



ALGARVE

Perfil e Potencial Económico-Social do
Turismo Náutico



ALGARVE

Perfil e Potencial Económico-Social do
Turismo Náutico

FICHA TÉCNICA

Título:

Perfil e potencial económico-social do turismo náutico no Algarve

Edição:

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve

Coordenação Científica:

Fernando Perna (Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo, Universidade do Algarve)

Equipa técnica:

(Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo, Universidade do Algarve)

Fernando Perna, Economia e Desenvolvimento Regional

Maria João Custódio, Análise Metodológica e Processo de Formação da Imagem

Pedro Gouveia, Econometria e Impactos Macroeconómicos

Vanessa Oliveira, Apoio Técnico-Científico

Design Gráfico e Produção:

IDEIAS em baú, Comunicação Marketing, Lda

Impressão:

SIG, Soc. Ind. Gráfica

Tiragem:

500 exemplares

ISBN:

978-989-8208-03-3

Depósito legal:

287029/08

Data de Edição:

Dezembro 2008

Reprodução autorizada, excepto para fins comerciais, com indicação expressa da fonte
Versão digital disponível em www.ccdr-alg.pt



Índice



ÍNDICE

Introdução	13
1. O Segmento dos lates no Contexto Regional	19
2. Caracterização da Oferta	25
2.1 Marinas e Portos de Recreio no Algarve	26
2.2 Evolução da Oferta de Postos de Amarração	28
2.3 Modelos Contratuais de Postos de Amarração	31
2.4 Comercialização de Contratos por Nacionalidade	34
2.5 Aproximação aos Impactos Directos sobre o Emprego	38
2.6 O Turismo Náutico, Sazonalidade e Golfe.....	40
3. Caracterização da Procura	47
3.1 Notas Metodológicas e Caracterização da Amostra.....	48
3.2 Mercados de Origem dos Nautas	51
3.3 Caracterização da Visita	54
3.4 Perfil Sócio-Económico do Nauta	63
3.5 Impacto Económico Agregado na Economia Regional	73
3.5.1 Metodologia	73
3.5.2 Efeitos sobre o Emprego e o Valor Acrescentado Bruto (VAB)	75
3.6 Avaliação da Imagem da Região pelos Nautas	77
4. Cenários de Desenvolvimento	85
4.1 Análise da Concorrência.....	86
4.2 Análise SWOT.....	94
4.3 Contributo para uma Estratégia do Turismo Náutico no Segmento dos lates	99
5. Conclusão.....	105
Anexos.....	111
Anexo I - Fichas por Marina e Porto de Recreio.....	112
Anexo II – Prémios e Certificados.....	118
Anexo III - Enquadramento Legal da Actividade Marítimo-Turística.....	119
Bibliografia.....	123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 – Número de Embarcações por Posto de Amarração Disponível no Algarve (Segundo Área de Registo da Embarcação)	21	Gráfico 3.3 – Distribuição Acumulada do Comprimento das Embarcações	49
Gráfico 2.1 – Número de Postos de Amarração por Instalação	26	Gráfico 3.4 – Período de Recolha do Questionário	50
Gráfico 2.2 – Número de Postos de Amarração nas Marinhas e Portos de Recreio do Algarve	26	Gráfico 3.5 – Distribuição Relativa das Embarcações Entradas nas Marinhas ou Portos de Recreio por Nacionalidade	51
Gráfico 2.3 – Oferta de Lugares por Classes das Embarcações em 2008	29	Gráfico 3.6 – País de Registo da Embarcação	52
Gráfico 2.4 – Distribuição Relativa do Número de Postos de Amarração Passíveis de Contrato <i>versus</i> Reservados a Passantes em 2008	30	Gráfico 3.7 – País de Residência Habitual da Tripulação.....	53
Gráfico 2.5 – Distribuição dos Contratos por Tipo de Permanência	31	Gráfico 3.8 – Região de Residência Habitual da Tripulação Residente em Portugal	53
Gráfico 2.6 – Distribuição Relativa dos Postos de Amarração por Tipo de Contrato em 2005.....	32	Gráfico 3.9 – Região de Residência Habitual da Tripulação Residente em Espanha	54
Gráfico 2.7 – Distribuição Relativa dos Postos de Amarração por Tipo de Contrato em 2006.....	32	Gráfico 3.10 – Primeira Visita ao Algarve	55
Gráfico 2.8 – Distribuição relativa dos Postos de Amarração por Tipo de Contrato em 2007.....	33	Gráfico 3.11 – Marina ou Porto de Recreio onde a Embarcação Permanece mais Tempo	57
Gráfico 2.9 – Evolução da Distribuição Relativa dos Contratos de Duração Igual ou Superior a 9 Meses pelas Duas Principais Nacionalidades: Portugal e Reino Unido	35	Gráfico 3.12 – Fundeadouros onde a embarcação Permanece mais Tempo	58
Gráfico 2.10 – Evolução da Distribuição Relativa dos Contratos de Duração Igual ou Superior a 9 Meses pelas Restantes Nacionalidades	35	Gráfico 3.13 – Necessidade Identificada pelos Nautas de mais Postos de Amarração em Marinhas e/ou Portos de Recreio, Estaleiros e Fundeadouros	58
Gráfico 2.11 – Distribuição Relativa dos Contratos de Duração Igual ou Superior a 9 Meses por Nacionalidade, em 2005	36	Gráfico 3.14 – Regresso dos Nautas ao País/Região de Residência Durante a Permanência da Embarcação no Algarve	59
Gráfico 2.12 – Distribuição Relativa dos Contratos de Duração Igual ou Superior a 9 Meses por Nacionalidade, em 2006.....	37	Gráfico 3.15 – Frequência Acumulada das Viagens de Regresso ao País/Região de Origem	60
Gráfico 2.13 – Distribuição Relativa dos Contratos de Duração Igual ou Superior a 9 Meses por Nacionalidade, em 2007	38	Gráfico 3.16 – Último País onde a Embarcação Permanece Antes de Chegar ao Algarve	61
Gráfico 2.14 – Rácio entre o Pessoal ao Serviço em Empresas Situadas na Área Envolvente <i>versus</i> Funcionários das Marinhas ou Portos de Recreio	40	Gráfico 3.17 – Último Porto da Embarcação Antes de Chegar ao Algarve	62
Gráfico 2.15 – Taxa Média Mensal de Ocupação das Marinhas e Portos de Recreio	41	Gráfico 3.18 – Próximo Porto da Embarcação Após Sair do Algarve	62
Gráfico 2.16 – Taxa Média Mensal de Ocupação das Marinhas e Portos de Recreio e em Estabelecimentos Hoteleiros Classificados	41	Gráfico 3.19 – Intenção de Regresso ao Algarve com a Embarcação	63
Gráfico 2.17 – Número de Embarcações Entradas por Mês nas Marinhas e Portos de Recreio	42	Gráfico 3.20 – Tripulantes por Grupo Etário	64
Gráfico 2.18 – Entradas nas Marinhas e Portos de Recreio <i>versus</i> Dormidas em Estabelecimentos Hoteleiros Classificados, em 2007	43	Gráfico 3.21 – Tripulantes Segundo o Género	64
Gráfico 2.19 – Taxa de Ocupação nas Marinhas e Portos de Recreio <i>versus</i> Voltas Vendidas em Campos de Golfe, em 2007	44	Gráfico 3.22 – Posse de Segunda Residência no Algarve	65
Gráfico 2.20 – Entradas nas Marinhas e Portos de Recreio <i>versus</i> Voltas Vendidas em Campos de Golfe, em 2007	45	Gráfico 3.23 – Despesa Média Diária Excluindo o Custo com a Amarração e Serviços de Estaleiro	66
Gráfico 3.1 – Distribuição da Amostra por Local de Recolha	48	Gráfico 3.24 – Despesa Média Diária por Categorias, Excluindo o Custo com a Amarração e Serviços de Estaleiro	67
Gráfico 3.2 – Tipo de Embarcação	49	Gráfico 3.25 – Refeições segundo o Local de Consumo	68
		Gráfico 3.26 – Percentagem Acumulada da Despesa Efectuada em Serviços de Estaleiro por Embarcação	70
		Gráfico 3.27 – Avaliação dos Serviços Náuticos Prestados	71
		Gráfico 3.28 – Classificação Média dos Serviços Associados à Náutica	72
		Gráfico 3.29 – Possibilidade de Contratação Futura do mesmo Tipo de Serviço Associado à Náutica	72
		Gráfico 3.30 – Distribuição de Frequências Relativas dos Atributos de Imagem Cognitiva	79
		Gráfico 3.31 – Média dos Atributos de Imagem Cognitiva	80

Gráfico 3.32 – Distribuição de Frequências dos atributos relativos às Condições Náuticas	82
Gráfico 3.33 – Média dos Atributos das Condições Náuticas	83
Gráfico 4.1 – Aluguer de Amarração: Valores Semanais em Época Baixa para Embarcações de 36 Pés	90
Gráfico 4.2 – Aluguer de Amarrações: Valores Semanais em Época Alta para Embarcações de 36 Pés	91
Gráfico 4.3 – Aluguer de Embarcações: Valores Semanais em Época Baixa para Embarcações de 36 a 39 Pés	92
Gráfico 4.4 – Aluguer de Embarcações: Valores Semanais em Época Alta para Embarcações de 36 a 39 Pés	93

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 2.1 – Identificação de Prémios ou Certificados de Qualidade	27
Tabela 2.2 – Rácio Amarrações / Pessoal ao Serviço	39
Tabela 3.1 – Número de Tripulantes na Visita ao Algarve	55
Tabela 3.2 – Estada Média na Visita ao Algarve	56
Tabela 3.3 – Percentagem de Tempo que a Embarcação Permaneceu em Posto de Amarração em Marinas e/ou Porto de Recreio, Estaleiro e Fundeada	56
Tabela 3.4 – Despesa Média Diária Excluindo o Custo com a Amarração e Serviços de Estaleiro	65
Tabela 3.5 – Intervalos de Confiança da Despesa Média Diária por Categorias, Excluindo o Custo com a Amarração e Serviços de Estaleiro	67
Tabela 3.6 – Intervalos de Confiança de Refeições Consumidas a Bordo, em Restaurantes e Cafés e Outros Locais	68
Tabela 3.7 – Despesas com Amarração	69
Tabela 3.8 – Despesas Efectuadas em Estaleiro por Embarcação (Euros)	71
Tabela 3.9 – Despesa Total de Estada (dos Nautas) e Amarrações	75
Tabela 3.10 – Despesa Total em Serviços Prestados por Estaleiro	76
Tabela 3.11 – Impacto Total da Procura das Marinas e Portos de Recreio do Algarve	77
Tabela 3.12 – Imagem Avaliada através de Palavras-Chave	81
Tabela 4.1 – Principais Regiões Concorrentes ao Algarve	86
Tabela 4.2 – Oferta de Postos de Amarração em Marinas e Portos de Recreio da Andaluzia	87
Tabela 4.3 – O Algarve Face às Províncias de Huelva, Sevilha e Cádiz	89
Tabela 4.4 – Análise SWOT Relativa ao Turismo Náutico no Algarve - Pontos Fortes e Pontos Fracos	95
Tabela 4.5 – Análise SWOT Relativa ao Turismo Náutico na Região do Algarve Oportunidades e Ameaças	97



Introdução



Introdução

Conscientes da importância crescente do mar e das dinâmicas económicas associadas, com ênfase no potencial e oportunidades do turismo náutico, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDRAlg) e o Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo (CIITT) da Universidade do Algarve, estabeleceram um acordo contratual em 21 de Dezembro de 2007, o qual tem por objecto a investigação conducente ao estudo do perfil e potencial económico-social do turismo náutico no Algarve.

A presente edição materializa o terceiro contributo formal do estudo em causa, centrado no papel do iatismo (vela e motor) e perfil dos respectivos nautas que recorrem a equipamentos de acolhimento na região (particularmente Marinas e Portos de Recreio), através dos quais são introduzidos na economia um conjunto de impactos económicos e retida uma determinada imagem do destino, cujo conhecimento e gestão conjunta é decisivo para a criação, incorporação e percepção de valor no produto em estudo. Seja a presença do nauta motivada por actividades desportivas (náutica desportiva), seja por actividades de recreio (náutica de recreio), o iatismo incorporado em ambos tem hoje uma presença inequívoca na região, acompanhado de forma crescente pelo segmento específico de cruzeiros, com o qual forma o todo identificado por turismo náutico.

Assumido em definitivo na Estratégia de Desenvolvimento Regional do Algarve para o período de 2007-2013, a actual relevância e potencial do turismo náutico no Algarve constitui a evidência mais recente de toda uma ligação histórica da região ao mar, desde cedo presente nas opções de especialização do território. Entre muitos outros marcos da história económica e social do Algarve que simbolizam esta relação, são incontornáveis as referências ao papel dos Fenícios no estabelecimento de portos de comércio ao longo da costa do Algarve no período próximo de 1.000 a.C., a fundação de *Portus Hanibalis* (actual Portimão) pelos Cartagenses cerca de 550 a.C, a presença árabe no *Al-Gharb* (o País do Oeste) até ao século XII, o papel de Sagres e Lagos na época dos Descobrimentos ou, noutra escala e já temporalmente mais próximo, as conhecidas Campanhas do Atum que marcaram a economia piscatória da região do final do século XIX e primeira metade do século XX, isto é, todo um conjunto de aspectos que permitem exemplificar a inequívoca ligação histórica da região ao mar.

Neste processo de ocupação e transformação do território, a “descoberta” da região pelo turismo nos anos 60 do século XX marca uma nova perspectiva do mar, isto é, o uso do mar e das zonas costeiras como áreas de lazer e/ou de localização de infraestruturas de apoio ao turismo, assistindo-se ao desenvolvimento progressivo de uma estrutura económica de suporte a essas actividades: alojamento, deslocação, animação e informação. A matriz de produção regional daqui resultante consolida-se em redor do produto sol e mar e, em menor escala, noutros produtos como golfe, negócios, cultura e náutica, entre outros.

As economias de escala provenientes da especialização no sol e mar tornam-se evidentes no Algarve mas, simultaneamente, emerge a necessidade de diversificar a oferta no tempo e se possível no espaço, de forma a garantir uma maior consistência e estabilidade ao sector. É sobre esta premissa que o iatismo deve ser abordado, inclusive com alguma semelhança ao produto golfe, o qual, curiosamente, antecede no Algarve o turismo náutico. De facto o primeiro campo de golfe é inaugurado em 1966 – Campo de Golfe da Penina - aguardando quase uma década até ao surgimento da primeira infraestrutura de relevo direccionada para o turismo náutico, a Marina de Vilamoura inaugurada em 1974 (aprovação do projecto de construção em 1970). Note-se que a Marina de Vilamoura consiste no segundo equipamento no apoio à navegação de recreio no Golfo de Cádiz enquanto local estratégico de saída/entrada no Mediterrâneo, surgindo 13 anos depois da inauguração da *Sheppard's Marina* em Gibraltar, desactivada em 2005 cedendo espaço em aterro para um novo complexo turístico e residencial.

A investigação efectuada no âmbito do presente estudo toma particular atenção à disponibilidade de Marinas e Portos de Recreio e respectivo perfil de procura e oferta do segmento de iates, considerando estas infraestruturas centrais na fileira económica que se pretende estudar. De reconhecida importância e aposta regional, a delimitação do objecto de estudo ao segmento de iates visa identificar e projectar de forma consistente as especificidades deste segmento para um todo formado pelo turismo náutico, o qual inclui o produto cruzeiros não abrangido na presente investigação, a náutica de recreio e a náutica desportiva. O posicionamento do estudo centra-se assim exclusivamente no turismo náutico, segmento dos iates, o qual pontualmente pode integrar a náutica de recreio ou náutica desportiva consoante seja realizado numa óptica de lazer e entretenimento ou de participação em competições náutico-desportivas. Compreende a caracterização da oferta e procura existentes, quantificação dos efeitos multiplicadores no tecido económico e a imagem percebida do destino pelos nautas que utilizam embarcações de recreio, definidas de acordo com o Artigo 2º do Decreto-Lei nº 124/2004, de 25 de Maio, como “todo o engenho ou aparelho, de qualquer natureza, utilizado ou susceptível de ser utilizado como meio de deslocação de superfície na água em desportos náuticos ou em simples lazer”. No final a investigação projecta um conjunto de perspectivas e linhas estratégicas de desenvolvimento do iatismo na região.

Após a Introdução o relatório dedica o Capítulo 1 à contextualização do segmento de iates no âmbito regional, no qual se enquadra o Algarve enquanto destino turístico onde o turismo náutico dispõe de uma dupla perspectiva: por um lado, é considerado como um complemento à oferta de produtos já existentes na região e, por outro lado, é apreciado como um produto específico de procura dedicada centrada no apelo do mar. Efectua-se também uma abordagem preliminar às potencialidades da região neste produto, com relevo para as infraestruturas existentes e, numa perspectiva de desenvolvimento, sobre as potencialidades de expansão quer em termos absolutos, quer em termos relativos pela inserção na estratégia de desenvolvimento regional e de concorrência entre espaços.

Segue-se o Capítulo 2 o qual incide sobre a análise da oferta no Algarve de postos de amarração, realizando um percurso desde a década de 70 do século XX até 2012. A aposta no turismo náutico poderá ter um grande impacto no turismo em Portugal e no Algarve em particular, objectivo para o qual o próprio Plano Estratégico Nacional do Turismo editado em 2006 pelo Ministério da Economia e Inovação reconhece a necessidade do desenvolvimento de infraestruturas de suporte.

Neste contexto, a investigação introduz neste Capítulo uma perspectiva mais detalhada da oferta presente nas infraestruturas, abordando temas como a distribuição de amarrações por dimensão, a disponibilidade de lugares para passantes, os diferentes modelos contratuais de aluguer das amarrações e a sua distribuição por nacionalidades. Por último e numa primeira aproximação aos impactos do sector sobre a matriz de produção regional, são apresentados dados sobre a criação de emprego e um confronto do comportamento do segmento de iates (movimento de embarcações nas Marinas e Portos de Recreio) com a evolução sazonal da hotelaria classificada e do produto golfe.

O Capítulo 3 completa a abordagem de mercado, posicionando nesta fase o estudo pelo lado da procura. Com base num questionário efectuado aos utilizadores das Marinas e Portos de Recreio do Algarve durante o ano de 2008, Inverno e Verão, traça-se o perfil sócio-económico do nauta em variáveis como a estada média, idade e despesa média, entre outros aspectos centrais para o conhecimento das especificidades do turista náutico. O Capítulo prossegue com uma visão macro económica do sector, determinando o seu impacto ao nível dos efeitos directos, indirectos e induzidos sobre o Emprego e Valor Acrescentado Bruto (VAB) regional. Por fim, encerra com uma perspectiva detalhada da imagem da região percebida por estes turistas, informação de importância crescente para o conhecimento da satisfação com o produto em causa, respectivo planeamento e segmentos de promoção.

Segue-se o Capítulo 4 o qual aborda possíveis cenários de desenvolvimento no turismo náutico e respectivas infraestruturas, promovendo a análise das principais regiões concorrentes ao Algarve, fundamentada através da opinião das entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio do Algarve e dos estudos efectuados pela equipa de investigação. Para além de uma particular atenção à região da Andaluzia, desenvolve-se posteriormente uma análise comparada de preços entre um grupo de 10 Marinas representativas dos destinos concorrentes, sistematizada quer através do aluguer de amarrações, quer através da contratação de um serviço mais complexo inerente ao aluguer de embarcações sem tripulação, a sistematização dos actuais pontos fortes e fracos e a perspectiva de oportunidades e ameaças. O Capítulo encerra com o contributo para o desenvolvimento de uma estratégia para o turismo náutico na óptica do segmento de iates, identificando 3 possíveis linhas estratégicas para o sector.

Finalmente, o Capítulo 5 afecta à conclusão, procura mais do que fechar a investigação, sistematizar as principais conclusões numa óptica de estratégia e acção futura, no sentido de suportar de forma consistente e abrangente o apoio à decisão e diferenciação de investimentos prioritários, bem como as necessidades de conhecimento que permanecem em aberto.

Em Anexo são colocadas as Fichas resumo das Marinas e Portos de Recreio do Algarve (Anexo I), a identificação e comentário resumido dos principais prémios e certificados no âmbito do turismo náutico (Anexo II) e, finalmente, a descrição do processo de licenciamento da actividade Marítimo-Turística como uma das áreas a desenvolver no futuro (Anexo III).



Fotografia de Maria João Custódio

1. O Segmento dos Iates no Contexto Regional



1. O Segmento dos Iates no Contexto Regional

A história da náutica de recreio e desportiva está intimamente ligada ao mundo anglo-saxónico com a referência ao surgimento do *yachting* no Reino Unido, a celebração da primeira regata conhecida neste país em 1681 e o aparecimento em 1853 dos primeiros iates com propulsão mecânica (Martín in Chapapria, 2000). No entanto, o maior desenvolvimento da náutica dá-se após a II Grande Guerra Mundial, embora em momentos e amplitudes distintas nos diferentes países.

Enquanto actividade turística a náutica insere-se num sector globalizado, hoje em dia considerado a maior indústria em expansão no mundo. De facto, segundo dados da *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), no ano de 2007 registaram-se no mundo cerca de 903 milhões de chegadas internacionais de turistas, o que corresponde a um aumento de cerca de 6,6% em relação ao período anterior. Especificamente no caso português em 2007 e ainda de acordo com a UNWTO, registaram-se 12,3 milhões de chegadas internacionais de turistas, mais 9,2% do que ao ano anterior, o que gerou uma receita total de 10,1 milhões de dólares.

A região do Algarve, enquanto principal região turística de Portugal, regista em 2007 de acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) disponíveis no IMPACTUR – Indicadores de Monitorização e Previsão da Actividade Turística (www.impactur.pt) 14,7 milhões de dormidas na hotelaria classificada, que correspondem a 37,1% do total nacional, e 21,8% do total nacional de hóspedes. Detém ainda uma estada média de 4,8 noites, registo influenciado pela característica de destino de sol e praia e uma taxa de ocupação cama (líquida) média anual de 48,7%, superiorizando-se aos 40,8% registados em Portugal. Em termos de oferta e de acordo com o INE, assegura 37,2% dos estabelecimentos hoteleiros classificados do país (dados de 2006), 36,9% da capacidade de alojamento e 30,5% do total de proveitos por aposento.

Este desempenho da região não é alheio ao facto do Algarve ser uma região tradicionalmente associada ao mar e às actividades marítimas, as quais, como descrito na Introdução ao relatório, desde cedo desempenharam um papel de relevo na região. Dos pontos fortes da região associados às actividades ligadas ao mar salientam-se desde logo: extensa linha de costa; 69% da população concentrada no litoral (INE, 2001); elevado número de praias com boas condições para a prática de desportos náuticos; eventos ligados ao turismo náutico (provas náuticas de relevo nacional e internacional); tradição do país e região ligada com o mar; equipamentos náuticos existentes na região e potencialidade de criar outros, entre demais aspectos a desenvolver e quantificar.

Estas especializações e potencialidades vêm de encontro à matriz traçada pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo editado pelo Turismo de Portugal no ano de 2006, no qual o turismo náutico é identificado como um dos 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento turístico de Portugal, considerado prioritário no Algarve e Lisboa e em menor grau nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. No Algarve as infraestruturas de suporte (acolhimento) do turismo náutico agregam um total de 11 instalações, aqui referenciadas de Barlavento para Sotavento:

- Marina de Lagos, 465 amarrações.
- Marina de Portimão, 620 amarrações.
- Porto de Recreio do Clube Naval de Portimão, 240 amarrações.
- Doca de São Francisco em Portimão, 74 amarrações.
- Cais Bartolomeu Dias em Portimão, 65 amarrações.

- Boca do Rio Resort na Mexilhoeira da Carreção, 96 amarrações.
- Marina de Albufeira, 475 amarrações.
- Marina de Vilamoura, 953 amarrações.
- Porto de Recreio de Olhão, 246 amarrações.
- Porto de Recreio de Vila Real de Santo António, 347 amarrações.
- Doca de Recreio de Faro, 500 amarrações.

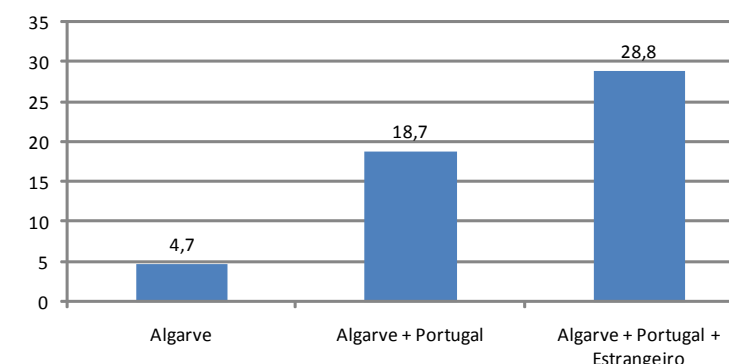
Incluindo a Doca de Recreio de Faro, apesar do seu acesso limitado pela linha ferroviária e sem canal de navegação balizado até à entrada, este conjunto de equipamentos forma uma oferta agregada de 4.081 postos de amarração no Algarve, por agregação dos dados recolhidos junto das respectivas empresas e entidades gestoras, designadamente empresas privadas, Clubes Náuticos e IPTM – Instituto Português e dos Transportes Marítimos.

Referência ainda para duas infraestruturas em fase de aprovação/construção na região:

- Ampliação do Porto de Recreio de Vila Real de Santo António, o qual no total passará a disponibilizar cerca de 590 amarrações;
- Marina de Ferragudo, 340 amarrações.

O confronto destes dados com o número de embarcações de recreio registadas nas diversas Capitania do Algarve (dados fornecidos pela Marinha Portuguesa), permitem referenciar em 30 de Julho de 2008 um total 19.125 embarcações registadas, logo, em relação ao número de postos de amarração disponíveis, um rácio de 4,7 embarcações para cada posto de amarração.

GRÁFICO 1.1 – Número de embarcações por posto de amarração disponível no Algarve (Segundo área de registo da embarcação)



Fonte: Elaboração própria.

Apenas como indicativo do potencial máximo teoricamente passível de ser registado em termos do confronto entre a oferta disponível *versus* procura, registe-se que se todas as embarcações nacionais que dão entrada no Algarve, provenientes de outras regiões de Portugal também procurassem uma amarração permanente, este rácio atingiria as 18,7 embarcações por amarração. Ainda neste raciocínio teórico sobre o potencial máximo de pressão, se idêntico comportamento fosse assumido por todas as embarcações provenientes do estrangeiro, nomeadamente de Espanha, Reino Unido e Países Baixos, bem como de outras origens com menor representatividade, então a pressão sobre cada amarração disponível atingiria o rácio máximo de 28,8.

Tratando-se obviamente de um máximo teórico sob um pressuposto menos razoável em termos de fidelização – 100% por entrada – não deixará no entanto de evidenciar à partida uma tendência para a insuficiência da oferta face à procura. Esta situação se por um lado permite uma prática de preços em época alta relativamente mais elevada face aos principais destinos concorrentes, particularmente da Andaluzia ocidental, como se constata no Capítulo 4, tem por outro lado dois outros efeitos dos quais resultam a perda de potenciais receitas na região:

(a) elevada procura de fundeadouros no Verão com relevo para o Rio Arade (Ferragudo), Ilha da Culatra, Ilha de Tavira e Rio Guadiana;

(b) perda de fluxos e respectivas receitas de vendas e serviços nas infraestruturas de acolhimento devido à passagem pela costa do Algarve de um número de embarcações que não recorrem a qualquer paragem.

