



Modelação de motivações de visita associadas à escolha de um destino turístico cultural: O caso de Évora, cidade património da humanidade

Modelling tourist motivation regarding the choice of a cultural tourism destination: the case of Évora, a World Heritage City

M.ª do Rosário Borges | mrborges@uevora.pt

Jaime Serra | jserra@uevora.pt

Noemi Marujo | noemi@uevora.pt

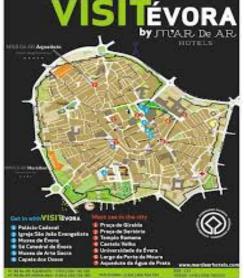


















Relevância e objetivo



Contribuir para compreender melhor a realidade turística da cidade de Évora

Disponibilizar informação e conhecimento para que os agentes possam melhorar o processo de tomada de decisão ao nível estratégico e operacional

Objetivo

Identificar as **motivações** do visitante do Centro Histórico de Évora



Perfil sociodemográfico



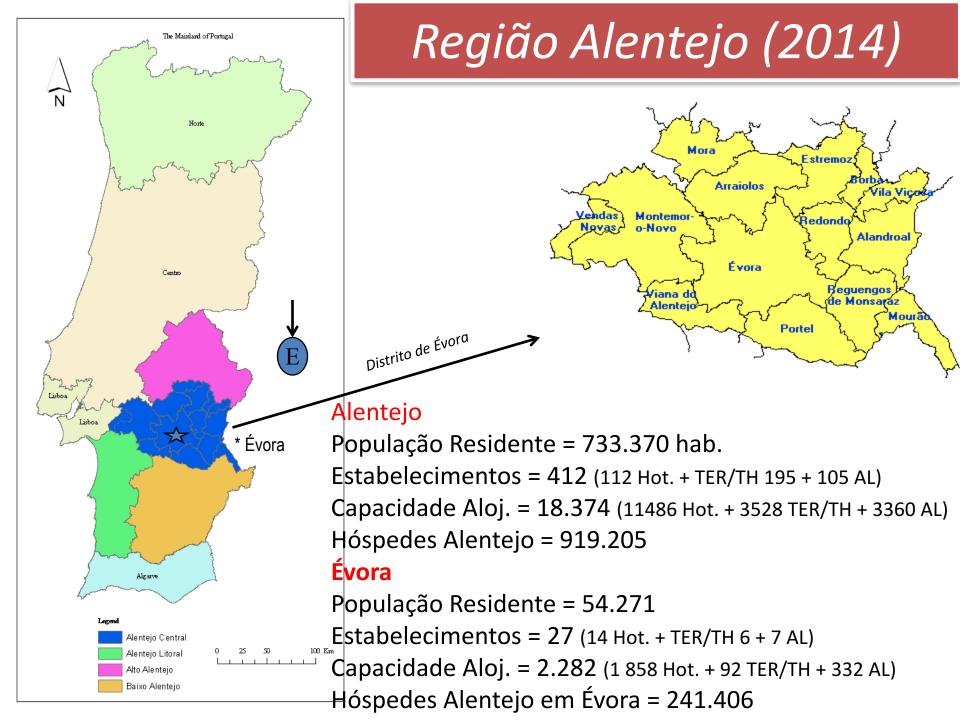
Razões de visita



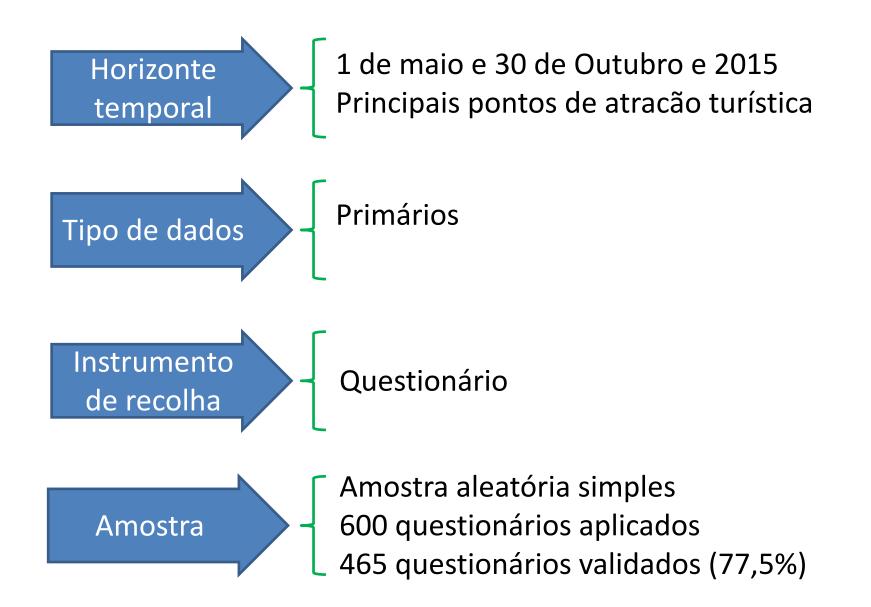
Grau de importância dos atributos do destino

