

# Comportamento espaço-temporal do turista urbano: O impacte da duração da estada

ANA MARIA CALDEIRA \* [ anacaldeira@ua.pt ]

ELISABETH KASTENHOLZ \*\* [ elisabethk@ua.pt ]

**Resumo** | O comportamento espaço-temporal dos turistas é um fenómeno complexo, influenciado por inúmeros fatores relativos quer aos turistas quer ao próprio destino. No entanto, conhecer e, até certo ponto, gerir a forma como os turistas se movem no espaço e no tempo é crucial para assegurar a qualidade da sua experiência, bem como a gestão eficaz e sustentável de destinos e atrações. Sobretudo, com base em estudos relativos à viagem multidesino, há evidência de que os constrangimentos temporais são um dos fatores mais influentes sobre o itinerário e a atividade espaço-tempo dos turistas. Isto porque, em presença de um orçamento temporal reduzido, o turista tende a querer tirar o máximo partido da sua estada, ampliando a intensidade da visita e a amplitude dos seus movimentos. No contexto urbano, os turistas geralmente incluem várias atrações nos seus itinerários *intra-destination*, o que faz da cidade o palco por excelência da visita *multi-attraction*. No entanto, são ainda relativamente poucos os estudos empíricos nesta área, em especial no contexto *intra-destination*. Assim, para além de procurar aprofundar a investigação neste domínio, a presente pesquisa tem como aspeto inovador testar este impacte da duração da estada sobre o comportamento espaço-temporal do turista entendido no seu âmbito global, combinando as suas duas dimensões – ‘movimento’ e ‘*multi-attraction*’. Com base nos dados recolhidos por inquérito e estudo de rastreamento GPS (*Global Positioning System*) junto de turistas hospedados em dez diferentes hotéis na cidade de Lisboa (n=408), foi possível identificar diferenças estatisticamente significativas com base na duração da estada, confirmando a importância deste impacte sobre o comportamento espaço-temporal dos turistas.

**Palavras-chave** | Comportamento espaço-temporal, *Intra-destination*, Experiência de visita *multi-attraction*, Turismo urbano, Duração da estada.

\* **Doutoranda em Turismo** na Universidade de Aveiro. **Assistente Convidada** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, e Membro da Unidade de Investigação GOVCOPP da Universidade de Aveiro.

\*\* **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Associada** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, e Membro da Unidade de Investigação GOVCOPP da Universidade de Aveiro.

**Abstract** | The tourists' spatiotemporal behaviour is a complex phenomenon, influenced by numerous factors related both to destination and tourists. However, understanding and, to a certain extent, managing how tourists move in space and time is crucial to ensure their experience quality as well as the efficient and sustainable management of destinations and attractions. Especially with basis on multi-destination travel studies, there is evidence that the time constraints are one of the most influential factors on the tourists' itineraries and space-time activity. In fact, due to limited time budgets, the tourists tend to make most of their stay, increasing the intensity of their visit and the amplitude of their movements. In the urban setting, tourists usually include several attractions in their intra-destination itineraries, which makes the city the stage par excellence of multi-attraction travel experience. However, there are still relatively few empirical studies in this area especially in the intra-destination context. Thus, in addition to seeking further research advances, this research innovatively tests the impact of length of stay on the tourists' spatiotemporal behaviour understood in its global scope, analysing both 'movement' and 'multi-attraction' dimensions. Based on the data collected both by a time-space GPS tracking study and a survey, conducted among tourists (n=408) staying at ten different hotels in Lisbon, statistically significant differences related to the length of stay were identified confirming the relevance of this impact on tourists' spatiotemporal behaviour.

**Keywords** | Spatiotemporal behaviour, Intra-destination, Multi-attraction travel experience, Urban tourism, Length of stay.

## 1. Revisão da literatura

### 1.1. Experiência de visita em contexto urbano

O turismo urbano "é, ao mesmo tempo, uma espécie particular de turismo, bem como uma parte integral, tradicional e própria da vida urbana" (Ashworth, 1989, p. 33). Dado a sua multifuncionalidade e atrativa diversidade, os destinos urbanos continuam a seduzir cada vez mais turistas com diversificadas motivações e interesses (Edwards, Griffin & Hayllar, 2008). É justamente essa multiplicidade de atrações que faz dos destinos urbanos o espaço privilegiado da experiência de visita *multi-attraction*: "a cidade multifuncional serve o utilizador com múltiplas motivações" (Ashworth & Tunbridge, 2000, p. 59) que, por sua vez, tende a incluir várias atrações no seu itinerário de visita.

Nas cidades, a visita *multi-attraction*, termo cunhado por Hunt e Crompton (2008), é o padrão

comum. A inclusão de várias atrações no itinerário da visita urbana responde, presumivelmente, aos mesmos objetivos que estão na origem da viagem multidestino: a busca de múltiplos benefícios, a heterogeneidade de preferências, a redução do risco/incerteza, o racionalismo económico, o tipo de organização da viagem, limitações temporais, familiaridade com o destino (Tideswell & Faulkner, 1999).

Embora o estudo do movimento *intra-destination* dos turistas urbanos seja limitado (Lau & Mckercher, 2006), várias pesquisas têm sido desenvolvidas com base nas novas tecnologias de rastreamento, dando a conhecer mais sobre o seu 'consumo' espacial e temporal da cidade (Espelt & Benito, 2006; Mckercher & Lau, 2008).