Este cenário de escassez de oferta em conjunto com a demonstração que o turismo náutico é um segmento de peso não negligenciável na economia do turismo da região do Algarve, como se demonstra no Capítulo 3, indicia neste produto um significativo potencial de desenvolvimento, num contexto de maior equilíbrio entre procura e oferta. No entanto, o crescimento desta última deve, naturalmente, estar atento às dimensões ambientais, sociais, económicas e institucionais que garantem a sustentabilidade e a competitividade do produto como um todo.

É nesta lógica que o turismo náutico se perspectiva por um lado como um produto complementar num espaço turístico já consolidado e, por outro, um segmento que poderá, por si só, contribuir para a revitalização dos recursos existentes, a atenuação da sazonalidade e atracção de novos mercados. De facto, uma das características do turismo náutico é que embora seja dependente do clima, não o é num grau tão elevado como por exemplo o produto sol e mar. Cumulativamente, durante a própria época estival pode ser considerado como um complemento à oferta de sol e mar, um factor de animação, funcionando como vector de diversificação da oferta.

Esta dupla perspectiva do turismo náutico deve estar presente no planeamento da actividade e das infraestruturas necessárias à sua prática, tendo sempre presente a generalização de boas práticas de desenvolvimento sustentável e equilibrado, baseado na inovação, no conhecimento e na introdução de produtos e serviços âncora para a consolidação do *cluster* do mar.

Acredita-se que o turismo náutico através do segmento iates é um produto que, planeado de forma correcta e orientado para a qualidade, se poderá transformar numa mais-valia para a região, quer na maximização de resultados económicos na época alta, quer no possível contributo para a atenuação da sazonalidade. O perfil económico e social do nauta e as taxas de ocupação das Marinas e Portos de Recreio do Algarve demonstram este potencial, o qual colide entre outros aspectos com carência de infraestruturas de apoio à náutica desportiva ou de recreio, de meios adequados de construção e reparação naval e com a excessiva burocracia da actividade, aspecto que continua a ser apontado como um problema transversal no desenvolvimento do sector.

A realidade do turismo náutico no Algarve está ainda longe do potencial passível de ser atingido. A prossecução deste nível superior de resultados tem como condição necessária a definição de estratégias para o mar onde, entre outros aspectos, ganha relevo o segmento dos iates e marítimo-desportivo. No Algarve, por iniciativa da CCDRAI, foi constituído em 2006 o designado Grupo do Mar, que integrou diversas entidades públicas, com o objectivo de estruturar as bases de um futuro Plano Estratégico do Mar. A náutica de recreio referida como uma actividade com potencial na Estratégia de Desenvolvimento Regional para o período 2007-2013, é uma das componentes abordadas no documento elaborado pelo grupo de trabalho e amplamente reconhecido nos documentos de orientação estratégia da região. É neste contexto que a investigação sobre o perfil e potencial económico-social do turismo náutico no Algarve, reunida no presente documento, pretende formar um contributo cientificamente validado para o apoio à decisão, particularmente no que respeita a áreas prioritárias de investimento na náutica e respectivos segmentos.



Fotografia de Manuel Belchior

2. Caracterização da Oferta



2. Caracterização da Oferta

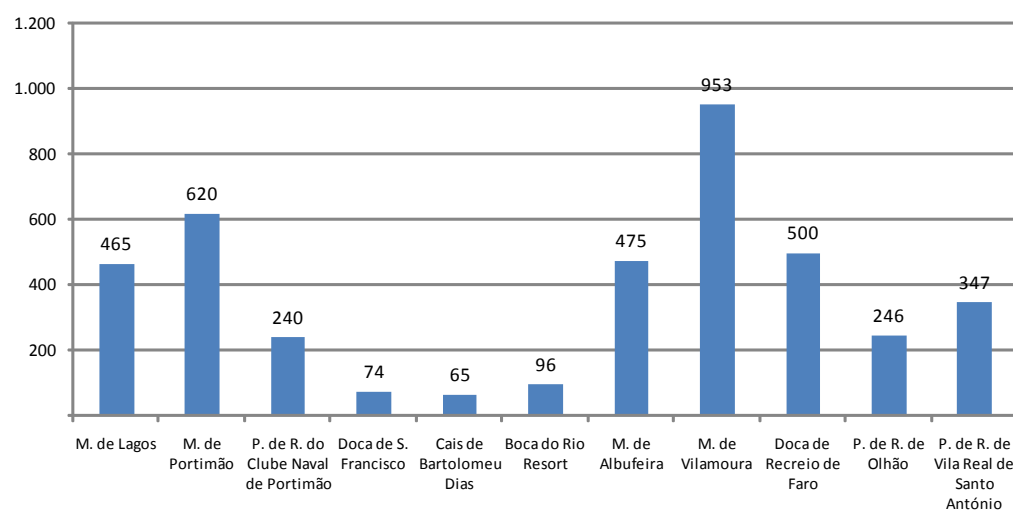
2.1 Marinas e Portos de Recreio do Algarve

A caracterização das Marinas e Portos de Recreio do Algarve tem por base as informações recolhidas em contacto directo com as instalações, bem como o questionário submetido às respectivas empresas e entidades gestoras, cuja colaboração foi essencial e de enorme mais-valia para o sucesso da investigação. O nosso agradecimento pela cooperação e interesse demonstrado fica expresso à Marlagos – Iniciativas Turísticas, S.A., Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos, Clube Naval de Portimão, Empreendimentos Boca do Rio Resort, Marinas do Barlavento – Empreendimentos Turísticos, S.A, Albumarina – Sociedade Gestora de Marinas, S.A., Marina de Vilamoura, S.A. e Associação Naval do Guadiana.

As questões subdividiram-se em variáveis quantitativas como o conhecimento do mercado através do movimento mensal por nacionalidade das Marinas e Portos de Recreio, dos serviços disponíveis nesses equipamentos, bem como variáveis de natureza qualitativa relacionadas com a identificação das regiões concorrentes, áreas de intervenção prioritária no segmento dos iates, pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças.

Tal como descrito no Capítulo anterior existem actualmente no Algarve 11 instalações de suporte à náutica: 4 Marinas, 3 Portos de Recreio, 2 Docas de Recreio, um Cais e uma instalação integrada em resort turístico, os quais no conjunto disponibilizam um total de 4.081 postos de amarração.

GRÁFICO 2.1 - Número de postos de amarração por instalação



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras dos equipamentos

Estas amarrações encontram-se distribuídas em duas áreas com pesos diferenciados, respectivamente a Oeste do Cabo de Santa Maria que reúne 73,2% do total de amarrações e a Este deste cabo (incluindo a Ria Formosa) que agrega os restantes 26,8%. Constatou-se também a relativa maior dimensão das Marinas face aos Portos de Recreio que possuem em média, respectivamente, 628 e 224 postos de amarração.

Centrando a análise nas quatro instalações de maior dimensão e sob gestão privada, designadamente Marinas de Lagos, Portimão, Albufeira e Vilamoura, bem como no Porto de Recreio de Vila Real de Santo António (não foi possível obter resposta do Porto de Recreio de Olhão gerido pelo Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos), constata-se que a maioria das Marinas assegura uma estada com serviços complementares ajustados às várias necessidades da tripulação e embarcação. Verifica-se uma maior disparidade quando analisadas as Marinas em comparação com os Portos de Recreio (Vila Real de Santo António e a percepção dos serviços oferecidos por Olhão). De facto, as Marinas asseguram uma variedade de serviços que passam por condições para a permanência das tripulações no local, como balneários, lavandaria, recepção de correspondência, acesso à internet e ecopontos, para além de manutenção da embarcação, como *travel lift*, lavagem de fundos e oficinas, entre outros.

O Porto de Recreio de Vila Real de Santo António apesar de responder a algumas necessidades das tripulações, não apresenta serviços de manutenção das embarcações. No caso do Porto de Recreio de Olhão, por observação directa, os serviços de apoio disponibilizados durante a permanência das embarcações são bastante insuficientes, não permitindo uma estada com maior inserção na fileira da náutica e economia local.

Na introdução à análise da oferta presente nestes equipamentos, importa também destacar a preocupação das entidades gestoras com a qualidade de gestão e gestão ambiental das respectivas instalações, facto que se constata através da progressiva adesão a certificados voluntários assinalados na Tabela 2.1. Neste âmbito destaca-se a Bandeira Azul para Marinas e Portos de Recreio, emitida pela Associação Bandeira Azul da Europa / FEE Portugal, que em 2008 foi atribuída a todas as Marinas do Algarve, bem como ao Porto de Recreio de Vila Real de Santo António (ver Anexo II).

TABELA 2.1 - Identificação de prémios ou certificados de qualidade

Nome da Marina / Porto de Recreio	Prémios / Certificados
Marina de Lagos	Bandeira Azul da Europa, Euromarina, 5 Âncoras de Ouro (British Marina Federation)
Marina de Albufeira	Bandeira Azul da Europa, Euromarina, 5 Âncoras de Ouro (British Marina Federation)
Marina de Vilamoura	ISO 14001, ISO 9001, Bandeira Azul, 5 Âncoras Douradas
Marina de Portimão	Vellis 2006, Jack Nichol 2006

Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

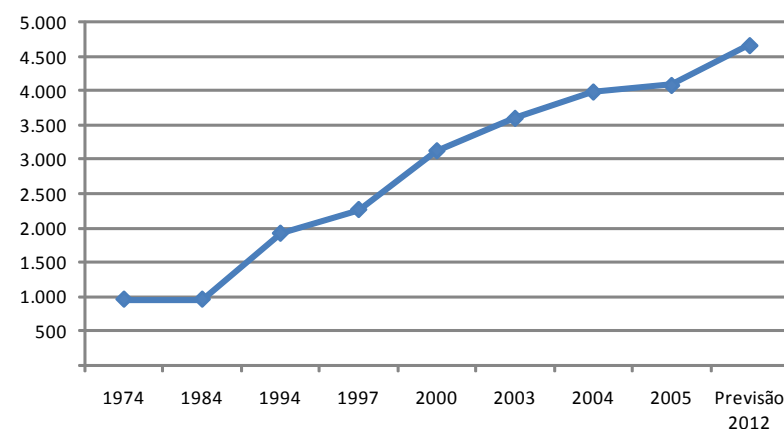
Considerando-se o número de amarrações inseridas em infraestruturas náuticas certificadas, em particular com a Bandeira Azul, torna-se evidente a qualidade ambiental da oferta existente no Algarve. Efectivamente, 2.680 amarrações, correspondentes a 65,7% das 4.081 que foram referenciadas, possuem esta etiqueta de qualidade reconhecida no seio da União Europeia. Esta opção e desempenho voluntário é tanto mais importante quanto está acima, por exemplo, da certificação ambiental das praias da região com idêntico galardão. Em 2008, foram atribuídas 48 Bandeiras Azuis⁽¹⁾ no total das 118⁽²⁾ praias existentes no Algarve, reconhecimento que atinge assim 40,6% deste universo.

2.2 Evolução da Oferta de Postos de Amarração

Com início na década de 70 do século XX através daquela que continua hoje a ser a maior Marina da região – Vilamoura, a oferta de postos de amarração no Algarve cresceu em dois ciclos claramente diferentes: uma prolongada estagnação entre 1974 e 1994 (data de inauguração da Marina de Lagos) e, depois dessa data, um crescimento sustentado até à inauguração da Marina de Albufeira em 2003, crescimento que deverá ainda prolongar-se até 2012. Daí em diante permanece uma relativa incógnita, fruto da relativa escassez de zonas costeiras ou abrigadas não objecto de condicionantes e simultaneamente passíveis de custos de investimento com retorno e níveis de exploração atractivos para o investimento privado.

Tal como se constata no Gráfico 2.2, o Algarve passa dos 953 postos de amarração criados em 1974 para os 4.081 existentes desde 2005, com a expectativa de um acréscimo a médio prazo de mais 583 lugares fruto da ampliação do Porto de Recreio de Vila Real de Santo António e da nova Marina de Ferragudo.

GRÁFICO 2.2 – Número de postos de amarração nas marinas e portos de recreio do Algarve



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras dos equipamentos

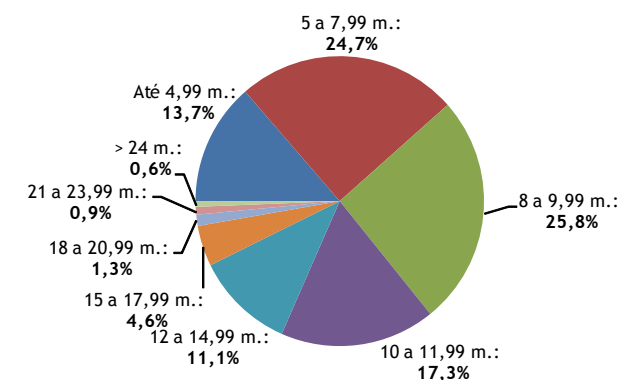
⁽¹⁾ Fonte: Associação Bandeira Azul da Europa / FEE Portugal

⁽²⁾ Fonte: www.visitalgarve.pt

Esta evolução indica que num espaço temporal de três décadas (1974 – 2005), a oferta de postos de amarração no Algarve foi multiplicada por 4,3 e, prolongando-se o horizonte de análise para 2012, ampliada em 5. Trata-se de um número significativo mas que, particularmente na época alta e como se constata mais adiante, é ainda escasso face à procura e potencialidades do produto e da região, particularmente no que se refere a serviços que podem ser associados a estes equipamentos.

No entanto, é importante analisar esta oferta em função das dimensões dos postos de amarração, isto é, da capacidade das Marinas e Portos de Recreio receberem embarcações com comprimento máximo fora-a-fora de diferentes medidas, indicador que genericamente funciona como proxy à qualidade e capacidade de navegação das embarcações. Na legislação nacional (Regulamento da Náutica de Recreio, Decreto-Lei n.º 124/2004 de 25 de Maio), esta capacidade de navegação compreende cinco tipos, desde a classificação para navegação em Águas Abrigadas, atribuída a embarcações aptas a navegar junto à costa e em águas interiores num raio de 3 milhas de um porto de abrigo (Tipo 5), até à classificação para Navegação Oceânica sem limite de área (Tipo 1).

GRÁFICO 2.3 - Oferta de lugares por classes das embarcações⁽³⁾ em 2008



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

A informação recolhida⁽⁴⁾ evidencia a concentração da oferta de amarrações para embarcações até um máximo de 9,99 metros, sendo que as três classes aí englobadas formam 64,2% da oferta total da região, com predomínio da classe entre

⁽³⁾ Nota: Devido à impossibilidade de homogeneizar o número de lugares por classes numa escala comum a todas as Marinas e Portos de Recreio da região, opta-se por adoptar a escala comum à maioria, sendo que em algumas das instalações analisadas os limites das classes poderão diferir ligeiramente dos intervalos aqui representados.

⁽⁴⁾ A análise exemplificada no Gráfico 2.3 e as que se sucedem neste Capítulo têm exclusivamente por base a oferta agregada das Marinas de Lagos, Portimão, Albufeira e Vilamoura e Porto de Recreio de Vila Real de Santo António.

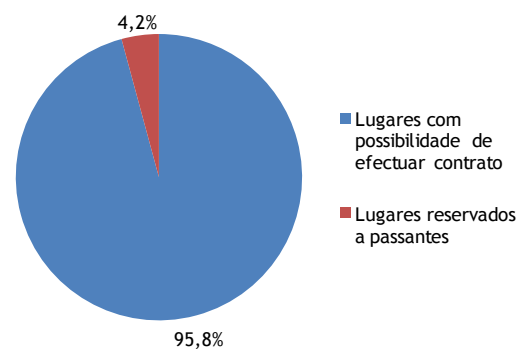
os 8 a 9,99 metros. Aliás, no debate ocorrido na Conferência “A visão económica da náutica de recreio no Algarve”, realizada no âmbito da EXPOMAR, em Olhão, a 20 de Fevereiro de 2008, a escassez de postos de amarração para embarcações de comprimento superior a 15 metros é apontada pelas empresas de comércio de embarcações presentes como um dos pontos fracos do sector no Algarve. Segundo a opinião transmitida, algumas das Marinas da região não têm capacidade para embarcações de grandes dimensões (15 até 35 metros) enquanto noutras esta se revela insuficiente.

Para além da questão anterior, a captação de fluxos de navegação oceânica em veleiros (sobretudo com a redução da oferta de Gibraltar) ou a atracção do segmento de luxo nas embarcações a motor, são ainda factores que reforçam a necessidade de postos de amarração de maiores dimensões. Simultaneamente e no outro extremo da oferta, importa ter presente que o início da prática da náutica de recreio faz-se muitas vezes em pequenas embarcações, sendo essencial a existência de amarrações até aos 8 metros para o início da actividade, a partir das quais os proprietários vão progressivamente evoluindo e substituindo as embarcações por outras de dimensão superior. Limitar esta oferta pode, a prazo, condicionar em muito o desenvolvimento da náutica de recreio ou desportiva pelos residentes, consideração extensível à necessidade de oferta de mais e melhores rampas públicas de acesso à água.

Face à elevada procura das Marinas e Portos de Recreio, particularmente no mês de Agosto, é também importante referenciar a percentagem de postos de amarração que estas infraestruturas garantem para estadas de muito curta duração, 1 ou 2 dias, os designados passantes. Este é um aspecto central na atracção do destino por embarcações em viagem ao longo da costa do Algarve e que, conscientes desta disponibilidade, podem utilizar as várias infraestruturas para permanecerem mais tempo na região, com a inerente aquisição de mais bens e serviços.

Na óptica das entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio a fixação de um número de lugares para passantes envolve um maior risco na exploração, dada a ausência de contrato com uma determinada duração garantida. No entanto, simultaneamente, proporciona uma receita diária que sobretudo no Verão é muito superior à obtida quando através de contrato com duração pré-estabelecida, tradicionalmente superior a 1 mês.

GRÁFICO 2.4 – Distribuição relativa do número do número de postos de amarração passíveis de contrato versus reservados a passantes em 2008



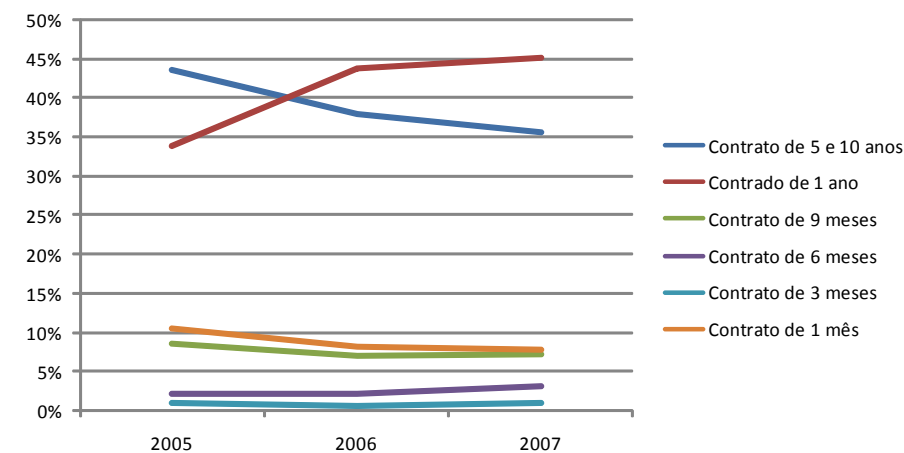
Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

A comercialização destes 95,8% de lugares não reservados a passantes, aproximadamente 3.900 postos de amarração, é realizada através do estabelecimento de contratos semanais, mensais, trimestrais, por nove meses, anuais e de 5 ou 10 anos. Já numa aproximação à procura, o ponto seguinte analisa a distribuição relativa e a evolução dos diferentes tipos de contrato, bem como a identificação das principais nacionalidades que recorrem a este modelo nas Marinas e Portos de Recreio do Algarve.

2.3 Modelos Contratuais de Postos de Amarração

A análise dos modelos contratuais adoptados pelas Marinas e Portos de Recreio do Algarve, tendo por observação o comportamento dos últimos três anos, evidencia a preferência pelos contratos associados a tempos de permanência iguais ou superiores a um ano, os quais correspondem a 80,0% do total de contratos em vigor em 2007. Sendo estas as modalidades dominantes, observa-se contudo uma alteração da composição desde 2005, com um nítido crescimento dos contratos de duração de um ano e a redução significativa dos contratos de duração entre 5 a 10 anos. Este facto pode indiciar uma menor capacidade de investimento dos utilizadores (preferindo fraccionar um pagamento em cinco vezes, embora a um custo total mais elevado), bem como uma possível menor fidelização. Em qualquer das situações, a presença de contratos iguais ou superiores a um ano tem reflexo nas taxas de ocupação analisadas mais adiante.

GRÁFICO 2.5 – Distribuição dos contratos por tipo de permanência

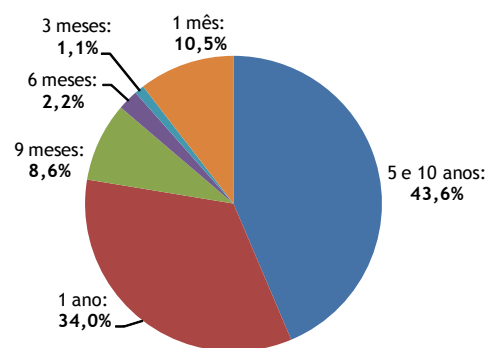


Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

A observação detalhada da situação em cada um dos três anos, resumida ao longo dos Gráficos 2.6, 2.7 e 2.8, demonstra a perda dos contratos de permanência entre 5 a 10 anos. Estes representavam 43,6% do total de contratos em 2005, tendo-se observado um decréscimo total de 8,0 pontos percentuais, situando-se no ano de 2007 em 35,6% do total de contratos.

Já os contratos de 12 meses, os mais frequentes no último ano em análise, registam um contínuo crescimento durante estes três anos, com um acréscimo total 11,2 pontos percentuais, situando-se nos 45,2% do total de contratos em 2007.

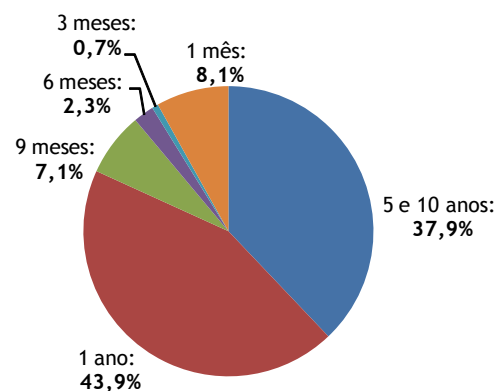
GRÁFICO 2.6 – Distribuição relativa dos postos de amarração por tipo de contrato em 2005



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

O terceiro tipo de contrato mais frequente, o de nove meses de permanência, sofre uma redução no período em análise, passando de 8,6% em 2005 para 7,1% em 2006, recuperando 2 décimas de ponto percentual em 2007, ano em que passa a representar 7,3% do total de contratos.

GRÁFICO 2.7 - Distribuição relativa dos postos de amarração por tipo de contrato em 2006

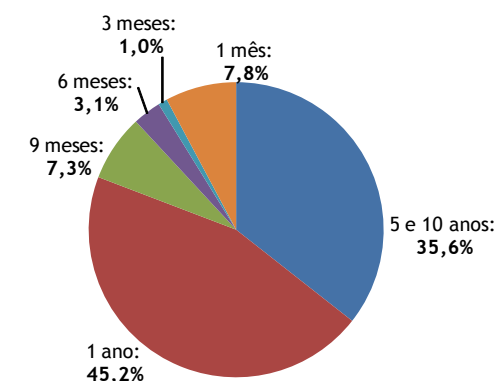


Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Provavelmente este tipo de contrato de nove meses, que regra geral se inicia em Outubro e termina em Junho, poderá estabilizar em redor de uma dimensão próxima dos 10%. Trata-se de uma modalidade muito atractiva do ponto de vista de preço para os proprietários que procuram Marinas ou Portos de Recreio para invernagem das suas embarcações e que, na época de Verão, retiram as embarcações das instalações evitando os preços mais elevados e usufruindo do clima mais favorável, quer em fundeadouros na região, quer partindo em viagem sobretudo para o Mediterrâneo (Espanha e norte de Marrocos) ou Atlântico (Marrocos, Madeira e Canárias).

Para o destino Algarve esta é uma possibilidade de atrair nautas na época baixa, sejam residentes nas embarcações ou com o objectivo exclusivo de invernar as embarcações regressando neste caso as tripulações aos seus países de residência. Qualquer das situações incorpora um potencial de negócio que importa acompanhar e desenvolver, particularmente se à estada da embarcação com ou sem tripulação for possível associar a prestação de serviços na fileira da náutica (por exemplo de reparação e manutenção, entre outros) ou relacionadas com a própria presença dos nautas (por exemplo de saúde, transportes e animação, entre outros).

GRÁFICO 2.8 - Distribuição relativa dos postos de amarração por tipo de contrato em 2007



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Finalmente, os quarto e quinto tipos de contratos mais frequentes, respectivamente de um e seis meses, verificam comportamentos opostos ao longo do período em análise. Verifica-se o decréscimo dos contratos de um mês de 10,5% em 2005 para 7,8% em 2007, por oposição ao crescimento dos contratos de seis meses de 2,2% para 3,1% no mesmo período. Sendo os primeiros efectuados sobretudo no Verão ou próximo deste, esta redução pode indicar uma menor atracção das Marinas e Portos de Recreio nessa época do ano, hipótese não confirmada pelos dados subsequentes das taxas de ocupação e entradas ou, em hipótese alternativa, a maior capacidade de navegação entre as diferentes Marinas e Portos de Recreio da região, actualmente com uma distância razoável entre si nas localizadas a Oeste do Cabo de Santa Maria, o que permite a navegação entre portos entre o nascer e o pôr-do-sol pelas embarcações mais lentas (média de cinco a seis nós), regra geral veleiros em regime familiar ou mesmo de aluguer com ou sem tripulação.

De facto, as distâncias actualmente existentes entre as diversas Marinas ou Portos de Recreio permitem a navegação com embarcações que apenas necessitam de estar classificadas em Tipo 4 (Costeira Restrita), em simultâneo com a posse da Carta de Navegador de Recreio na categoria de Marinheiro ou da carta de Patrão Local. A primeira habilita o titular ao comando de uma embarcação de recreio até 7 metros de comprimento, em navegação diurna à distância máxima de 3 milhas da costa e de 6 milhas de um porto de abrigo (com limites de potência segundo a idade), enquanto a Carta de Patrão Local habilita ao comando de embarcação de recreio em navegação à vista da costa, até uma distância máxima de 5 milhas da costa e 10 milhas de um porto de abrigo.

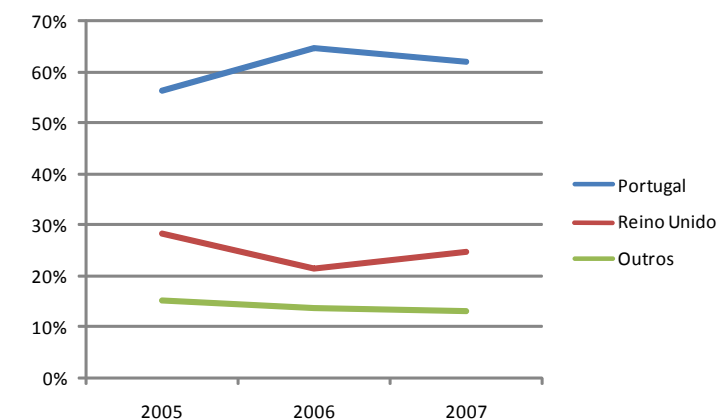
Sobre os contratos para permanência de seis meses, incidentes sobretudo durante o Inverno, recaem as considerações já efectuadas para as oportunidades associadas aos contratos de nove meses. Tal significa que representam um potencial de captação de fluxos neste segmento específico na época baixa da ocupação turística da região, com mais-valias que ultrapassam o negócio da amarração em si caso, à permanência da embarcação e/ou tripulação, sejam associados serviços de valor acrescentado na fileira da náutica, formando então um vector de atenuação da sazonalidade, estratégico para o desenvolvimento sustentável do turismo no Algarve.

