



Revista Portuguesa de Estudos Regionais

E-ISSN: 1645-586X

rper.geral@gmail.com

Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional Portugal

Neves, Hélder; Cruz, Ana Rita; Correia, Antónia  
A sazonalidade da procura turística na ilha de Porto Santo  
Revista Portuguesa de Estudos Regionais, núm. 17, 2008, pp. 25-43  
Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional  
Angra do Heroísmo, Portugal

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514351898002>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

---

# A SAZONALIDADE DA PROCURA TURÍSTICA NA ILHA DE PORTO SANTO

---

**Hélder Neves** - Universidade da Madeira - E-mail: mauricio@uma.pt

**Ana Rita Cruz** - Universidade do Algarve - E-mail: arcruz@ualg.pt

**Antónia Correia** - Faculdade de Economia, Universidade do Algarve - E-mail: acorreia@ualg.pt

## RESUMO:

O turismo em ilhas tem vindo a assumir uma importância crescente no quadro do desenvolvimento turístico europeu. Nestas regiões as características de mono-produção alicerçadas num turismo vincadamente sazonal são corolário de uma gradual fragilização económica e social. Na ilha de Porto Santo, a crescente importância relativa da actividade turística e os respectivos efeitos da sazonalidade justificam a necessidade de estudos que dimensionem esse fenómeno e identifiquem as suas consequências, objectivos que norteiam o presente artigo. Conclui-se que o padrão sazonal na ilha de Porto Santo é originário no mercado doméstico, que concentra mais de 70% da procura turística. Neste contexto a diversificação de mercados e a aposta numa oferta complementar ao produto *Sol e Praia* é determinante para a inversão do actual padrão de procura, garantindo um desenvolvimento sustentável da ilha.

Palavras-chave: Turismo em Ilhas, Sazonalidade, Estratégia do Destino.

Códigos JEL: L83, D91

## ABSTRACT:

Tourism on islands has come to gain growing importance in the framework of European tourism development. At these regions the characteristics of monoproduction, supported on tourism that is seasonally dependent are the main determinants of the crescent atrophy of economic and social structure. On the island of *Porto Santo*, off the coast of Portugal, the growing importance of the tourism industry and associated effect of seasonality justify the aims of this paper. This paper sets out by identifying the seasonal dimension phenomenon, addressing issues such as its origin, causes and consequences. It was concluded that the seasonality of island of Porto Santo have its origin on domestic market, which represent more than 70 percent of demand. Therefore the need for differentiation of demand and supply is determinant to invert the actual tourism demand density.

Keywords: Tourism in Islands, Sazonality, Destination Strategy

JEL Codes: L83, D91



## 1. INTRODUÇÃO

A sazonalidade da procura é explicada por padrões de comportamento estereotipados, constrangimentos naturais e estruturais. A convergência das férias laborais e escolares nos meses de Verão constitui um dos principais motivos para a sazonalidade da procura. Todavia, é de salientar a tendência para a repartição dos períodos de férias ao longo do ano. A ilha de Porto Santo apresenta um desenvolvimento turístico sustentado no produto *sol e praia* e é precisamente nos destinos cuja oferta se baseia nos atributos naturais que a propensão para a sazonalidade é maior.

A sazonalidade é intrínseca ao turismo e assume-se como um desafio às políticas de desenvolvimento, em particular aos actores que definem as estratégias de planeamento dos destinos. No caso da ilha de Porto Santo, a sazonalidade é inerente ao turismo enquanto principal actividade económica, porém, este fenómeno faz-se sentir com menor intensidade do que a verificada em outros destinos turísticos. Este fenómeno de concentração da população turística apenas num período do ano (Baron, 1975), só pode ser amenizada por uma oferta turística diversificada que permita o afluxo de pessoas durante todo o ano, bem como, pelo desenvolvimento de produtos complementares.

O conceito de sazonalidade designa o crescimento da procura não uniforme ao longo do ano, originando o aumento da densidade populacional de um determinado espaço em períodos específicos, segundo um padrão repetido anualmente (Baron, 1975; Butler, 2001). A sazonalidade apresenta consequências difusas, em particular em ecossistemas frágeis como é o caso de territórios insulares (Butler, 2000). Neste sentido, o fenómeno apela a uma avaliação quantitativa e qualitativa rigorosa. Este estudo tem como objectivo conhecer e medir a sazonalidade em Porto Santo, a partir de metodologias e abordagens de estimação fundamentadas na literatura.

O presente artigo desenvolve-se em cinco secções: a primeira enquadra o estudo e aponta objectivos, a segunda identifica e analisa os principais contributos da literatura, a partir dos quais se define a metodologia adoptada. A terceira secção, analisa e caracteriza a procura turística da região, bem como, estima os índices de concentração aferidos através da aplicação de metodologias susceptíveis de calibrar e dimensionar de forma rigorosa a sazonalidade da ilha. Os principais resultados empíricos da realidade turística da ilha fundamentam a quarta secção, finalizando-se com as conclusões e perspectivas de trabalho futuro.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

O turismo assume actualmente uma grande importância em regiões insulares, a ilha de Porto Santo, pelos recursos naturais e pelas infra-estruturas de que dispõe pode encontrar no turismo o seu grande recurso económico. No entanto, o crescimento da procura não é uniforme ao longo do ano, originando um fenómeno de sobrecarga dos espaços insulares em determinados períodos, a sazonalidade, que importa conhecer e medir.

A sazonalidade é transversal aos vários agentes do território independentemente da actividade principal. Este conceito e as metodologias adoptadas para a sua avaliação norteiam a pesquisa bibliográfica que inspirou o modelo de avaliação proposto neste artigo.

Segundo Fúster (1989), a sazonalidade é uma das características do fenómeno turístico. Baron (1975) e Butler (2001) referem que a sazonalidade pode apresentar duas formas: a natural e a institucional. A primeira resulta das variações nas condições climáticas e aumenta com a distância do Equador, sendo mais notória em regiões periféricas localizadas nas proximidades dos extremos polares. Por outro lado, a sazonalidade é também um fenómeno

característico da insularidade, onde a temperatura e a humidade reduzem a procura em certas épocas do ano. No entanto, é importante referir que a relação entre os fluxos turísticos e os factores naturais pode ser bastante complexa, não sendo totalmente linear. Como evidencia Hartman (1986), a concepção do tempo é por si só, um factor cultural e não um factor natural, ou seja, a sazonalidade deve ser entendida como uma manifestação cultural.

A sazonalidade institucional, resulta de aspectos relacionados com as instituições sociais, religiosas, éticas e culturais, sendo menos previsível que a sazonalidade natural. Constituem exemplos de sazonalidade institucional os feriados, os fins-de-semana, as férias escolares e os fenómenos de peregrinação religiosa, entre outros.