Com efeito, a mobilidade constitui um elemento essencial tanto do sistema turístico quanto da experiência turística, podendo ser mesmo o seu centro ou objetivo (Zakrisson & Zillinger, 2012). Por outro lado, "criar experiências memoráveis é a essência e a razão de ser da indústria da hospitalidade" (Pizam,

2010, citado por Tung & Ritchie, 2011, p. 1367). O conceito de 'experiência turística' é central na pesquisa em turismo, mas muito pouca atenção tem sido dada à forma como os turistas se comportam efetivamente nas cidades (Ashworth & Page, 2011). Como a experiência turística tem uma inescapável dimensão espaço-temporal (Aho, 2001), é importante para os destinos urbanos perceber, facilitar e, em certa medida, gerir a atividade espaço-tempo dos turistas, de modo a proporcionar experiências positivas (Edwards & Griffin, 2013).

## 1.2. Comportamento espaço-temporal do turista

Os padrões de movimento turístico referem-se à sequência de movimentos dos turistas de uma atração para outra (Xia, Evans, Spilsbury, Ciesielski, Arrowsmith & Wright, 2010). Mais precisamente, o 'movimento turístico',

A partir duma referência espacial [...] é definido como uma sequência de atrações visitadas pelos turistas dentro de um espaço geográfico [...] [e] a partir de uma referência temporal [...] é definido como uma sequência de intervalos de tempo, tem atributos de duração de permanência e do tempo de chegada às atrações. (Xia, 2007, p. 26)

Com efeito, são as atrações, entendidas em sentido lato como "paisagens para observar, atividades em que participar e experiências para recordar" (Lew, 1994, p. 291), os "elementos do ambiente do destino que, individualmente e em conjunto, servem como principal motivação das visitas turísticas" (Middleton, 1989, p. 573), determinando os movimentos *intra-destination*. Podem deduzir-se, assim, duas dimensões essenciais de análise do comportamento espaço-temporal *intra-destination* do turista: a dimensão relativa aos seus movimentos e a dimensão *multi-attraction*, referente às atrações visitadas.

O comportamento espaço-temporal dos turistas tem sido estudado a partir de um conjunto de diferen-

tes perspectivas: Turismo, Geografia, Economia, Matemática, Informática e Psicologia (Xia, Zeepongsekul & Packer, 2011); e abordagens: modelos espacialmente explícitos, modelos baseados no indivíduo, modelos matemáticos e económicos e modelos cognitivos (Xia, 2007). Por sua vez, a geografia temporal, introduzida em 1970 por Torsten Hägerstrand, apresenta uma estrutura concetual basilar para descrever e compreender a dimensão temporal do comportamento do turista (Grinberger, Shoval & McKercher, 2014).

O movimento no espaço "é um comportamento objetivo que resulta de um processo cognitivo de tomada de decisão espacial" (Lloyd, 1997, citado por Tussyadiah & Zach, 2012, p. 781). Dada a sua complexidade, o comportamento espaço-temporal é intrinsecamente difícil de rastrear nos seus padrões manifestos, bem como no seu processo subjetivo de tomada de decisão. No entanto, o desenvolvimento de novas tecnologias de informação digitais tornou possível o aparecimento de métodos avançados de rastreamento, como o *Global Positioning System* (GPS), que superaram as deficiências das técnicas tradicionais (Grinberger et al., 2014). A combinação de rastreamento GPS com inquéritos é a metodologia mais utilizada na pesquisa empírica recente sobre esta temática (Edwards & Griffin, 2013; Xia et al., 2010), permitindo maior rigor na recolha de informação (Zakrisson & Zillinger, 2012).

Especificamente, no contexto urbano, a compreensão do comportamento espaço-temporal dos turistas pode: (i) fornecer informações úteis sobre a localização de atrações, de unidades de alojamento ou de restaurantes, a fim de maximizar a sua exposição e possível utilização nos itinerários dos visitantes; (ii) apoiar as decisões de planeamento dos órgãos governamentais e gestores de destinos sobre onde concentrar as atividades de marketing; (iii) facilitar a gestão de fluxos de visitantes, a fim de evitar congestionamentos e impactes negativos da atividade turística; (iv) ajudar a otimizar a política de transportes e sinalização; e (v) possibilitar uma melhor e mais ampla distribuição dos benefícios esperados (Edwards & Griffin, 2013).

### 1.3. Fatores de influência do comportamento espaço-temporal do turista

Segundo Downs e Stea (2009) há quatro grupos de variáveis de influência do comportamento espacial humano: (i) meio ambiente espacial; (ii) conjunto de informação ou estímulos; (iii) processos cognitivos intervenientes; e (iv) diferenças individuais ou de grupo, de operação desses processos. Em turismo, os movimentos também não acontecem ao acaso no espaço (Zillinger, 2007). A revisão da literatura revela a influência de fatores internos, relativos ao turista e ao contexto da viagem (Tideswell & Faulkner, 1999), bem como de fatores externos, referentes às características geográficas do destino (Tussyadiah & Zach, 2012). Lau e McKercher (2006) fazem referência expressa aos fatores temporais, classificando os determinantes do comportamento espaço-temporal em três categorias: (i) fatores humanos *push* (por exemplo, papel do turista, grupo de viagem, motivações pessoais e visitas anteriores); (ii) fatores físicos *pull* (geomorfologia e configuração do destino); e (iii) fatores temporais (duração da estada no destino e duração da viagem).