2.4 Comercialização de Contratos por Nacionalidade

A análise que se segue tem por base a comercialização dos contratos com permanência igual ou superior a 9 meses, os quais em 2007 representam 88,1% do total de contratos em vigor nas Marinas e Portos de Recreio do Algarve.

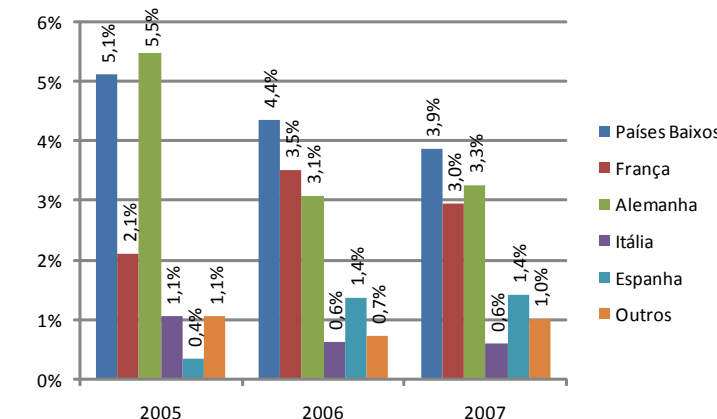
Comercializando em média por ano um número próximo de 2.080 contratos, média aproximada de 231 contratos por Marina e/ou Porto de Recreio, a respectiva distribuição por nacionalidade do proprietário ou responsável da embarcação evidencia um claro predomínio do mercado nacional, o qual representa em 2007 um total de 63%, seguindo-se o Reino Unido com 22,7%. A uma distância considerável encontram-se as outras nacionalidades que completam as sete principais, respectivamente Espanha, França, Países Baixos, Alemanha e Itália, todas abaixo dos 4% na contratualização de estadas iguais ou superiores a nove meses. Relativamente a 2006, o ano de 2007 revela uma inflexão no comportamento do mercado principal- Portugal - situação que se aconselha monitorizar no tempo, nomeadamente pelo confronto com o comportamento do turismo como um todo na região e/ou com produtos específicos de forte procura fora da época de Verão, como o caso do golfe.

GRÁFICO 2.9 - Evolução da distribuição relativa dos contratos de duração igual ou superior a 9 meses pelas duas principais nacionalidades: Portugal e Reino Unido



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

GRÁFICO 2.10 - Evolução da distribuição relativa dos contratos de duração igual ou superior a 9 meses pelas restantes nacionalidades



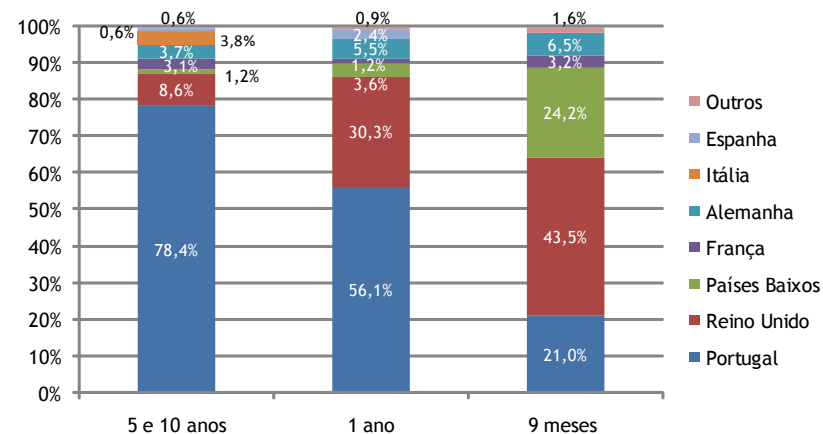
Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

Segue-se a decomposição dos três tipos de contrato de duração igual ou superior a 9 meses segundo as nacionalidades, nos três anos em análise, representada nos Gráficos 2.11, 2.12 e 2.13. Esta revela de forma inequívoca que são os portugueses aqueles que mais procuram os contratos de 5 a 10 anos de permanência, isto é, um local garantido para amarração segura

da sua embarcação. O contributo dos nacionais nesta categoria está relativamente estabilizado na ordem dos 80%, formando 78,4% do total de contratos em 2005, com um aumento total neste período de 0,9 décimas de ponto percentual.

Nesta categoria de longa duração segundo mercado dominante é o Reino Unido, em ligeiro crescimento, o qual representa 8,6% do total de contratos de 5 a 10 anos em 2005, cresce 1,5 pontos percentuais em 2006 e volta a crescer 1,2 pontos percentuais em 2007. Tem um aumento total neste período de 2,7 pontos percentuais, situando-se em 2007 nos 11,3% do total de contratos em vigor para permanências entre 5 a 10 anos.

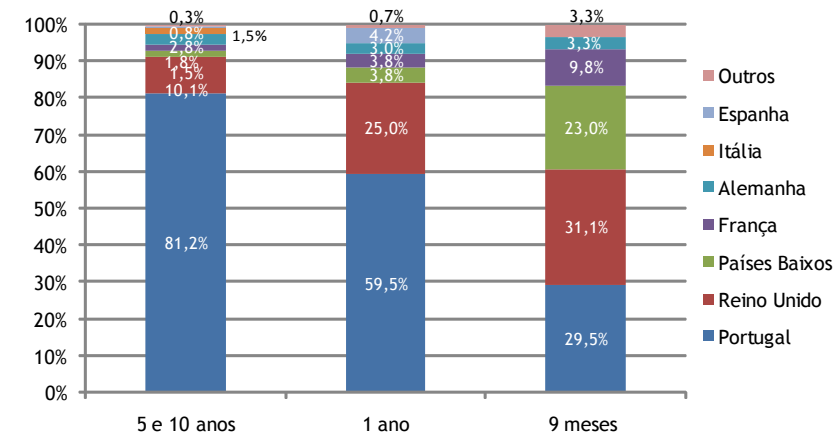
GRÁFICO 2.11 - Distribuição relativa dos contratos de duração igual ou superior a 9 meses por nacionalidade, em 2005



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Também quando observada a composição por mercados dos contratos de duração de um ano, a participação nacional surge relativamente estabilizado em redor dos 56% do total, podendo mesmo aproximar-se dos 60% tal como acontece no ano de 2006.

GRÁFICO 2.12 - Distribuição relativa dos contratos de duração igual ou superior a 9 meses por nacionalidade, em 2006



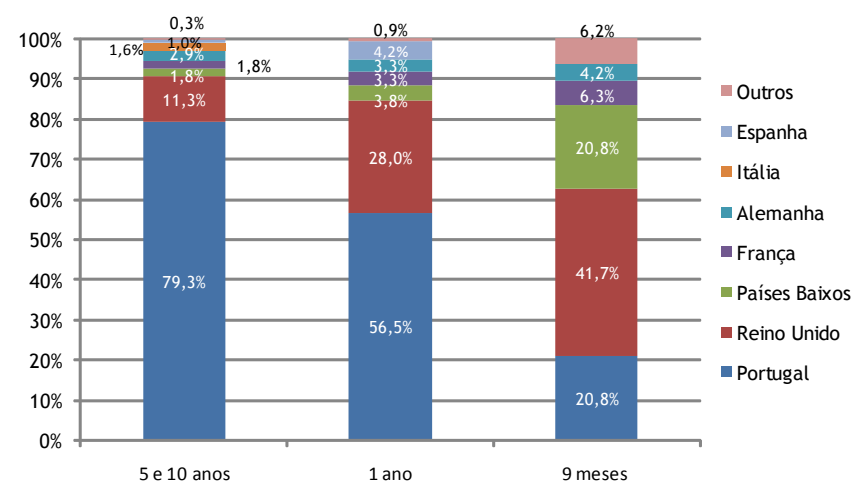
Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Nestes contratos de duração de um ano o Reino Unido mantém-se como segundo mercado mais importante, representando entre 25% a 30%. Embora com uma oscilação negativa em 2006, recupera parcialmente em 2007 para o valor de 28,0%.

A ordem de importância dos mercados sofre alterações substanciais quando se analisa a contratualização pela modalidade de nove meses. Neste caso o Reino Unido é preponderante, com uma contribuição que tende a ultrapassar ligeiramente os 40%, enquanto Portugal oscila entre os 20% a 30%. O mercado inglês oscila negativamente em 2006 mas recupera em 2007, atingindo nesse ano 41,7%.

Em termos gerais numa análise ao total de contratos efectuados pode-se concluir que o mercado nacional é o mais representativo, no entanto quando analisado pela duração do contrato o Reino Unido destaca-se na contratação a 9 meses, ou seja, no período de inverno.

GRÁFICO 2.13 - Distribuição relativa dos contratos de duração igual ou superior a 9 meses por nacionalidade, em 2007



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Ainda na modalidade de 9 meses, merece realce o mercado dos Países Baixos, que embora tendo reduzido 3,4 pontos percentuais entre 2005 e 2007, representa 20,8% do total neste último ano, garantindo uma paridade de importância com o mercado nacional que importa gerir como oportunidade a consolidar.

Finalmente, destaca-se que os segundo e terceiro mercados mais importantes na região em termos de contratualização igual ou superior a nove meses – o Reino Unido e os Países Baixos – crescem de importância em termos relativos à medida que a duração do contrato diminui, sendo mesmo dominantes nos contratos com a duração de 9 meses onde, em conjunto, no ano de 2007, formam 62,5% do mercado desta categoria. Este desempenho é um reforço das conclusões e oportunidades reveladas no ponto anterior deste Capítulo sobre as potencialidades da náutica na região durante o período de Inverno.

2.5 Aproximação aos Impactos Directos sobre o Emprego

Reconhecido pela sua dimensão trabalho-intensivo, o sector do turismo tem no emprego uma das variáveis de referência, característica à qual a náutica e em particular as infraestruturas de acolhimento representadas pelas Marinas e Portos de Recreio não são excepção. Neste sentido, a investigação quantifica o número de funcionários ao serviço em cada instalação, optando por apresentar os valores médios, mínimos e máximos devido à diferenciação de dimensão das instalações, serviços oferecidos e respectivos níveis de especialização e cobertura.

A observação efectuada conclui por um número médio de funcionários por Marina ou Porto de Recreio situado entre um mínimo de 11 e máximo de 47 funcionários, valores proporcionais à quantidade de serviços prestados e dimensão das infraestruturas. Em termos médios cada uma das infra-estruturas emprega 20,8 pessoas (Tabela 2.2.).

TABELA 2.2 - Rácio amarrações / Pessoal ao serviço

	nº de funcionários	Postos de Amarração por funcionário da Marina ou Porto de Recreio	Postos de Amarração por funcionário da Marina ou Porto de Recreio + Estaleiro
Média	20,8	137,5	47,7
Máximo	47	260,0	190,7
Mínimo	11	60,9	8,6

Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

Relativamente ao número de funcionários da Marina ou Porto de Recreio, importa ainda referir que, regra geral, existe um reforço no trimestre de época alta aqui não contabilizado. Tal resulta da contratação de trabalhadores temporários, quer através da concessão de estágios curriculares a alunos da Licenciatura em Turismo da Universidade do Algarve, prática relativamente corrente em Lagos e Portimão nos últimos anos e de resultados francamente positivos entre as partes envolvidas (Universidade, empresa e aluno), quer na óptica do desenvolvimento do conhecimento e competências, quer na criação de novos postos de trabalho qualificados.

Procurando estimar um nível de intensidade de mão-de-obra da Marina ou Porto de Recreio, apresenta-se na terceira coluna da Tabela 2.2 o rácio do número de amarrações por funcionário. Dos resultados obtidos conclui-se que em média, no Algarve, cada Marina ou Porto de Recreio afecta 137,5 postos de amarração por funcionário, oscilando este rácio entre o mínimo de 60,9 e máximo de 260,0, logo com uma variabilidade assinalável em função da quantidade de serviços prestados.

No entanto, uma Marina ou Porto de Recreio é mais do que o serviço de aluguer de amarrações e fornecimento de água, electricidade, combustível e segurança. No acolhimento da embarcação existe toda uma gama de outros serviços prestados pelas empresas situadas na área envolvente em relação directa com a actividade deste tipo de infraestrutura, como é caso de estaleiros e outras oficinas de manutenção e reparação. Assim, estima-se também o rácio entre o número de funcionários das Marinas e/ou Portos de Recreio e o pessoal ao serviço nas empresas envolvidas directamente relacionadas, isto é, parte do agrupamento designado por *on-business*, de acordo com a *British Marine Federation*.

Em média cada Marina ou Porto de Recreio emprega 20,8 funcionários enquanto na área empresarial envolvente (particularmente os estaleiros) trabalham em média 99,0 pessoas, logo é possível apresentar como estimativa inicial para o conjunto formado por Marina ou Porto de Recreio mais estaleiro, uma média agregada de 47,7 pessoas ao serviço. Daqui resulta uma relação expectável onde, por cada posto de trabalho existente na empresa/instituição gestora da Marina ou Porto de Recreio, são criados cerca de 4,8 postos de trabalho nas empresas directamente associadas na envolvente e que completam os serviços oferecidos.

GRÁFICO 2.14 - Rácio entre o pessoal ao serviço em empresas situadas na área envolvente *versus* funcionários das marinas ou portos de recreio



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

Na óptica de complementaridade das funções da Marina ou Porto de Recreio com uma bateria de serviços de apoio ao nauta e à respectiva embarcação, tomando este conjunto como um agregado único, o rácio do número de amarrações por funcionário intensifica-se passando, em média para os 47,7 postos de amarração por funcionário, variando entre o mínimo de 8,6 e máximo de 190,7 como se constata na quarta coluna da anterior Tabela 2.2. Uma vez mais fica evidenciado por indução no geral mas também por observação directa, que apenas associando serviços à estada das embarcações é possível criar e potenciar valor sobre a fileira da náutica, neste caso em particular sobre o emprego enquanto variável fundamental do tecido económico.

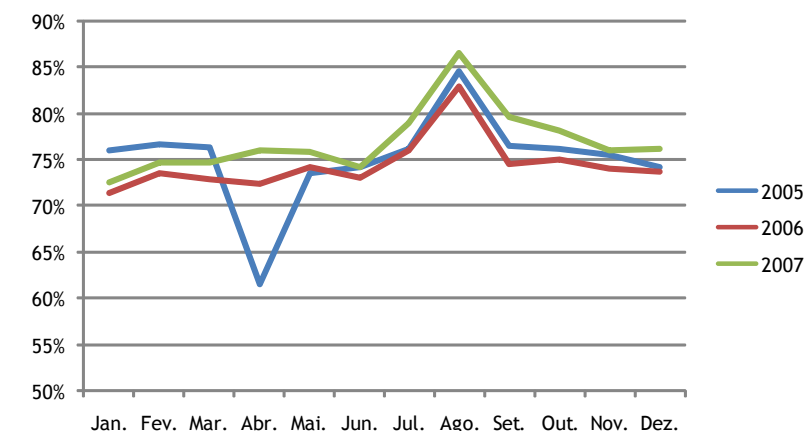
2.6 O Turismo Náutico, Sazonalidade e Golfe

Uma das principais perspectivas de abordagem do turismo náutico, e em particular dos segmentos afectos aos iates e náutica desportiva, consiste no potencial de atenuação da sazonalidade dos fluxos turísticos na região, beneficiando entre outros aspectos da qualidade e localização das infraestruturas disponíveis e do clima mediterrânico temperado.

As Marinas e Portos de Recreio do Algarve atingem em Agosto taxas de ocupação sistematicamente acima dos 80% mas, talvez mais importante, o facto destas taxas raramente caírem abaixo dos 70%, isto numa região que em 2007, nos estabelecimentos de alojamento classificados, verifica um Índice de Amplitude Sazonal de 3,58 (www.impactur.pt). Tal significa que por cada dormida no primeiro trimestre (o menos procurado) registam-se 3,58 dormidas no terceiro (o mais procurado), demonstrativo da sazonalidade turística global da actividade no destino.

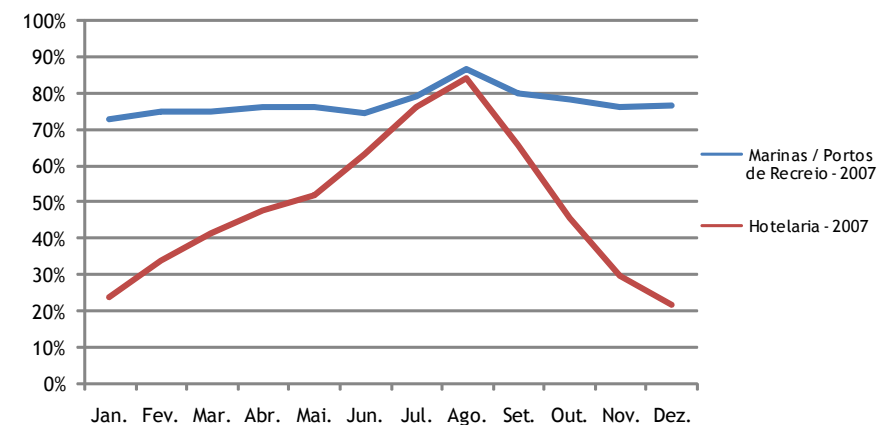
O potencial contributo do turismo náutico para a diminuição da sazonalidade torna-se evidente, quer quando a análise é centrada no próprio sector, Gráfico 2.15, quer quando se recorre à comparação do comportamento do segmento de iates com o alojamento classificado, Gráfico 2.16, sector onde a taxa de ocupação oscila entre o mínimo de 21,8% e o máximo 84,1% (Turismo de Portugal, IMPACTUR, 2007).

GRÁFICO 2.15 - Taxa média mensal de ocupação das marinas e portos de recreio



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio

GRÁFICO 2.16 - Taxa média mensal de ocupação das marinas e portos de recreio e em estabelecimentos hoteleiros classificados

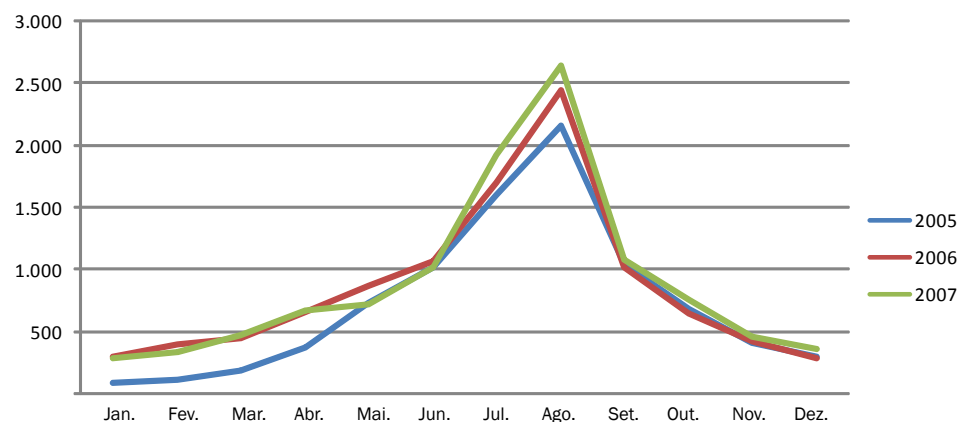


Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio e INE, Portugal

No entanto, a leitura dos Gráficos 2.15 e 2.16 deve ter presente que ao contrário dos estabelecimentos hoteleiros, as taxas de ocupação das Marinas e Portos de Recreio traduzem uma ocupação muitas vezes afectada a contratos de longa duração, isto é, de seis e nove meses, um ano ou superior, período no qual nem sempre os nautas estão presentes, permanecendo nas suas residências no caso dos nacionais ou regressando aos seus países de origem nos não nacionais, aspectos que serão abordados no Capítulo seguinte.

Daqui resulta uma segunda perspectiva de observação do comportamento do turismo náutico ao longo do ano que consiste na contabilização mensal do número de entradas nas Marinas e Portos de Recreio, isto é, das embarcações com origem num outro porto (no qual efectuaram *check-out*).

GRÁFICO 2.17 - Número de embarcações entradas por mês nas marinas e portos de recreio

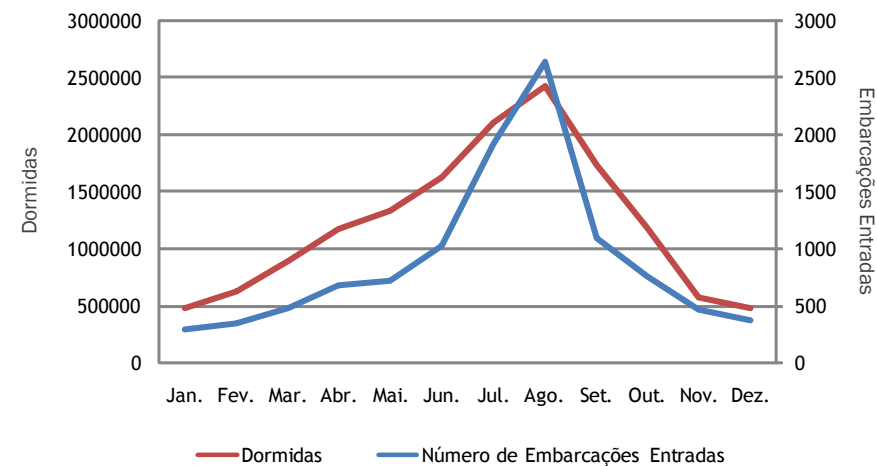


Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas

Nesta óptica é possível constatar a existência de um progressivo aumento da procura, particularmente sustentado no mês de Agosto e, simultaneamente, identificar um padrão sazonal dos movimentos de entradas nas Marinas e Portos de Recreio muito próximo do registado na hotelaria classificada. De facto, o Gráfico 2.17 traduz em diferentes escalas um paralelismo com o movimento global da hotelaria classificada, levantando questões sobre o efectivo movimento líquido das instalações náuticas ao longo do ano.

A confirmação desse paralelismo surge no Gráfico 2.18 que, pese embora registe a procura sobre equipamentos de acolhimento de diferentes dimensões, isto é, 4.081 postos de amarração disponíveis para a náutica versus 96.180 camas hoteleiras classificadas (INE - Portugal), identifica um comportamento de carácter semelhante e, como tal, de interpretação diferenciada face à anteriormente expressa por ocasião da análise das respectivas taxas de ocupação e contributo para a atenuação da sazonalidade.

GRÁFICO 2.18 – Entradas nas marinas e portos de recreio versus dormidas em estabelecimentos hoteleiros classificados em 2007



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio e INE, Portugal

De facto e como se pode constatar por observação directa em alguns dos equipamentos náuticos da região, é possível partilhar taxas de ocupação elevadas com um reduzido número de entradas, logo captando uma parte da fileira da náutica presente no aluguer da amarração mas possivelmente não incorporando os efeitos directos, indirectos e induzidos resultantes da presença das tripulações e respectivos gastos.

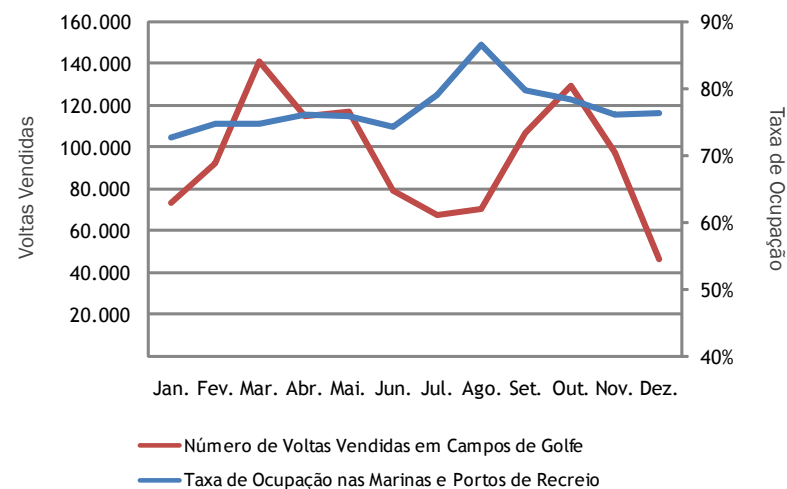
Nesta perspectiva, tornam-se pertinentes duas considerações. Por um lado, a necessidade de associar serviços à presença das embarcações, particularmente durante o Inverno, pois só assim será possível gerar valor e emprego para além do posto de amarração em si. Por outro, e cumulativamente, a inexistência ou não prestação destes serviços colocará em causa não só os efeitos multiplicadores sobre a economia regional como, em termos de estratégia de ocupação territorial, levantará questões sobre a afectação de um espaço altamente sensível e procurado da região, as zonas costeiras, a equipamentos que ao longo do ano podem funcionar como parques de amarração de longa duração sem movimentos. Entre outros aspectos relacionados com a própria localização das infraestruturas e saturação dos equipamentos no mês de Agosto, emerge a discussão sobre a possibilidade da utilização/criação de espaços de armazenamento não situados no litoral mas de fácil acesso a este.

Finalmente e mantendo a ênfase na atenuação da sazonalidade, o potencial da náutica é também confrontado com o comportamento do produto golfe, cuja excelência é reconhecida na maioria das quase quatro dezenas de campos existentes no Algarve e com um padrão de procura claramente diferenciado das tendências maioritárias do turismo de sol e praia na região.

Se consideradas as taxas de ocupação das Marinas e Portos de Recreio o comportamento deste segmento apesar de traduzir um pico de procura em Agosto é no entanto bastante nivelado ao longo do ano, contribuindo para um potencial de

redução da sazonalidade através de taxas de ocupação próximas dos 75% no Inverno. Estas taxas são simultâneas a picos de procura do produto golfe que em Março e Outubro atingem ou aproximam-se das 140.000 voltas vendidas, tal como se constata no Gráfico 2.19.

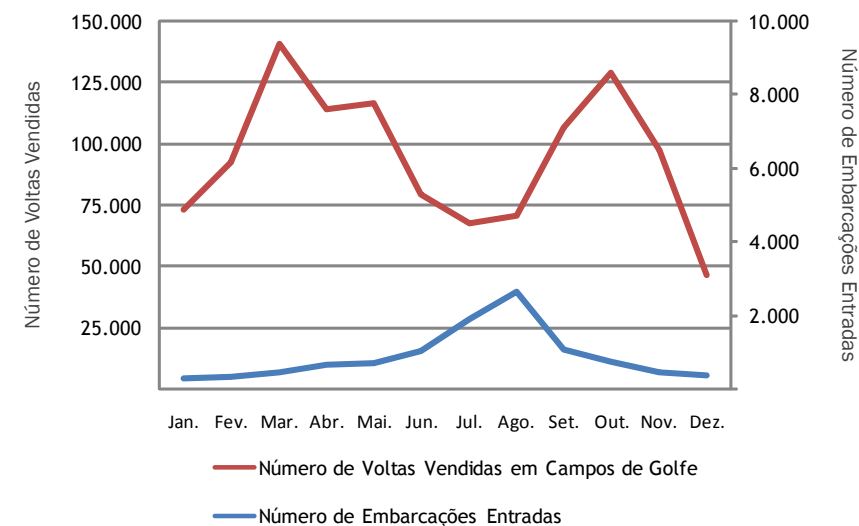
GRÁFICO 2.19 – Taxa de ocupação nas marinas e portos de recreio versus voltas vendidas em campos de golfe em 2007



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Algarve Golfe

Porém, ao analisar-se o comportamento da náutica através do número de embarcações entradas ao longo do ano nas Marinas e Portos de Recreio, sobrepondo na mesma observação as voltas vendidas nos campos de golfe, emerge uma vez mais a questão sobre a efectiva concretização do impacto do turismo náutico na atenuação da sazonalidade. Tal como expresso no Gráfico 2.20, o comportamento da náutica surge agora com uma elevada amplitude ao longo do ano, concentrado o máximo em Agosto mas caindo muito significativamente entre Outubro a Junho. De referir ainda, que ao longo do ano de 2007 registaram-se um total de 10.706 embarcações entradas nos equipamentos em estudo.