Butler (2001) refere ainda a sazonalidade social, definida como uma época desportiva e ou pela inércia onde a época alta coexiste em função de uma certa tradição de férias.

Este fenómeno tem implicações na oferta turística e no desenvolvimento regional (Lage e Milone, 1998), despoletando um conjunto de medidas e estratégias que visam a sua atenuação. Os sectores público e privado têm procurado diminuir a sazonalidade através de políticas de preço, promoção de pequenos períodos de férias, promoção do turismo doméstico, desenvolvimento do mercado conferências e incentivos, festivais e outros eventos complementares (Martins, 2002).

Baum e Lundtorp (2001) indicam algumas das desvantagens da sazonalidade:

- Período curto para negócios e níveis reduzidos de operação;
- Necessidade de gerar receita num período curto do ano com custos fixos, geralmente, anuais;
- Subutilização das aplicações de capital;

- Dificuldade em atrair investimentos;
- Problemas em manter a cadeia de oferta na base de uma época curta;
- Problemas em garantir o contributo e investimento dos operadores de transporte face à natureza sazonal das operações, o que aumenta o risco do negócio;
- Emprego parcial mais do que permanente em certas zonas com desemprego acentuado fora da época alta e consequentes migrações;
- Problemas na qualidade de produtos e serviços na ausência de mão-de-obra permanente.

No entanto, a sazonalidade não se pauta apenas por aspectos negativos. É possível também encontrar aspectos positivos neste fenómeno. Um deles resulta da possibilidade de recuperação e revitalização do ambiente natural, sócio cultural, dos equipamentos, das infra-estruturas e mesmo da disponibilidade da população residente, nos períodos de época baixa. Além disso, em certas áreas, as ocupações turísticas complementam outras actividades como a florestal, piscatória e agrícola, o que leva a concluir que o problema da sazonalidade poderá não ter a carga negativa que à primeira vista se lhe atribui (Martins, 2002).

Segundo Correia (1994), as consequências geradas pelo fenómeno da sazonalidade podem ser agrupadas em três categorias: económica, social e ecológica/ambiental. As consequências económicas da sazonalidade prendem-se, fundamentalmente, com questões relacionadas com a baixa rentabilidade dos equipamentos turísticos, associada a grandes quebras na taxa de ocupação verificadas na época média-baixa; a diferenciação de preços, com elevadas quebras nas épocas não turísticas; estrangulamentos de ordem infraestrutural, motivados pela falta de recursos, com elevados custos e com ausência de planeamento de necessidades físicas;

estrangulamento nos outros sectores de actividade, motivados pela quebra de actividade nos meses de Inverno e pela deslocação de mão-de-obra para esta indústria.

As consequências sociais do que podem estar relacionadas com o fenómeno da sazonalidade dizem respeito, por exemplo, ao índice de acidentes (o excesso de pessoas a circular nas poucas estradas da ilha origina grandes problemas de trânsito em especial no mês de Agosto); ruptura de stocks (por exemplo, a falta de produtos nos supermercados, combustível nas gasolinhas, entre outros); emprego sazonal. Archer (1973), reconheceu o papel positivo do turismo na criação de emprego sem deixar de frisar os possíveis efeitos destabilizadores nos outros sectores de actividade da economia local. D'Amore (1976), reforça a posição de Archer, alegando que o turismo atrai os trabalhadores, deslocando-os de emprego permanente para ocupações sazonais.

Finalmente, as consequências ecológicas/ambientais da sazonalidade relacionam-se com a sobrecarga dos ecossistemas nos meses da época alta, para poder acolher o número excessivo de turistas que acede à ilha, produzem-se alguns "ataques" à natureza com consequência no equilíbrio e estética de muitas zonas, em especial na praia, com as construções muito próximas das dunas; o excesso de população numa determinada época pode despoletar também um processo de perda da identidade do lugar, da tranquilidade e do sossego das praias e dos lugares recreativos, motivados por uma forte poluição sonora e ambiental.

A sazonalidade tem sido estudada também com intuito de gerar modelos que auxiliem na atenuação deste fenómeno e, naturalmente, nas consequências que gera. Fúster (1989), refere que os organismos e empresas turísticas pretendem ampliar a época receptora e aumentar a chegada de turistas na época baixa "*off season*". Highman e Hinch (2002)

referem que a grande maioria dos destinos turísticos são caracterizados pelas flutuações no turismo ao longo do ano. Lim e McAller (2001) reconhecem o esforço que tem sido feito, tanto pelo sector público como pelo privado, para reduzir a sazonalidade nos destinos turísticos.

No sentido de atenuar a sazonalidade da procura, é necessário tomar medidas conducentes a evitar as grandes concentrações num curto período e reparti-las ao longo do ano, promovendo e incentivando as férias repartidas. Outras medidas, consistem em incentivar a época baixa com preços atractivos, promover o turismo social ou outros tipos de turismo não condicionados pelo factor clima. Muitas empresas do sector (alojamento, transporte aéreo e outras), estabelecem preços distintos para os períodos de alta e baixa temporada, o que não é mais do que uma consequência da falta ou excesso de procura, respectivamente.

A sazonalidade da oferta (dos recursos naturais), é mais difícil de superar, dado que não se pode ignorar o factor clima, de nada servirá por exemplo, estabelecer preços económicos em temporada baixa se se tratarem de destinos de praia em épocas de temperaturas frias ou estações de esqui sem neve. No entanto, pode combater-se a sazonalidade com a criação de novos produtos que não comportem esta forte dependência climática.

Entre as medidas para reduzir a sazonalidade da procura turística, Lage e Milone (1998) sugerem duas características mais específicas: o uso múltiplo (significa complementar os atractivos da época alta de um lugar com outras atracções, que criam procura para os viajantes durante períodos de baixa temporada) e a política de preços (que em comparação com a estratégia de uso múltiplo, cria mercados para períodos fora de temporada, utilizando preços diferenciados, como um instrumento eficiente para transferir procura da época alta para a época baixa).

### 3. METODOLOGIA

O trabalho apresentado integra dados secundários, provenientes de vários organismos de informação estatística. Foram analisadas séries temporais relativas ao volume de dormidas, hóspedes, proveitos e custos na hotelaria da ilha de Porto Santo entre 1997 e 2002, anos em que foi possível obter uma série de dados completa e comparável. Esta informação estatística recolhida junto da Direcção Regional de Estatística e da Direcção Regional de Turismo, pretende enquadrar a realidade empírica proposta para análise, bem como permitir o cálculo dos indicadores específicos para este estudo. Os indicadores seleccionados para estes efeitos (volume de dormidas, hóspedes, proveitos e custos na hotelaria da ilha de Porto Santo) revelam *per si* as assimetrias dos números verificados nas diferentes épocas do anos, e daí a importância de basear a análise nos mesmos. Assim como permitem dimensionar o fenómeno no que se refere às suas repercussões económicas (proveitos e custos), no que se refere ao afluxo à ilha (hóspedes) e permanência dentro da ilha (dormidas). A avaliação da sazonalidade num país ou numa região relaciona o número de turistas ou de dormidas ocorridas nos meses de maior fluxo com o volume anual registado nesse país ou nessa região (Cunha, 2003), o que permite avançar para análise destes indicadores na caracterização da sazonalidade na Ilha de Porto Santo.

