente do destino Açores. Indivíduos casados, porém, serão mais propícios a classificar esta vertente como excelente, do que como muito má. Por outro lado, pessoas com idades entre 30 e 40 anos, indivíduos com o nível de escolaridade equivalente ao 9º ano, bem como pessoas com nível de estudos equivalente ao ensino superior, terão uma maior probabilidade de considerar esta vertente da região como muito má, e menor probabilidade de considerá-la excelente.

No caso dos transportes marítimos, à semelhança dos transportes aéreos, o género e situação profissional não têm impacto ao nível da opinião dos moradores dos Açores quanto aos mesmos, pois os coeficientes associados a estas características não têm valor estatístico diferente de zero. Verifica-se que, quanto mais elevado o nível de escolaridade, maior as probabilidades dos indivíduos classificarem os transportes terrestres como muito maus. Quanto à idade, observa-se que, tanto pessoas com idades entre 30 e 40 anos, como para idades superiores a 50 anos, os indivíduos também têm mais probabilidades de considerar como muito maus estes transportes. Observa-se, no entanto, que a probabilidade será muito superior para os indivíduos com idades compreendidas entre 30 e 40 anos, pois o nível de significância associado a esta variável é mais elevado.

Por fim, quanto aos transportes terrestres, constata-se que apenas o nível de escolaridade é fator determinante na perceção dos residentes quanto à qualidade destes transportes. É de notar que indivíduos com nível de estudos equivalente ao 9º ano, como os que têm um nível de ensino superior, têm uma maior probabilidade de considerar estes transportes como muito maus e menor probabilidade de considerar como excelentes. As restantes variantes do perfil dos inquiridos não são determinantes na opinião dos

habitantes Açorianos, pois os respectivos coeficientes não apresentam valor estatístico diferente de zero.

CAPÍTULO IV – Conclusão

O turismo representa nos dias de hoje um segmento essencial para o desenvolvimento económico e social da maioria dos países. Esta atividade apresenta-se como complexa pois compreende o aproveitamento de recursos, interação com outras pessoas, economias e locais (Zhang et al., 2006). Pelo facto de ser uma atividade de grande impulso económico a nível mundial, tem-se verificado uma grande concorrência a nível internacional, tornando-se os destinos cada vez mais competitivos.

A crescente competitividade dos destinos concorrentes, leva a que os locais turísticos tenham de promover constantemente uma imagem positiva, bem como investir em medidas de melhoria constante na qualidade do destino, pois estas serão cruciais para o processo de escolha dos destinos, por parte dos turistas e futuros visitantes (Baloglu and McCleary, 1999). Por este motivo, os atributos do destino tais como a qualidade dos alojamentos, dos meios de transporte, dos espaços, dos serviços oferecidos e hospitalidade, apresentam-se como fatores críticos para a manutenção de destinos competitivos.

Conhecer a opinião do turista em relação à qualidade e imagem de um destino é importante, pois este será um dos principais responsáveis pelo estímulo económico nas regiões, através da sua utilização e promoção dos bens e serviços turísticos. No entanto, a perspetiva por parte da população local apresenta-se como crucial ao desenvolvimento do turismo, pois este “vive” o local turístico, tendo uma visão mais aproximada e complexa do mesmo (Andereck e Nyaupane, 2011).

A perceção dos habitantes com a qualidade e imagem da região onde vivem é fundamental por diversos motivos. Estes usufruem de todas as instalações de um destino,

formando uma opinião relativamente às mesmas, algo que leva os potenciais visitantes a procurá-los como referência no processo de seleção dos locais a visitar, atuando, portanto, a população local, como geradores de comunicação relativa à região (Choo et al., 2011; Fodness e Murray 1997). Da mesma forma, estes poderão ser levados a realizar mais atividades de lazer dentro da própria cidade ou país, contribuindo para o consumo interno da mesma, levando a um maior desenvolvimento económico (Schroeder, 1996).

Com este trabalho objetivou-se descobrir qual a opinião dos residentes quanto à qualidade do destino Açores, bem como as condicionantes da formação desta opinião. A aplicação do modelo estatístico *probit* ordenado revelou quais os fatores determinantes na perceção dos Açorianos quanto à qualidade dos atributos em estudo. Foi possível observar que no caso do clima, reservas florestais, locais de estacionamento, postos de informação, trilhos pedestres, observação de cetáceos, estâncias termais, excursões, atividades em montanha e mar, património histórico e cultural, limpeza e sossego, o facto dos indivíduos serem do género masculino leva a que estes tenham um maior nível de probabilidade de considerar como excelentes estes atributos e menor probabilidade de considera-los como muito maus.

