

## **Índice**

<b>1 - Introdução</b>	<b>12</b>
<b>1.1 – Enquadramento Geral</b>	<b>12</b>
<b>1.2 – Problema de estudo</b>	<b>13</b>
<b>1.3 – Objetivos de pesquisa</b>	<b>14</b>
<b>1.3.1 – Objetivo geral</b>	<b>14</b>
<b>1.3.2 – Objetivos específicos</b>	<b>14</b>
<b>1.4 – Metodologia</b>	<b>14</b>
<b>1.5 – Estrutura do trabalho</b>	<b>15</b>
<b>2 – Caraterização do Turismo</b>	<b>17</b>
<b>2.1 – Noções importantes e visão global</b>	<b>17</b>
<b>2.1.1 – Análise dos mercados concorrentes</b>	<b>22</b>
<b>2.1.2 – Análise dos principais mercados emissores</b>	<b>24</b>
<b>2.1.3 – Análise Nacional por regiões</b>	<b>24</b>
<b>2.1.4 – Análise da cidade de Évora</b>	<b>25</b>
<b>2.1.5 – Análise prospetiva</b>	<b>26</b>
<b>3 – Enquadramento teórico</b>	<b>29</b>
<b>3.1 – Marketing Relacional</b>	<b>29</b>
<b>3.2 – O Modelo SERVQUAL</b>	<b>31</b>
<b>3.2.1 – A Qualidade no serviço de turismo</b>	<b>39</b>

<b>3.2.2 – Críticas à escala SERVQUAL</b>	<b>42</b>
<b>3.2.2.1 – Dimensões e variáveis</b>	<b>42</b>
<b>3.2.2.2 – Instrumentos e escala</b>	<b>43</b>
<b>3.3 – Estudos científicos do SERVQUAL aplicados ao turismo</b>	<b>45</b>
<b>4 – Metodologia</b>	<b>55</b>
<b>4.1 – Procedimentos metodológicos</b>	<b>55</b>
<b>4.1.1 – Conhecimento científico e método</b>	<b>55</b>
<b>4.1.2 – Delimitação do tema</b>	<b>56</b>
<b>4.1.3 – Procura de compreensão do sistema</b>	<b>56</b>
<b>4.1.4 – Objetivos do estudo</b>	<b>57</b>
<b>4.1.5 – Opções metodológicas</b>	<b>57</b>
<b>4.1.5.1 – Visão epistemológica</b>	<b>59</b>
<b>4.1.5.2 – Estratégia de pesquisa</b>	<b>60</b>
<b>4.1.5.3 – Abordagem de pesquisa</b>	<b>62</b>
<b>4.1.5.4 – Instrumento de pesquisa</b>	<b>64</b>
<b>4.2 – Etapas do processo de investigação</b>	<b>65</b>
<b>4.2.1 – Fase concetual</b>	<b>65</b>
<b>4.2.2 – Fase metodológica</b>	<b>66</b>
<b>4.2.3 – Fase empírica</b>	<b>77</b>
<b>5 – Resultados</b>	<b>78</b>
<b>5.1 – O perfil do turista de Évora</b>	<b>78</b>
<b>5.1.2 – Caraterização dos respondentes</b>	<b>79</b>