Segundo Bull, “o tempo é considerado uma das três grandes limitações da procura turística (a par dos constrangimentos financeiros e do controlo político)” (1991, citado por Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012, p. 629). Sendo, habitualmente, a duração da estada nas cidades reduzida e o mercado de turismo urbano de curta duração (*short breaks*) (Henriques, 2003), os constrangimentos temporais adquirem ainda maior importância, visto que os turistas dispõem de um orçamento de tempo limitado (Tideswell & Faulkner, 1999).

Com base no orçamento temporal disponível e nas diferenças individuais, as decisões dos turistas envolvem muitas vezes um *trade-off* entre o tempo em trânsito e o tempo despendido numa atração ou lugar. “Alguns turistas veem o tempo numa perspetiva de custo/opportunidade, em que mais tempo em movimento deixa menos tempo disponível para despende no objetivo desejado” (McKean, Johnson

& Walsh, 1995; Walsh, Sanders & McKean, 1990, ambos citados por Lew & McKercher, 2006, p. 409). Como referem os autores,

Estes turistas são orientados para os ‘resultados’, e procuram maximizar o tempo gasto num lugar ao minimizar o tempo de deslocação, [...] preferem seguir os trajetos mais diretos e evitar viagens longas, a menos que considerem que daí resulte um substancial benefício. (Lew & McKercher, 2006, p. 409)

Já “outros veem o tempo em trânsito como um elemento da experiência que gera benefícios por direito próprio” (Chavas, Stoll & Sellar, 1989, citados por Lew & McKercher, 2006, p. 409). Para os autores,

Estes turistas são vistos como sendo orientados para o ‘processo’, encontrando valor tanto na deslocação quanto no objetivo [...] são mais propensos a envolverem-se em passeios, a seguirem percursos não diretos, e a viajarem para áreas periféricas para uma exploração mais ampla do destino. (Lew & McKercher, 2006, p. 409)

Segundo Fennel (1996, p. 814), “quando o tempo é curto, o espaço é conservado”. Por sua vez, Mansfeld (1990, citado por Koo, Wu & Dwyer, 2012, pp. 1212-1213) sugere que, o facto de a duração da estada no destino ser limitada “pode induzir o turista a ver o máximo possível no menor período de tempo”. Justamente Zillinger (2007), no seu estudo sobre turistas a viajar de automóvel na Suécia, concluiu que quanto mais longa é a duração total da viagem, menor a mobilidade diária; pelo contrário, os turistas compensam uma estada mais curta com uma maior mobilidade por dia. Na sua pesquisa numa área natural, Xia (2007) dá conta que a limitação de tempo fez os turistas procurarem ver o mais possível do destino. Por sua vez, McKercher e Lau (2008), na sua pesquisa, esta em contexto urbano em Hong-Kong, identificaram uma relação significativa entre o estilo de movimento *intra-destination* e a duração da estada: visitas múltiplas ou a visita

a uma atração mais longínqua apareceu associada a estadas mais longas; por sua vez, padrões de movimento complexos e *city tours* revelaram-se associados a estadas mais curtas. Por seu lado, Shoval & Raveh (2004), no seu estudo da visita às atrações de Jerusalém, produziram evidência empírica de que os turistas com estadas mais longas na cidade tendem a visitar mais atrações secundárias e afastadas do centro da cidade.

## 2. Metodologia

A pesquisa empírica aqui apresentada compara os padrões de comportamento espaço-temporal dos turistas de Lisboa, com base na duração da estada e em dados obtidos através de rastreamento por GPS. Os dados foram recolhidos a partir de turistas hospedados em dez hotéis diferentes, localizados nas três principais centralidades da cidade (centro/baixa, Belém e Parque das Nações), entre julho e setembro de 2012. Os potenciais inquiridos eram convidados à participação no hotel, à saída para a visita ao destino. Aqueles que aceitassem tomar parte na pesquisa recebiam um relógio desportivo com equipamento GPS e pedia-se-lhes que o devolvessem à investigadora, no hotel, no final do dia de visita, seguindo os procedimentos sugeridos por Edwards, Dickson, Griffin, & Hayllar (2010). O aparelho registava o tempo, velocidade, distância, posição e direção dos movimentos. Para aumentar o rigor e amplitude da informação recolhida, o estudo de rastreamento foi complementado com um questionário pós-visita, preenchido pelo entrevistador aquando da devolução do relógio. A população-alvo foram os turistas de lazer em Lisboa, sendo a sua seleção feita através de amostragem por *clusters*, definida no tempo e no lugar (Kastenholz, 2004). Os dados espaço-temporais foram analisados usando os *softwares online Garmin Connect* e *Google Earth*. A precisão dos dados recolhidos foi incrementada pelo cruzamento da informação recolhida por GPS com a recolhida por questionário.

Com base na discussão anterior, o comportamento espaço-temporal dos turistas foi analisado em termos das suas dimensões essenciais: movimentos e *multi-attraction* (atrações visitadas). Quanto à dimensão 'movimento', foram selecionados os seguintes indicadores: distância percorrida durante o dia de visita (Espelt & Benito, 2006), ponto máximo de afastamento do alojamento (Lew & Mckercher, 2006), geometria do itinerário (McKercher & Lau, 2008), percepção de desorientação durante a visita (Xia, 2007) e meios de transporte utilizados (Zakrisson & Zillinger, 2012). A dimensão '*multi-attraction*' tomou as seguintes variáveis como indicadores: tipologia das atrações visitadas (Espelt & Benito, 2006), tipologia das atividades realizadas (Mckercher, Shoval, Ng & Birenboim, 2012), número de atrações/atividades (Espelt & Benito, 2006) e duração da visita (Espelt & Benito, 2006).