A idade tem influência na apreciação da qualidade de atributos como vida selvagem, clima, praias e piscinas, conservação dos espaços e hospitalidade, no sentido em que é maior a probabilidade dos indivíduos considerarem como excelentes estes atributos e menor probabilidade de considera-los como muito maus. Por outro lado, a idade tem influência na apreciação da qualidade de atributos como restauração, alojamento, postos de informação, trilhos pedestres, estâncias termais, parques de campismo, lagoas e cascatas, excursões, atividades em montanha e mar e transportes aéreos e marítimos, pois os indivíduos terão uma maior probabilidade de classificar estes atributos como muito mau, e menor probabilidade de classifica-los como excelentes.

O nível de escolaridade apresenta-se como fator determinante na apreciação da qualidade por parte dos residentes, em atributos como as reservas florestais, restauração, meios de transporte, atividades em montanha e mar, segurança, conservação dos espaços, animação noturna, hospitalidade, transportes aéreos, marítimos e terrestres, onde a probabilidade de considerar os mesmos como muito maus é elevada, e a probabilidade de considerá-los como excelente, é menor.

A situação profissional, por sua vez, tem impacto na opinião dos habitantes dos Açores em atributos como as reservas florestais, meios de transporte, locais de estacionamento, animação noturna, segurança e limpeza, sendo maior a probabilidade dos indivíduos considerarem estes como excelentes e menor a probabilidade de os considerar como muito maus.

O estado civil também apresenta influência na opinião dos moradores Açorianos, pois, para atributos como o clima e praias e piscinas, é mais elevada a probabilidade dos mesmos classificarem estas vertentes como muito más e menor a probabilidade de as classificarem como excelentes. Por outro lado, em atributos como postos de informação, excursões e transportes aéreos, o estado civil dos inquiridos leva a que a probabilidade dos indivíduos considerarem os mesmos como excelentes é superior e é menor a probabilidade de considerarem como muito maus.

O presente trabalho procurou descobrir e analisar a perspetiva dos Açorianos em relação ao arquipélago dos Açores. Os dados revelam que de um modo geral a população está satisfeita com a qualidade e imagem transmitida pelo mesmo. As características naturais e atrações e animação turística foram as vertentes que receberam opiniões mais positivas por parte dos residentes. No entanto, há ainda aspetos a melhorar relativamente ao mesmo, nomeadamente os serviços de apoio, que receberam opiniões mais negativas por parte da população local, especialmente no que concerne aos locais de

estacionamento. De igual forma mostraram-se pouco agradados relativamente às condições de acesso na região, sendo os transportes marítimos os piores classificados pelos habitantes Açorianos.

ANEXOS

Anexo I - Inquérito

Este questionário, desenvolvido no âmbito do Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, pretende avaliar o nível de satisfação da população residente relativamente à qualidade de diversas vertentes dos Açores, como destino turístico.

A informação recolhida é confidencial e destina-se apenas a fins académicos.

Muito obrigada pela colaboração no preenchimento do mesmo.

Género

- Feminino
- Masculino

Idade

- Menos de 20 anos
- Entre 20 e 30 anos
- Entre 30 e 40 anos
- Entre 40 e 50 anos
- Entre 50 e 60 anos
- Mais de 60 anos

Habilitações Literárias

- 6º ano
- 9º ano

- 12º ano
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento

Situação Profissional

- Estudante
- Trabalhador-Estudante
- Empregado por conta de outrem
- Empregado por conta própria
- Desempregado
- Reformado
- Outra _____

Estado Civil

- Solteiro
- Casado
- Divorciado
- Viúvo
- Outro _____

Classifique na escala o seu nível de satisfação com a qualidade das seguintes vertentes do destino Açores:

Caraterísticas Naturais						
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Beleza Natural						
Vida Selvagem						
Clima						
Praias/Piscinas						
Jardins						
Reservas Florestais						

Serviços de Apoio						
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Restauração						
Alojamento						
Transporte						
Locais de Estacionamento						
Postos de Informação						

Atrações e Animação						
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Trilhos Pedestres						
Observação de Cetáceos						
Estâncias Termais						
Zonas Balneares						
Parques de Campismo						
Lagoas e Cascatas						
Excursões						
Atividades em Montanha						
Atividades em Mar						
Patrim. Histórico e Cultural						
Animação Noturna						

Condições Ambiente Local						
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Segurança						
Limpeza						
Conservação dos Espaços						
Hospitalidade						
Sinalização						
Sossego						

Condições de Acesso						
	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom	Excelente
Transportes Aéreos						
Transportes Marítimos						
Transportes Terrestres						

Muito obrigada pela colaboração.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agapito, D., Mendes, J., & Valle, P. O. D. (2010). Destination image: perspectives of tourists vs. residents. *Tourism Development and Management: Challenges and Opportunities for Algarve, Portugal*, 117-140.