GRÁFICO 2.20 – Entradas nas marinas e portos de recreio versus voltas vendidas em campos de golfe em 2007



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Algarve Golfe

Em conclusão e apesar das restrições levantadas pela observação da procura através do número de entradas e não da taxa de ocupação, onde a primeira induz efeitos mais vastos sobre a economia regional dada a efectiva presença do nauta, enquanto a segunda assegura uma maior linearidade e segurança do negócio para as empresas gestoras das Marinas e Portos de Recreio, não deixa contudo de ser significativo o potencial contributo do iatismo para a redução de uma das fraquezas da matriz de produção turística da região – a sazonalidade – através de um perfil de procura e qualidade da oferta com propriedades específicas que possibilitam a sua inclusão na cadeia de valor do turismo e lazer.



Fotografia de Manuel Belchior

3. Caracterização da Procura



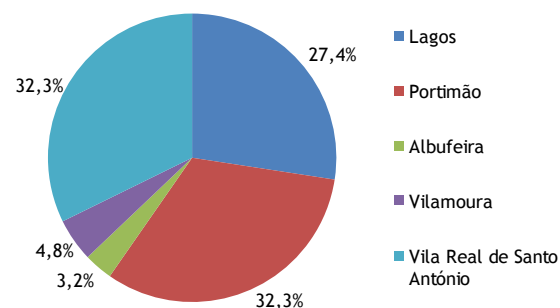
3. Caracterização da Procura

3.1 Notas Metodológicas e Caracterização da Amostra

A investigação promoveu ao longo do segundo e terceiro trimestre de 2008 um questionário à procura, dirigido aos nautas que permaneceram ou entraram com as suas embarcações nas Marinas de Lagos, Portimão, Albufeira e Vilamoura e no Porto de Recreio de Vila Real de Santo António. Pelos contributos efectuados e facilitação do acesso aos nautas, a equipa de investigação renova o agradecimento à Associação Portuguesa de Portos de Recreio (APPR), bem como à Direcção de cada uma das Marinas e Porto de Recreio envolvidas no processo.

Na composição da amostra existe uma preocupação acentuada com a representatividade do todo da região. No total são validados 62 questionários que correspondem a uma amostra agregada de 215 nautas, administrados na fase inicial de validação por elementos do próprio CIITT e, ultrapassada a fase de teste, administrados na recepção das Marinas e Porto de Recreio pelos respectivos funcionários, após concordância da respectiva Direcção e formação sobre os objectivos e questões mais frequentes detectadas na fase de teste.

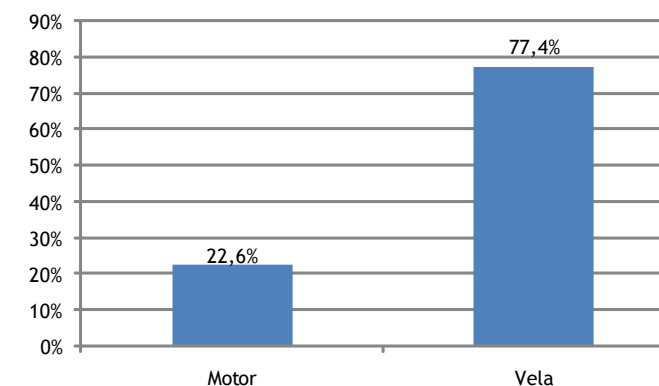
GRÁFICO 3.1 – Distribuição da amostra por local de recolha



Fonte: Elaboração própria.

As embarcações dos nautas presentes na amostra estão sensivelmente distribuídas entre 1/4 a motor e 3/4 à vela, distribuição aderente à realidade observada no Algarve em termos do iatismo, com excepção da Marina de Vilamoura onde as embarcações a motor têm vindo a progredir face ao número de embarcações à vela.

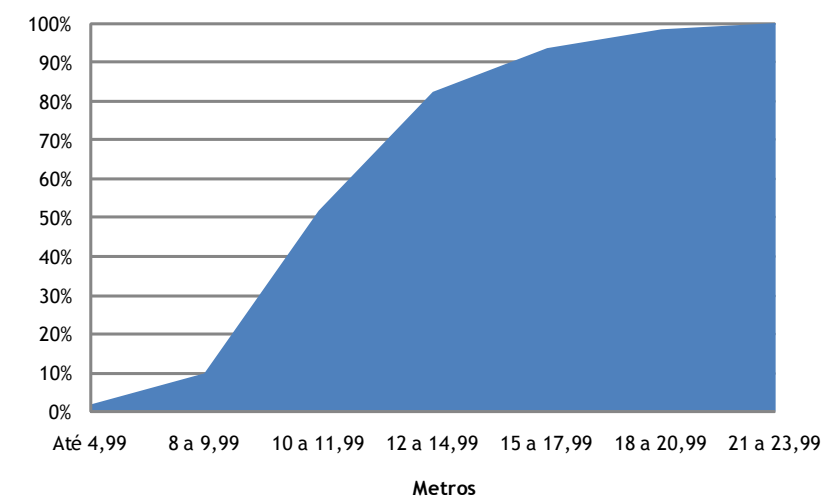
GRÁFICO 3.2 – Tipo de embarcação



Fonte: Elaboração própria.

A amostra concentra-se também nas embarcações entre os 8 e os 15 metros, conjunto que forma 56,5% das embarcações aderentes à investigação, em linha com o peso das classes de amarrações disponíveis nas Marinas e Portos de Recreio do Algarve onde representam 54,2% do total.

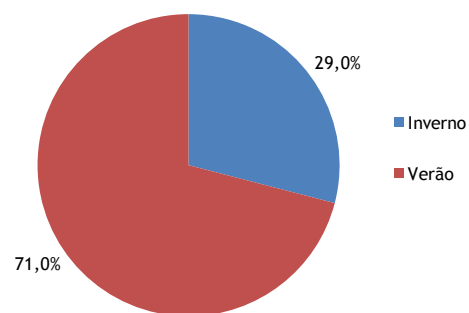
GRÁFICO 3.3 – Distribuição acumulada do comprimento das embarcações



Fonte: Elaboração própria.

Referência também para a recolha de questionários ter decorrido ao longo dos períodos de Inverno e Verão, designadamente segundo e terceiro trimestre de 2008, o que garante a cobertura integral da procura no Algarve onde o peso do Inverno não é negligenciável, nomeadamente em termos de invernagem das embarcações.

GRÁFICO 3.4 – Período de recolha do questionário



Fonte: Elaboração própria.

O número de questionários obtidos e a sua amplitude temporal assegura o alcance dos objectivos estabelecidos para o estudo. É possível obter evidência empírica por simulação que a partir de 30 observações de uma variável aleatória começa a observar-se uma convergência acentuada para os momentos assintóticos da distribuição original, o que significa que os valores médios obtidos para as diversas questões/variáveis serão, em regra, muito próximos dos valores médios do universo. Este resultado decorre do Teorema Limite Central (*vide, inter alia*, Pestana e Velosa, 2002 e Mello, 1993) e, não existindo segmentação da amostra por sub-grupos, válida as conclusões enquanto agregado da procura formado pelos nautas que frequentam as Marinas e Portos de Recreio do Algarve.

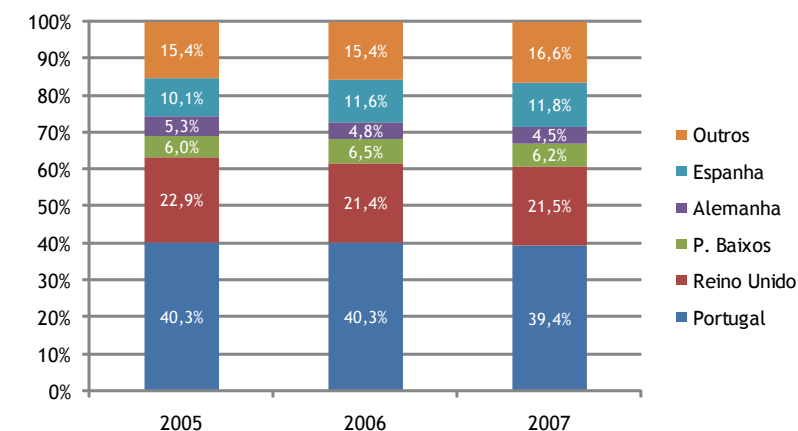
A opção por um processo de amostragem aleatória permite minorar os efeitos do desconhecimento de algumas das características do universo e garante uma maior representatividade dos resultados alcançados, promovendo a aproximação entre as características (perfil) da amostra e as características do universo. Ao nível do tratamento de dados são utilizadas a média e a moda como medidas de tendência central, a análise das distribuições de frequências relativas e acumuladas, complementada pelo recurso à representação gráfica dos resultados mais relevantes.

Nas questões relativas ao número de tripulantes, despesas em serviços prestados nas Marinas, despesas diárias do nauta, peso dos tipos de gastos na despesa diária, a metodologia de análise opta pela construção de intervalos de confiança para as médias com um grau de confiança de 95%. Este conjunto de questões desempenha um papel importante ao nível da estimação do impacto económico dos gastos associados aos serviços prestados nas Marinas e Portos de Recreio, bem como dos gastos efectuados na região pelos nautas. Com efeito, o número de tripulantes, a estada média e a despesa efectuada permitem o cálculo do impacto directo da actividade das Marinas e Portos de Recreio, o qual, por sua vez, irá alimentar o modelo baseado na matriz input - output do Algarve no processo de determinação dos efeitos multiplicadores associados às actividades directa ou indirectamente associadas às Marinas e Portos de Recreio do Algarve.

3.2 Mercados de Origem dos Nautas

A origem dos nautas que frequentam as Marinas e Portos de Recreio do Algarve é marcada pela presença maioritária de embarcações provenientes de Portugal, Reino Unido, Espanha e Países Baixos, as quais tendo como referência o ano de 2007 representam uma parcela de 78,9% do total de entradas.

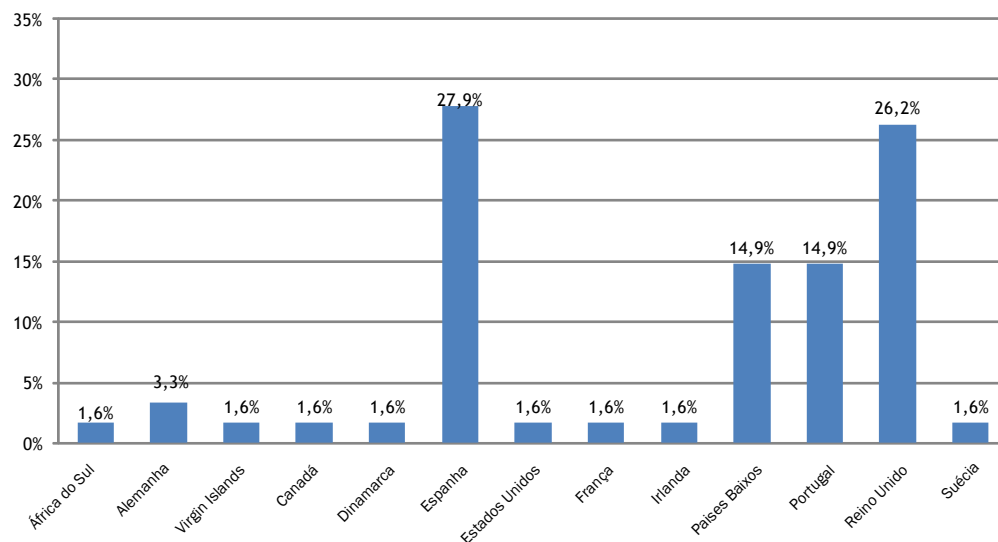
GRÁFICO 3.5 – Distribuição relativa das embarcações entradas nas marinas ou portos de recreio por nacionalidade



Fonte: Dados fornecidos pelas entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio.

A amostra recolhida pela investigação vem aferir ex-post a concordância com a distribuição dominante do universo das entradas (através dos dados fornecidos pelas Marinas e Portos de Recreio), confirmação possível através da observação de duas variáveis: o país de registo das embarcações abordadas por questionário e o país de residência habitual dos 215 nautas representados.

GRÁFICO 3.6 – País de Registo da Embarcação

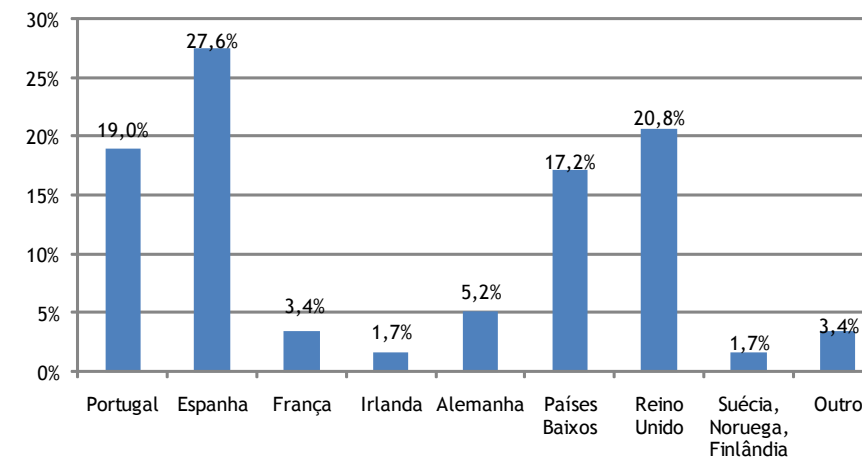


Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o país de registo da embarcação – Gráfico 3.6 - a presença do agregado formado por Portugal, Espanha, Reino Unido e Países Baixos atinge os 83,9% do total da amostra, promovendo a sua validação e consistência como um todo, dado optar-se pela não estratificação.

Quando observado o país de residência habitual dos membros da tripulação – Gráfico 3.7 - o conjunto formado por Portugal, Espanha, Países Baixos e Reino Unido forma 84,6% do total de nautas. Esta percentagem pode diferir da anterior dado que numa embarcação podem navegar nautas de diferentes nacionalidades. Note-se, sobretudo no Verão, que a distribuição relativa no interior deste todo pode por hipótese minimizar a efectiva presença de tripulantes de Espanha, dado constatar-se por observação directa que as embarcações provenientes deste país e em particular da região de Andaluzia com frequência possuem um maior número médio de tripulantes relativamente às restantes origens.

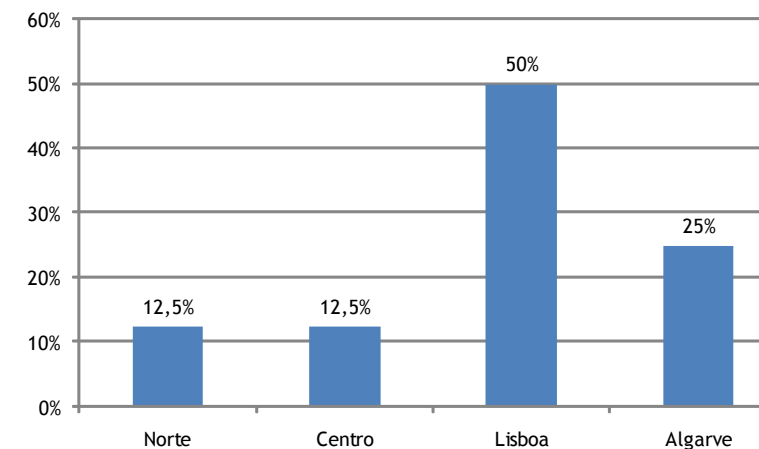
GRÁFICO 3.7 – País de residência habitual da tripulação



Fonte: Elaboração própria.

No tocante aos nautas nacionais, constata-se que a maioria é proveniente da região de Lisboa com extensão a Cascais (desagregação não sujeita a tratamento estatístico), seguindo-se o Algarve e as restantes regiões do continente, com excepção do Alentejo. Estas são áreas que podem representar uma importante zona de divulgação do turismo náutico no Algarve, com incidência nas associações e clubes náuticos aí existentes, tendo por possível referência inicial os 2.887 velejadores titulares de Licença Desportiva pela Federação Portuguesa de Vela no ano de 2008 (Federação Portuguesa de Vela, 2009). Note-se que destes apenas 19,5% pertencem à Associação Regional de Vela do Sul.

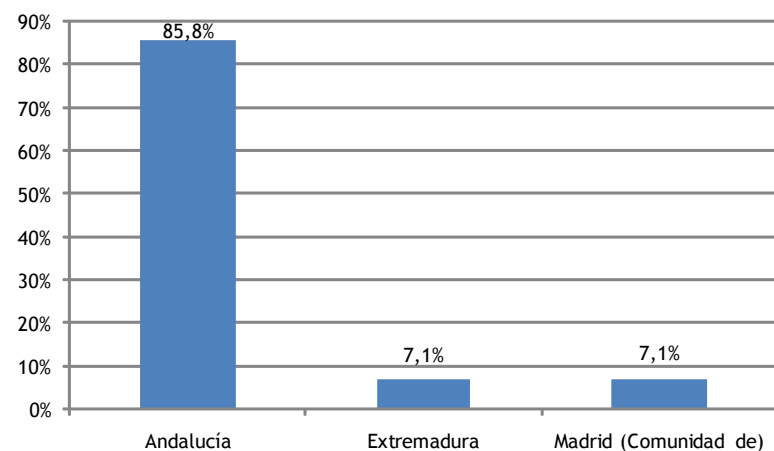
GRÁFICO 3.8 – Região de residência habitual da tripulação residente em Portugal



Fonte: Elaboração própria.

Pela proximidade e potencial de captação acrescida de fluxos, particularmente no Verão, detalha-se também a região de residência habitual da tripulação quando residente em Espanha. Esta óptica evidencia o peso significativo da região de Andaluzia, responsável por 85,8% do total de nautas provenientes de Espanha. A procura já existente deve ter presente também o seu potencial de crescimento, nomeadamente pela disponibilidade de 14.566 postos de amarração existentes ao longo das 6 províncias da Andaluzia e respectivos nautas, cuja atracção pelo Algarve poderá ser uma prioridade.

GRÁFICO 3.9 – Região de residência habitual da tripulação residente em Espanha



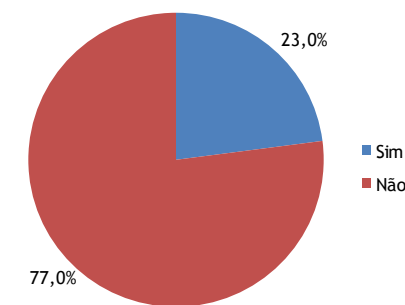
Fonte: Elaboração própria.

Em conclusão e focando no mercado de origem mais próximo, observa-se que a proveniência do turista náutico é algo distinta do padrão encontrado no Algarve quando aferido pelo número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros classificados. O segmento de iates demonstra uma capacidade superior na captação de turistas de Espanha relativamente às restantes áreas de actividade que compõem o sector turístico da região, cumulativamente com o facto do nauta pernoitar e apenas de forma marginal incidir na categoria de excursionista.

3.3 Caracterização da Visita

Ao longo da aplicação do questionário à procura a investigação procura identificar os principais traços da visita ao Algarve do turista náutico. Para a maioria dos nautas o Algarve não se apresenta como um destino novo, o que se explica um pouco pelo peso dos residentes (25% da amostra) mas sobretudo pela proximidade geográfica da maioria dos inquiridos face ao Algarve, quer quando provenientes de Lisboa quer quando originários da Andaluzia. No entanto, não deixa de ser significativo que para 23% dos entrevistados esta tenha sido a primeira visita à região.

GRÁFICO 3.10 – Primeira visita ao Algarve



Fonte: Elaboração própria.

Curiosamente este valor de novos visitantes está em linha com o fluxo de novos visitantes registados em eventos como a Fase Final do Campeonato Europeu de Futebol 2004 realizada em Portugal (Perna, Custódio, Gouveia e Neves, 2004) ou o Campeonato do Mundo WRC 2007 disputado no Algarve (Perna, Custódio, Gouveia, Oliveira e Salmonete, 2007), constatações que sugerem o turismo náutico no segmento do iatismo, a par dos eventos, como produtos de importância superior na captação de novos fluxos, factor tanto mais importante quanto o grau de maturidade do destino Algarve como um todo.

Quando analisado o número de tripulantes que durante a visita permaneceram no Algarve, verifica-se uma média de aproximadamente 3,5 tripulantes por embarcação. Estes valores reflectem muitas vezes as dimensões das embarcações em termos de habitabilidade a bordo, sugerindo em simultâneo a deslocação em grupo composto por familiares e amigos, típica dos destinos de veraneio.

TABELA 3.1 – Número de tripulantes na visita ao Algarve

Intervalo de Confiança a 95%	Número de Tripulantes
Média	3,47
Limite Superior	4,00
Limite Inferior	2,93

Fonte: Elaboração própria.

Quanto à estada média dos nautas esta aproxima-se dos 7 dias, valor acima do padrão médio registado no Algarve o qual, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística, se situa em aproximadamente 5 dias, tendo como referência o ano de 2007. Esta maior permanência dos turistas associados à náutica é também um factor a salientar na importância deste segmento no Algarve, nomeadamente pela influência directa na composição e extensão dos gastos.

TABELA 3.2 – Estada média na visita ao Algarve

Intervalo de Confiança a 95%		Estada Média
Média		6,78
Limite Superior		9,19
Limite Inferior		4,38

Fonte: Elaboração própria.

Após a embarcação dar entrada no Algarve, e não estando esta a navegar, coloca-se uma das três situações possíveis ou combinações entre estas: (a) permanece em posto de amarração em Marina ou Porto de Recreio; (b) detém-se fundeada em locais pré-determinados no litoral ou em águas abrigadas; ou (c) segue para estaleiro. A presente investigação detecta que, maioritariamente, cerca de 3/4 do tempo da visita, as embarcações permanecem em postos de amarração em Marinas e/ou Portos de Recreio, seguindo-se a presença em Estaleiro, influenciada pelos clientes de inverno e, finalmente, a opção por fundeadouros verificada sobretudo no Verão.

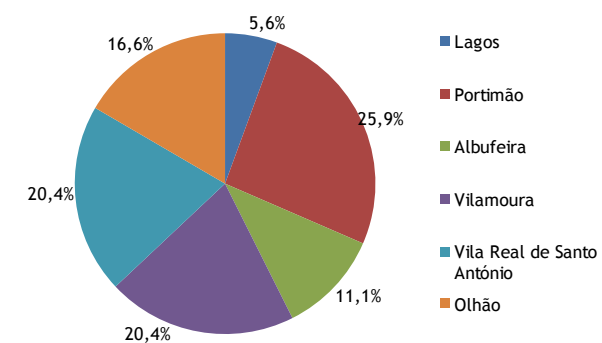
TABELA 3.3 – Percentagem de tempo que a embarcação permaneceu em posto de amarração em marinas e/ou porto de recreio, estaleiro e fundeada

Intervalo de Confiança a 95%	Posto de Amarração na Marina	Estaleiro	Fundeada
Média	70,93%	19,10%	9,93%

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o Gráfico 3.11 as Marinas onde o nauta permanece mais tempo são as de Portimão e Vilamoura, bem como no Porto de Vila Real de Santo António. Note-se que esta estatística não deve ser interpretada como taxas de ocupação superiores destas instalações mas sim como tempos de permanência esperados mais elevados, isto é, uma menor rotatividade de clientes em épocas de maior procura.

GRÁFICO 3.11 – Marina ou porto de recreio onde a embarcação permanece mais tempo



Fonte: Elaboração própria.

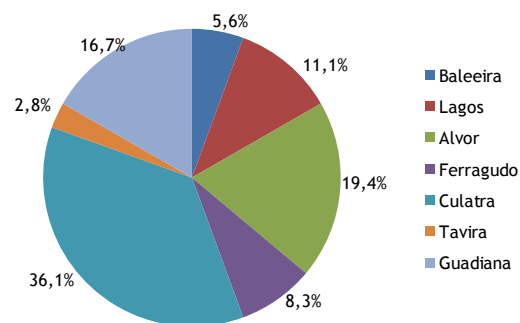
A estada em Vila Real de Santo António poderá ser influenciada pela permanência de embarcações de Espanha (Andaluzia) e também pelos nautas que pretendem subir ou descer o Rio Guadiana, tal como acontece por exemplo em relação à Marina de Chipiona relativamente à subida ou descida do Rio Guadalquivir. Como eventos refira-se também a Subida e Descida do Rio Guadiana / Ascenso y Descenso al Rio Guadiana, uma das regatas já tradicionais do Algarve e que em Agosto de 2009 realiza a sua XXV edição, bem como a utilização das infraestruturas náuticas de Vila Real de Santo António, Lagos ou Portimão como pontos de partida ou chegada da Volta ao Algarve à Vela, a qual em Julho de 2009 atinge a sua XVII edição. Refira-se ainda pela cooperação entre as regiões do Algarve e Andaluzia a realização da Regata Portos dos Descobrimentos que anualmente liga as localidades de Lagos e Palos de La Frontera, também realizada em Julho e que em 2009 completa XX edições.

A divulgação e captação de novos e maiores públicos para este tipo de provas, entre outras de maior projecção internacional como a regata TP 52 Audi Med Cup realizada em Portimão, poderá contribuir para um aumento das entradas e estada das embarcações no Algarve, factor de atracção que poderá ser potenciado através do mercado Espanhol e da movimentação de embarcações com procura de serviços ao longo das infraestruturas de recepção da costa do Algarve⁵.

Sobre a estada em estaleiro verifica-se que as embarcações permanecem em média 15,8% do tempo total, o que sendo significativo, representa ainda uma reduzida opção por serviços de inverno e manutenção das embarcações no Algarve, possivelmente uma das áreas prioritárias a desenvolver no âmbito do cluster do mar.

⁽⁵⁾ Uma proposta metodológica para a análise e aplicação do impacto de grandes eventos no turismo e na hotelaria encontra-se em Perna e Custódio (2007).

GRÁFICO 3.12 – Fundeadouros onde a embarcação permanece mais tempo

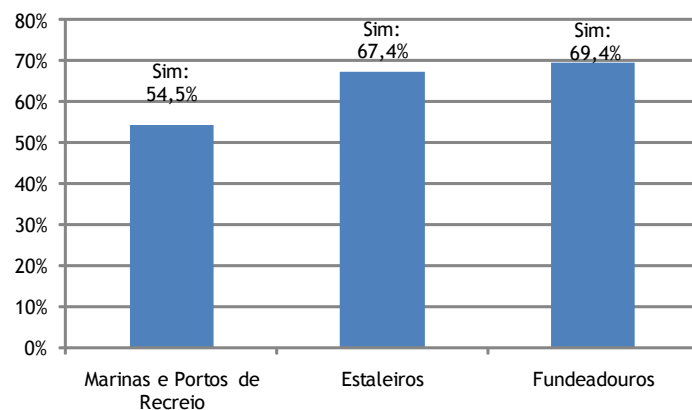


Fonte: Elaboração própria.