Revisão da literatura

- Maslow (1943: 371), delimita a teoria das motivações, referindo que "motivations are only a class of determinants of behaviour(...)"*.
- O comportamento das pessoas é influenciado por uma necessidade de afiliação/pertença a um grupo social; família; cultura; organização (McCleanlland, 1992). Neste sentido o autor refere que "needs are acquired through the culture of a society".
- Estudos associados à identificação e análise de motivações turísticas associadas a destinos culturais/patrimoniais: Jansen-Verbeke (1997); McKercher (2002); MacKercher and Cros (2003); Poria, Butler and Airey (2004); Poria, Reichel and Biran (2006); Goh (2010); Muhammad (2010); Marujo, Serra e Borges (2012); Remoaldo, Ribeiro, Vareiro, Santos (2014); entre outros.
- Push and Pull Travel Motivations Theory
 - As pessoas viajam porque são estimuladas por fatores internos (push factors) e por fatores externos, como os atributos dos destinos (pull factors).
 - Crompton (1979), definiu um conjunto de 7 push factors (self-exploratory, relaxation, prestige, regression, kinship-enhancement, and social interaction) e 2 pull factors (novelty and education).
 - Baseado nos fatores push e pull, existem hoje um conjunto de estudos na literatura em turismo. É Saliente-se, no entanto que os turistas constroem as suas percepções, mediante um processo de recolha de informação (Dann, 1996, entre outros), as quais podem ser alteradas com o contacto direto dos atributos no destino.
 - Dann (1977, 1981) refere que para além dos push factors, existem caracteristicas que representam a especificidade das atracções no destino, os quais influenciam o turista na decisão de escolha do seu destino de férias.



Recolha de dados



Perfil sociodemográfico

	N	(%)	Média
Género Masculino Feminino	237 228	51 49	46.5
Idade 18-30 31-45 46-60 61-80 Situação Profissional	90 119 148 108	19.4 25.5 31.8 23.2	
Trabalhador por conta de outrem Reformado Trabalhador por conta própria Estudante Desempregado Outros	236 89 62 38 26 14	50.8 19.1 13.3 8.2 5.6 3.0	
Habilitações literárias Licenciatura Ensino Secundário Mestrado Doutoramento Ensino Básico Sem estudos Outro	254 106 69 17 9 2	54.6 22.8 14.8 3.7 1.9 0.4 1.7	7

Perfil sociodemográfico

	N	(%)	Média
T 11 '10 ' 11' 1	11	(70)	
Local de residência habitual Portugal	175	37.6	
Inglaterra	48	10.3	
Espanha	47	10.1	
Brasil	46	9.9	
França	31	6.7	
Canadá	23	4.9	
Alemanha	21	4.5	
EUA	19	4.1	
Holanda	13	2.8	
Bélgica Outros / Mundo	11	2.4	
Outros / Europa	10 21	2.4 2.2 4.5	
•	21	4.5	
Companhia de viagem	100	41.2	
Com companheiro(a) Família	192 120	41.3 25.8	
Amigos	73	15.7	
Só	31	6.7	
Grupo	23	4.9	
Colegas profissão	2	0.4	
Outros	$2\overline{4}$	5.1	
N.º de noites em Évora			1.95
< 1 noite	220	47.3	
1 - 2 noites	128	27.5	
3 - 4 noites	80	17.2	
> 5 noites	37	8.0	
Gasto médio por dia - Évora			€104.15
0 €	112	24.1	
1€ - 20€	16	3.4	
21€ - 50€	64	13.8	
51€ - 70€	42	9.0	
71€ - 100€	88	18.9	
101€ - 140€	27	5.8	
> 141€	116	24.9	8

	Componentes			
10 Motivos (fatores push)	Família / Procura da novidade /Conhecimento	Envolvimento / Interação social / Prestígio	Escape	
Fugir da rotina	0,878	-0,181	-0,051	
Viajar e estar com amigos e familiares	0,753	-0,373	0,095	
Aprender e enriquecer culturalmente	0,710	-0,055	-0,547	
Visitar uma cidade pela primeira vez	0,580	0,116	-0,350	
Procurar novidade	0,520	-0,055	-0,376	
Divertir-se	0,682	-0,202	1,007	
Reconhecer para recomendar	0,081	0,780	0,133	
Estar num local com fama e reputação	0,056	0,746	0,062	
Conhecer outras pessoas	0,321	0,680	-0,073	
Viver uma nova experiência cultural	0,420	0,607	0,195	
Eigenvalue (Valor Próprio)	3,203	2,228	1,653	
Variância explicada	45.21%	31.45%	23.33%	
α de Cronbach	0,764	0,612	0,439	