Foram calculadas várias medidas de concentração como indicadores de sazonalidade, tais como, taxa de sazonalidade, índice de amplitude sazonal e índice de sazonalidade. Estes três indicadores são apresentados por referência ao universo dos hóspedes e das dormidas. O cálculo dos mesmos segue a formalização matemática enunciada no ponto precedente, tendo sido calculados com o apoio do software estatístico SPSS<sup>1</sup>.

A quantificação da sazonalidade realizou-se a partir do cálculo dos seguintes indicadores, que pretendem medir a consistência do fenómeno, em diferentes perspectivas:

- Taxa de Sazonalidade (TS);
- Índice de Amplitude Sazonal (IAS);
- Índice de Sazonalidade (IS).

#### *Taxa de Sazonalidade*

Segundo Cunha (2003), a avaliação da sazonalidade num país ou numa região, reflecte a relação entre o número de turistas ou de dormidas ocorridas nos meses de maior fluxo e o total das entradas ou das dormidas verificadas durante todo o ano no respectivo país ou região. A relação é enunciada pela seguinte expressão:

$$TS = \frac{E_v}{E_t} \times 100 \quad (1)$$

em que:

TS – Taxa de sazonalidade (%);

$E_v$  – Entradas nos três meses de maior concentração;

$E_t$  – Entradas totais do ano.

#### *Índice de Amplitude Sazonal*

Cunha (2003) apresenta uma outra medida da distribuição anual dos movimentos turísticos - o índice de amplitude sazonal. Mede as variações dos fluxos entre a época alta e a baixa, através da seguinte relação:

<sup>1</sup> SPSS – Statistical Package for Social Sciences

$$IAS = \frac{E_v}{E_i} \quad (2)$$

em que:

IAS – Índice de Amplitude Sazonal;

$E_v$  – Entradas na época alta (nº de turistas);

$E_i$  – Entradas na época baixa (nº de turistas).

Como, por vezes, os meses de maiores ou menores entradas, não correspondem aos meses de Verão e de Inverno enquanto estações do ano, poderão seleccionar-se os três meses consecutivos em que se registre o maior ou menor número de dormidas, consoante o indicador utilizado.

Quanto maior for o grau de sazonalidade, ou o índice de amplitude sazonal, pior será a distribuição anual do turismo, o que acarreta graves inconvenientes, não só para a exploração dos estabelecimentos turísticos, como também em relação ao emprego e à concentração dos movimentos turísticos com evidentes consequências no congestionamento do tráfego, na sobrecarga das infra-estruturas, na ruptura de stocks e dificuldades de abastecimentos, entre outras.

#### *Índice de Sazonalidade*

O Índice de Sazonalidade, por sua vez, indica a diferença entre a média dos valores de cada período e a média de todos os períodos. A série temporal tem várias componentes que influenciando os valores da série dificultam a medição da sazonalidade. Para que se possa fazer uma análise da sazonalidade, é necessário isolar as diferentes componentes que representam os factores que influenciam os valores da série.

São quatro as componentes de uma série cronológica: Tendência, Sazonalidade, Ciclicidade e Componente Aleatória.

A tendência representa o movimento geral e de longo prazo da série, reflectindo a evolução global no sentido do crescimento (ou decrescimento) do nível da série. Para identificar esta componente é necessário retirar à série todas as flutuações.

A sazonalidade representa as flutuações periódicas da variável. Estas flutuações com periodicidade fixa (o ciclo sazonal) provocam variações alternadas das observações relativamente ao nível da série.

A ciclicidade reflecte movimentos oscilatórios (sem periodicidade fixa) que afectam a tendência global da série, sendo apenas detectáveis para séries longas. Esta componente aparece muitas vezes associada aos ciclos da actividade económica, em que existe alternância entre períodos de crescimento com outros de depressão.

A componente aleatória tem um carácter casual e portanto imprevisível.

Tendo em conta a necessidade de isolar cada um dos componentes da série utilizou-se o método de decomposição aditivo, que indica que variações periódicas têm uma amplitude que se mantém aproximadamente constante, mesmo que a tendência não o seja (Reis, 1996). Este método admite que cada componente é independentemente responsável por uma parcela do valor observado; que as diferentes componentes não estão correlacionadas; e que cada componente é definida na mesma unidade de medida dos valores observados. A formulação algébrica deste método é a seguinte:

$$y_t = T_t + S_t + C_t + \varepsilon_t \quad (3)$$



onde:

$y_t = f(T_t, S_t, C_t, \varepsilon_t)$  cada valor  $y_t$  da variável em estudo será uma função das quatro componentes, isto é:

$Y_t$  representa o valor observado para o período  $t$ ,

$T_t$  representa a tendência no período  $t$ ,

$S_t$  representa a sazonalidade no período  $t$ ,

$C_t$  representa a ciclicidade no período  $t$  e

$\varepsilon_t$  representa o ruído (componente aleatória) no período  $t$ ,

O cálculo do índice de sazonalidade pressupõe então a identificação do padrão da componente sazonal (ciclo sazonal). De forma a atenuar, a aleatoriedade e sazonalidade da série, calculam-se as médias móveis centradas de comprimento igual ao período sazonal, no caso foi utilizado o trimestre. Para identificar a sazonalidade em cada um dos trimestres foi então calculado o índice de sazonalidade que consiste na média aritmética dos valores referentes a esse trimestre.

Precedente à quantificação do fenómeno sazonal surge uma breve caracterização da procura.

O cálculo do índice de sazonalidade pressupõe então a identificação do padrão da componente sazonal (ciclo sazonal). De forma a atenuar, a aleatoriedade e sazonalidade da série, calculam-se as médias móveis centradas de comprimento igual ao período sazonal, no caso foi utilizado o trimestre. Para identificar a sazonalidade em cada um dos trimestres foi então calculado o índice de sazonalidade que consiste na média aritmética dos valores referentes a esse trimestre.

Precedente à quantificação do fenómeno sazonal surge uma breve caracterização da procura.

#### 4. CARACTERIZAÇÃO DA PROCURA

A insularidade é um factor de atractividade turística, cujos atributos despoletam no consumidor motivações definidas por relação com a oferta do destino. As acessibilidades efectuam-se por barco ou avião e podem assumir particular relevância na promoção do destino. Em 2002, entraram na ilha de Porto Santo 418 321 passageiros, que comparativamente com o ano de 1999 representou um crescimento de 5,7%. Em Porto Santo, o tráfego por barco representou em 2002, 56,2% do número de entradas. Na época baixa, em particular nos meses de Novembro, Dezembro, Janeiro e Fevereiro, o volume de passageiros transportados não ultrapassou os 10 000, em contraste com os meses de Junho a Setembro onde este ascendeu a 50 000 passageiros.