Numerosos fatores têm sido identificados como relevantes para as variações observadas no comportamento espaço-temporal dos turistas (Koo et al., 2012; Lau & McKercher, 2006; Tideswell & Faulkner, 1999; Xia et al., 2010; Xiao-Ting & Bi-Hu, 2012). Este artigo debruça-se sobre o efeito da duração da estada no comportamento dos turistas em visita a Lisboa. Assim, este impacto será estudado em referência às seguintes proposições:

P1: Grupos de turistas com diferentes períodos de duração da estada diferem nos seus padrões de movimento '*intra-destination*';

P2: Grupos de turistas com diferentes períodos de duração da estada diferem nos seus padrões de visita '*multi-attraction*'.

Como será retomado com detalhe na apresentação dos resultados, procedeu-se aos testes de hipóteses adequados no sentido de identificar diferenças: tabelas de cruzamento com resíduos ajustados e testes de 'qui-quadrado', para variáveis nominais; análise da variância (ANOVA) a um fator, na comparação de uma variável contínua entre os três grupos definidos pela variável nominal. Neste último caso,

verificaram-se as condições de aplicabilidade do teste da análise da variância, designadamente a normalidade<sup>1</sup> das distribuições e a homogeneidade das variâncias.

### 3. Pesquisa empírica

#### 3.1. Lisboa como destino turístico

Lisboa é a capital de Portugal, nos últimos anos galardoada com vários prémios internacionais como destino turístico. A região de Lisboa é, provavelmente, a única região da Europa que reúne tanta variedade de atrações numa tão pequena área geográfica (WTTC, 2007). Sendo o destino turístico urbano mais visitado em Portugal, Lisboa é a segunda região turística mais importante depois do Algarve, em termos de volume de dormidas turísticas, e um dos destinos europeus proeminentes em termos de viagens de negócios e incentivos e de *city breaks* (WTTC, 2007). A região de Lisboa ultrapassou pela primeira vez a marca de dez milhões de dormidas, atingindo os 10.067 milhões, em 2013, o que representa uma receita total de 587 milhões de euros (Turismo de Portugal, 2014). A cidade bateu outros recordes em 2013: o porto de Lisboa atingiu o maior volume de sempre em termos de passageiros de cruzeiros, um total de 558.040 (Porto de Lisboa, 2014); por seu turno, o aeroporto de Lisboa também teve o maior número de passageiros de sempre, acima dos dezasseis milhões (ANA - Aeroportos de Portugal, 2014).

#### 3.2. Recolha e análise de dados

Foram 408 os turistas que participaram no estudo. A amostra considerada para análise incluiu 160 turistas que ficaram em Lisboa '1 a 3 noites' (39,2%), 152 que permaneceram por '4 a 5 noites' (37,3%) e 96 que dormiram '6 ou mais noites'

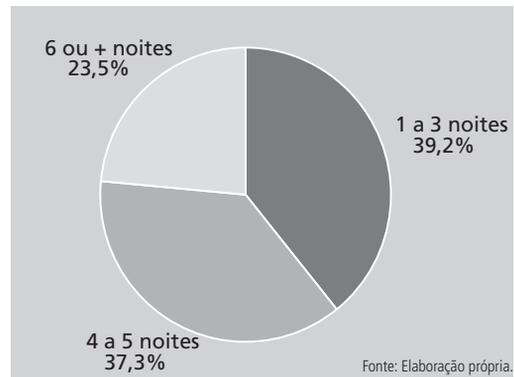


Figura 1 | Duração da estada.

(23,5%). Como decorre também da análise da figura 1, a maioria dos inquiridos apresenta estadas relativamente curtas, prefigurando *city breaks*, com uma mediana do número de noites de quatro e uma média de 4,88 noites.

Os inquiridos foram convidados a participar em qualquer um dos dias (primeiro dia, dia intermédio ou último dia) da sua estada, para permitir variações dentro desta variável, revelando os dados uma distribuição semelhante nos três grupos, pois a maioria, em todos os grupos, foi rastreada num dia intermédio da sua estada (no caso dos turistas que ficaram '1 a 3 noites': 83%; dos que permaneceram '4 a 5 noites': 90%; e dos que registaram '6 ou mais noites': 92%).

Os turistas eram na sua maioria do sexo feminino (com as seguintes percentagens para os diferentes grupos: '1 a 3 noites', 54%; '4 a 5 noites', 57%; '6 ou mais noites', 59%), tendencialmente jovens (idade inferior a 45 anos nos três grupos: '1 a 3 noites', 58%; '4 a 5 noites', 64%; '6 ou mais noites', 53%) e com um nível de educação superior (nos grupos: '1 a 3 noites', 82%; '4 a 5 noites', 84%; '6 ou mais

<sup>1</sup> Tendo em conta que "a normalidade não é restritiva para aplicação da One-Way ANOVA quando o número de elementos em cada grupo é relativamente elevado" (Melo, 1985; Iversen et al., 1982, citado por Pestana & Gageiro, 2003, p. 259), exigindo-se, como neste caso, que cada um dos vários grupos tenha pelo menos cinquenta ou mais elementos.

noites', 65%). Comparativamente, os turistas com estada mais longa ('6 ou mais noites') registaram a maior percentagem de instrução ao nível do ensino secundário, mas a frequência relativa mais baixa do nível de ensino superior.