<b>5.1.2 – Caraterização dos respondentes em época baixa</b>	<b>79</b>
<b>5.1.3 – Caraterização dos respondentes em época alta</b>	<b>81</b>
<b>5.1.4 - Comparação da caraterização dos respondentes entre época baixa e época alta</b>	<b>84</b>
<b>5.1.5 – Questões abertas aos respondentes de época baixa e época alta</b>	<b>84</b>
<b>5.2 – Análise dos resultados obtidos (Época baixa e Época alta)</b>	<b>86</b>
<b>5.2.1 – Enquadramento</b>	<b>86</b>
<b>5.2.2 – Análise dos resultados de época baixa (Dezembro de 2014, Janeiro e Fevereiro de 2015)</b>	<b>90</b>
<b>5.2.2.1 – Avaliação da diferença entre expetativas e perceção real (Época baixa)</b>	<b>90</b>
<b>5.2.2.2 – Avaliação da qualidade esperada e da qualidade percebida dos atributos de carácter específico</b>	<b>91</b>
<b>5.2.2.2.1 – Interpretação dos resultados dos testes de hipóteses</b>	<b>91</b>
<b>5.2.2.2.2 – Comportamentos dos turistas ou visitante antes, durante e após a viagem (Época baixa)</b>	<b>95</b>
<b>5.2.2.3 – Análise das componentes principais</b>	<b>98</b>
<b>5.2.2.3.1 – KMO expetativas – Época baixa</b>	<b>98</b>
<b>5.2.2.3.2 – Identificação, composição interpretação dos componentes relacionados com as expetativas em época baixa</b>	<b>99</b>
<b>5.2.2.3.3 – KMO perceções reais – Época baixa</b>	<b>101</b>
<b>5.2.2.3.4 – Identificação, composição e interpretação dos componentes relacionados com as perceções reais em época baixa</b>	<b>101</b>
<b>5.2.2.4 – Comparação entre componentes de expetativas e perceções reais de época baixa com modelos de regressão logística</b>	<b>103</b>
<b>5.2.3 – Análise dos resultados em época alta (Julho, Agosto e Setembro de 2015)</b>	<b>106</b>

<b>5.2.3.1 – Avaliação da diferença entre expetativas e perceções reais (Época alta)</b>	<b>106</b>
<b>5.2.3.2 - Avaliação da qualidade esperada e da qualidade percebida dos atributos de carácter específico</b>	<b>107</b>
<b>5.2.3.2.1 – Interpretação dos resultados dos testes de hipóteses</b>	<b>107</b>
<b>5.2.3.2.2 – Comportamentos dos turistas ou visitantes antes, durante e após a viagem (Época alta)</b>	<b>110</b>
<b>5.2.3.3 – Análise Componentes Principais</b>	<b>113</b>
<b>5.2.3.3.1 – KMO Expetativas em época alta</b>	<b>113</b>
<b>5.2.3.3.2– Identificação, composição e interpretação dos componentes relacionados com as expetativas em época alta</b>	<b>114</b>
<b>5.2.3.3.3 – KMO Perceções Reais em Época alta</b>	<b>115</b>
<b>5.2.3.3.4 – Identificação, composição e interpretação dos componentes relacionados com as perceções reais em época alta</b>	<b>116</b>
<b>5.2.3.4 – Comparação entre componentes de expetativas e perceções reais com modelos de regressão logística</b>	<b>118</b>
<b>5.2.4 – Principais resultados obtidos</b>	<b>121</b>
<b>5.2.5 – Discussão de resultados</b>	<b>125</b>
<b>6 - Conclusão, Limitações e Recomendações</b>	<b>128</b>
<b>6.1 – Conclusões</b>	<b>128</b>
<b>6.2 - Limitações</b>	<b>131</b>
<b>6.3 - Recomendações</b>	<b>132</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>135</b>

## Índice de Quadros

<b>Quadro 1 – Principais definições de turismo</b>	<b>18</b>
<b>Quadro 2 – Cronologia histórica influente no turismo</b>	<b>19</b>
<b>Quadro 3 – Dimensões do SERVQUAL</b>	<b>34</b>
<b>Quadro 4 – Cinco dimensões consolidadas do SERVQUAL</b>	<b>35</b>
<b>Quadro 5 – Gaps do modelo SERVQUAL de qualidade de serviço</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 6 – Características dos serviços</b>	<b>40</b>
<b>Quadro 7 – Comparação de abordagem de pesquisa qualitativa e quantitativa</b>	<b>64</b>
<b>Quadro 8 – Unidades hoteleiras de apoio à investigação</b>	<b>70</b>
<b>Quadro 9 – Dimensões da designação dos atributos do modelo original SERVQUAL</b>	<b>72</b>
<b>Quadro 10 – Dimensões e atributos utilizados resultantes da adaptação do modelo SERVQUAL</b>	<b>72</b>
<b>Quadro 11 – Matriz do questionário da adaptação do SERVQUAL</b>	<b>75</b>
<b>Quadro 12 – Perfil do visitante de Évora</b>	<b>79</b>
<b>Quadro 13 – Dimensões e atributos utilizados resultantes da adaptação do modelo SERVQUAL</b>	<b>87</b>
<b>Quadro 14 – Principais resultados de estatística descritiva</b>	<b>122</b>
<b>Quadro 15 – Análise de resultados de regressão logística</b>	<b>125</b>