Apesar do tráfego de passageiros permitir uma aproximação à intensidade da actividade turística, a sua quantificação dever-se-á orientar pelo número de entradas de hóspedes e pelo número de dormidas. Em boa verdade, a primeira variável não permite distinguir os residentes dos excursionistas e dos turistas. Contudo, a quantificação da procura turística será sub-avaliada, dada a impossibilidade de quantificação do volume de turistas, cujo alojamento são os parques de campismo e/ou casa de familiares e amigos. Na análise por mercado, verifica-se que a procura no Verão, junto do mercado português, é superior à verificada junto dos mercados emissores internacionais.

#### 4.1 DORMIDAS DOS TURISTAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO

Na ilha de Porto Santo os meses de Verão, especialmente Agosto, registam mais de 45 000 dormidas mensais, em contraste com o mês de Janeiro, cujo volume de turistas se situa na meia dezena de milhar. O período da Páscoa marca o início de uma nova época, com dormidas acima das 15 000, compensando a quebra registada no mês de Maio. Em 2002, a Páscoa representou aproximadamente 21,5% da procura turística na região.

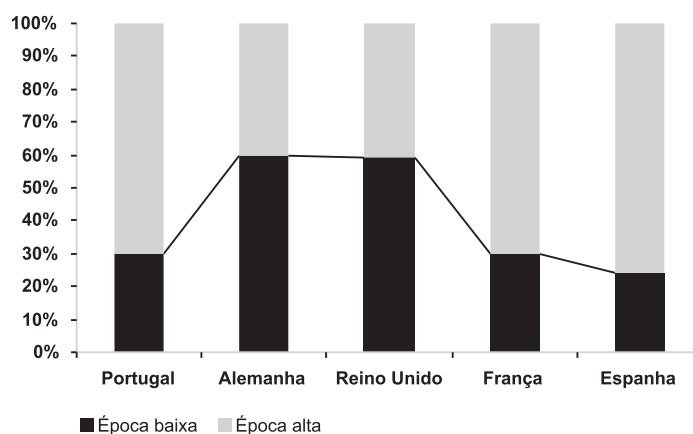
Em termos de mercados nacional e internacional os fluxos da procura diferem bastante no tempo, revelando alguma tendência de inversão do actual fenómeno. No ano de 2002, o valor mais elevado das dormidas de estrangeiros (8 000) registou-se em Julho e o valor mais baixo em Janeiro (2 000). Neste mercado a sazonalidade é menos vincada, o diferencial entre Junho e Outubro, situa-se nas 3 000 dormidas. Relativamente ao mercado nacional, em Agosto registaram-se cerca de 35 000 dormidas e em Janeiro o valor aproximou-se das 1 000. Entre Junho e Outubro a amplitude no volume de dormidas situou-se nas 30 000. Os dados apresentados evidenciam a sazonalidade da procura turística na ilha de Porto Santo, em particular no mercado nacional cuja procura se concentra no Verão.

Identificada a importância do turismo nacional e internacional na ilha de Porto Santo, importa perceber os mercados emissores internacionais que procuram a ilha. Centrando a análise no ano 2002, os principais mercados internacionais foram o Alemão com 32,5% e o Reino Unido com 28,4%, confirmando também a prevalência em relação ao número de dormidas. Na Figura 1 consideram-se os 5 mercados emissores mais importantes, aferidos a partir do volume de dormidas geradas.

#### 4.2 CHEGADAS DE HÓSPEDES ÀS UNIDADES DE ALOJAMENTO

A caracterização da procura através da variável chegada de hóspedes permite retirar conclusões semelhantes às evidenciadas aquando da análise na óptica das dormidas. A repartição da procura é idêntica: o mercado português representa 76% dos hóspedes na ilha, a Alemanha representa 13% e o Reino Unido 8%. Por conseguinte, a estada média registada no mercado nacional e internacional é idêntica.

FIGURA 1  
Dormidas por Mercados Emissores, em 2002



Fonte: Direcção Regional de Estatística (2003) e Direcção Regional de Turismo (2003).

A Figura 2 mostra a preferência dos mercados francês e espanhol pelo período de Verão para visitarem Porto Santo. Por outro lado, os mercados alemão e britânico preferem viajar para Porto Santo nos restantes meses do ano. O mercado português em 2002 apresentou um certo equilíbrio entre estes dois períodos.

## 5. SAZONALIDADE

### 5.1 SAZONALIDADE MEDIDA PELO NÚMERO DE HÓSPEDES

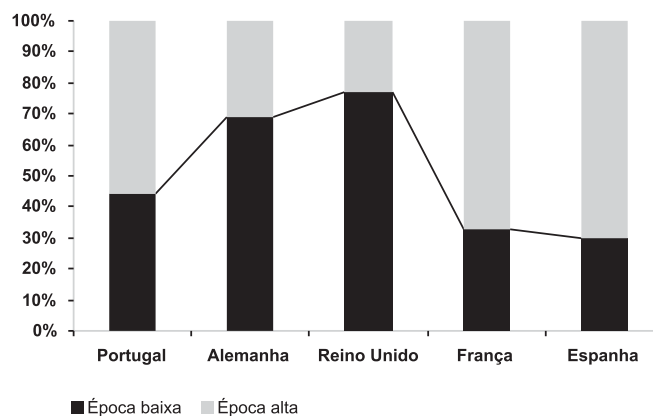
O Quadro 1 apresenta a relação dos três meses de maior procura (Julho, Agosto e Setembro) com o total do respectivo ano. O mercado português apresenta a taxa de sazonalidade mais elevada, apesar da tendência decrescente, os fluxos de procura no Verão

concentram aproximadamente 50% dos hóspedes acolhidos na ilha de Porto Santo. No mercado internacional a época balnear tem uma importância relativa de 34%. Para a explicação da sazonalidade nos vários mercados concorre o respectivo perfil do turista.

Os portugueses apresentam a maior taxa de sazonalidade, com tendência decrescente entre 1997 e 2002.

Ao comparar os três meses de maior afluência (Julho, Agosto e Setembro) com os três meses de menor afluência (Novembro, Dezembro e Janeiro), obtém-se o índice de amplitude sazonal, tal como apresenta o Quadro 2.

**FIGURA 2**  
Distribuição da Entrada de Hóspedes dos Principais Mercados, em 2002



Fonte: Direcção Regional de Turismo (2003).