Provenientes maioritariamente de países europeus ('1 a 3 noites': 69%; '4 a 5 noites': 80%; '6 ou mais noites': 78%), os inquiridos são na sua maioria de *short haul* ('1 a 3 noites': 68%; '4 a 5 noites': 80%; '6 ou mais noites': 89%), mas esta característica é menos acentuada nos turistas com estada mais curta.

A maioria dos inquiridos nos vários grupos estava em Lisboa pela primeira vez ('1 a 3 noites': 66%; '4 a 5 noites': 80%; '6 ou mais noites': 77%), sendo os repetentes mais numerosos entre os turistas com estada mais curta. O grupo de visita incluiu mais frequentemente apenas um acompanhante ('1 a 3 noites': 55%; '4 a 5 noites': 51%; '6 ou mais noites': 73%), embora esta situação fosse mais frequente entre os turistas com estada mais longa. Por fim, apenas uma minoria optou por uma visita organizada por operador/agência de viagens, e ainda assim sem guia: 21%, para estada de '1 a 3 noites'; 13%, para '4 a 5 noites'; 8% para '6 ou mais noites'; verificando-se visível decréscimo com o prolongar da estada. Esta opção de visita organizada baseou-se em carreiras *hip-hop*, atualmente muito comuns em destinos urbanos, nas quais a aquisição de um título de viagem permite o sair e entrar em paragens próprias dos autocarros da empresa, que passam com regularidade junto a vários pontos de atração turística da cidade.

Nos testes de 'qui-quadrado', realizados para avaliar a natureza das diferenças entre os visitantes com diferentes períodos de estada, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas entre as duas amostras em termos de sexo ( $\chi^2=.649$ ,  $p=.723$ ), de idade ( $\chi^2=13.51$ ,  $p=.095$ ), e de fase da estada ( $\chi^2=8.40$ ,  $p=.078$ ). Foram, contudo, identificadas diferenças significativas entre os diferentes grupos, em termos de escolaridade ( $\chi^2=16.73$ ,  $p=.002$ ), de distância do país de resi-

dência ( $\chi^2=15.42$ ,  $p<.001$ ), de frequência da visita anterior ( $\chi^2=7.10$ ,  $p=.029$ ), de participação num *tour* organizado ( $\chi^2=9.18$ ,  $p=.010$ ), e do tamanho do grupo de viagem ( $\chi^2=10.55$ ,  $p=.005$ ). Estas diferenças confirmam que os turistas com períodos diferentes de estada no destino são implicitamente diferentes no que respeita, sobretudo, às suas características de contexto de viagem.

#### 4. Discussão dos resultados

Pela aplicação dos testes de hipóteses já referidos, foi possível identificar diferenças entre os três grupos de visitantes quanto à duração da estada (Quadro 1). Em termos dos movimentos dos turistas, foram identificadas cinco diferenças significativas. Quanto ao afastamento do alojamento, os turistas com estada mais curta, de '1 a 3 noites' ( $M=7,91$ ) afastaram-se menos, durante o dia de visita, do alojamento do que os que ficaram '4 a 5 noites' ( $M=10,1$ ), e ainda menos dos que pernoveram '6 ou mais noites' ( $M=15,8$ ). Só não se detetaram diferenças significativas entre os turistas com estada intermédia e os com estada mais longa; contudo, parece haver uma relação linear na qual, quanto mais tempo ficam mais tendência têm de se afastarem. Por outro lado, os turistas com estada intermédia ('4 a 5 noites') foram os que reportaram com maior frequência ter-se perdido pelo menos uma vez durante a visita (20%, contra 13% dos turistas com estada inferior e 7% dos com estada mais longa). Nos inquiridos, em termos de meios de transporte: (i) a percentagem dos que usaram automóvel próprio ou alugado aumentou com a duração da estada, desde 8% em '1 a 3 noites' até 18% em '6 ou mais noites'; (ii) a percentagem dos que recorreram a transporte comercial/turístico diminuiu com a duração da estada, desde 20% em '1 a 3 noites' até 6% em '6 ou mais noites' (o que pode ser explicado pela menor realização de *tours* organizados à medida que a duração das estadas aumenta); (iii) os do grupo de estada intermédia ('4

a 5 noites') utilizaram mais os transportes públicos do que os grupos restantes (81%, contra 73% nos de '1 a 3 noites' e 68% nos de '6 ou mais noites'). Nos restantes indicadores não se verificaram diferenças significativas. A ANOVA revelou um efeito significativo da duração da estada sobre a distância total percorrida, mas não confirmado pelos subsequentes testes de comparações múltiplas.