## **Índice de Figuras**

<b>Figura 1 – Países concorrentes de Portugal no turismo</b>	<b>22</b>
<b>Figura 2 – A perceção da qualidade do serviço pelo consumidor</b>	<b>33</b>
<b>Figura 3 – Modelo SERVQUAL de Qualidade de Serviço</b>	<b>36</b>
<b>Figura 4 - Modelo para escolha do Método de Pesquisa Científica</b>	<b>58</b>
<b>Figura 5 – Estratégias de Pesquisa</b>	<b>62</b>
<b>Figura 6 – Desenho de investigação</b>	<b>68</b>

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1 – Chegadas de turistas internacionais 2000-2010 (Unidade: milhões)</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico 2 – Dormidas por Região (Unidade: percentagem)</b>	<b>25</b>
<b>Época Baixa</b>	
<b>Gráfico 3 - Género dos respondentes (Unidade: percentagem)</b>	<b>79</b>
<b>Gráfico 4 - Grupos etários dos respondentes (Unidade: percentagem)</b>	<b>79</b>
<b>Gráfico 5 – Estado civil dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>80</b>
<b>Gráfico 6 – Habilitações literárias dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>80</b>
<b>Gráfico 7 – Nacionalidades dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>81</b>
<b>Época Alta</b>	
<b>Gráfico 8 – Género dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico 9 - Grupos etários dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico 10 – Estado civil dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico 11 – Habilitações literárias dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>83</b>
<b>Gráfico 12 – Nacionalidades dos respondentes (Unidade: Percentagem)</b>	<b>83</b>
<b>Época Baixa</b>	
<b>Gráfico 13 – Valores médios de expetativas e perceções reais</b>	<b>91</b>
<b>Gráfico 14 – Fatores de influência para visitar Évora (Unidade: Percentagem)</b>	<b>95</b>

## Índice de Gráficos

### Época Baixa

<b>Gráfico 15 – Número de vezes que visitou a cidade (Unidade: Percentagem)</b>	<b>96</b>
<b>Gráficos16 - Recomendação da cidade (Unidade: Percentagem)</b>	<b>96</b>
<b>Gráfico 17 – Intenção de voltar (Unidade: Percentagem)</b>	<b>96</b>
<b>Gráfico 18 – Consciência de visita a uma cidade Património Mundial (Unidade: Percentagem)</b>	<b>96</b>
<b>Gráfico 19 – Lembrança que o turista leva consigo (Unidade: percentagem)</b>	<b>97</b>
<b>Gráfico 20 – Permanência de dias em Évora (Unidade: percentagem)</b>	<b>97</b>
<b>Gráfico 21 – Se viaja muitas vezes por ano (Unidade: Percentagem)</b>	<b>98</b>
<b>Gráfico 22 - Em que épocas (Unidade: Percentagem)</b>	<b>98</b>

### Época Alta

<b>Gráfico 23 – Valores médios de expetativas e perceções reais (Unidade: Percentagem)</b>	<b>106</b>
<b>Gráfico 24 – Fatores de influência para visitar Évora (Unidade: Percentagem)</b>	<b>110</b>
<b>Gráfico 25 – Número de vezes que visitou a cidade (Unidade: Percentagem)</b>	<b>111</b>
<b>Gráfico 26 – Recomendação da cidade (Unidade: Percentagem)</b>	<b>111</b>
<b>Gráfico 27 - Intenção de voltar (Unidade: Percentagem)</b>	<b>111</b>
<b>Gráfico 28 - Consciência de visita a uma cidade Património Mundial (Unidade: Percentagem)</b>	<b>111</b>
<b>Gráfico 29 – Lembrança que o turista leva consigo (Unidade: percentagem)</b>	<b>112</b>