**QUADRO 1**  
Taxa de Sazonalidade Calculada pelo Número de Hóspedes, de 1997 a 2002

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Estrangeiros (%)	41,8	35,4	39,8	31,6	34	34,2
Portugueses (%)	55,5	47,5	43,9	38,1	51,3	48,5
Total (%)	50,3	43,6	42,7	36,3	47,9	44,9

Fonte: Neves, 2005

**QUADRO 2**

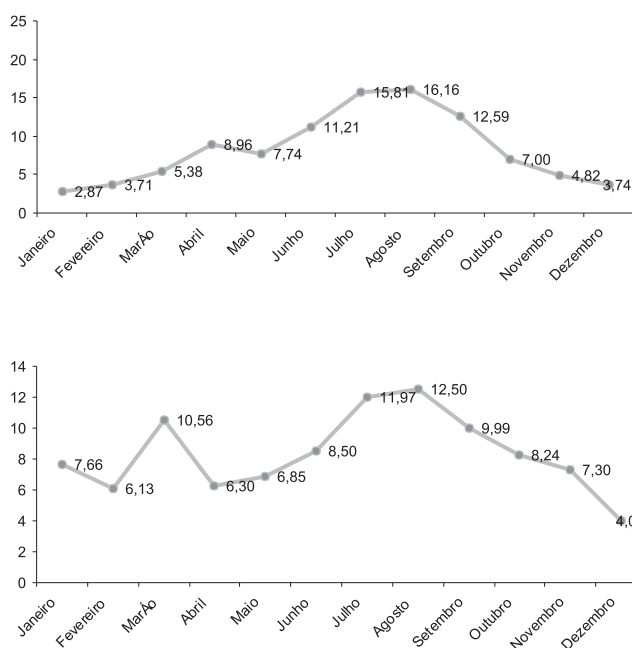
**Índice de Amplitude Sazonal Calculado pelo Número de Hóspedes, de 1997 a 2002**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Estrangeiros (%)	3,5	2,2	2,3	2,2	2	1,6
Portugueses (%)	9,6	5,8	5,7	3,2	4,7	5,7
Total	6,3	4	4,7	2,8	3,9	3,8

Fonte: Neves, 2005

**FIGURA 3**

**Índice de Sazonalidade dos Hóspedes em Porto Santo**



Fonte: Neves, 2005

O índice de amplitude sazonal apresenta uma tendência geral decrescente, o que revela um maior equilíbrio na distribuição da procura ao longo do ano. O decréscimo deste indicador é tributário do esforço dos agentes locais na redução da assimetria do volume de turistas ao longo do ano (sazonalidade).

**5.2 ÍNDICE DE SAZONALIDADE DOS HÓSPEDES**

O cálculo do índice de sazonalidade poder-se-á realizar com base em séries temporais, desde que o número de observações seja suficiente para calcular a tendência. A série temporal comporta um conjunto de dados ordenados por ordem cronológica. A análise das séries permite identificar e explicar:

- Variações regulares e sistemáticas motivadas pela sazonalidade;
- Padrões cíclicos que se repetem por mais de 3 anos;
- Tendências;
- Crescimento dessas tendências.

Para o cálculo do índice de sazonalidade dos hóspedes utilizou-se a série de 1997 a 2002, adoptando a base mensal (a qual foi alisada pelo método das médias móveis). O alisamento da série, a partir de métodos aditivos, pretende expurgar tendências mantendo apenas as variações regulares e cíclicas.

Os meses de Verão registam os valores mais elevados, reveladores da maior procura durante os meses de Verão, o mês de Abril também apresenta um pequeno pico, facto ao qual não devem ser alheias as férias escolares no período da Páscoa. Deste modo, o índice de sazonalidade da procura turística é claramente influenciado pelos movimentos dos turistas portugueses. Os mercados emissores internacionais, embora prefiram o Verão, distribuem-se de forma mais equitativa pelos restantes meses do ano.

### 5.3 SAZONALIDADE MEDIDA PELO NÚMERO DE DORMIDAS

Analisada a sazonalidade pela variável hóspedes, procede-se ao cálculo dos mesmos indicadores, pelo número de dormidas (Quadro 3), no sentido de calibrar os resultados obtidos. Ao nível das dormidas, a taxa de sazonalidade é afectada pelo desequilíbrio dos movimentos dos turistas portugueses.

O índice de amplitude sazonal confirma a concentração da procura nacional nos meses de Julho, Agosto e Setembro, por oposição aos meses de Janeiro, Novembro e Dezembro (Quadro 4).

Da análise do Quadro 4 resulta que em 1997 a amplitude sazonal da procura nacional foi 14,8 vezes superior nos meses de Verão relativamente ao Inverno. Em 2002 esse valor situa-se nas 9 vezes, depois de ter atingido um mínimo de 5,4 em 2000. A amplitude sazonal para os estrangeiros é mais ténue, o valor máximo ocorreu em 1999.

### 5.4 ÍNDICE DE SAZONALIDADE DAS DORMIDAS

O índice de sazonalidade em relação às dormidas confirma a tendência já identificada no cálculo realizado com a variável hóspedes. A Figura 4 mostra a hegemonia do período de Verão, na qual Agosto regista o valor máximo.

**QUADRO 3**  
Taxa de Sazonalidade Calculada pelo Número de Dormidas, entre 1997 e 2002

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Estrangeiros (%)	40,3	37,6	39,2	33,6	36,1	36,2
Portugueses (%)	65,4	62,4	58,8	51,4	55,8	58,4
Total	53,6	52,5	51,1	45,3	50,5	52