Em termos das atrações visitadas foram identificadas sete diferenças significativas. O efeito da duração da estada sobre o número de atrações visitadas foi identificado como estatisticamente significativo. Os turistas com estada de '1 a 3 noites' (M=7,25) integraram mais atrações e atividades no seu percurso de visita do que os de '6 ou mais noites' (M=6,42). Quanto à duração da visita, os turistas com estada de '4 a 5 noites' realizaram uma visita mais longa (M=8,61, isto é, 8h37m), do que os de '1 a 3 noites' (M=7,72, isto é, 7h43m). Em termos de tipologia de atração visitada, a percentagem de turistas que visitaram a praia/costa aumentou com a duração da estada. Os turistas com estada de '6 ou mais noites' visitaram uma praia mais frequentemente (16%) do que os com estadas até três dias (2%). Nos inquiridos, relativamente à tipologia das atividades, foram identificadas quatro diferenças: (i) a percentagem dos que visitaram atrações diminuiu à medida que aumentou a duração da estada (89% em '1 a 3 noites', até 77% em '6 ou mais noites'); (ii) a percentagem dos que fizeram um *tour* organizado na cidade diminuiu à medida que aumentou a duração da estada (23% em '1 a 3 noites', até 5% em '6 ou mais noites'); (iii) os do grupo de estada intermédia ('4 a 5 noites') foram os que passearam mais a pé (100%, contra 97% nos de '1 a 3 noites' e 96% nos de '6 ou mais noites'); (iv) os do grupo com estadas até três noites muito raramente foram à praia (2%), enquanto os restantes grupos registaram percentagens superiores (10% nos de estada intermédia e 8% nos de estada mais longa).

Assim, em termos de movimento, verificou-se que quanto mais elevada foi a estada maior a propensão de afastamento do alojamento, registan-

do-se também diferenças em termos dos meios de transporte e da desorientação. Em termos da dimensão *multi-attraction*, observou-se que a duração da estada teve um impacto negativo sobre o número de atrações/atividades, identificando-se ainda diferenças no que respeita à duração da visita e às escolhas de atrações e atividades. Assim, em termos de caracterização dos diferentes grupos:

- i) Os turistas com estada mais curta tenderam a afastar-se menos do hotel e a utilizar mais o transporte comercial/turístico, demonstrando um comportamento mais avesso ao risco e mais orientado para os resultados, buscando eficácia de movimentos e otimização do tempo. Esta maximização de ver e fazer no reduzido tempo de estada no destino revelou-se também no maior número de atrações/atividades visitadas/realizadas e na maior preferência por *tour* organizado. Apressados, estes turistas de *city breaks* não percebem Lisboa como destino de 'sol e mar', afigurando-se eventualmente mais como turistas culturais;
- ii) Os turistas com estada intermédia já se afastaram mais do alojamento; revelaram também uma maior utilização dos transportes públicos, o que sugere maior tolerância ao risco e um comportamento mais exploratório do espaço e do destino, visto terem sido também aqueles que mais passearam a pé. Este facto sugere um comportamento mais intenso de deambulação pela cidade, podendo explicar a maior frequência de desorientação, bem como a procura de uma experiência mais intensa da cidade que se pretende explorar, num contexto de maior duração da sua visita;
- iii) Os turistas com estada mais longa revelaram uma maior amplitude de movimentos, até porque utilizaram mais o automóvel próprio ou alugado, indiciando maior busca de autonomia e ainda maior tolerância ao risco. São aqueles que visitaram menos atrações por dia, mostrando-se obviamente menos constrangidos pelo orçamento temporal disponível.

**Quadro 1** | Comportamento espaço-temporal segundo duração da estada.

COMPORTAMENTO ESPÁCIO-TEMPORAL	Duração da estada						Teste para análise de diferenças		
	1 a 3 n=160		4 a 5 n=152		6 ou mais n=96		Teste	Estatística do teste	$p$
Distância total percorrida	n=156	32.61	n=148	36.686	n=93	49.204	ANOVA	F= 5.212	.006**
Afastamento do alojamento	n=156	7.913 <sup>a</sup>	n=150	10.128 <sup>b</sup>	n=93	15.841 <sup>c</sup>	ANOVA <sup>(1)</sup>	F= 9.169	.000***
Geometria do percurso									
ida e volta	n=25	16.0%	n=40	26.7%	n=25	26.9%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 6.991	.136
circular	n=28	17.9%	n=27	18.0%	n=18	19.4%			
complexo	n=103	66.0%	n=83	55.3%	n=50	53.8%			
Desorientação	n=21	13.4%	n=29	19.6%	n=7	7.3%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 7.377	.025*
Meio de transporte									
automóvel	n=12	7.5%	n=13	8.7%	n=17	17.7%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 7.342	.025*
comercial/turístico	n=31	19.5%	n=16	10.7%	n=6	6.3%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 10.39	.006**
público	n=116	73.0%	n=121	81.2%	n=65	67.7%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 6.086	.048*
Nº de atrações	n=159	7.25 <sup>a</sup>	n=152	6.93	n=96	6.42 <sup>b</sup>	ANOVA(1)	F= 5.138	.006**
Duração da visita	n=158	7.715 <sup>a</sup>	n=148	8.606 <sup>b</sup>	n=93	7.783	ANOVA(1)	F= 5.055	.007**
Tipologia de atração									
praia/costa	n=3	1.9%	n=15	9.9%	n=15	15.6%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 16.17	.000***
Tipologia de atividade									
visita a atrações	n=142	89.3%	n=132	86.8%	n=74	77.1%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> =7.568	.023*
tour organizado	n=37	23.3%	n=10	6.6%	n=5	5.2%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> =25.89	.000***
passar a pé	n=154	96.9%	n=152	100%	n=92	95.8%	Teste exato de Fisher		.029*
ir à praia	n=3	1.9%	n=15	9.9%	n=8	8.3%	Qui-quadrado	X <sup>2</sup> = 9.073	.011*

Fonte: Elaboração própria.