Quanto à percentagem de tempo que a embarcação permanece fundeada, em termos médios esta situa-se nos 7,1%, optando um maior número de inquiridos pelas áreas da Culatra, Alvor e Guadiana, fundeadouros que de facto, sobretudo o primeiro, oferecem as melhores condições para esta prática em segurança e meio natural.

Numa perspectiva futura, quando os nautas são questionados sobre a necessidade de mais Marinas e/ou Portos de Recreio, locais de fundeadouros e estaleiros, não deixa de ser curioso que a opção de mais fundeadouros é a mais assinalada, referindo 69,4% dos nautas a necessidade de criação de mais locais para fundear. Esta é uma constatação que pode abrir o debate para o tipo de oferta complementar a disponibilizar neste segmento, nomeadamente nas actividades de exploração próximas da natureza e desenvolvimento de serviços sustentáveis, com a participação das comunidades locais e oportunidades económicas que contraponham o custo de oportunidade do não recurso à Marina e/ou Porto de Recreio.

GRÁFICO 3.13 – Necessidades identificada pelos nautas de mais postos de amarração em Marina e/ou Portos de Recreio e Fundeadouros

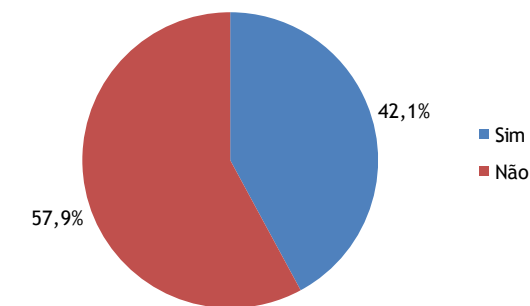


Fonte: Elaboração própria.

Porém não deixa de ser significativo o facto de 54,5% referir a necessidade de mais Marinas e Portos de Recreio, bem como de 67,4% apontarem a necessidade de mais estaleiros no Algarve, reposicionando novamente a discussão na necessidade e capacidade de prestação de serviços.

Uma vez presente a embarcação no Algarve, a percentagem de tripulantes que regressa à sua região ou país de residência situa-se nos 42,1%, valor que inclui os nautas das embarcações que permaneceram durante o período de Inverno na região, com contratos de 9 meses ou superiores (que representam cerca de 90% do total de contratos em Marinas e Portos de Recreio no Algarve), bem como as tripulações de Lisboa que fazendo a viagem náutica de veraneio até ao Algarve regressam pontualmente ao local de residência antes do retorno definitivo da embarcação ao porto de origem.

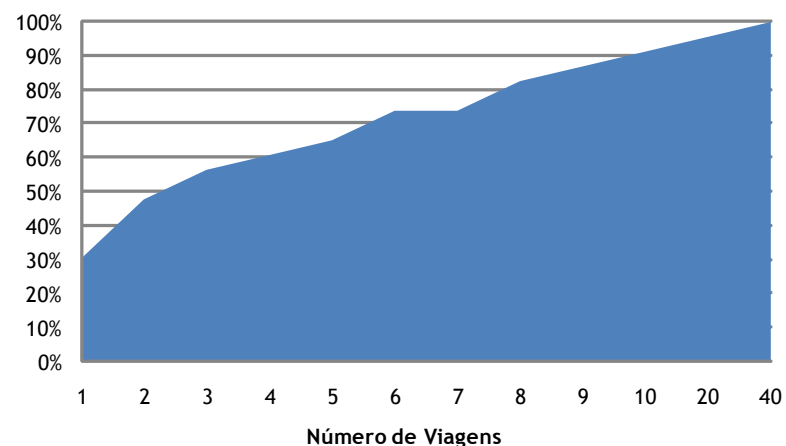
GRÁFICO 3.14 – Regresso dos nautas ao país/região de residência durante a permanência da embarcação no Algarve



Fonte: Elaboração própria.

Permanecendo a embarcação no Algarve e regressando a tripulação ao seu local de residência, a investigação procura verificar a frequência de viagem e meio de transporte utilizado. No primeiro caso, a frequência de regresso, o peso do mercado de proximidade de Lisboa e Andaluzia, no Verão, e do Reino Unido e Países Baixos nas estadas mais longas de Inverno, influenciará respectivamente e por hipótese o facto de 47,8% dos tripulantes que regressam o fazerem entre 1 a 2 vezes e de 17,4% afirmarem fazê-lo entre 5 a 8 vezes, tal como se constata através do Gráfico 3.15.

GRÁFICO 3.15 – Frequência acumulada das viagens de regresso ao país/região de origem

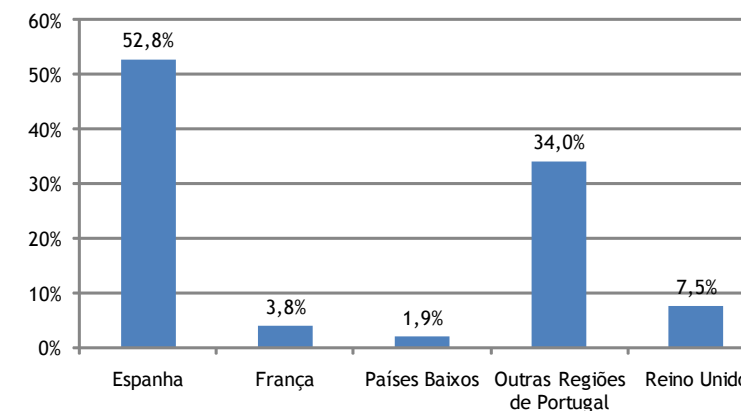


Fonte: Elaboração própria.

Quanto à segunda questão, meio de transporte utilizado, refira-se que 73,9% dos inquiridos referem o avião. Destes, 89,5% utilizam o Aeroporto de Faro, o qual mais uma vez se posiciona de forma decisiva na captação de fluxos direccionados para os diferentes produtos turísticos da região, neste caso o turismo náutico na forma do iatismo e náutica desportiva. No centro desta capacidade está a presença de voos directos de baixo custo para as principais cidades do Reino Unido, assinalando-se que 100% dos inquiridos que referem utilizar o avião a partir do Aeroporto de Faro, fazem-no recorrendo a estas companhias.

Por último, a análise do perfil da visita completa-se com a compreensão do tipo de movimentações das embarcações ao longo da costa. A proximidade geográfica é um factor importante nas deslocações náuticas, particularmente quando o tempo de viagem é uma variável importante, tal como acontece maioritariamente nos veleiros, cuja medição da distância em termos relativos (horas) não aproxima os pontos de partida e chegada como o fazem por exemplos as deslocações por rodovia ou, incomparavelmente, por via aérea. Daqui resulta o facto da maioria das embarcações que chegam ao Algarve registarem como último país de escala da sua viagem Portugal, em 34,0% dos casos, ou Espanha, com 52,8% das origens – Gráfico 3.16. É ainda de referir os 7,5% de embarcações que se deslocam directamente do Reino Unido para o Algarve, sem escalas.

GRÁFICO 3.16 – Último país onde a embarcação permanece antes de chegar ao Algarve

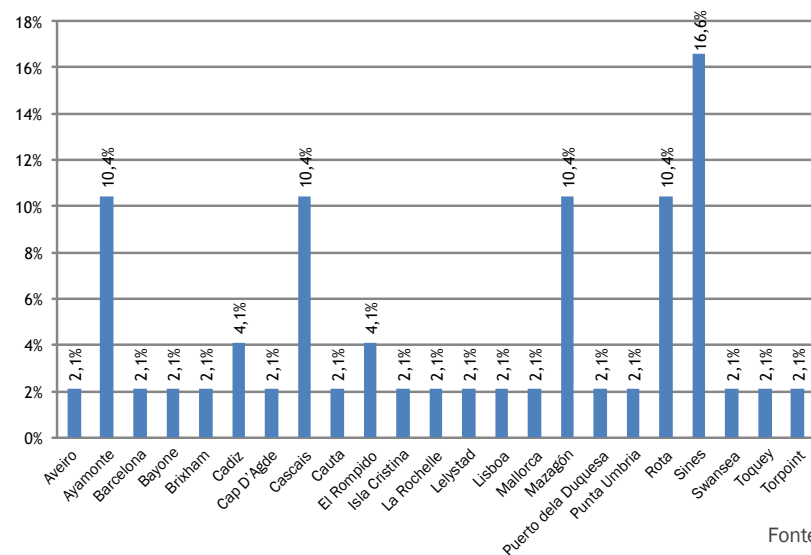


Fonte: Elaboração própria.

Numa análise mais detalhada do último porto na viagem até ao Algarve – Gráfico 3.17 - verifica-se, no caso das escalas em território nacional, a importância de Cascais e Sines, o primeiro como porto de origem da região de Lisboa ou escala de rotas vindas de Norte, o segundo como escala das embarcações provenientes essencialmente de Lisboa, que têm aqui um ponto de apoio no transporte das embarcações, sobretudo para pernoitar, evitando a navegação nocturna entre Lisboa e Algarve.

No caso das zonas de origem ou de última escala efectuada em Espanha o factor, proximidade é mais uma vez decisivo, com a Andaluzia mas particularmente as Marinas situadas na designada Baía de Cádiz a atingirem uns significativos 50,1% do total. É de realçar, entre estas, o peso das Marinas de Ayamonte, Mazagón e Rota, todas com 10,4%. A presença significativa desta última reflecte inequivocamente um posicionamento do Algarve nas rotas provenientes de Gibraltar ou do interior do Mediterrâneo (destino final ou de passagem para Norte e Atlântico). Refira-se também que estas 3 Marinas têm uma gestão conjunta através da Junta dos *Puertos de Andalucía*.

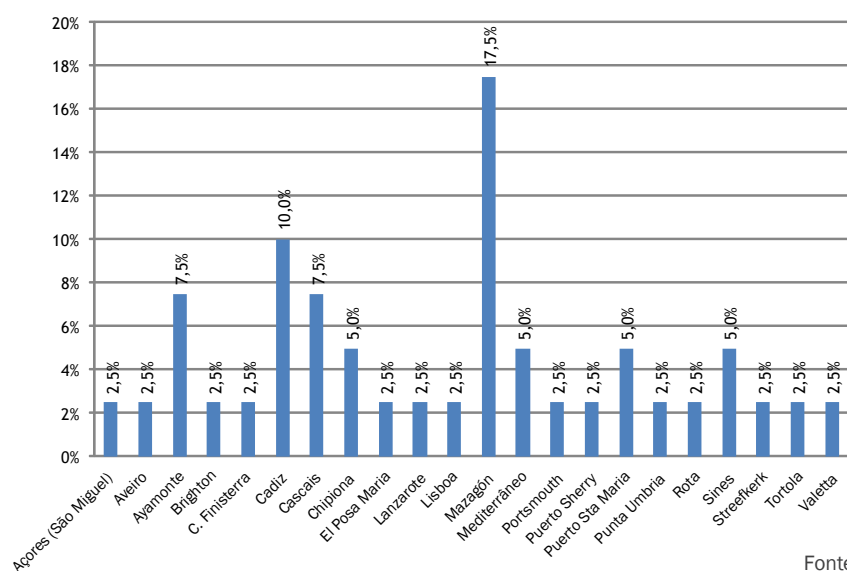
GRÁFICO 3.17 – Último porto da embarcação antes de chegar ao Algarve



Fonte: Elaboração própria.

Quando analisado o destino das embarcações após saída do Algarve, o peso da Baía de Cádiz permanece maioritário e sensivelmente igual, totalizando 50,2% dos portos de destino ou de escala futura, reforçando assim a constatação anterior.

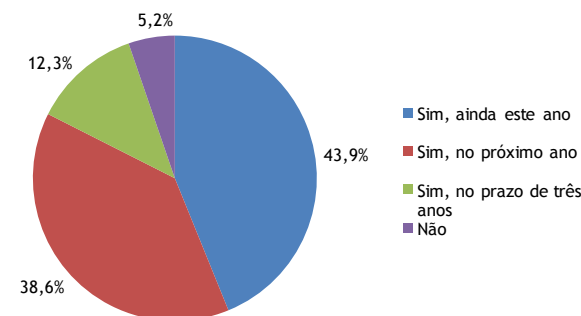
GRÁFICO 3.18 – Próximo porto da embarcação após sair do Algarve



Fonte: Elaboração própria.

Finalmente, como corolário da visita à região e como variável central na medição da satisfação relativamente à mesma, é significativo que 94,8% dos inquiridos revelem a intenção de regressar com a embarcação ao Algarve ainda durante 2008 (ano de realização do questionário) ou nos próximos 3 anos, uma repetição de visita que importa monitorizar e manter no tempo.

GRÁFICO 3.19 – Intenção de regresso ao Algarve com a embarcação



Fonte: Elaboração própria.

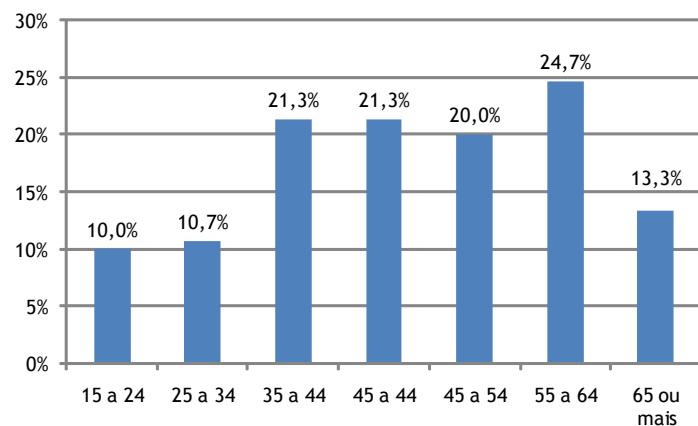
Em suma, a visita do nauta ao Algarve no segmento iates caracteriza-se por um perfil de repetição, visto 3/4 dos visitantes já conhecerem o destino no usufruto da vertente náutica. A tripulação é constituída por 3 a 4 elementos e mantém-se cerca de 7 noites na região, estada superior em 2 noites à registada em alojamento classificado no Algarve. A embarcação permanece a maioria do tempo no posto de amarração em Marina ou Porto de Recreio, seguindo-se os fundeadouros da Culatra, Alvor e Guadiana como os mais requeridos. Questionados sobre a oferta de espaços específicos, os nautas sugerem ainda uma maior necessidade de fundeadouros e estaleiros. As embarcações provêm na sua maioria de Portugal e de Espanha, essencialmente da Andaluzia neste último caso. A satisfação com a visita encontra-se expressa na elevada percentagem de intenção de regresso ainda durante o ano de 2008 ou nos anos seguintes.

3.4 Perfil Sócio-Económico do Nauta

A análise do perfil sócio-económico do nauta utilizador das Marinas e Portos de Recreio do Algarve parte de um breve enquadramento em termos de escalão etário e género, faz uma referência à propriedade ou não de uma habitação no Algarve pelo não residente (dada a importância crescente das segundas residências na oferta turística da região) e, posteriormente, concentra-se nos gastos efectuados em termos de estada e amarração, bem como nos serviços complementares prestados pelas Marinas e Portos de Recreio.

Quanto à faixa etária dos nautas esta concentra-se sobretudo nos 35 ou mais anos, sendo a classe mais representada a que agrega os indivíduos entre os 55 a 64 anos, facto que não deverá ser alheio ao possível maior poder de compra deste escalão etário. No entanto, em termos de concentração dominante é de referir que 66,0% dos tripulantes possuem entre 35 a 64 anos, segmento este maioritariamente presente nas Marinas e Portos de Recreio.

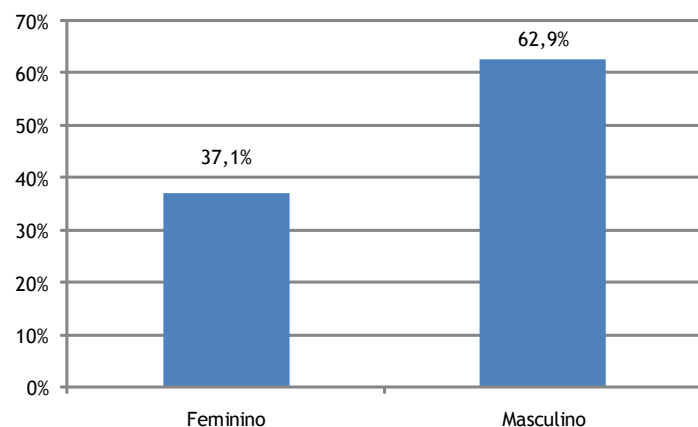
GRÁFICO 3.20 – Tripulantes por grupo etário



Fonte: Elaboração própria.

Em termos de género existe um predomínio do masculino, o qual representa 62,9% dos tripulantes. Curiosamente, a associação histórica da náutica – em particular à vela e a motor - ao género masculino, pode ser uma realidade em mudança quando se observa a actual frequência das Escolas de Vela para crianças até aos 14 anos, onde o género feminino é muitas vezes dominante o que, a prazo, tenderá a produzir ou pelo menos influenciar uma alteração na composição dos praticantes de iatismo e náutica desportiva.

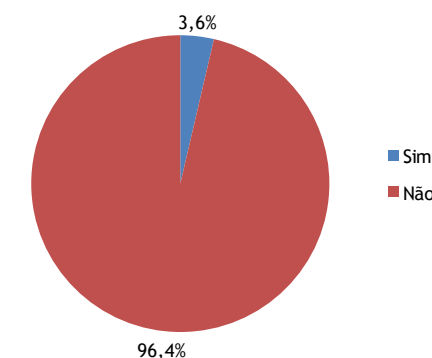
GRÁFICO 3.21 – Tripulantes segundo o género



Fonte: Elaboração própria.

Na perspectiva de aferir uma possível associação do segmento em estudo às segundas residências e ao turismo residencial, é questionado aos nautas não residentes na região se possuem uma segunda residência no Algarve.

GRÁFICO 3.22 – Posse de segunda residência no Algarve



Fonte: Elaboração própria.

Como resposta, 3,6% dos entrevistados revelam possuir segunda residência no Algarve. Este valor embora se revele relativamente residual não pode no entanto ser considerado negligenciável, uma vez que a visita ou permanência no Algarve se concretiza através de embarcações que na sua larga maioria são elas próprias habitáveis e utilizadas como tal pelos proprietários.

A estimativa da despesa média diária do nauta na região baseia-se num agregado formado por três parcelas: despesa de estada excluindo o custo com a Marina ou Porto de Recreio (a amarração como variável proxy ao alojamento do nauta), a despesa com essa amarração e, finalmente, a despesa em serviços prestados pelas Marinas ou Portos de Recreio.

Em termos da primeira parcela, despesa média diária, excluindo o custo com a amarração e eventuais serviços de estaleiro, verifica-se que ascende aos 77,55 euros, tal como se constata através da Tabela 3.4.

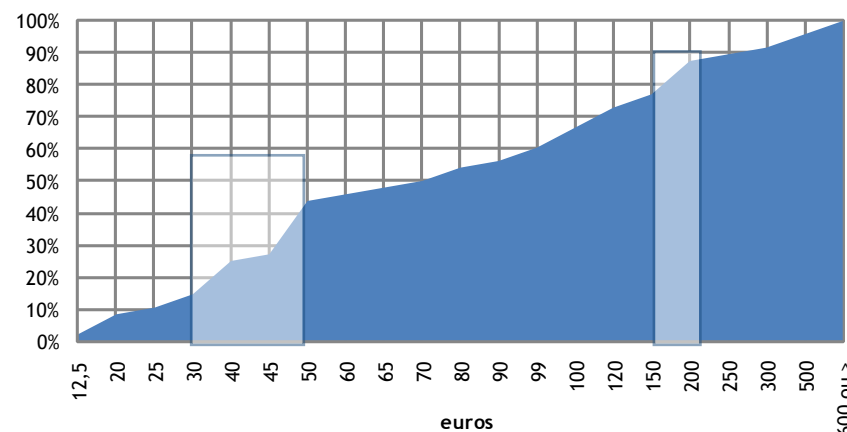
TABELA 3.4 – Despesa média diária excluindo o custo com a amarração e serviços de estaleiro

Intervalo de Confiança a 95%	Despesa Efectuada
Média	77,55 €
Limite Superior	98,84 €
Limite Inferior	56,25 €

Fonte: Elaboração própria.

Este é um valor onde importa assinalar alguma variabilidade, constatada nos limites apresentados para um intervalo de confiança a 95%. No entanto, os próprios valores expressos como limites permitem desde logo sugerir que o nauta não é um turista de reduzida despesa relativa, pois há que considerar que a mesma não inclui o alojamento (efectuado na embarcação), ao contrário do turista que recorre a estabelecimentos hoteleiros classificados ou outros. Convergindo para a média apresentada é porém importante ressaltar a existência de duas classes de despesas dominantes, patentes na distribuição de frequências relativas acumuladas expressa no Gráfico 3.23. Assim, verifica-se que 29,2% dos nautas gastam individualmente entre 30 a 50 euros por dia, existindo também uma parcela relevante de 10,4% que despendem entre 150 a 200 euros diários.

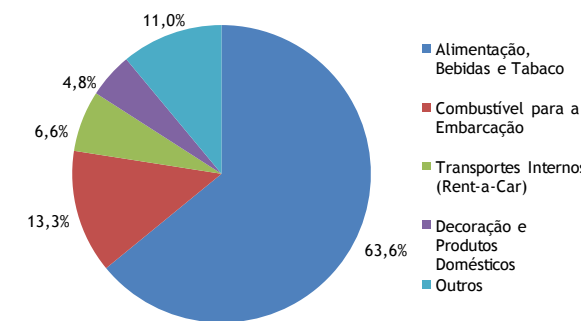
GRÁFICO 3.23 – Despesa média diária excluindo o custo com a amarração e serviços de estaleiro



Fonte: Elaboração própria.

Sabendo que o alojamento e serviços de manutenção não são por agora considerados, constata-se que o tipo de despesa na qual os nautas concentram a maioria dos gastos se refere à alimentação, bebidas e tabaco com 63,6% do total, seguindo-se os gastos em combustível com 13,3%, opção não negligenciável por motivos de segurança nos veleiros, mas absolutamente central nas embarcações a motor. Note-se ainda a parcela de despesa afecta a transportes internos, incluindo *rent-a-car*, a qual atinge os 6,6%, indiciando que o nauta não se limita a permanecer na Marina ou Porto de Recreio mas opta também por realizar algumas deslocações e visitas na região, factor a ter em atenção no impacto dos iates e respectivos tripulantes nas economias locais.

GRÁFICO 3.24 – Despesa média diária por categorias, excluindo o custo com a amarração e serviços de estaleiro



Fonte: Elaboração própria.

A desagregação dos dados anteriores obriga à sistematização dos intervalos de confiança para cada uma das categorias de despesa, leitura que consolida a despesa em alimentação, bebidas e tabaco e introduz alguma variabilidade na despesa com o combustível para a embarcação, o que não será alheio à opção por embarcação a motor ou à vela, respectivamente 22,6% e 74,4% da amostra recolhida.

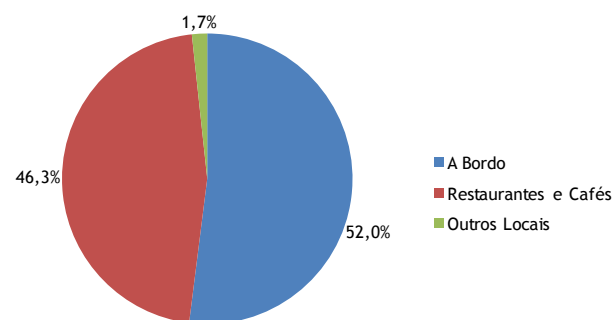
TABELA 3.5 – Intervalos de confiança da despesa média diária por categorias, excluindo o custo com amarrações e serviços de estaleiro

Categorias	Limite Superior	Limite Inferior
Alimentação, Bebidas e Tabaco	73,0%	54,2%
Combustível para a Embarcação	19,1%	7,5%
Transportes Internos (<i>Rent-a-Car</i>)	10,6%	2,5%
Decoração e Produtos Domésticos	8,5%	1,2%
Outros	16,8%	5,1%

Fonte: Elaboração própria.

Dada a importância da despesa em alimentação, bebidas e tabaco, identifica-se ainda a percentagem de refeições realizadas a bordo da embarcação, por oposição ao recurso a restaurantes, cafés ou outros locais. De acordo com o Gráfico 3.25, apesar da opção pelas refeições a bordo ser maioritária, observa-se que o recurso a restaurantes e cafés atinge os significativos 46,3% do total, factor a assinalar face à propagação dos efeitos das despesas dos nautas nas economias locais.

GRÁFICO 3.25 – Refeições segundo o local de consumo



Fonte: Elaboração própria.

Para consolidação estatística da análise apresentam-se ainda os limites superiores e inferior da distribuição anterior, mantendo o intervalo de confiança em 95%.

TABELA 3.6 – Intervalos de confiança de refeições consumidas a bordo, em restaurantes e cafés e outros locais

Categorias	Limite Superior	Limite Inferior
Refeições Consumidas a Bordo	62,0%	42,0%
Restaurantes e Cafés	55,9%	36,6%
Outros Locais	3,5%	-0,1%

Fonte: Elaboração própria.

Conhecida e analisada a primeira parcela de despesa do nauta – relativa à estada, excluindo os custos com a amarração em Marina ou Porto de Recreio e com eventuais despesas de Estaleiro, importa também conhecer os gastos associados à amarração, a qual pode como referido anteriormente ser considerada variável proxy ao alojamento do nauta. Neste âmbito e procurando identificar a despesa média diária a título individual (tripulante) nesta componente, a investigação tem presente as anteriores variáveis de estada média, o tempo passado em Marinas e Portos de Recreio (e não fundeado dado que este não é objecto de pagamento no Algarve), o preço médio diário de uma amarração no Verão para uma embarcação entre 10,0 a 12,5 metros, bem como o número médio de tripulantes, de acordo com a metodologia resumida na Tabela 3.7.

TABELA 3.7 – Despesas com amarração

Despesas com amarrações		
(1)	Estada média (Dias)	6,8
(2)	Tempo de amarração em Marinas (%)	70,9%
(3)	Preço médio de amarração por dia + IVA	37,84 €
(4)	Dimensão média do grupo (tripulantes)	3,5
(5)	Número de movimentos nas marinas	10.706
(6)	Despesa Média em amarração por embarcação = (1)* (2)* (3)	181,9 €
(7)	Despesa Média em amarração por embarcação/ dia estada = (6)/(1)	26,83 €
(8)	Despesa Média em amarração por tripulante = (1)* (2)* (3) / (4)	52,41 €
(9)	Despesa Média em amarração por tripulante/Dia = (8)/(1)	7,73 €
(10)	Despesa Total em amarração nas Marinas do Algarve = (5)*(6)	1.947.190,24 €

Fonte: Elaboração própria.

Em termos de resultados e tendo presente a contabilização pelo número de entradas, refira-se que o valor obtido pode, com segurança, ser considerado como mínimo. Se o cálculo englobasse também as embarcações em regime de contrato que não dão saída do seu local de amarração, isto é, as que partem e regressam ao mesmo porto, aquele valor seria certamente superior. Assumindo esta restrição, constata-se que em média, por tripulante, a despesa com a amarração em Marina ou Porto de Recreio se situa nos 7,70 euros. Se considerada a embarcação como um todo, a despesa ascende aos 26,80 euros.