	Componentes			
19 Atributos	Serviços de compras e			
(fatores pull)	culturais/Mudança da vida	Custo da viagem	Património	
	quotidiana /Hospitalidade	e dave da viagoni	natural e cultural	
	local/Equipamentos			
Gastronomia	,679	-,114	-,332	
Comércio de artesanato e produtos regionais	,696	,124	-,118	
Atmosfera Relaxante	,671	,112	-,090	
Clima	,670	,110	-,062	
Acessibilidades	,639	,108	-,087	
Hospitalidade	,629	,095	-,208	
Limpeza	,589	,113	-,024	
Vinhos	,580	,089	-,085	
Comércio em geral	,571	,109	,005	
Alojamento	,564	,100	,185	
Segurança	,553	,101	,059	
Museus	,550	,101	,103	
Distância da residência habitual	,527	-,072	,090	
Descobrir tradições locais	,515	,093	,034	
Vida social	,511	,242	-,118	
Preço	-,405	2,359	-,029	
Património natural e paisagístico	,177	,040	1,364	
Património monumental e construído	,020	,016	,939	
Évora - UNESCO - WHS	,297	,046	,703 _{1.0}	
Eigenvalue (valor próprio)	6,541	5,809	3,547	

Conclusão

1 - Dimensão do Perfil Sóciodemográfico

• Os resultados evidenciam algumas características de perfil de visitantes culturais que são consensuais na literatura (, nomeadamente, um turista com distribuição etária equilibrada, contudo com uma tendência para idades superiores a 46 anos (55% tem mais de 46 anos); visitantes mais qualificados (75% tem formação superior) e em termos de situação profissional destaca-se que 50.8% trabalha por conta de outrem e 19.1% é reformado. (Jansen-Verbeke, 1997; Poria et al., 2006; entre outros)

2. Características da viagem

- Os resultados destacam que os visitantes de Évora viajam, sobretudo em casal (41.3%) ou em família (25.8). (McCain e Ray, 2003; entre outros)
- O gasto médio diário, no caso dos turistas é elevado (24.9%, > 141€). É
 evidente que Évora é também um destino muito procurado por
 visitantes do dia, revelando-se que em grande parte os mesmos não
 realizam qualquer despesa (24.1%).

Conclusão

3 – Componente dos fatores *Push* (Motivos de visita)

Os resultados revelam 3 componentes principais, identificando-se o conjunto de visitantes que procuram visitar Évora: <u>C1- estar com família;</u>
 <u>C2 - procurar da novidade; C3 - adquirir conhecimento</u> (Crompton, 1979; Cha, McCleary and Uysal, 1995; Pearce and Lee, 2005, entre outros).

4 – Componente dos fatores *Pull* (Atributos do destinos)

 Os resultados demonstram existir 3 componentes principais, tais como, C1 - Serviços de compras e culturais/Mudança da vida quotidiana /Hospitalidade local/Equipamentos; C2 - Custo da viagem; C3 - Património natural e cultural. (Dann, 1977; Crompton, 1979; Yuan and McDonald, 1990; Turnbull and Uysal, 1995; Sirakaya and McLellan, 1997, entre outros).

Managerial implications

- 1) Enhancing a thorough behavior analysis of visitors that are influenced by the fact that Évora is considered a World Heritage Site.
- 2) Deepen partnership policies between the regional and local tourism and culture authorities, to promote synergies between them in order to implement actions that promote the sustainability of cultural heritage.
- 3) Reinforce promotional plans in the markets of visitors that assume a weaker influence on their decision to visit to Évora of its classification as a World Heritage Site.

Theoretical implications

It is crucial to understand the factors that influence tourist behavior and which particular elements are seen by tourists as important (Mayo and Jarvis, 1981)

The conducted research showed the degree of influence of the world heritage award on the decision to travel to Évora

- The results of the present research support the suggested findings provided by Pizam and Sussmann (1995) that stated an existence of differences in tourism behavior between different tourist nationalities
- In accordance with the findings proposed by Richards (2002), the results provide some support to explore the relationship among geographical origin of tourists with factors such as motivations, age, education, etc., in Évora.

Muito obrigada.