Fonte: Neves, 2005

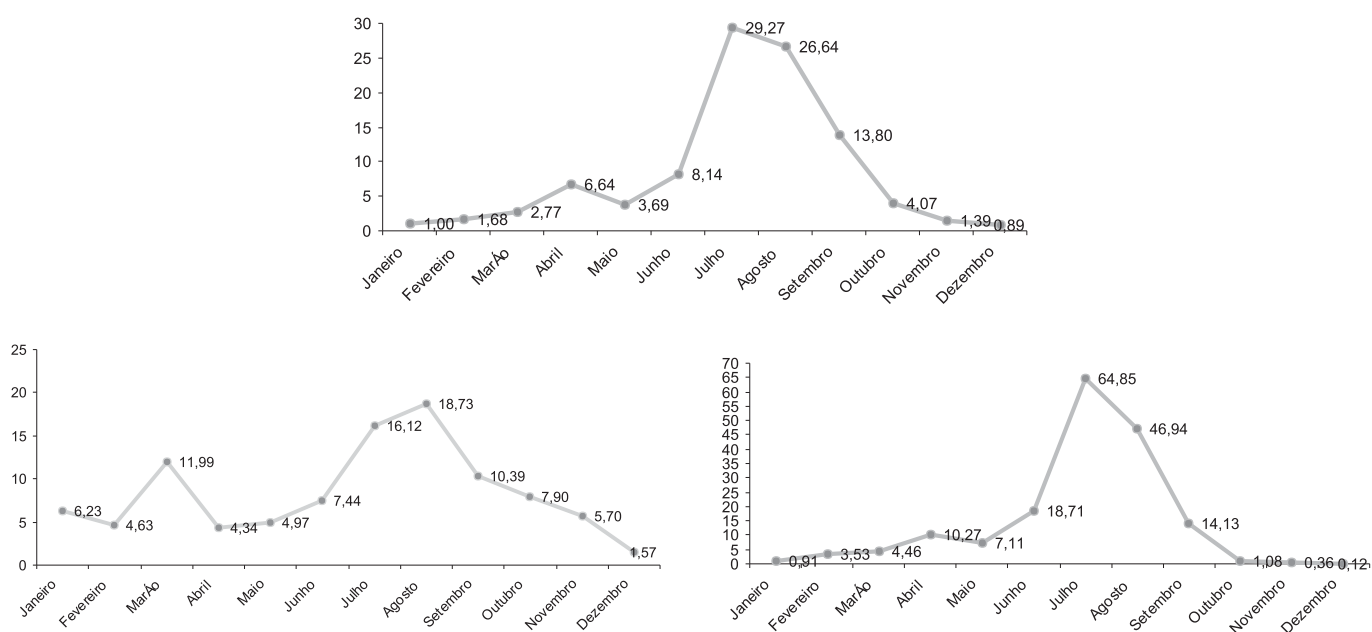
**QUADRO 4**  
Índice de Amplitude Sazonal Calculado pelo Número de Dormidas, entre 1997 e 2002

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Estrangeiros (%)	2,8	2,7	3,3	2,4	2,5	2,1
Portugueses (%)	14,8	13,5	14,5	5,4	6,6	9
Total	5,8	6,2	7,1	4,1	5	5,4

Fonte: Neves, 2005

FIGURA 4

## Índice de Sazonalidade das Dormidas em Porto Santo



Fonte: Neves, 2005

Para o mercado estrangeiro, a época alta inicia-se em Abril e prolonga-se até Outubro, o que significa uma melhor distribuição dos fluxos turísticos ao longo do ano. No mercado nacional a época alta tem a duração de três meses, balizada pelos meses de Junho a Setembro.

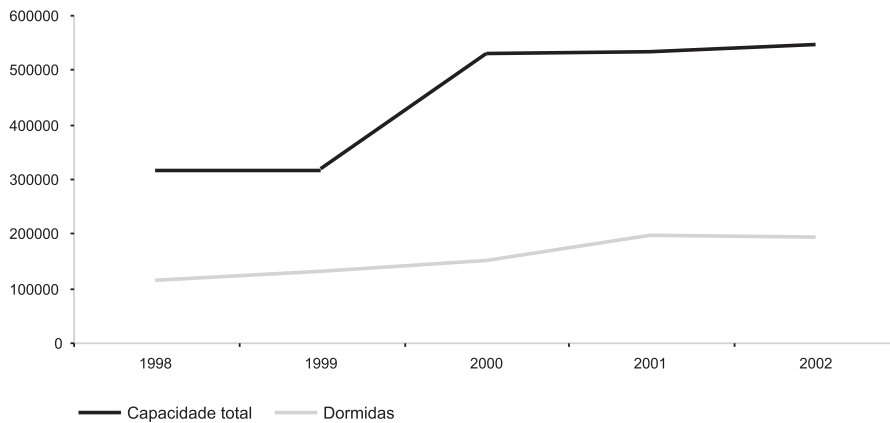
A procura nacional ancorada no *Sol e Praia* fomenta a concentração na época balnear, pelo que urge estratégias susceptíveis de inverter o curso. Assim sendo, na fase de diagnóstico importa perceber a perspectiva dos empresários e definir o seu contributo potencial para a implementação de políticas com capacidade efectiva e sustentável de redução da sazonalidade.

A análise dos três indicadores utilizados permite aferir que de facto a procura turística em Porto Santo concentra-se no período de Verão fundamentalmente no mercado nacional, que representa o principal mercado emissor da ilha.

A variável preço influencia a decisão de compra de um determinado destino. A literatura refere a importância de factores motivacionais e interpessoais e as restrições orçamentais na formação da imagem e escolha do destino. Todavia, com base na assumpção da racionalidade do comportamento humano, o turista fundamenta a escolha no preço (Lancaster, 1966; Bull, 1995). Por outro lado, a teoria da produção e custos aponta para a formação do preço enquanto maximização da função da produção, face a restrições de custos, numa primeira fase, e da lei da oferta e da procura em última instância (Frank, 1994). A Figura 5 aplica os postulados da lei da oferta e da procura, tendo por base a comparação entre a evolução da oferta de alojamento (capacidade total<sup>2</sup>) e a procura (medida pelo número de dormidas), no período compreendido entre 1998 e 2002.

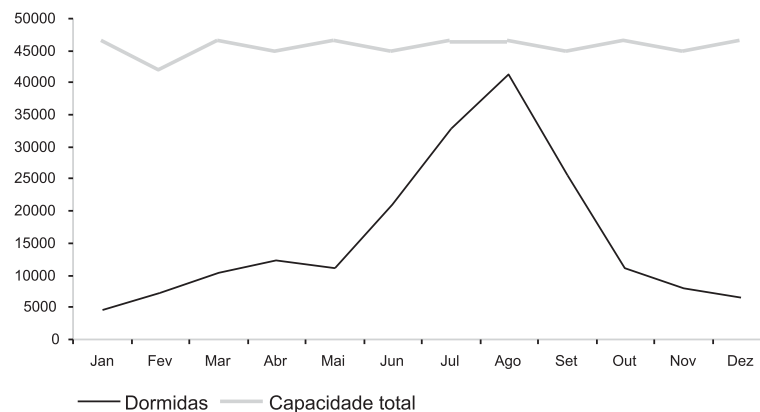
<sup>2</sup> Capacidade Total = Número de camas × 365 dias

**FIGURA 5**  
**Evolução da Oferta e da Procura, entre 1998 e 2002**



Fonte: Direcção Regional de Estatística (2003)

**FIGURA 6**  
**Evolução da Oferta e da Procura por Meses, em 2002**



Fonte: Direcção Regional de Estatística (2003)

A oferta supera a procura. Este excedente agrava-se a partir do ano 2001 pela estabilização da procura e contínuo crescimento da oferta, ainda que, a um ritmo menos acentuado do que se havia registado no biénio 1999/00. Dinâmicas diferentes de crescimento do “jogo” oferta/procura agravará as condições de operação e conseqüente decréscimo de preços. O comportamento da procura difere ao longo do ano. A Figura 6 revela que apesar do excesso de oferta, este diminui substancialmente de acordo as estações do ano.