Aguiar, L. D. F. M. (2017). Perfil, motivações e a satisfação dos turistas em espaço rural: uma análise nos Açores (Dissertação de Mestrado em Gestão do Turismo Internacional, Universidade dos Açores).

Akama, J., e Kieti, D. K. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of tsavo west national park. *Tourism Management*, 24(1), 73-81.

Alcaniz, E. B., García, I. S., & Blas, S. S. (2005). Relationships among residents' image, evaluation of the stay and post-purchase behaviour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 291-302.

Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of travel research*, 27(1), 16-21.

Andereck, K. L., and G. P. Nyaupane. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*. 50 (3), 248-60.

Baloglu S. (2001). Image variations of Turkey by familiarity index: informational and experiential dimensions. *Tourism Management*, 22, 127-133.

Baloglu, S. and McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.

Baloglu, S., & Brinberg, D. (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15.

Baratta, R., Cassia, F., Vigolo, V., & Ugolini, M. (2017). City Image. Comparing residents' and tourists' perceived image of Verona. In Toulon-Verona Conference "Excellence in Services".

Bramwell, B., & Rawding, L. (1996). Tourism marketing images of industrial cities. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 201-221.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.

Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.

Campos, A. C., da Costa Mendes, J., & Silva, J. A. (2018). Para uma cultura da qualidade total no destino turístico: métodos de diagnóstico e estratégias de desenvolvimento. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (5), 21-40.

Chen, C., Chen, S. and Lee, H. (2011). The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 247-264.

Choo, H., Park, S. Y., & Petrick, J. F. (2011). The influence of the resident's identification with a tourism destination brand on their behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 198-216.

Cracolici, M., Nijkamp, P. and Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analyzing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14(2), 325-342.

Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23.

Dobni, D., and G. M. Zinkhan (1990). In Search of Brand Image: A Foundation Analysis. *Advances in Consumer Research*, 17, 110-19.

Dwyer, L. and Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modelling of residents' perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.

- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of travel research*, 31(4), 3-13.
- Echtner, C. M., and J. R. B. Ritchie. (1991). The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2 (2), 2-12.
- Elliot, S., Papadopoulos, N., & Kim, S.S. (2011). An integrative model of place image: Exploring relationships between destination, product, and country image. *Journal of Travel Research*, 50(5), 520-534.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of travel research*, 30(2), 10-16.
- Fodness, D., and B. Murray (1998). A Typology of Tourist Information Search Strategies. *Journal of Travel Research*, 37 (2), 108-19.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78.
- Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism?. *Tourism management*, 19(3), 199-212.
- Garrod, B., Fyall, A., Leask, A., & Reid, E. (2012). Engaging residents as stakeholders of the visitor attraction. *Tourism Management*, 33(5), 1159-1173.
- Glinska, E. and Florek, M. (2013). In searching for town brand distinguishing features – local leaders' inner perspective. *International Journal of Academic Research*, 5(4), 200-205.
- Go, F. M., & Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness. *Tourism management*, 21(1), 79-88.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. London: John Wiley.

- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & McIntosh, R. W. (1999). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Govers, R., Go, F. M., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 15-23.
- Green, R. (2005). Community Perceptions of Environmental and Social Change and Tourism Development on the Island of Koh Samui, Thailand. *Journal of Environmental Psychology*, 25 (1), 37-56.
- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: customer management in service competition*. John Wiley & Sons.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning*. New York: Taylor and Francis.
- Gursoy, D., Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 495-516.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Essex: Pearson.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Henkel, R., Henkel, P., Agrusa, W., Agrusa, J., & Tanner, J. (2006). Thailand as a tourist destination: Perceptions of international visitors and Thai residents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 269-287.
- Howie, F. (2003). *Managing the tourist destination*. London: Thomson.
- Hudson, R. (1988). Uneven Development in Capitalist Societies. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 13 (4), 484-96.
- Hudson, S., and J. R. B. Ritchie. (2002). Understanding the Domestic Market Using Cluster Analysis: A Case Study of the Marketing Efforts of Travel Alberta. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (3), 263-76.

James, D., Durand, R. and Dreves, R. (1976). The use of a multi-attribute attitude model in a store image study. *Journal of Retailing*, 52(2), 23-32.

Johnson, J., Snepenger, D., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.

Kim, A. K., & Brown, G. (2012). Understanding the relationships between perceived travel experiences, overall satisfaction, and destination loyalty. *Anatolia*, 23(3), 328-347.

Kim, S., & Yoon, Y. (2003). The hierarchical effects of affective and cognitive components on tourism destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(2), 1-22.

Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23(5), 521-530.

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. The Free Press.

Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.

Leisen, B. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49-66.