Notas: \*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$  (teste bilateral) |<sup>(1)</sup> As médias, na mesma linha, com diferentes letras, são significativamente diferentes em termos estatísticos (n.s. 5%). | Na aplicação da ANOVA, nos casos em que não se verificou a condição de aplicabilidade relativa à homogeneidade das variâncias a um nível de significância de 5%, foram calculadas as estatísticas de Welch e de Brown-Forsythe e os testes de comparações múltiplas adequados de Games-Howell. Por sua vez, o Qui-quadrado foi substituído pelo Teste Exato de Fisher quando mais de 20% das células registaram frequência esperada abaixo de 5.

## 5. Conclusões

Esta pesquisa analisou o comportamento espaço-temporal dos turistas segundo a duração da sua estada no destino. Os resultados suportam as proposições do estudo visto que os três grupos

com uma duração da estada diversa diferiram entre si nos padrões de comportamento, em termos de movimento e *multi-attraction*. O estudo adotou uma abordagem inovadora na análise de comportamento espaço-temporal dos turistas nestas suas dimensões (movimentos e atrações).

Com base na literatura, era esperado que uma maior duração da estada promovesse a dispersão espacial e a amplitude *multi-attraction* (Fennell, 1996; McKercher & Lau, 2008), o que se confirmou. Em linha com McKercher e Lau (2008), e Shoval e Raveh (2004), nas estadas mais longas, a maior amplitude territorial parece derivar da visita a atrações mais periféricas, e da preferência pelo automóvel como meio de transporte; pelo contrário, os *city tours*, com recurso a transporte comercial/turístico, revelaram-se associados a estadas mais curtas. O comportamento espacial mais exploratório dos turistas com estada intermédia, mas menos familiarizados com o destino, parece resultar numa maior desorientação, uma mais frequente utilização de transportes públicos e em passear mais a pé, relações ainda não verificadas noutros estudos sobre comportamento espaço-temporal em destinos urbanos. Em termos de dimensão *multi-attraction*, confirmam-se os resultados de Mansfeld (1990, citado por Koo et al., 2012) e Xia (2007), sendo que a limitação temporal da estada parece induzir o turista a ver e a fazer o máximo número de atrações e atividades, respetivamente.

Em linha com McKercher e Lau (2008), a especificidade das atrações e atividades realizadas pelos turistas foi útil para diferenciar os diversos padrões de comportamento espaço-temporal, enquanto a forma geométrica dos itinerários não revelou diferenças significativas.

Esta análise sobre as necessidades e preferências dos turistas segundo a duração da estada, permite aos agentes e destinos turísticos – em particular, Lisboa – desenhar e oferecer experiências e produtos de visita à cidade mais atraentes e diversificados, para atender às expectativas e desejos de turistas com períodos de estada diversos, desenvolvendo atividades de marketing dirigidas a estes diferentes segmentos de mercado (McKercher et al., 2012). A oferta de *city tours*, ao permitirem incluir múltiplas atrações no mesmo dia de visita, deve ser mais dirigida a turistas com estada mais curta, sendo que a maior autonomia e liberdade proporcionada pelas carreiras *hip-hop* se afigura

adequada e deve ser comunicada aos restantes segmentos que procuram mais autonomia mas ariscam simultaneamente uma maior desorientação. Estas carreiras parecem particularmente adequadas para atender à vontade de exploração dos turistas mais autônomos, permitindo-lhes simultaneamente um acesso mais fácil aos principais locais de atração da cidade, a partir dos quais podem realizar os seus percursos mais independentes, sem perder a ligação a uma rota que possa servir de base de orientação e movimento seguro no espaço urbano. Por outro lado, devem ser desenhados e oferecidos aos turistas, com estadas intermédias e mais longas, propostas de percursos de visita à cidade na forma de informação turística tradicional bem como de aplicações *online*, que considerem a deambulação, mais vagarosa e de interação com o espaço e o destino no seu conjunto. A estes turistas que permanecem mais tempo, o destino deve assegurar, sobretudo, boa sinalização e informação, para evitar situações de desorientação quando se aventuram em áreas menos turísticas ou mais periféricas. Para os turistas com transporte próprio ou alugado, a conceção e oferta de itinerários de visita mais ampla à região, devidamente estruturada e sinalizada, é outra das sugestões a extrair desta pesquisa.

Algumas limitações devem ser reconhecidas. O estudo monitorizou os movimentos de indivíduos durante um dia da sua visita a Lisboa e não em toda a sua estada, devido a razões pragmáticas relacionadas com o tempo de vida útil da bateria do dispositivo GPS e também para garantir a sua recuperação durante a viagem. No entanto, a agregação de dias individuais de visita para compreender os movimentos turísticos coletivos é considerada adequada (McKercher & Lau, 2008). Por outro lado, a literatura sugere outras variáveis de influência – por exemplo, as características pessoais dos turistas e de dinâmica de grupo – que não foram examinadas neste estudo. Sendo parciais, em todo o caso, os resultados apresentados indiciam importantes e significativas diferenças no que respeita à duração da estada.