A Figura 6 representa a evolução das dormidas, numa base mensal, face à capacidade da oferta no ano de 2002. Observa-se um excedente de oferta nos meses de Inverno que diminui significativamente no Verão, especialmente em Agosto, cujo número de dormidas se aproxima da capacidade total da oferta. O equilíbrio entre a oferta e procura na ilha de Porto Santo pode ser analisado através da respectiva taxa de ocupação. O mês de Agosto experimenta uma taxa de ocupação a rondar os 100%, próximo do “Overbooking” (Quadro 5).

QUADRO 5

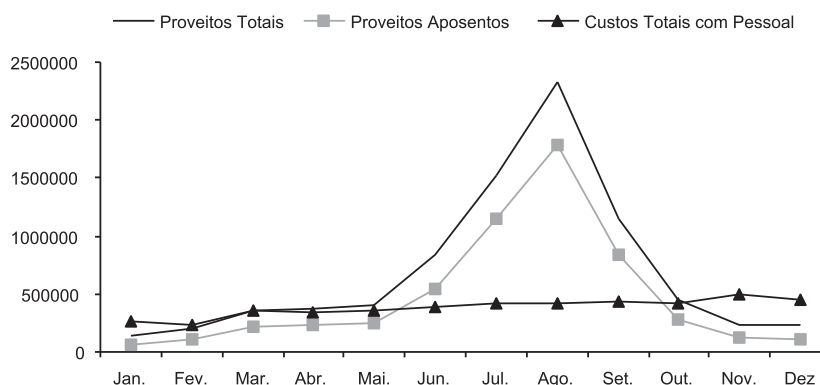
Taxas Mensais de Ocupação no Último Triénio; (Unidade: %)

Meses	2000	2001	2002
Janeiro	17	16,4	11
Fevereiro	22	20,1	19
Março	31,6	25,8	24,8
Abril	51,9	38,5	30,7
Mai	40,1	26,9	26,6
Junho	72,9	50	52,1
Julho	97,2	82,4	74,8
Agosto	103,5	90,7	92,8
Setembro	84	64	62,2
Outubro	46	27,9	26,9
Novembro	27,4	20,6	19,9
Dezembro	18,7	13,3	15,7

Fonte: Direcção Regional de Estatística (2003)

FIGURA 7

Custos e Proveitos na Hotelaria de Porto Santo, em 2002 (Unidade: Euro)



Fonte: Direcção Regional de Estatística (2003)

Por outro lado, os valores em Julho e Agosto apesar de elevados decrescem em relação a 2000, consequência do aumento da oferta de camas, uma vez que este número não foi acompanhado pela procura. O excesso de oferta determina o potencial de crescimento da procura, que se reflecte na rentabilidade hoteleira, cuja forma mais mediática são os custos e os proveitos.

## 5.6 PROVEITOS E CUSTOS NA HOTELARIA NA ILHA DE PORTO SANTO

De acordo com a metodologia utilizada pela Direcção Regional de Estatística (2003), o proveito de aposento refere-se às receitas referentes a dormidas nos estabelecimentos hoteleiros e no espaço rural. Os proveitos totais, referem-se a todos os ganhos resultantes da actividade de estabelecimento hoteleiro e do empreendimento de turismo no espaço rural, onde se incluem as dormidas, a restauração e outros decorrentes da própria actividade, como por exemplo, aluguer de salas, tabacaria, telefone, entre outros. Na Figura 7 é apresentada a evolução mensal dos proveitos, para o ano de 2002.



Os custos totais com pessoal mantêm-se estabilizados, embora com uma visível acentuação nos meses de maior procura. Da mesma forma, os proveitos crescem significativamente nos meses de Verão, em especial em Agosto, representando 28,3% dos proveitos totais anuais e 31,5% dos proveitos totais anuais de aposento.

#### Preços Praticados

A partir dos proveitos e com base nos dados relativos às dormidas em 2002, estimou-se o preço médio da dormida total por aposento (Quadro 6).

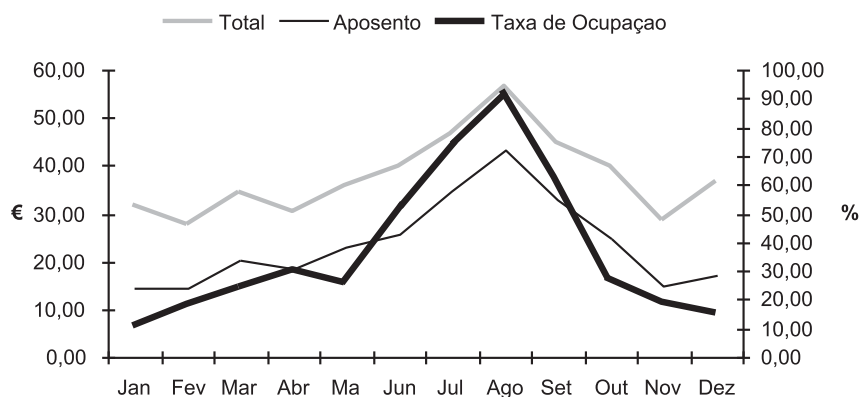
O Quadro 6 mostra que a diária num hotel pode custar 56,20 €, em média, no mês de Agosto, sendo o preço mínimo registado em Fevereiro. Como seria de esperar, os meses de Verão reflectem os preços mais altos, estratégia que acentua o modelo sazonal da procura. No que se refere aos preços de alojamento, a tendência mantém-se, com um intervalo de variação de 29 €, o valor máximo ascende a 43,28 € e o valor mínimo cifra-se em 14,26 €.

**QUADRO 6**  
**Preços Médios das Unidades Hoteleiras, em 2002**

Meses	Preços Médios (Euros)	
	Total	Por Aposento
Janeiro	31,59	14,41
Fevereiro	27,31	14,26
Março	34,11	20,47
Abril	30,08	18,62
Mai	35,77	22,94
Junho	39,58	25,85
Julho	46,41	34,73
Agosto	56,20	43,28
Setembro	44,78	32,77
Outubro	39,70	24,61
Novembro	28,63	15,09
Dezembro	36,35	16,99

Fonte: Neves, 2005.

**FIGURA 8**  
**Evolução dos Preços Médios Totais e de Alojamento em 2002 e Taxa de Ocupação**



Fonte: Neves, 2005.

A Figura 8 apresenta a evolução dos preços médios calculados com base nos proveitos totais e de aposento ao longo de 2002. Identifica também a evolução da taxa de ocupação como *proxy* do equilíbrio de mercado.

Os preços médios seguem a tendência da procura, registando os máximos em Agosto e os mínimos em Janeiro/Fevereiro. A análise tripartida proposta na Figura 8 mostra que o mês de Maio enceta já um novo ciclo de retoma dos preços face a uma recuperação dos fluxos turísticos, apesar de ser o mês de Agosto cujo preço total é mais elevado (56,2 €) em paralelo com uma taxa de ocupação de 92,8%.