Daqui decorre que a estimativa da despesa média diária do nauta no Algarve, quando agregadas as componentes dos gastos afectos ao dia-a-dia da estada mais os custos individualizados com a amarração em Marinas ou Portos de Recreio, pode atingir um valor que se situará em redor dos 85,25 euros por dia, ou seja, 77,55 euros de gastos gerais mais 7,70 euros de gastos de amarrações. Para além de ser um valor significativo em si, dado que a despesa média padrão na região, tomando como exemplo actual e disponível o turista de veraneio em Portimão, se situa nos 81,30 euros diários (Perna, Custódio, Gouveia e Oliveira, 2008), deve ter-se presente que a análise é restringida ao ter em consideração que o alojamento do nauta é “construído” por ele próprio através da aquisição da embarcação, existindo assim uma parcela de investimento que não é reflectida nos gastos na região.

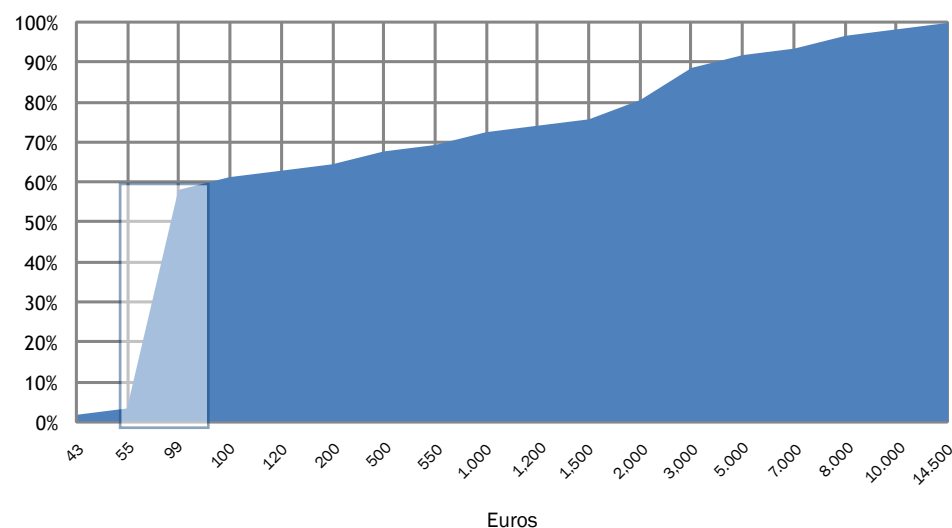
Porém, talvez mais relevante que a média estimada de 85,25 euros por dia e por pessoa, é o facto dos produtos e serviços serem comercializados no próprio local de recepção. Quer isto dizer que não se integram em packages negociados pelos operadores no mercado de origem, nos quais apenas uma parcela, por vezes reduzida, entra efectivamente no destino comercializado. No caso dos iates a despesa realizada é um input directo nas economias locais, acentuando o efeito multiplicador noutras actividades.

Finalmente, a terceira parcela de formação da despesa do nauta, referente ao custo com despesas de Estaleiro, aponta para valores que se situam maioritariamente entre os 55 a 99 euros por embarcação, correspondendo assim a pequenas reparações. O intervalo referido agrega 54,8% das despesas efectuadas pelos nautas nas embarcações. Porém, ainda de

acordo com os valores expressos no Gráfico 3.26, também se detecta existir um significativo grupo de nautas que refere despesas acima dos 2.000 euros, mais exactamente, 17,7%. Daqui resultam duas considerações imediatas:

- Por um lado, o enviesamento dos valores médios para a direita do intervalo de distribuição de despesa;
- Por outro, o enorme potencial económico que a área dos serviços de manutenção e estaleiro encerra, caso este limite superior passe a ser dominante; recorde-se que, segundo a investigação, a embarcação permanece em estaleiro apenas 19,1% do tempo e que, simultaneamente, 67,4% dos nautas consideram necessária a existência de mais estaleiros no Algarve.

GRÁFICO 3.26 – Percentagem acumulada da despesa efectuada em serviços de estaleiro por embarcação



Fonte: Elaboração própria.

A apresentação do valor médio e respectivos limites superior e inferior para um intervalo de confiança a 95% reflectem a variabilidade dos gastos em estaleiro, embora não deixe de consolidar a constatação anterior sobre o potencial que esta área de serviços encerra e que, face às necessidades sugeridas pelos nautas, se encontra ainda por explorar.

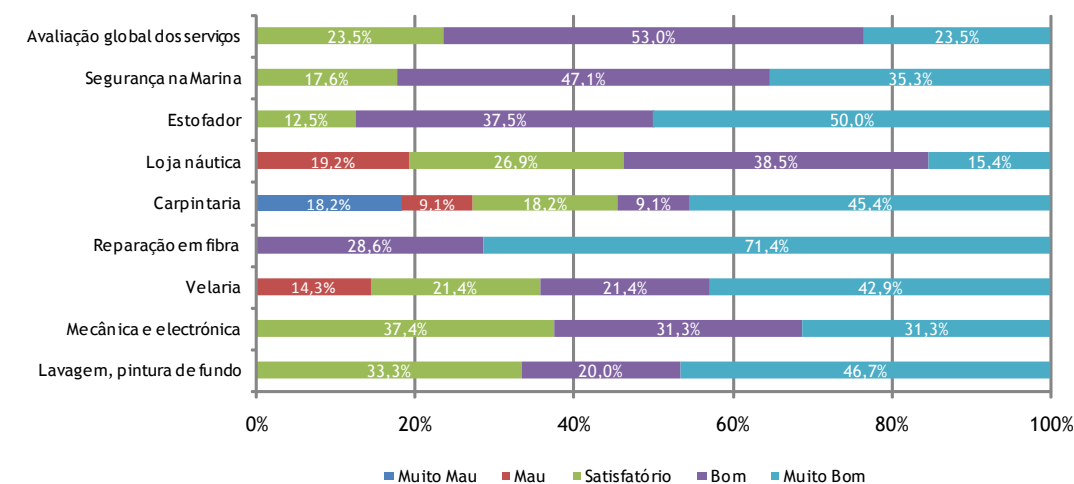
TABELA 3.8 – Despesas efectuadas em estaleiro por embarcação (Euros)

Intervalo de Confiança a 95%	Despesa Efectuada
Média	3.049
Limite Superior	4.426
Limite Inferior	1.672

Fonte: Elaboração própria.

Este reforço da importância e potencial dos serviços é ainda mais consolidado quando se observa que, em termos globais, os nautas presentes na amostra avaliam os serviços associados à náutica como satisfatórios em 23,5% dos casos, sendo que 76,5% os consideram mesmo bons ou muito bons, não existindo de um modo geral opiniões negativas, tal como se constata pela primeira coluna do Gráfico 3.27.

GRÁFICO 3.27 - Avaliação dos serviços náuticos prestados

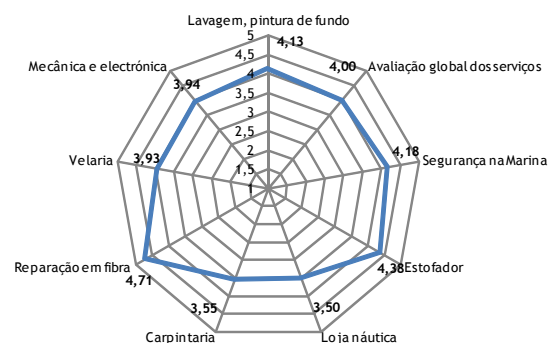


Fonte: Elaboração própria.

Os maiores níveis de satisfação estão concentrados na reparação em fibra, classificada com muito bom por 71,4% dos inquiridos, seguindo-se o serviço de estofagem, serviço de lavagem e pintura de fundo (os mais frequentes) com, respectivamente, 50,0% e 46,7% de opiniões muito favoráveis. As críticas dirigem-se aos serviços associados à carpintaria, lojas náuticas – *chandlery* – e velaria.

Esta leitura é reforçada pela estatística das médias sobre cada serviço prestado, onde se verifica, tal como expresso no Gráfico 3.28, que a reparação em fibra regista a melhor classificação, situando-se nos 4,71 numa escala compreendida entre 1 a 5, seguindo-se a estofagem com 4,38 e a segurança na Marina com 4,18. As lojas náuticas, carpintaria e velaria são as que concentram menor grau de desempenho, respectivamente com 3,55, 3,50 e 3,93, embora seja importante salientar que em nenhum caso esta média é considerada negativa, dado que em qualquer dos serviços a classificação média é sempre superior ao ponto médio da escala (3) utilizada para avaliação.

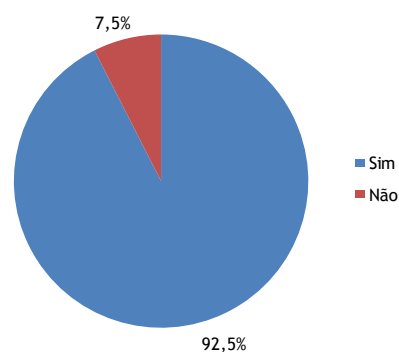
GRÁFICO 3.28 – Classificação média dos serviços associados à náutica



Fonte: Elaboração própria.

De forma global a satisfação dos nautas para com os serviços existentes é bastante positiva, com a larga maioria dos inquiridos, 92,5%, a referir que voltaria a contratar os serviços de manutenção e reparação existentes, o que demonstra a satisfação das expectativas face ao serviço prestado.

GRÁFICO 3.29 – Possibilidade de contratação futura do mesmo tipo de serviço associado à náutica



Fonte: Elaboração própria.

Conclui-se assim existir um potencial assente numa satisfação que aparenta ser inequívoca, revelando-se apenas dois pontos críticos, o primeiro centrado na necessidade de mais serviços numa perspectiva global, o segundo associado à relativa insuficiência de lojas náuticas, perspectivadas não só numa base de satisfação de necessidades de habitabilidade a bordo (decoração entre outros) mas também e sobretudo como ponto de apoio ao apetrechamento especializado da embarcação para as necessidades de utilização, reparação e segurança.

3.5 Impacto Económico Agregado na Economia Regional

3.5.1 Metodologia

A metodologia utilizada para determinação do impacto sobre a economia regional e local tem por base o recurso à matriz input-output para o Algarve referenciada a 1994 e desenvolvida pela Universidade do Algarve (CIDER, 2001). Este quadro de entradas e saídas constitui um instrumento estatístico de descrição e análise da economia regional, possibilitando uma análise da sua estrutura, de como os bens e serviços são gerados, bem como das utilizações que lhes são dadas pelos agentes económicos residentes e não residentes.

As relações existentes entre os diversos sectores da economia regional são evidenciadas pelo quadro de transacções que regista os fluxos de produção que ocorrem na economia ao longo do ano. Fornece também informação sobre a importância relativa dos fluxos económicos internos e externos (intra e inter-regional), possibilitando uma quantificação da procura de recursos nos diversos ramos de actividade a nível nacional.

Esta matriz permite ainda a identificação de especificidades regionais ao nível dos sectores que apresentam um maior contributo para a formação do rendimento e a identificação de áreas produtivas mais e menos favorecidas. A partir de uma análise prudente dos resultados obtidos, é ainda possível uma aproximação aos efeitos sobre agregados macro-económicos decorrentes de projectos de investimento ou gastos associados a determinada procura, como o caso dos nautas cujas embarcações recorrem a amarrações em Marinas e Portos de Recreio no Algarve.

Pretende-se com a utilização desta matriz ter em conta as especificidades da economia regional, ainda que com algum prejuízo em termos de actualidade dos fluxos intersectoriais. Uma vez quantificadas as interdependências entre os sectores, torna-se possível estimar o efeito que uma determinada alteração na procura final possa ter no conjunto do sistema. A quantificação deste efeito com desagregação de impactos ao nível sectorial, exige o cálculo da matriz dos coeficientes técnicos e da correspondente matriz dos multiplicadores intersectoriais⁽⁶⁾.

Importa porém salientar que a realização de previsões desta natureza tem por base um conjunto de pressupostos/hipóteses. A não verificação destes pressupostos, no todo ou em parte, aconselha que os resultados sejam analisados de forma prudente. Os pressupostos adoptados no presente estudo são os seguintes:

⁽⁶⁾ Obtida pelo cálculo da inversa da matriz [I-A] (inversa de Leontief), onde I e A representam as matrizes Identidade e dos Coeficientes técnicos, respectivamente.

- A estimativa das consequências ao nível da economia do Algarve em resultado de choques exógenos da procura tem por base a hipótese que a tecnologia de produção é fixa e proporcional (proporção de utilização dos factores de produção constante);
- A abordagem assume ainda a inexistência de restrições à capacidade produtiva, o que corresponde a assumir a oferta como perfeitamente elástica;
- Um outro pressuposto importante associado a este exercício de avaliação do impacto económico consiste em assumir os coeficientes intersectoriais como constantes no tempo e resultantes da matriz *input-output* para o Algarve de 1994.

Para posteriores desenvolvimentos é possível obter uma revisão mais exaustiva no que toca a avaliações de impacto económico com base no Modelo de Input-Output em diversa literatura económica (*vide, inter alia*, Bulmer-Thomas, 1982; Miller, 1985; e Raa, 2006). No presente caso o exercício de avaliação de impacto económico desdobra-se nas componentes de impacto sobre o Valor Acrescentado Bruto (VAB), Emprego, Importações inter-regionais, Rendimento das Famílias e Consumo das Famílias.

Ao nível da quantificação dos efeitos directos (resultantes da variação original da procura exógena) e indirectos (resultantes das variações subsequentes nas despesas das empresas), são utilizados dois tipos de multiplicadores:

- Numa primeira fase, recorre-se ao multiplicador de tipo I ao nível da produção total, VAB e emprego. No entanto, a utilização desta abordagem pode ser considerada, sob certos pressupostos, redutora, porquanto não tem em conta os efeitos sobre o consumo decorrentes de acréscimos do rendimento (ou seja, os efeitos induzidos que resultam de variações subsequentes nas despesas do sector das famílias);
- Numa segunda fase recorre-se ao multiplicador de tipo II, o que corresponde a assumir que o rendimento adicional recebido pelas famílias na sequência do acréscimo da produção será gasto em bens e serviços produzidos localmente e/ou vindos do exterior. A determinação deste tipo de multiplicador pressupõe que as famílias sejam entendidas, para efeitos de cálculo, como um sector produtivo. Neste contexto, o recurso aos multiplicadores de tipo I tenderiam a subestimar, de forma significativa, o impacto sobre a economia regional.

Com efeito, o multiplicador de tipo I (que permite a quantificação dos efeitos directos e indirectos) revela-se mais adequado numa conjuntura de pleno emprego, na medida em que, nesse caso, será mais difícil a existência de uma resposta por parte das famílias ao acréscimo de solicitações ao nível da procura. Em contrapartida, os multiplicadores de tipo II (correspondentes aos efeitos directos, indirectos e induzidos) mostram-se mais adequados num contexto de uma pequena economia aberta, que facilmente pode atrair novos trabalhadores para a região e/ou em cenários em que a economia se situa aquém do nível de pleno emprego. Neste último cenário a hipótese de elasticidade da oferta poderá ser cumprida. No conjunto e na ausência de verificação destes pressupostos, a utilização dos multiplicadores poderia resultar numa sobrestimação do impacto económico.

Na perspectiva em que a economia se situa abaixo do pleno emprego, a utilização dos multiplicadores de tipo II afigura-se como uma opção que pode garantir uma maior aproximação ao impacto económico real. Com efeito, na ausência de uma utilização plena de recursos produtivos, a hipótese de inteira flexibilidade da oferta apresenta maior verosimilhança.

Neste enquadramento e no sentido de ter em conta a possibilidade de um aumento do rendimento das famílias influenciar o consumo das mesmas em bens produzidos localmente ou vindos do exterior (efeito induzido), procede-se à endogeneização do consumo privado (significa isto que o sector das famílias é tratado como um sector produtivo), com a correspondente utilização do Valor Acrescentado Bruto (VAB) como variável explicativa do consumo privado de residentes. Este tipo de abordagem tem sido utilizada em diversos estudos de impacto económico no contexto nacional (*vide, inter alia*, DPP, 1998, 2004).

O cálculo dos efeitos sobre a produção total é efectuado por recurso a multiplicadores intersectoriais obtidos a partir da inversa de Leontief. Todos os resultados são apresentados a preços de 2008. Em paralelo, procede-se ao cálculo dos impactos económicos, interação a interação, até que os contributos marginais se tornem negligenciáveis. Pretende-se com esta abordagem alternativa à inversa de Leontief obter multiplicadores truncados e conhecer a forma de propagação do impacto económico de uma variação na procura final exógena no tempo.

A partir da quantificação do impacto sobre a produção total e o VAB por sectores (através dos respectivos coeficientes técnicos), o cálculo do impacto sobre o emprego decorre da utilização dos valores da produtividade (VAB/Emprego) para cada ramo disponível nas contas regionais do INE. Por seu turno, a quantificação dos efeitos sobre algumas das componentes da despesa interna tem em conta os pesos relativos dessas componentes no PIB tendo em atenção as contas regionais do INE.

3.5.2 Efeitos sobre o Emprego e Valor Acrescentado Bruto

Com recurso à informação fornecida pelo inquérito realizado aos nautas que utilizam as Marinas e Portos de Recreio do Algarve, procura-se concretizar o objectivo de quantificar o impacto económico dos gastos agregados dos nautas durante a sua estada (incluindo a amarração) mas sem considerar nesta fase inicial a despesa nos serviços de estaleiro/reparações, isto é, a primeira e segunda parcela de despesa considera na análise no Capítulo anterior por ocasião do traçar do perfil sócio-económico do nauta.

A Tabela 3.9 resume os principais resultados parcelares que permitem desencadear o processo de cálculo dos efeitos multiplicadores, fruto da ponderação da despesa individual média diária do nauta (estada e amarração), da dimensão média do grupo (número médio de tripulantes por embarcação) e da estada média. Este processo conduz à despesa total exceptuando os gastos em serviços de estaleiro/reparações o qual, tal como expresso na Tabela 3.9, aponta para uma estimativa agregada de 74.697.497 euros.

TABELA 3.9 – Despesa total de estada (dos nautas) e amarrações

Despesa Total de Estada dos Nautas e Amarrações	
Despesa Agregada da Estada dos Nautas	72.750.370 €
Despesa Agregada em Amarrações nas Marinas e Portos de Recreio	1.947.190 €
Despesa Total em Estada e Amarrações	74.697.497 €

Fonte: Elaboração própria.

Note-se que a decomposição por tipo de gasto afecto à estada dos nautas (Gráfico 3.24), permite um melhor ajustamento ao nível da obtenção dos efeitos multiplicadores.

Simultaneamente sabe-se que as quatro Marinas do Algarve e o Porto de Recreio de Vila Real de Santo António verificam em 2007 um total de movimentos que atinge as 10.706 entradas. Conhece-se também, através do inquérito realizado à procura, que cerca de 45% das embarcações recorre a algum tipo de serviço prestado nos estaleiros ou empresas de reparação associados às Marinas ou Porto de Recreio, cujo valor médio – conscientes da amplitude de variação conforme verificado na Tabela 4.8 - se situa nos 3.049 euros. Esta é a informação necessária para processar a despesa total em serviços de estaleiro/reparações, a última parcela de gastos considerada para a composição da despesa dos nautas, a qual de forma agregada atinge os 14.741.126 euros.

TABELA 3.10 - Despesa total em serviços prestados por estaleiro

Impacto Económico Directo	
Despesa anual nas Marinas	
Número de Movimentos nas Marinas	10.706
Porcentagem embarcações que recorre a Serviços das Marinas	45,16%
Despesa média em Serviços	3.049 €
Despesa Total em Serviços	14.741.126 €

Fonte: Elaboração própria.

A agregação dos totais estimados das Tabelas 3.9 e 3.10 identifica a dimensão total da despesa em estada, amarrações e serviços prestados em estaleiros e/ou de reparação náutica, a qual atinge os 89.438.623 euros, isto é, aproximadamente 90 milhões de euros. Quantifica-se em seguida o impacto total deste fluxo sobre as actividades directa e indirectamente associadas aos movimentos nas Marinas e Portos de Recreio do Algarve.

Neste raciocínio são tidos em conta os impactos decorrentes da prestação de serviços, da negociação das amarrações e das despesas dos visitantes na região em alimentação, bebidas e tabaco, combustível para a embarcação, transportes internos (*rent-a-car*), decoração e produtos domésticos e outros.

De acordo com o enquadramento metodológico expresso, procede-se à quantificação do impacto económico sobre a economia das despesas desencadeadas pela presença dos nautas e das suas embarcações nas Marinas e Portos de Recreio da região, recorrendo aos multiplicadores associados à matriz inversa de Leontief. A sua quantificação desdobra-se nas componentes de impacto sobre o VAB, emprego, importações, rendimento das famílias e consumo das famílias, tal como expresso na Tabela 3.11.

TABELA 3.11 - Impacto total da procura das marinas e portos de recreio do Algarve

Impacto	Efeitos directos e indirectos	efeitos directos, indirectos e induzidos
VAB	70.043 M €	99.312 M €
Peso no VAB regional	1,48%	2,10%
Rendimento Disponível	56.599 M €	80.249 M €
Consumo Privado	50.743 M €	71.946 M €
Impostos	17.232 M €	24.433 M €
Importações Interregionais	12.659 M €	58.516 M €
Emprego (postos de trabalho)	2.962	3.969
Peso no Emprego Regional	1,57%	2,10%

Fonte: Elaboração própria.

Daqui decorre que o incremento do VAB resultante da despesa total dos nautas que utilizam as Marinas e Portos de Recreio do Algarve (estada, amarrações e serviços de estaleiro/reparações) pode situar-se entre os 70 e os 99,3 milhões de euros, o que corresponde a 1,48% a 2,10% do VAB regional, consoante se considerem apenas os efeitos directos e indirectos ou também os efeitos induzidos.

Em termos da variável emprego, conclui-se que o impacto da despesa total dos nautas e embarcações resulta em 2.962 a 3.969 postos de trabalho na região, correspondentes a 1,57% a 2,10% do emprego regional, uma vez mais caso se considerem apenas os efeitos directos e indirectos ou também os efeitos induzidos.

Por último, uma nota sobre a relação entre as duas variáveis, VAB e Emprego, com ênfase nos efeitos directos e indirectos (segunda coluna da Tabela 3.11). Conclui-se que este sector é relativamente trabalho intensivo na criação do respectivo VAB, demonstrando em simultâneo um potencial de geração de riqueza na economia regional. Assumindo os pressupostos de elasticidade, o turismo náutico é um sector onde os ganhos de produtividade têm um efeito multiplicador significativo sobre o *cluster* do mar, extensível a muitas das outras áreas de especialização da região.

3.6 Avaliação da Imagem da Região pelos Nautas

A imagem de um destino é objecto de estudo desde a década de 70, cientificamente enquadrada na área do marketing a partir do qual desenvolve uma abordagem e instrumentos de reconhecida interdisciplinaridade. Entender a imagem de um destino é um processo extremamente complexo, já que esta depende de características acumuladas no tempo, como a herança histórica, notícias veiculadas na comunicação social e opiniões pessoais nos mais diversos contextos económico-sociais. Acresce que a imagem se caracteriza pela sua lenta, mas não estática, mudança, não sendo particularmente fácil a alteração de estereótipos e a associação a características muitas vezes já sem correspondência à realidade.

O seu entendimento é reconhecido na literatura como um elemento essencial para a projecção de uma imagem adequada aos mercados potenciais e actuais, com vista ao melhor encontro entre expectativas e desempenho, elemento essencial na desejada satisfação. A análise da imagem poderá contribuir também para a valorização de elementos até então não explorados permitindo a diferenciação de destinos em termos de vantagens competitivas.

A perspectiva territorial adoptada para a medição da imagem neste estudo reconhece as recomendações de Manente e Cerato (2000), os quais identificam a existência de múltiplas interpretações para o termo destino. Este poder-se-á focar em perspectivas geográficas, económicas, sociológicas, de marketing e de gestão, podendo variar de acordo com uma multiplicidade de actores (procura actual e potencial, actividades turísticas privadas locais, actores públicos, actividades locais não turísticas, população residente e percepções associadas). A presente análise centra-se na procura actual do turismo náutico no segmento iates no Algarve.

Apesar da complexidade do processo de formação da imagem de um destino, a sua operacionalização e medição tem vindo a ser estudado através da literatura, com o desenvolvimento de metodologias próprias muitas vezes acompanhadas de importantes estudos empíricos de teste e análise/monitorização. Echter e Ritchie (1991, 1993) defendem na sua grelha conceptual a incorporação das características dos indivíduos, claramente no campo do comportamento do consumidor, bem como as características funcionais e intangíveis do território, onde podem surgir aspectos únicos e comuns de diferenciação dos destinos. Deste mapa teórico é possível identificar e operacionalizar um conjunto de atributos, ajustados a cada caso em análise. A versatilidade é um aspecto importante no processo de medição da imagem.

O método de inquérito utilizado neste domínio da avaliação da imagem do Algarve pelos nautas, estruturado e não estruturado, recorre a um misto de análise, seguindo as recomendações de Echter e Ritchie (1991, 1993). As questões de natureza estruturada são avaliadas através da listagem de um conjunto de atributos, relativamente aos quais é solicitada a sua avaliação, numa escala de Likert de 1 a 5. Um perfil da imagem deriva dos desempenhos obtidos nos diferentes atributos listados, sendo sempre deixado espaço para “outro” de designação livre. Com base no método não estruturado, recorre-se a uma pergunta aberta, a qual procura avaliar a imagem afectiva (de elementos intangíveis) e confirmar os atributos listados nas questões fechadas. Esta técnica mista permite a avaliação tanto dos elementos cognitivos como afectivos do destino.

A grande vantagem da aplicação do método estruturado centra-se na maior acessibilidade de administração, codificação e análise estatística mais objectiva e robusta, permitindo também uma comparação mais objectiva entre destinos. O inconveniente centra-se na maior rigidez da avaliação, correndo o risco de deixar de fora elementos de origem intangível como as características únicas e elementos afectivos do destino. Os métodos não estruturados restringem as limitações acima descritas, mas têm no entanto como desvantagem alguma limitação de análise estatística, sendo o nível de detalhe alcançado muito dependente das aptidões verbais e de escrita dos indivíduos. Por estes motivos a investigação opta pelo método misto.

Foram listados 16 atributos, posteriormente avaliados numa escala de 1 a 5, respectivamente entre o muito mau e o muito bom. Dada a natureza do estudo privilegiaram-se atributos de possível intervenção no território. Na sequência da inventariação efectuada por Echter e Ritchie (1991, 1993) relativa a 14 estudos sobre o processo de medição da imagem, seleccionaram-se e adaptaram-se 13, tendo-se acrescentado o elemento relativo aos serviços de saúde, sinalética e ordenamento urbano, mais um de avaliação global.

Através da análise da distribuição de frequências constata-se que, em termos médios, todos os atributos listados apresentam uma valorização sempre superior a três, o que revela um perfil de imagem positivo. O elemento mais valorizado prende-se com o aspecto natural, a paisagem, logo seguido da hospitalidade da população e da gastronomia. O nível de preços e ordenamento urbano foram os atributos que recolheram menos classificações de “muito bom”.

GRÁFICO 3.30 – Distribuição de frequências relativas dos atributos de imagem cognitiva

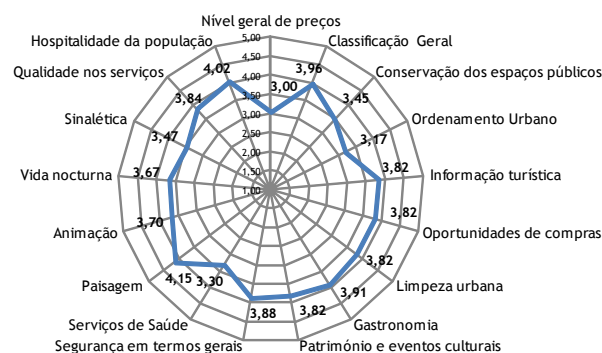


Fonte: Elaboração própria.