## Referências bibliográficas

- Aho, S. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37.
- ANA (2014). *Número de passageiros nos aeroportos portugueses ultrapassa os 32 milhões*. Acedido a 20 de fevereiro de 2014, disponível em <https://www.ana.pt/pt-PT/Topo/Institucional/SobreANA/Imprensa/Noticias/Paginas/N%C3%BAmero-de-passageiros-nos-aeroportos-portugueses-ultrapassa-os-32-milh%C3%B5es.aspx?fromlist=1>
- Ashworth, G. (1989). Urban tourism: An imbalance in attention. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 1, 33-54.
- Ashworth, G., & Page, S. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2000). *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*. Oxford: Elsevier Science.
- Downs, R., & Stea, D. (2009). *Image & environment: Cognitive mapping and spatial behavior*. New Brunswick: Aldine Transaction.
- Edwards, D., Dickson, T., Griffin, A., & Hayllar, B. (2010). Tracking the urban visitor: Methods for examining tourists' spatial behaviour and visual representations. In W. Richards (Ed.), *Cultural tourism research methods* (pp. 104-114). UK: CABI.
- Edwards, D., & Griffin, T. (2013). Understanding tourists' spatial behaviour: GPS tracking as an aid to sustainable destination management. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 580-595.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: Developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Espelt, N., & Benito, J. (2006). Visitors' behavior in heritage cities: The case of Girona. *Journal of Travel Research*, 44(4), 442-448.
- Fennell, D. (1996). A tourist space-time budget in the Shetland Islands. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 811-829.
- Grinberger, A., Shoval, N., & Mckercher, B. (2014). Typologies of tourists' time-space consumption: A new approach using GPS data and GIS tools. *Tourism Geographies*, 1-19. DOI:10.1080/14616688.2013.869249
- Henriques, C. (2003). *Turismo, cidade e cultura: Planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hunt, M., & Crompton, J. (2008). Investigating attraction compatibility in an east Texas city. *International Journal of Tourism Research*, 10(3), 237-246.
- Kastenholz, E. (2004). Assessment and role of destination-self-congruity. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 719-723.
- Koo, T., Wu, C., & Dwyer, L. (2012). Dispersal of visitors within destinations: Descriptive measures and underlying drivers. *Tourism Management*, 33(5), 1209-1219.
- Lau, G., & Mckercher, B. (2006). Understanding tourist movement patterns in a destination: A GIS approach. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 39-49.
- Lew, A. (1994). A framework of tourist attraction research. In J. Ritchie & C. Goeldner (Eds.), *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (pp. 291-304). Nova Iorque: John Wiley & Sons.
- Lew, A., & Mckercher, B. (2006). Modeling tourist movements: A local destination analysis. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403-423.
- Mckercher, B., & Lau, G. (2008). Movement patterns of tourists within a destination. *Tourism Geographies*, 10(3), 355-374.
- Mckercher, B., Shoval, N., Ng, E., & Birenboim, A. (2012). First and repeat visitor behaviour: GPS tracking and GIS analysis in Hong Kong. *Tourism Geographies*, 14(1), 147-161.
- Middleton, V. (1989). Marketing implications for attractions. *Tourism Management*, 10(3), 229-232.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2003). *Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Porto de Lisboa (2014). *Atividade portuária: Consultas estatísticas online*. Acedido a 20 de fevereiro de 2014, disponível em [http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_PORTO\\_LISBOA/ESTATISTICAS/ATIVIDADE\\_PORTUARIA/CONSULTAS\\_ONLINE](http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/ESTATISTICAS/ATIVIDADE_PORTUARIA/CONSULTAS_ONLINE)
- Shoval, N., & Raveh, A. (2004). Categorization of tourist attractions and the modeling of tourist cities: Based on the co-plot method of multivariate analysis. *Tourism Management*, 25(6), 741-750.
- Tideswell, C., & Faulkner, B. (1999). Multidestination travel patterns of international visitors to Queensland. *Journal of Travel Research*, 37(4), 364-374.
- Tung, V., & Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.
- Turismo de Portugal (2014). *Quadros estatísticos: Dormidas - Lisboa 2013*. Acedido a 20 de fevereiro de 2014, disponível em [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/quadroestatisticos/dormidas/Documents/Dormidas%202013%20Lisboa\\_Mercados%20-%20TOP%2010.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/quadroestatisticos/dormidas/Documents/Dormidas%202013%20Lisboa_Mercados%20-%20TOP%2010.pdf)
- Tussyadiah, I., & Zach, F. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 780-800.
- WTTC (2007). *Lisboa: O impacto das viagens & turismo na economia e no emprego*. Acedido a 20 de janeiro de 2013, disponível em <http://www.visitlisboa.com/getdoc/93409d94-f541-466d-a0cd-dc7e0dc263f5/Lisboa---O-Impacte-das-Viagens---Turismo-na-Econom.aspx>
- Xia, J. (2007). *Modelling the spatial-temporal movement of tourists*. Tese de Doutoramento, Universidade RMIT, Melbourne, Austrália.
- Xia, J., Evans, F., Spilsbury, K., Ciesielski, V., Arrowsmith, C., & Wright, G. (2010). Market segments based on the dominant movement patterns of tourists. *Tourism Management*, 31(4), 464-469.
- Xia, J., Zeepongsekul, P., & Packer, D. (2011). Spatial and temporal modelling of tourist movements using Semi-Markov processes. *Tourism Management*, 32(4), 844-851.
- Xiao-Ting, H., & Bi-Hu, W. (2012). Intra-attraction tourist spatial-temporal behaviour patterns. *Tourism Geographies*, 14(4), 625-645.
- Zakrisson, I., & Zillinger, M. (2012). Emotions in motion: Tourist experiences in time and space. *Current Issues in Tourism*, 15(6), 505-523.
- Zillinger, M. (2007). Tourist routes: A time-geographical approach on German car-tourists in Sweden. *Tourism Geographies*, 9(1), 64-83.