Manente, M., & Carla Furlan, M. (1998). Quality in the macroeconomic system of tourism. *The Tourist Review*, 53(2), 17-28.

Manhas, P. S. (2013). Impact of quality management on destination brand building in tourism industry (Doctoral dissertation, University of Jammu).

Mendes, J. D. C., Silva, J. A., & Ferreira, P. L. (2010). Quality assessment of Portuguese destinations. *Tourism development and management: challenges and opportunities for Algarve, Portugal*. Aveiro: Rainho & Neves.

Menning, N. L. (1995). Traffic and Tourism in The Bitterroot: Tourism Promotion, Development, and Management. *Montana Business Quarterly*, 33 (2), 2-7.

- Merrilees, B., Miller, D., & Herington, C. (2005). The occasional tourists: Behavioral intention for tourist facilities. *ANZMAC 2005 Conference, Fremantle, Australia: Fremantle.*
- Merrilees, B., Miller, D., & Herington, C. (2009). Antecedents of residents' city brand attitudes. *Journal of Business Research, 62*(3), 62-367.
- Merrilees, B., Miller, D., Herington, C., & Smith, C. (2007). Brand Cairns: An insider (resident) stakeholder perspective. *Tourism analysis, 12*(5-6), 409-417.
- Middleton, V. T. C., Clarke, J. R. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse - Towards 'responsustainable' tourism. *Journal of Cleaner Production, 111*, 461-470.
- Mill, R. C., and A. M. Morrison. (2009). *The Tourism System*. London: Kendall.
- Moreira, P., & Iao, C. (2014). A longitudinal study on the factors of destination image, destination attraction and destination loyalty. *Journal of Social Sciences, 3*(3), 90.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research, 39*(1), 243-268.
- Pearce, D. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research, 35* (4), 16-24.
- Pearce, J. (1980). Host community acceptance of foreign tourists: Strategic considerations. *Annals of Tourism Research, 7*(2), 224-235.
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. *Journal of travel research, 42*(4), 333-342.
- Ramkissoon, H., & Nunkoo, R. (2011). City image and perceived tourism impact: Evidence from Port Louis, Mauritius. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration, 12*(2), 123-143.

Reiser, D., & Crispin, S. (2009). Local perceptions of the reimagining process: The case of the Sullivans Cove waterfront precinct. *Journal of Place Management and Development*, 2(2), 109-124.

Renda, A. I., da Costa Mendes, J., & do Valle, P. O. (2014). The destination is where I live! residents' perception of tourism impacts. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 2(1), 72-88.

Richardson, S. L., and P. T. Long (1991). Recreation, Tourism and Quality of Life in Small Winter Cities: Five Keys to Success. *Winter Cities*, 9(1), 22-25.

Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (1993). *Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis*. World Tourism Education and Research Centre, University of Calgary.

Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.

Rowles, G. D. (1983). Geographical dimensions of social support in rural Appalachia. *Aging and milieu: Environmental perspectives on growing old*, 111-130.

Ryglóva, K., Rasovská, I., & Sacha, J. (2017). Rural Tourism—Evaluating the Quality of Destination. *European Countryside*, 9(4), 769-788.

Ryglóva, K., Vajcnerová, I., Sacha, J., & Stojárová, S. (2015). The Quality as a Competitive Factor of the Destination. *Procedia Economics and Finance*, 34, 550-556.

Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). Managing stakeholders: a tourism planning model. *Annals of tourism research*, 26(2), 312-328.

Schroeder, T. (1996). The relationship of residents' image of their state as a tourist destination and their support for tourism. *Journal of Travel Research*, 34(4), 71-73.

Simpson, P. M., & Siguaw, J. A. (2008). Destination word of mouth: The role of traveler type, residents, and identity salience. *Journal of Travel Research*, 47(2), 167-182.

Stabler, M. J. (1988). The image of destination regions: theoretical and empirical aspects. *Marketing in the tourism industry*, 1, 133-161.

Stylidis, D. (2016). The role of place image dimensions in residents' support for tourism development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129-139.

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.

Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58, 184-195.

Stylidis, D., Sit, J., & Biran, A. (2016). An exploratory study of residents' perception of place image: The case of Kavala. *Journal of Travel Research*, 55(5), 659-674.

Tasci A.D.A., & Gartner, W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.

Tasci, A., Gartner, W. and Cavusgil, S. (2007). Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(2), 194-223.

Um, S. and Crompton, J. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.

Witter, B. (1985). Attitudes about a Resort Area: A Comparison of tourists and local retailers. *Journal of Travel Research*, 24(1), 14-19.

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.

Yoon, Y. (2002). Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host - Guest interaction in the urban - rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.

UNIVERSIDADE DOS AÇORES

Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus
9500-321 Ponta Delgada
Açores, Portugal