Na avaliação em termos médios o panorama mantém-se, o que revela algum consenso em termos de opiniões. O Algarve obtém uma classificação geral de 3,96 e resultados médios sempre positivos. Os elementos com médias mais baixas, ainda que acima de 3, concentram-se no nível geral de preços, ordenamento urbano e serviços de saúde.

Da análise particular da distribuição de frequências sobre os atributos com maior e menor média, verifica-se que a paisagem concentra as opiniões em termos globais no “bom” e “muito bom”. O nível geral de preços, com a menor média entre os atributos listados, ainda assim concentra 40% da opinião dos inquiridos no nível satisfatório e um total de 69,5% de valorizações positivas.

GRÁFICO 3.31 – Média dos atributos de imagem cognitiva



Fonte: Elaboração própria.

De acordo com as recomendações sugeridas por Churchill (1979), a avaliação qualitativa da imagem de um destino afigura-se extremamente importante como método de confirmação dos atributos previamente avaliados nas questões fechadas, além de, como já referido, captar a imagem afectiva, extremamente importante pela dimensão intangível do turismo. Dada a dificuldade de tratamento e inquirição através de questões abertas, optou-se pela inclusão de uma questão na qual se solicitava aos nautas a enumeração de três palavras-chave que associassem ao Algarve, tal como testado por Kastenholz (2002).

No tratamento dos dados aplicou-se o método de classificação do particular para o geral, partindo-se das palavras-chave enumeradas para as categorias, reagrupando os elementos contíguos para, no final, atribuir um título à categoria, tal como sugerido por Ferreira (2003).

O processo de classificação em unidades temáticas levou ao estabelecimento de 6 categorias, identificadas na primeira coluna da Tabela 3.12. Estas categorias resultam do agrupamento de 99 referências totais num universo possível de 186, atingindo assim uma taxa de resposta de 53%, facto bastante positivo em questões abertas. A adjectivação atribuída não foi tratada.

As categorias indicadas revelam uma proximidade aos atributos presentes nos elementos enunciados nas questões fechadas, com excepção da “atmosfera” espectável por se tratar de uma dimensão afectiva e logo intangível da imagem.

A Tabela 3.12 demonstra que a categoria com maior número de palavras é a hospitalidade. Este aspecto é interessante uma vez que em termos de questões fechadas a paisagem é a mais valorizada. Os inquiridos, quando chamados a valorizar livremente o destino, concentram um maior número de referências em aspectos intangíveis, o que confirma a necessidade de utilização de métodos mistos de captação da imagem.

A categoria atmosfera reflecte aspectos relativos à imagem afectiva, expressos na maioria dos casos sobre a forma de adjectivos. Acredita-se que o conceito de segurança aqui incluído seja utilizado por oposição à criminalidade. A multiplicidade deste atributo é aliás referida por Kastenholz (2002), sugerindo o seu desdobramento em dois ou mais, por exemplo a segurança rodoviária e a segurança das pessoas e bens, de forma a evitar o enviesamento por confusão do termo. Neste caso não se justificaria o seu desdobramento.

O clima surge em terceiro lugar, com algumas referências específicas às condições para a prática da náutica, embora a maioria se centre no clima em termos gerais. A gastronomia encontra-se em quinto lugar nas categorias estabelecidas e está, na sua maioria, associada a adjectivações positivas.

Na última categoria estabelecida, “outras”, foram incluídas as referências a condições de vida e infra-estruturas. De referir que não foram expressas palavras directamente associadas a património, história e cultura, presentes em Perna *et al.* (2007) e Perna *et al.* (2004). Esta constatação abre caminho a um trabalho que poderá ser desenvolvido no sentido de aproximar a náutica a outros aspectos com ela relacionados, por exemplo, a época dos Descobrimentos.

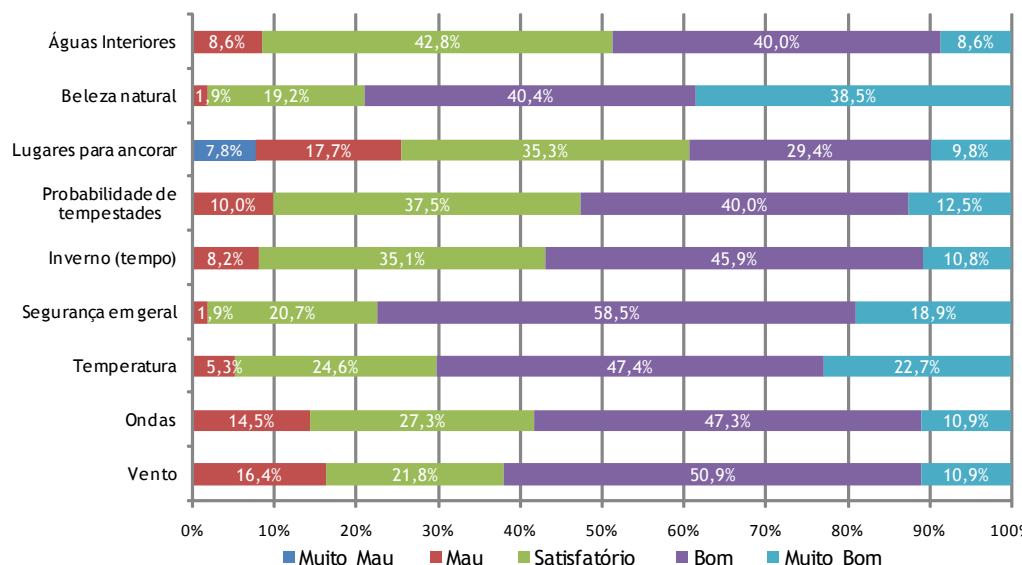
TABELA 3.12 - Imagem avaliada através de palavras-chave

Categorias	%	Exemplo de Palavras Expressas
Hospitalidade	20,20%	Calma, Friendly, Friendliness, Frenly People, Gentle, Hospitality, Pleasent, Polite People, Lovely People, Smiling People.
Atmosfera	19,20%	Alegre, Peaceful, Tranquilidade, Segurança, Acolhedor, Divertido, Tranquilo, Quitness, Relaxed, Familiar, Introvert, Security.
Clima	18,20%	Clima, Nice Weather, Sol, Sunny, Sunshine, Good Weather, Vento, Warm, Temperatura, Good Sailing Winds.
Natureza	16,20%	Beaches, Natureza, Paisagens, Sea, Águas Limpas, Cool Water, Scenery, Sítios para fudear.
Gastronomia	8,10%	Gastronomia, Boa Comida, Good Eating, Fish.
Outras	18,10%	Boa Navegação, Fast rising prices, Cheaper then the U.K., Limpo, Value for money, Too much Disney alike, Good quality, Poverty, Quality of life, European, Contínuos melhoramentos, Tourism, Tradição.

Fonte: Elaboração própria.

Segue-se a análise específica relativa à opinião sobre as condições náuticas da região emitida pelos nautas, distribuída por 9 atributos possíveis. Os resultados apresentam uma concentração de respostas de “muito bom” em aspectos associados à natureza, temperatura e beleza natural, sendo em termos gerais as classificações bastante positivas. Uma análise mais crítica observa-se na questão relativa a lugares para ancorar, com 7,8% dos inquiridos a classificá-los como “muito mau”. As questões relacionadas com condições climáticas, ondas e o vento, recolhem uma percentagem de 14,5% e 16,4% na categoria “muito mau”.

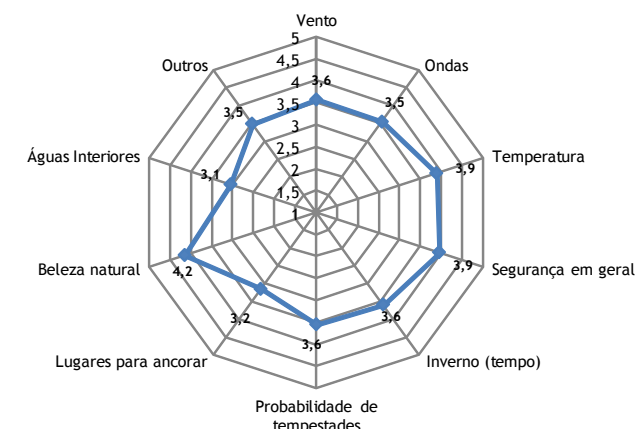
GRÁFICO 3.32 – Distribuição de frequência dos atributos relativos às condições náuticas



Fonte: Elaboração própria.

Em termos médios, encontra-se novamente algum consenso nas opiniões, com a beleza natural a obter a melhor média e a avaliação sobre as águas interiores a receber uma menor média, logo seguida dos lugares para ancorar com uma classificação de 3,16.

GRÁFICO 3.33 – Média dos atributos das condições náuticas



Fonte: Elaboração própria.

No conjunto dos atributos considerados na avaliação das condições náuticas da região, a beleza natural atinge a média mais elevada, o que coincide com a imagem que os inquiridos detêm da região do Algarve como destino, na qual o atributo mais valorizado é a paisagem.

Em resumo e de uma forma geral, a imagem associada à região do Algarve no segmento dos iates apresenta valorizações positivas nos elementos avaliados, sendo as condições naturais, o clima hospitaleiro tranquilo e seguro, bem como a gastronomia, os atributos mais apreciados pelos nautas. Estas vertentes podem constituir um vector de valorização importante na estruturação do produto náutico, destacando-se a gastronomia que, enquanto elemento mais tangível, pode assumir um papel estratégico e culturalmente enriquecedor. Em reforço desta boa opinião sobre a região, também em termos de condições náuticas os elementos naturais são elogiados, bem como as condições de segurança. O potencial dos espaços naturais existentes representa um factor de valorização importante para a região, com o previsível impacto positivo nas economias locais mais próximas.



Fotografia de Telma Verissimo

4. Cenários de Desenvolvimento



4. Cenários de Desenvolvimento

4.1 Análise de Concorrência

Sendo o turismo uma actividade onde a concorrência tem crescido em paralelo com o processo de globalização das actividades económicas, verifica-se que o produto náutico e em particular o iatismo, não são alheios a esta dinâmica. Neste contexto, para além da identificação dos locais de residência das tripulações, nacionalidades e portos de origem e destino das embarcações, a investigação procurou ainda junto das entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio, identificar as principais regiões concorrentes ao Algarve neste segmento. Importa referir que o posicionamento do estudo aponta para a análise concorrencial da região como um todo, face aos competidores externos. Nesta óptica agregada a náutica no Algarve ganha escala e capacidade de atracção internacional.

Recorde-se que as embarcações que chegam ao Algarve têm como origem ou última escala o próprio país e a região da Andaluzia em, respectivamente, 31,2% e 45,7% dos casos. Deste modo, são estes os espaços que no imediato concentram as principais preocupações concorrenciais da região. No caso nacional esta área de influência contém referências explícitas a Lisboa, Cascais e Oeiras; no caso de Espanha a região da Andaluzia é assumida como um todo, embora posteriormente seja analisada a Oeste e a Este de Gibraltar, isto é, mediterrânica e não mediterrânica.

TABELA 4.1 – Principais regiões concorrentes ao Algarve

Regiões Concorrentes ao Algarve
Costa Mediterrânica de Espanha (Andaluzia, Valência)
Turquia
Croácia
Cascais/Lisboa
Gibraltar
Marrocos
Mediterrâneo
Oeiras/Cascais

Fonte: Elaboração própria.

Pela proximidade geográfica, significativa semelhança no produto oferecido e pelo peso na procura das Marinas e Portos de Recreio do Algarve, a análise da concorrência coloca especial atenção à região da Andaluzia. Para além do seu peso na procura do Algarve é importante destacar a dimensão e potencial da oferta aí instalada, a qual totaliza 14.566 amarrações, cerca de 3,6 vezes mais do que a existente no Algarve. Aquele número é, inclusivamente, superior ao de Portugal onde se contabilizam 9.526 amarrações, de acordo com a inventariação de recursos do turismo náutico efectuado no Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006).

TABELA 4.2 – Oferta de postos de amarração em marinas e portos de recreio da Andaluzia

Província	Nome	E-mail	Web Site	Número de Amarrações
Huelva	P. D. de Ayamonte	ayamonted@eppa.es	www.eppa.es	317
	Marina Isla Canela	marina@islacanela.es	www.islacanela.es	231
	P.D. de Isla Cristina	islacristinad@eppa.es	www.eppa.es	204
	Marina El Rompido	info@puertoelrompido.com	www.puertoelrompido.com	331
	P.D. de Punta Umbría	puntaumbriad@eppa.es	www.eppa.es	192
Sevilha	Club Náutico de Sevilla	nauticosevilla@nauticosevilla.com	www.nauticosevilla.com	100
	Puerto Gelves	puertogelves@teleline.es	www.puertogelves.com	133
Cádiz	P.D. de Chipiona	chipiona@eppa.es	www.eppa.es	412
	P.D. de Rota	rota@eppa.es	www.eppa.es	509
	Puerto Sherry	puertosherry@puertosherry.com	www.puertosherry.com	753
	R.C. Náutico Pto. De Santa María	rcnpuerto@ono.com	www.rcnpsm.com	250
	Puerto América	puertoamerica@eppa.es	www.eppa.es	317
	R.C. Náutico de Cadiz		www.cherrytel.com/clubnautico	160
	Centro Náutico El Cano	secretariacnelcano@deportecadiz.com	www.deportecadiz.com	244
	P.D. de Sancti Petri	sanctipetri@eppa.es	www.eppa.es	87
	P.D. de Barbate	barbated@eppa.es	www.eppa.es	314
	P. D. de Sotogrande	info@puertosotogrande.com	www.puertosotogrande.com	1164
Málaga	P.D. La Duquesa	duquesa@marinasmediterraneo.com	www.marinasmediterraneo.com	328
	P.D. de Estepona	estepona@marinasmediterraneo.com	www.marinasmediterraneo.com	447
	P.D. José Banús	torrecontrol@puertobanus.com	www.puertojosebanus.es	915
	P.D. Marítimo de Marbella	puertodeportivo@marbella.es	www.marbella.es/puertodeportivo	377
	Marina La Bajadilla	marbellad@eppa.es	www.eppa.es	268
	P.D. Cabopino	marinacabopino@terra.es	-	169
	P.D. de Fuengirola	puertofuengirola@hotmail.com	-	275
	P.D. de Benalmádena	info@puertobenalmadena.org	www.puertobenalmadena.org	1140
	R.C. Mediterrâneo de Málaga	cbotes@realclubmediterraneo.com	www.realclubmediterraneo.com	83
	P.D. El Candado	administracion@clubcandado.com	www.clubcandado.com	280
P.D. de Caleta de Vélez	caleta@eppa.es	www.eppa.es	274	
Granada	P.D. de La Mona	marinaeste@marinasmediterraneo.com	www.marinasmediterraneo.com	227
	C. Náutico de Motril	cnauticomotril@radiovision.es	www.motril.org/clubnautico.es	146

Província	Nome	E-mail	Web Site	Número de Amarrações
Almería	R.C. Náutico de Adra	-	-	261
	P.D. Almerimar	info@marina-almerimar.com	www.marina-almerimar.com	997
	P.D. Roquetas de Mar	roquetas@eppa.es	www.eppa.es	237
	R.C. Náutico de Roquetas de Mar	-	-	243
	P.D. de Aguadulce	pdeporti@cajamar.es	www.puertodeportivoaguadulce.es	764
	Clube de Mar de Almería	cma@clubdemaralmeria.com	www.clubdemaralmeria.com	277
	P.D. de San José	correo@clubnauticodesanjose.com	www.clubnauticodesanjose.com	244
P.D. de Garrucha	pdgarrucha@yahoo.es	-	249	
Total	-	-	-	14.566

Fonte: Elaboração própria com base na Agencia Publica de Puertos de Andalucía.

Numa comparação geograficamente mais consistente em termos de território e particularmente de zonas costeiras, poder-se-á também apontar que as Províncias de Huelva, Sevilha e Cadiz, a Oeste de Gibraltar, disponibilizam, no conjunto, 6.365 postos de amarração, ou seja, mais 2.284 postos do que os existentes no Algarve.

Com base nos dados recolhidos, expressos na Tabela 4.3, verifica-se que o Algarve possui uma dimensão populacional que equivale apenas a 12,2% da população total residente no agregado formado pelas referidas províncias andaluzas. No entanto, se a comparação se centrar no desempenho da hotelaria classificada, constata-se que a região algarvia, com 14,7 milhões de dormidas, se aproxima dos valores observados nessas províncias, cerca de 15,1 milhões de dormidas (Eurostat). Esta dinâmica da hotelaria classificada, aqui assumida como *proxy* ao turismo como um todo, não se mantém no turismo náutico, segmento do iatismo, uma vez que a oferta de postos de amarração no Algarve equivale em 64,1% da existente no agregado de Huelva, Sevilha e Cádiz.

Este confronto revela um dos caminhos possíveis a percorrer no Algarve em termos do mercado do iatismo, nomeadamente a necessidade de captar estes mercados externos de proximidade, estratégia coadjuvada pelo factor económico. Em apoio a esta tese refira-se que, no Algarve, o PIB regional per capita face à média da União Europeia a 27 se situa nos 79,6%, tendo decrescido 1,9 pontos percentuais entre 2001 e 2005, enquanto na Andaluzia este indicador de produção de riqueza se situa nos 80,4% mas cresce 7,7 pontos em idêntico período. Esta dinâmica é hoje reflectida, entre muitos outros aspectos, na procura das Marinas e Portos de Recreio do Algarve pelos nautas andaluzes.

TABELA 4.3 - O Algarve face às Províncias de Huelva, Sevilha e Cádiz

Região	População Residente 2007	Algarve/HSC	Dormidas na Hotelaria 2007	Algarve/HSC	Postos de Amarração 2007	Algarve/HSC
Algarve	426.386	12%	14.704.384	96,9%	4.081	64,1%
Huelva	492.244		3.541.201		1.922	
Sevilha	1.818.648		4.484.685		233	
Cádiz	1.190.105		7.153.634		4.210	
Total HSC	3.500.997		15.179.520		6.365	

Nota: Huelva, Sevilha e Cádiz.

Fonte: Elaboração própria com base em INE Portugal, INE Espanha e Eurostat.

É ainda importante fazer a distinção em termos de dimensão do território, sendo que a Andaluzia conta com um território de 87.597 km² (Junta de Andalucía, 2008), enquanto o Algarve com 4.996 km² (CCDRAlg, 2001). No que diz respeito à linha de costa, as diferenças são semelhantes, com Andaluzia a dispor de 1.101 km de linha de costa (Junta de Andalucía, 2008) e o Algarve de 318 km (INE, 2008).

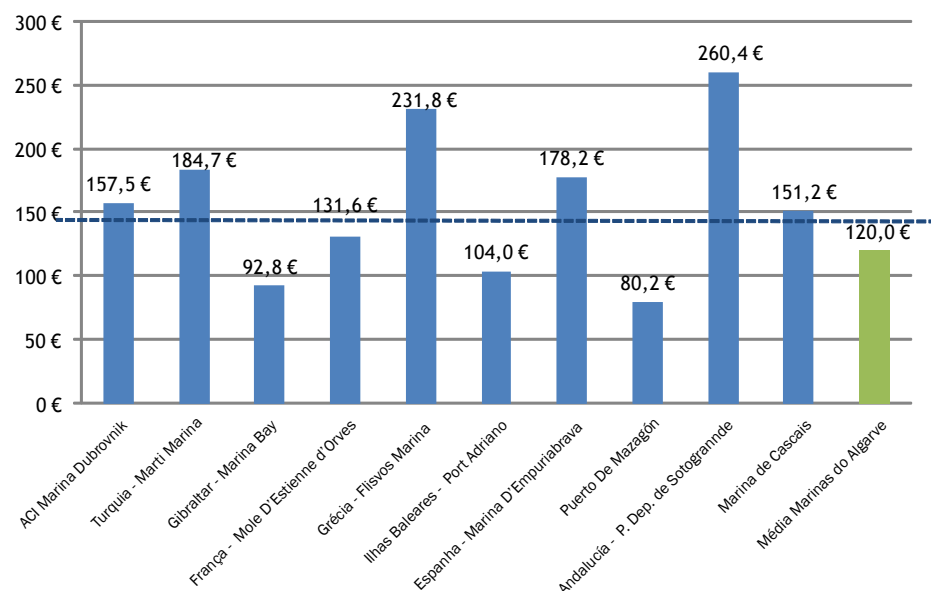
A concorrência neste segmento evidencia também a extensão da área de influência concorrencial a fluxos de maior distância, o Mar Mediterrâneo como um todo, ou destinos como Gibraltar, Valência, Turquia, Croácia, entre outros.

Refira-se que Marrocos (em fase de arranque do ciclo de vida deste produto) e o Reino Unido estão também presentes. No primeiro caso, o mercado de inverno começa a ser significativo, sendo disso exemplo a Marina de Smir na região de Tetouan, gerida pela Marina Marbella, S.A. numa óptica de complementaridade à oferta (preenchida) do norte do Mediterrâneo. No segundo, pela origem de muitos dos veleiros Blue Water (navegação oceânica) que chegam ou passam pelo Algarve, quer de forma independente, quer através de organizações já consolidadas como por exemplo o World Cruising Club, que anualmente promove o Rally Portugal. Esta prova tem início em Plymouth, nos primeiros dias do mês de Junho e final em Lagos, o seu ponto de chegada no sul da Península Ibérica antes de se dirigirem para o Mediterrâneo ou para sul.

Para um melhor conhecimento dos factores concorrenciais destes mercados, a investigação efectua ainda uma análise comparada de preços em dois serviços em momentos distintos. Tendo por base uma Marina em cada uma das regiões concorrentes e média dos preços praticados no Algarve, promove-se a comparação do preço do aluguer semanal de um posto de amarração, quer na época baixa (Janeiro), quer na época alta (Agosto). Posteriormente aplica-se a mesma metodologia na análise de um serviço mais integrado, baseado no aluguer de uma embarcação no destino (sem tripulação). Esta hipótese pressupõe a existência de amarração (não incluída no preço) e de um conjunto de empresas dos denominados charters que prestam o serviço de aluguer.

A análise de preços do aluguer de amarrações presentes nos Gráficos 4.1 e 4.2 tem por base a utilização de uma embarcação de 36 pés de comprimento, sensivelmente 10,97 metros, comprimento frequente neste tipo de navegação em Portugal e no Mediterrâneo.

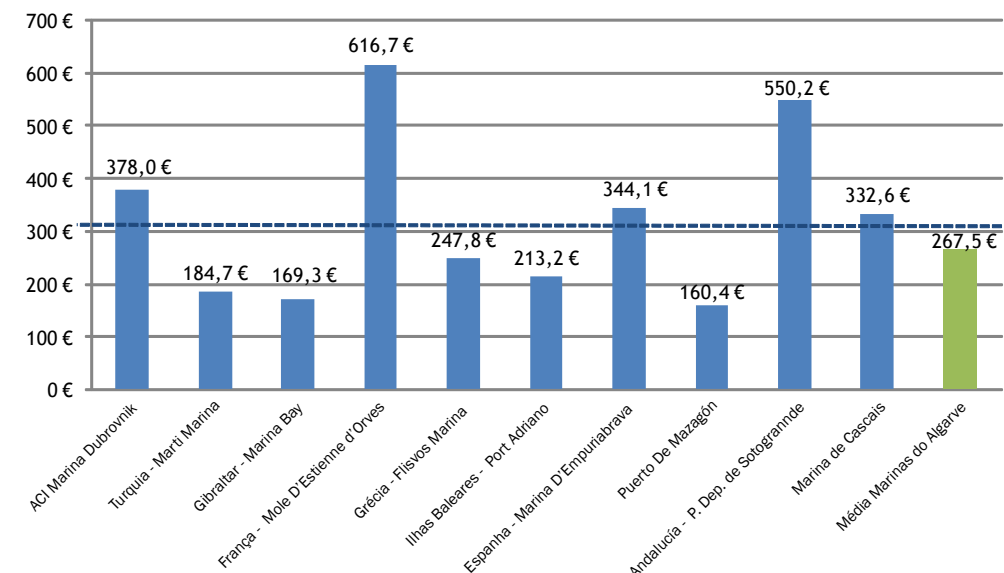
GRÁFICO N.º4.1 – Aluguer de Amarração: Valores Semanais em Época Baixa para Embarcações de 36 Pés



Fonte: Elaboração própria com base em www.marinadubrovnik.com, www.martimarina.com, www.marinabay.gi, www.port-de-saint-tropez.com, www.flisvosmarina.com, www.portadriano.com, www.marinaempuriabrava.com, www.puertotosogrande.com, www.marinacascais.pt e www.marinadeportimao.com.pt.

A comparação do preço de aluguer de amarração durante uma semana para uma embarcação de 36 pés, coloca o Algarve abaixo da média dos preços praticados no espaço em causa (utilizando como referência a média dos preços praticados para esta classe de embarcação nas 4 Marinas do Algarve). De facto, o Algarve tem como preço médio neste período os 120 euros semanais, valor 22% inferior ao conjunto das restantes Marinas referenciadas, que se situa nos 153,87 euros semanais. O Porto Desportivo de Sotogrande (Espanha) pratica, inequivocamente, o preço mais elevado, com 260,40 euros semanais, seguido da Flisvos Marina (Grécia) e da Marti Marina (Turquia), numa hierarquia onde o preço mais reduzido é o do Porto Desportivo de Mazagón (Espanha) com 80,20 euros semanais.

GRÁFICO 4.2 – Aluguer de Amarrações: Valores Semanais em Época Alta para Embarcações de 36 Pés



Fonte: Elaboração própria com base em www.marinadubrovnik.com, www.martimarina.com, www.marinabay.gi, www.port-de-saint-tropez.com, www.flisvosmarina.com, www.portadriano.com, www.marinaempuriabrava.com, www.puertotosogrande.com, www.marinacascais.pt e www.marinadeportimao.com.pt.

A mesma observação, quando fundamentada nos preços de época alta, revela de imediato um aumento significativo dos mesmos, evoluindo o preço médio no conjunto das Marinas referenciadas para os 314,95 euros por semana. Trata-se de um aumento de 104,7%, reflexo dos níveis de procura deste mercado na época alta de veraneio. No caso do Algarve o preço médio praticado neste período situa-se nos 267,50 euros por semana, cerca de 15,1% menos do que o observado no conjunto das Marinas em análise. Com esta prática a região consolida um posicionamento de preço abaixo da média, mas recupera 6,9 pontos percentuais face ao diferencial que se verifica nas tarifas de época baixa. A região de Cote D'Azur assume neste período o preço mais elevado, atingindo os 616,70 euros por semana na Marina de Mole D'Estienne d'Orves (França), seguido do Porto Desportivo de Sotogrande (Espanha) e de Dubrovnik (Croácia). O preço mais reduzido continua a ser no Porto Desportivo de Mazagón (Espanha) com 160,40 euros semanais.