## Índice de Gráficos

<b>Época Alta</b>	
<b>Gráfico 30 – Permanência de dias em Évora (Unidade: percentagem)</b>	<b>112</b>
<b>Gráfico 31 – Se viaja muitas vezes por ano (Unidade: Percentagem)</b>	<b>113</b>
<b>Gráfico 32 - Em que épocas (Unidade: Percentagem)</b>	<b>113</b>

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 1 – Resumo conclusivo da caracterização dos respondentes</b>	<b>84</b>
<b>Tabela 2 - Definição de Évora numa palavra</b>	<b>85</b>
<b>Tabela 3 - Sugestões de melhoria</b>	<b>86</b>
<b>Tabela 4 – KMO (Validade da análise fatorial)</b>	<b>90</b>
<b>Época Baixa</b>	
<b>Tabela 5 – Resultados dos testes T-Student/M.Withney (Época Baixa)</b>	<b>93</b>
<b>Tabela 6 – KMO and Bartlett’s Test (Expetativas)</b>	<b>99</b>
<b>Tabela 7 – Componentes Principais (Expetativas em época baixa)</b>	<b>99</b>
<b>Tabela 8 – Variáveis da Componente Património</b>	<b>100</b>
<b>Tabela 9 – Variáveis da Componente Gastronomia</b>	<b>100</b>
<b>Tabela 10 – KMO and Bartlett’s Test (Perceção Real)</b>	<b>101</b>
<b>Tabela 11 – Componentes Principais (Perceções Reais em época baixa)</b>	<b>102</b>
<b>Tabela 12 – Variáveis da Componente Gastronomia</b>	<b>102</b>
<b>Tabela 13 – Variáveis da Componente Hotéis</b>	<b>103</b>
<b>Tabela 14 – Variáveis da Componente Tecnologias/Comunicações</b>	<b>103</b>
<b>Tabela 15 – Modelo de Regressão Logística (Perceções Reais)</b>	<b>105</b>
<b>Época Alta</b>	
<b>Tabela 16 – Resultados dos testes T-Student/M.Withney (Época Alta)</b>	<b>108</b>
<b>Tabela 17 - KMO and Bartlett's Test (Expetativas)</b>	<b>114</b>
<b>Tabela 18 – Componentes Principais (Expetativas em época alta)</b>	<b>114</b>
<b>Tabela 19 – Variáveis da componente comunicações e entretenimento</b>	<b>115</b>
<b>Tabela 20 – Variáveis da componente sinalização e informação histórica</b>	<b>115</b>

## **Índice de Tabelas**

### **Época Alta**

<b>Tabela 21 - KMO and Bartlett's Test (Percepção Real)</b>	<b>116</b>
<b>Tabela 22 – Componentes Principais (Percepções Reais em época alta)</b>	<b>117</b>
<b>Tabela 23 – Variáveis da componente hotelaria</b>	<b>117</b>
<b>Tabela 24 – Variáveis da Componente património, acolhimento e gastronomia</b>	<b>118</b>
<b>Tabela 25 – Variáveis da Componente animação e experiências turísticas</b>	<b>118</b>
<b>Tabela 26 – Variáveis da Componente tecnologias e comunicações</b>	<b>118</b>
<b>Tabela 27 – Modelo de Regressão Logística (Expetativas)</b>	<b>120</b>
<b>Tabela 28 – Modelo de Regressão Logística (Percepções Reais)</b>	<b>121</b>
<b>Principais resultados</b>	
<b>Tabela 29 – Comparação das principais estatísticas</b>	<b>123</b>
<b>Tabela 30 – Análise das componentes principais</b>	<b>124</b>