#### 5.7 ANÁLISE COMPARATIVA DOS INDICADORES DE SAZONALIDADE

A taxa de sazonalidade permite obter uma medida da intensidade da sazonalidade por referência ao fluxo de procura anual. Enquanto que o índice de amplitude sazonal mede a importância relativa da época alta por referência à época baixa. Por sua vez, o índice de sazonalidade indica a intensidade deste fenómeno desprovido de tendências cíclicas ou tendências conjunturais. Dum modo geral e com as devidas diferenças decorrentes da utilização de séries de hóspedes ou de dormidas é indubitável a preponderância do fluxo estival de turistas à ilha, com maior preponderância no mercado nacional.

## 6. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES ESTRATÉGICAS

Porto Santo apesar do potencial turístico é ainda um produto complementar da Ilha da Madeira e simultaneamente a “praia” dos Madeirenses. Corolário deste modelo de desenvolvimento verifica-se uma concentração de mais de 50% da procura nos meses de Verão ficando a ilha praticamente deserta no resto do ano. Tendo em conta a sua estrutura mono-produtiva característica da sua condição insular é premente a diversificação da procura e a viabilização de produtos que alicerçados nas potencialidades naturais da ilha, constituam vantagens competitivas irrefutáveis.

O ensaio caracteriza e avalia o fenómeno no espaço da ilha de Porto Santo e no horizonte temporal compreendido entre 1997 e 2020. Para cumprir os objectivos propostos optou-se por calcular três indicadores de análise do fenómeno da sazonalidade (Taxa de Sazonalidade, Índice de Sazonalidade e Índice de Amplitude Sazonal) que revelaram resultados consistentes e expressivos. De um modo geral, os três indicadores apontam para uma tendência geral decrescente da sazonalidade e para o conseqüente aumento de equilíbrio entre a procura e oferta turísticas de Porto Santo, embora a sazonalidade da procura dos turistas portugueses seja mais elevada que no caso dos turistas estrangeiros. Em particular, o Índice de Sazonalidade permite verificar que são os meses de Verão aqueles que concentram o maior número de dormidas, constituindo o pico da sazonalidade. Contudo, é de notar que este indicador é claramente influenciado pelos movimentos dos turistas portugueses, uma vez que, os mercados emissores internacionais, também registam maior tendência para visitar a ilha de Porto Santo no Verão, embora o façam de forma mais equitativa ao longo do ano.

Convictos de que a concentração da procura em períodos mais curtos não desaparecerá, é premente a diversificação do produto turístico dando resposta às novas necessidades do consumidor mais sofisticadas e menos sazonais. De certo, a sazonalidade deverá constituir uma oportunidade aquando da definição de políticas para o desenvolvimento do destino e não uma ameaça. As apostas para uma diminuição da sazonalidade deverão passar pelo apelo aos mercados nórdicos (devido ao clima temperado característico desta zona e que é muito procurado por este tipo de turistas), pelo esforço em aumentar o turismo sénior e de congressos (que poderão ser soluções para a diminuição da sazonalidade dos turistas portugueses).

Trabalhos futuros situam-se na caracterização do turista que visita a ilha, em particular no que se refere às suas motivações deviam centrar-se em determinar as razões que levam o turista a visitar a ilha, determinando assim porque motivo a procura nacional se concentra no mês de Agosto e como é que se pode atenuar este fenómeno. Numa lógica de complementaridade este estudo deveria continuar com a definição de estratégias de diversificação dos produtos turísticos na ilha. Porém, antes de agir é necessário conhecer, e é neste percurso que se enquadra o presente trabalho.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Archer, B. (1973), "The Impact of Domestic Tourism" in *Economics*, Vol 2, Bangor occasional Papers, Wales, University of Wales.
- Baron, R. (1975), "Seasonality in Tourism", Londres, Economist Intelligent Unit.
- Baum, T.; Lundtorp, S. (2001), "Seasonality in Tourism", Oxford, Pergamon.
- Bull, A. (1995), "The Economics of Travel and Tourism", New York, Longman.
- Buhalis, D. (2000), "Marketing the Competitive Destination of the Future" in *Tourism Management*, Vol 21, nº1, pp. 97- 116.
- Butler, R.W. (2001), "Seasonality in Tourism: Issues and Implications" in *Seasonality in Tourism*, ed. Baum, T.; Lundtorp, S., Oxford, Pergamon, pp. 4-21.
- Castelli, G. (1986), "Turismo e Marketing: Uma Abordagem Hoteleira", Porto Alegre, Sulina.
- Correia, A. (1994), "A População e Mercados Turísticos no Algarve – Estratégias de Negócio de Dessazonalização", Tese de Mestrado, Lisboa, ISEG - Universidade Técnica de Lisboa.
- Cunha, L. (2003) "Introdução ao Turismo", Lisboa: Verbo.
- D'Amore, L. (1976), "The Significance of Tourism in Canada" in *Business Quarterly*, Vol 41, nº3, pp. 27-35.
- Direcção Regional de Estatística (2003) "Anuário Estatístico da Região Autónoma da Madeira". Madeira.
- Direcção Regional de Turismo (2003), "Estatística do Turismo 2002", Madeira.
- Frank, R.H. (1994), "Microeconomia e Comportamento", Lisboa, McGraw-Hill.
- Fúster, L.F. (1989), "Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo", Madrid, Alianza.
- Hartman, R. (1986), "Tourism, Seasonality and Social Change" in *Leisure Studies*, Vol 5, nº1, pp. 25-33.
- Highman, J.; Hinch, T. (2002), "Tourism, Sport and Seasons: The Challenges and Potential of Overcoming Seasonality in the Sport and Tourism Sectors" in *Tourism Management*, Vol 23, nº2, pp. 175-185.
- Lage, B.; Milone, P. (1998), "Economia do Turismo", Brasil, Papirus.
- Lancaster, K. (1966), "A New Approach to Consumer Theory" in *Journal of Political Economy*, Vol 74, nº2, pp. 132-157.
- Lim, C.; Mcaller, M. (2001), "Asian Tourism to Australia" in *Annals of Tourism Research*, Vol 28, nº1, pp. 68-82.
- Mendes, J. (2004), *Sustentabilidade, qualidade e competitividade dos destinos turísticos: o caso das Ilhas da Madeira e Açores*, tese de mestrado, Universidade do Algarve, Faro, Portugal.
- Martins, J. (2002), "Turismo e Sazonalidade" in *Cadernos de Economia*, Vol 61, pp. 69-71.
- Neves, H.M. (2005), "O Turismo em Porto Santo: Uma Estratégia de Marketing para o Futuro", Tese de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Faro, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve.
- Reis, E. (1996) "Estatística Descritiva", Lisboa, Sílabo.
- Ruiz, C.V.; Armand, E.H. (1997), "Estructura y organización del mercado turístico", Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.