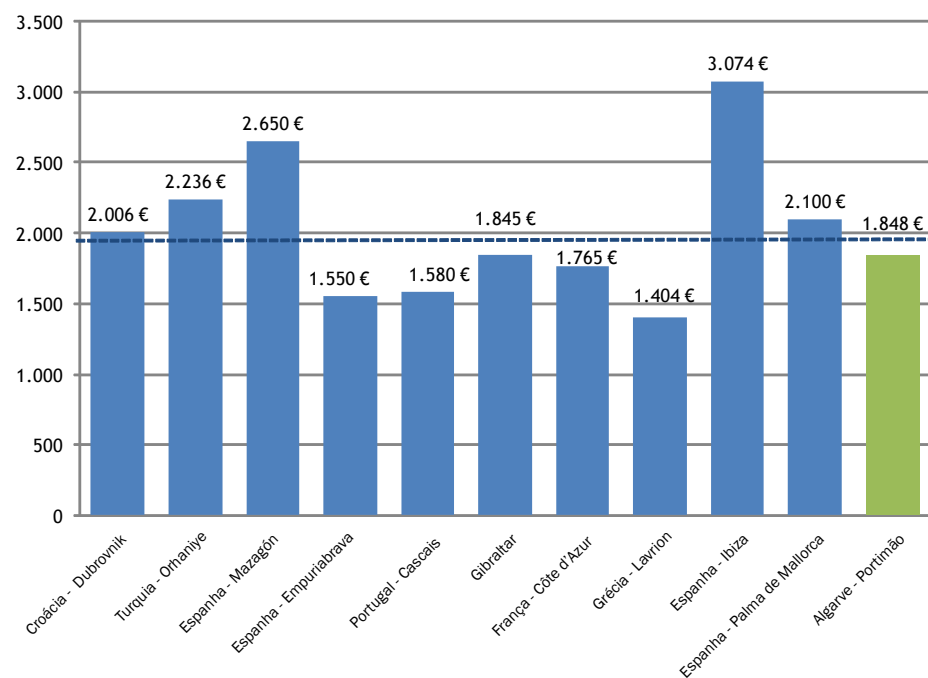
Em termos dos mercados geograficamente mais próximos torna-se consistente que em relação a Cascais, o Algarve pratica preços mais baixos, quer na época baixa, quer na época alta. Contudo é de salientar que Cascais, em relação ao preço médio do conjunto das Marinas, consegue recuperar no tarifário de Verão o diferencial negativo que regista no Inverno. O Algarve, embora atenuar esse hiato, não o consegue eliminar.

Relativamente à região da Andaluzia, esta demonstra duas realidades bem diferenciadas: a Este de Gibraltar no interior do Mar Mediterrâneo e a Oeste no designado Golfo de Cádiz. No primeiro caso os preços estão entre os

mais elevados, enquanto no segundo caso estão mais próximos dos praticados no Algarve, como é exemplo Mazagón, entre outras que praticam preços mais reduzidos, com os quais dificilmente o Algarve poderá concorrer. Para inverter essa situação será importante posicionar o produto com base noutros atributos que não o preço, nomeadamente as condições naturais (beleza natural e paisagem), a gastronomia, a segurança em geral ou as condições de vento, entre outros, onde o nauta revela uma franca satisfação na visita ao Algarve tal como constatado na análise à procura.

A segunda fase do estudo da concorrência é efectuada com base na comparação da variável preço para o aluguer de uma embarcação à vela sem tripulação. Através dos Gráficos 4.3 e 4.4 recorre-se a uma análise de tarifário, dentro da classe de embarcações de uso frequente no Mediterrâneo, nomeadamente os modelos Bavaria 36, Bavaria 38 Cruiser, Oceanis 393, Sunsail 39 e Bavaria 39.

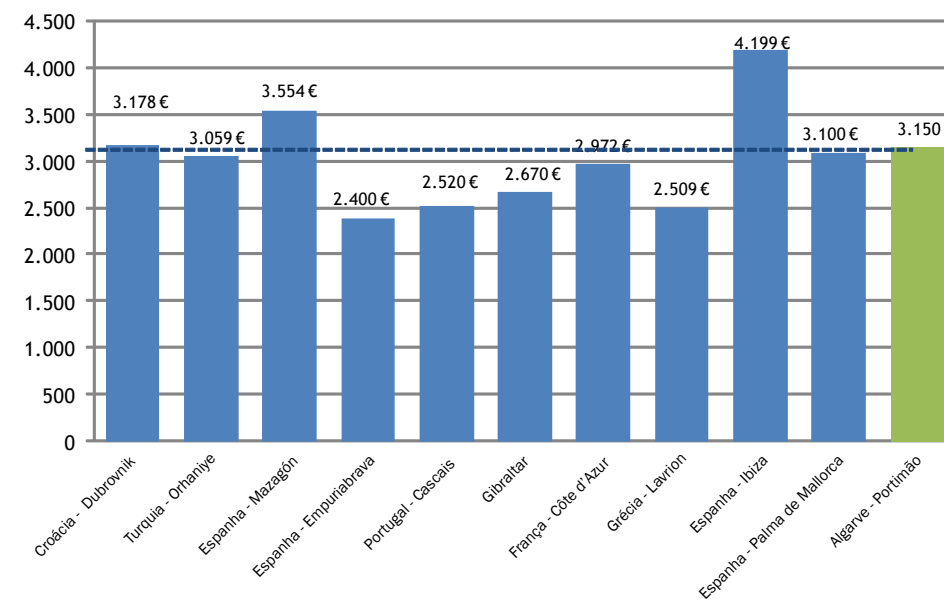
GRÁFICO 4.3 – Aluguer de Embarcações: Valores Semanais em Época Baixa para Embarcações de 36 a 39 Pés



Fonte: Elaboração própria com base nos tarifários das empresas Yachtfinder, BlueCharter, HappyCharter, SunSail e Costasur Espanha

Tomando como referência o aluguer de uma embarcação com as características referenciadas, através de uma empresa sediada na Marina de Portimão, verifica-se que o preço médio semanal em Janeiro é de 1.848 euros, quando a média no espaço em causa se situa nos 2.022,40 euros. O Algarve mantém-se abaixo da média, a 8,6% de distância do valor padrão, sendo Espanha, através de Ibiza, líder inequívoco com o valor de 3.074 euros por semana.

GRÁFICO 4.4 – Aluguer de Embarcações: Valores Semanais em Época Alta para Embarcações de 36 a 39 Pés



Fonte: Elaboração própria com base nos tarifários das empresas Yachtfinder, BlueCharter, happyCharter, SunSail e Costasur Espanha

Quando a observação é realizada na época alta (Agosto de 2008), verifica-se que o Algarve, pela primeira vez se encontra acima do preço médio semanal praticado. O valor de aluguer atinge aqui os 3.150 euros, face aos 3.028 euros de média, isto é, 4,0% mais elevado do que o padrão. Esta situação acontece porque, em média, os preços aumentam 49,7% da época baixa para a época alta. No entanto, no Algarve, esse aumento atinge os 70,5%, recuperando assim o diferencial. Uma vez mais, o preço mais elevado é praticado em Ibiza com 4.199 euros. Note-se que se o Algarve assumir um produto náutico mais complexo, a prestação de um serviço de charter, pode verificar um posicionamento em termos de preço mais próximo do limite superior. O mesmo acontece e de forma mais potenciada, ao seu concorrente mais próximo, Mazagón, o qual pratica o segundo preço mais elevado em matéria de aluguer de embarcações.

Ter-se-á assim como hipótese que o Algarve, tal como Huelva, tem no produto charter uma área onde pode praticar preços mais elevados, sobretudo quando a procura é composta por mercados mais distantes, nomeadamente França, Reino Unido, Países Baixos ou eventualmente Escandinávia. Para estes nautas o custo e tempo de viagem na sua própria embarcação pode superar o custo do aluguer de uma embarcação no destino, resultando assim a opção charter num benefício líquido superior e consequentemente na escolha mais competitiva.

Por fim, quer no aluguer de amarrações em Marinas ou Portos de Recreio, quer no aluguer de embarcações sem tripulação, note-se o posicionamento de países que (re)despertam para o iatismo, como é o caso da Croácia. Este país é hoje uma referência no mercado do turismo náutico, com uma prática de preços próxima ou acima da média e um posicionamento

agressivo em termos de promoção, como se comprova pela presença nos principais salões náuticos internacionais do final de 2008 e início de 2009. A título de exemplo refira-se o 47º Salon Nautico Internacional de Barcelona em Novembro de 2008, o Salon Nautique de Paris em Dezembro de 2008 e o 55º London Boat Show em Janeiro de 2009.

A importância da presença e divulgação do iatismo nestes salões internacionais, quer na modalidade de recreio, quer na modalidade desportiva, é tanto mais importante quanto em relação a mercados prioritários como o Inglês e de acordo com dados expressos no Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006), se verifica que 8,1% dos nautas têm por hábito a recolha de informação em feiras/salões náuticos e 51,6% através de guias/livros, meios de comunicação reiteradamente presentes nestes eventos. Em nenhum destes salões o Algarve está presente, ao contrário do que por exemplo acontece com a Andaluzia e as Ilhas Baleares ou destinos como a Croácia ou Turquia, que apostam numa promoção para o conjunto do país.

4.2 Análise SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) revela-se uma ferramenta indispensável para efectuar a auditoria do segmento dos iates e da sua envolvente. O conhecimento destas variáveis é essencial no planeamento estratégico para a fase posterior do contributo para as linhas de actuação a desenvolver neste segmento.

A sistematização agora apresentada baseia-se na informação recolhida junto das entidades gestoras das Marinas e Portos de Recreio da região do Algarve, dos nautas seus utilizadores, bem como em documentos de orientação estratégica de carácter regional e nacional, designadamente a Estratégia de Desenvolvimento do Algarve 2007-2013 e o Programa Operacional Regional do Algarve 2007-2013 ambos elaborados pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, bem como o Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006a) e respectivo documento sobre Turismo Náutico (2006b) desenvolvido pelo Turismo de Portugal, os quais consideram o Turismo Náutico como um dos 10 Produtos Estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal.

Esta informação é ainda cruzada com o conhecimento e experiência resultantes dos trabalhos desenvolvidos pela equipa de investigação sobre o sector do turismo. Estão ainda presentes as reflexões resultantes dos trabalhos desenvolvidos nos “Encontros para a Competitividade: 1ª Sessão de Trabalho com Empresas das Indústrias do Mar”, organizada pelo Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, I.P. (IAPMEI) em Julho de 2008 e Seminário “A Visão Económica da Náutica de Recreio no Algarve”, realizado em Março de 2008, no decorrer da Expomar-Olhão.

Em termos de resultados a matriz SWOT daqui resultante traduz a assimetria positiva do sector em análise no Algarve, isto é, apesar de existir um equilíbrio entre pontos fortes e pontos fracos, cerca de 22, as oportunidades excedem claramente as ameaças, numa relação de 24 para 18. Como oportunidades que são, competirá a todos os agentes envolvidos na cadeia de valor associado ao segmento dos iates trabalhar de forma integrada para interiorizar e transformar em pontos fortes este vasto conjunto de oportunidades, afirmando o iatismo em particular e o turismo náutico em geral como uma mais-valia estratégica no desenvolvimento da região.

TABELA 4.4 - Análise SWOT relativa ao Turismo Náutico no Algarve - Pontos Fortes e Pontos Fracos

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Boa qualidade das Marinas;	Insuficientes infraestruturas e serviços associados à náutica de recreio e desportiva (Marinas e Portos de Recreio, serviços associados de reparação naval, acessos à água, rampas públicas e gruas, reboques das embarcações);
Reduzida sazonalidade da procura quando analisada do ponto de vista dos contratos efectuados com as Marinas para estadas superiores a 1 mês;	Quando os serviços existem estão deficientemente estruturados na cadeia de valor;
Sector com tradição na região e com apropriadas infraestruturas desde a década de 70 do século XX;	Excessiva burocracia e morosidade nos processos de licenciamentos para as actividades relacionadas com o turismo náutico (marítimo-turísticas, serviços e outros)
Possibilidade de complementar e alargar o leque de actividades e serviços associados ao iatismo na cadeia de valor do turismo náutico;	Insuficiente mão-de-obra especializada em termos gerais e particularmente na construção e reparação naval;
Boas condições de navegabilidade junto à costa;	Inexistência de uma estratégia global e eficaz da náutica para a região;
Possibilidade de requalificação de outras actividades ligadas ao mar (pesca, mecânica naval, ...);	Insuficiente conhecimento até à data, dos reais impactos (directos e indirectos) económicos, ambientais e sociais da actividade;
Localização geográfica privilegiada para algumas rotas, onde o Algarve funciona como ponto de passagem entre o Mediterrâneo, as Canárias e as Caraíbas;	Escasso conhecimento do perfil do turista náutico pelos órgãos de planeamento e promoção regional, aspecto para o qual o estudo contribui para a resolução;
Segurança nas Marinas e Portos de Recreio e da região como um todo;	Deficiente conhecimento da capacidade de carga da náutica de recreio no Algarve;
Potencial do mercado do Reino Unido, estrutural no Algarve noutros produtos e central na náutica, particularmente no inverno;	Escassa comercialização e promoção da actividade a nível internacional e nacional;
Número de escolas e clubes náuticos com elevada qualidade, constitui um importante recurso em termos recreativos e turísticos;	Deficiente balizagem e necessária numeração das bóias na Ria Formosa, Rio Guadiana e Ria de Alvor;
Capacidade para absorver profissionais de outras áreas profissionais e sectores, designadamente no domínio da mecânica diesel, carpintaria, electrónica, entre outros.	Carga fiscal elevada e custos crescentes de manutenção das embarcações;
Tempo de permanência superior ao turista que pernoita no alojamento hoteleiro classificado;	Sobreposição da legislação com múltiplas entidades intervenientes;

TABELA 4.4 - Análise SWOT relativa ao Turismo Náutico no Algarve - Pontos Fortes e Pontos Fracos (continuação)

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Ausência de <i>packages</i> na comercialização da viagem e estada dos iates, o que implica que a despesa do nauta é integralmente efectuada na economia local, potenciando os efeitos multiplicadores;	Insuficiente formação na área em termos gerais e particularmente na formação em línguas quer para mercados de proximidade (Espanha) quer mais distantes (Países Baixos, Alemanha,...)
Efeitos de arrastamento sobre o emprego, onde por cada posto de trabalho criado em Marina ou Porto de Recreio são criados, em média, 4,8 postos de trabalho na área envolvente de estaleiro, manutenção e reparação naval;	Dificuldade na manutenção dos espaços comerciais junto das Marinas;
Melhoria no processo burocrático nas vistorias das embarcações de recreio;	Sazonalidade na utilização pelos nautas das Marinas e Portos de Recreio quando medido em termos de entradas;
Incorporação do turismo náutico nas políticas nacionais para o turismo, como é o caso do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) sendo referido como um dos 10 produtos estratégicos a desenvolver;	Áreas envolventes a algumas Marinas e Portos de Recreio por vezes pouco cuidadas e ordenadas;
Realização de eventos internacionais, com presença de velejadores de alta competição, o que resulta numa boa apreciação do destino, das estruturas náuticas e dos serviços prestados, que deve ser capitalizada;	Linha de costa sem áreas para fundear com regularidade, ao contrário por exemplo das condições naturais oferecidas pelas Ilhas Baleares;
Boas condições geográficas e climatéricas da região;	Sector empresarial ainda com reduzido conhecimento e recurso a novas tecnologias de informação e comunicação na gestão e promoção de serviços e actividades;
Paisagem, hospitalidade da população e recursos naturais e gastronomia muito valorizadas do ponto de vista turístico e da náutica;	Reduzido investimento em I&D;
Produto integrado numa região turística com oferta variada, indutor de diversificação e complementaridades;	Reduzida presença de construtores de embarcações e velas de renome internacional na região;
Responsável por cerca de 1,48% do VAB regional e 1,57% do emprego (efeito directos e indirectos), com potencial de crescimento;	Reduzido número de lugares reservado a passantes (em trânsito) nas Marinas e Portos de Recreio;
Existência de uma associação nacional para o sector (Associação Portuguesa de Marinas e Portos de Recreio (APPR) com 19 Marinas e Portos de Recreio associados. Todas as Marinas do Algarve estão presentes nesta associação;	Subaproveitamento do Porto Comercial de Faro.

TABELA 4.5 – Análise SWOT relativa ao turismo Náutico no Algarve - Oportunidades e Ameaças

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Norte e Centro da Europa saturados em termos de disponibilidade de amarrações. Plena ocupação das Marinas de Andaluzia e Sul de França;	Concorrência com especial destaque para os países da Bacia do Mediterrâneo com ofertas consolidadas;
Companhias <i>Low Cost</i> com rotas a partir do Aeroporto Internacional de Faro, particularmente para mercados estratégicos como o Reino Unido e Países Baixos;	Competitividade e tradição do mercado Espanhol no segmento do turismo náutico, associando a uma política de baixos preços nos Portos Desportivos a Oeste de Gibraltar (Golfo de Cádiz);
Crescente interesse por parte das entidades públicas na actividade em definir uma estratégia para o sector;	Saturação da linha de costa em termos de urbanização e construção, factor crítico assinalado pelos nautas;
Potencial de construção de pequenas Marinas ou Portos de Recreio ao longo da costa e em áreas ambientalmente compatíveis, Rio Arade, Ria Formosa e Rio Guadiana;	Perigo de construção de maior número de amarrações sem serviços associados, logo com menor ligação à cadeia de valor;
Possível articulação com outras actividades a montante e jusante como a pesca e a náutica de recreio, e outras actividades ligadas ao mar na área da animação (pesca com devolução ao mar, mergulho, ecoturismo, entre outras);	Possível conflito entre preocupações ambientais e geração de riqueza, nomeadamente se ausente de uma estratégia global;
Aproveitamento das novas ferramentas de comunicação para promoção da actividade;	Despertar de Marrocos para as actividades náuticas, nomeadamente, mas não só, na invernagem de embarcações;
Possível combinação do turismo náutico com turismo cultural e gastronomia;	Concorrência da Turquia na reparação naval, com mão-de-obra barata e menor burocracia;
Potencialidade do mercado de charter (aluguer de embarcações) com preços superiores à média de regiões concorrentes, particularmente para mercados geograficamente mais distantes (Reino Unido, Países Baixos, Escandinávia) e/ou com tradição de uso da modalidade (França e Reino Unido);	Morosidade na apreciação/licenciamento dos projectos de infraestruturas e serviços e acentuada complexidade da legislação;
Aposta no mercado de invernagem em seco ou em amarrações com associação de serviços e movimentos de entradas/saídas;	Quebra de poder económico no Reino Unido, principal emissor de nautas estrangeiros no período de invernagem;
Ampliação dos serviços nas actividades de manutenção e reparação naval de elevada qualidade;	Surgimento de novos destinos concorrentes e fortemente competitivos no turismo náutico (Croácia, Turquia, Marrocos, ...);
Atracção de clientes estrangeiros de nacionalidades com fraca expressão actual (Escandinávia, França, Europa Central e de Leste);	Sensibilidade da procura para novas rotas, devido às taxas elevadas de cobrança de impostos em Portugal;
Criação de mais sinergias com várias entidades, nomeadamente Municípios, Turismo do Algarve e associações do sector;	Crise económica internacional;

TABELA 4.5 – Análise SWOT relativa ao turismo Náutico no Algarve - Oportunidades e Ameaças (continuação)

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Possibilidade de recurso a apoios comunitários para o sector empresarial;	Aumento e instabilidade dos preços do combustível os quais representam 13,3% da despesa dos nautas;
Sensibilidade das autoridades para aligeirar os processos burocráticos relacionados com as actividades náuticas;	Excessiva dependência de um conjunto de mercados externos, com a Espanha, Reino Unido e Países Baixos a representarem 65,0% das entradas de não nacionais nas Marinas e Portos de Recreio do Algarve no ano de 2007;
Captação do interesse de jovens licenciados para actividades ligadas ao mar, designadamente no âmbito da biologia, engenharia e gestão;	Deficiências de serviços e ligações em matéria de transportes inter-regionais e intra-regionais;
Contribuição para a requalificação e animação das zonas ribeirinhas;	Situação periférica da região face a concorrentes como Cascais ou Espanha Mediterrânica;
Multiplicidade de serviços associados à náutica;	Inexistência de ligações ferroviárias à Europa em termos gerais e em particular à região da Andaluzia;
Existência de centros de investigação na Universidade do Algarve em áreas ligadas ao mar e ao turismo;	Não alteração da lei relativamente à forma de processar os proprietários de embarcações com dívidas nas Marinas e Portos de Recreio;
Aumento da consciência ambiental com reflexo nos instrumentos de planeamento e ordenamento do território existentes;	
Expressiva diversidade e dimensão de zonas de protecção ambiental, valorizadas pelos nautas como factor de escolha do Algarve;	
Forte e consolidada imagem do Algarve enquanto destino turístico;	
Atração do turista de sol e mar com tradição no Algarve para actividades ligadas à náutica de recreio, podendo constituir um factor de animação e indutor de repetição na visita;	
Possibilidade de expansão do mercado, com 23,0% dos actuais nautas a revelar ser a primeira vez que se deslocam ao Algarve; simultaneamente 94,8% do total admitem regressar nos próximos três anos;	
Possibilidade de expansão dos serviços de estaleiro, manutenção e reparação, com 92,5% dos nautas a referir que voltariam a contratar este tipo de serviços;	

4.3 Contributo para uma Estratégia do Turismo Náutico no Segmento dos Iates

Face ao percurso realizado pela investigação e tendo como objectivo sistematizar possíveis caminhos para a maximização do contributo do iatismo no incremento da riqueza e bem-estar na região do Algarve e na economia nacional, o estudo efectuado conduz à sistematização de 3 opções estratégicas prioritárias para este segmento, assumidas como um todo coerente.

Estão presentes considerações de ordem interna e externa ao sector, num quadro estratégico que interioriza o passado do relacionamento da região com o mar, o actual perfil da procura e oferta no segmento dos iates, os impactos económicos da actividade, a imagem do produto e da região retida pelos nautas e as características do mercado concorrencial onde se insere, globalizado e mutável. O aparente privilégio de um quadro estratégico centrado na economia e no mercado, tem presente que os seus efeitos não se realizam nem se propagam no tempo, caso não sejam integrados desde o início num agregado social, ambiental e institucional.

É neste contexto que a qualificação do destino e a respectiva promoção possuem um papel central, assente no conhecimento da imagem percebida do destino, cuja evolução é um processo lento, complexo e de difícil alteração. A eficiência das estratégias de promoção sobre a imagem de uma região mede-se pela estabilidade com que são transmitidas ao longo do tempo, de pouco valendo também a sua complexidade se distantes da realidade percebida pelo turista. A estratégia de promoção e comunicação integrada, da náutica em particular ou do destino Algarve no geral, deve ser suportada pela avaliação do preenchimento das expectativas do turista (imagem secundária versus imagem primária). Este é um domínio científico onde a presente equipa de investigação desenvolve análises metodológicas de aplicação regional, incluídas designadamente na concepção metodológica do estudo COMPETIVTUR - Estudo da Competitividade Regional do Turismo no Algarve proposto em Dezembro de 2007 à Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve.

LINHA ESTRATÉGICA 1 AMPLIAR A BASE DE MERCADO INTERNA E EXTERNA	
Enquadramento	
<p>Independentemente da tradição histórica da ligação da região ao mar, o turismo náutico e em particular o segmento dos iates, possui no Algarve um suporte ainda frágil em termos de adesão pelas comunidades locais, fruto da relativa juventude do produto e das condições económicas e sociais de uma actividade que quer na óptica do desporto, quer na óptica da recreação, tem custos acrescidos face a outras opções.</p> <p>O reconhecimento e prática do iatismo pelos residentes é condição necessária para a autenticidade e especialização da oferta na região. Simultaneamente, para aqueles que são atraídos pelo iatismo, o processo burocrático de legalização das embarcações e de certificação como navegador de recreio é moroso e complexo, característica extensível à apreciação/licenciamento de novas instalações, obstáculos que em comum importa resolver.</p> <p>Na captação de outros mercados internos e externos, as relações de proximidade devem ser privilegiadas, nomeadamente com Lisboa/Cascais e Andaluzia (sobretudo de veraneio), ampliando-se para a consolidação de mercados mais distantes como o Reino Unido, Países Baixos ou Escandinávia, particularmente relevantes na contratualização de estadas mais longas ou de suporte a rotas de entrada/saída do Mediterrâneo ou de travessia do Oceano Atlântico.</p>	
Linha de Actuação 1 Aumento da adesão de praticantes residentes.	Fomento da prática do iatismo nas modalidades desportiva ou de recreação pelos residentes, privilegiando o papel das associações desportivas, escolas de iniciação ao desporto, escolas de navegação de recreio e acessos públicos ao mar e águas interiores. A título de exemplo cita-se a necessidade de mais e melhor conservação de rampas públicas e o incentivo ao desenvolvimento da vela como desporto escolar, bem como do remo e canoagem.
Linha de Actuação 2 Aumento de eficiência nos processos administrativos.	Diminuir o peso burocrático e financeiro dos processos de legalização das embarcações e de certificação dos navegadores de recreio, extensível às exigências legais para a permanência das embarcações de bandeira estrangeira e ao processo de apreciação/licenciamento de novas instalações;
Linha de Actuação 3 Expansão dos mercados de proximidade e de longa distância.	Apostar nos mercados de proximidade como Lisboa/Cascais e Andaluzia (sobretudo de veraneio), bem como de mercados mais distantes como o Reino Unido, Países Baixos ou Escandinávia, aderentes a estadas mais longas ou de suporte a rotas de entrada/saída do Mediterrâneo ou de travessia do Atlântico. Tratam-se de formas privilegiadas de atenuação da sazonalidade do turismo náutico e do iatismo em particular quando mensurada pelo movimento de embarcações ou permanência das tripulações.

LINHA ESTRATÉGICA 2 INTENSIFICAR E EXPANDIR A CADEIA DE VALOR	
Enquadramento	
<p>O turismo náutico e em particular o iatismo, possui pelas suas características, uma elevada capacidade de desenvolvimento de actividades a montante e a jusante da recepção ao nauta e respectiva embarcação, com o inerente de incremento da cadeia de valor. O potencial de desenvolvimento de serviços de manutenção e reparação é extremamente interessante do ponto de vista económico, quer pela intensidade de criação de emprego directo quer pelo volume de despesa que pode gerar e consequentes impactos indirectos e induzidos. Acresce ainda que o iatismo, quer na vertente da náutica desportiva, quer na náutica de recreio, transporta consigo a possibilidade de requalificação de outros sectores ligados ao mar, como por exemplo o caso da pesca ou da mecânica marítima, entre outros.</p> <p>Porém, a intensificação da cadeia de valor expressa no parágrafo anterior pode ainda ser objecto de expansão desde a sua base de emergência, se para tal beneficiar da presença dos nautas e, neste caso em particular, das suas embarcações durante os meses de invernagem, opção para a qual as condições para a permanência em seco das embarcações nos estaleiros devem ser aperfeiçoadas e aumentadas.</p> <p>Finalmente e na lógica da associação de serviços à fileira da náutica, o mercado de charter (aluguer de embarcações com ou sem tripulação) tem no Algarve uma oportunidade de prática de preços superiores à média, nomeadamente quando direccionado para mercados de origem mais distante ou com um bom grau de adesão a esta modalidade.</p>	
Linha de Actuação 1 Desenvolvimento da Área de Serviços de Manutenção e Reparação Naval.	Fomentar o desenvolvimento dos serviços de reparação e manutenção das embarcações, particularmente daqueles onde o grau de satisfação é elevado, como a reparação em fibra, mecânica e electrónica, sendo também áreas onde a possibilidade de intensificação tecnológica é uma realidade. Esta actuação deve ser extensível a outras áreas de elevada capacidade de captação de mão-de-obra e valor acrescentado, como o caso de estofador e carpintaria, onde existe uma margem significativa de melhoria na região, tal como na prestação de bens e serviços de suporte técnico pelas lojas náuticas.
Linha de Actuação 2 Incremento do Mercado de Invernagem.	Criar condições de atracção para o mercado de invernagem, quer em amarração em Marina se a tal corresponder uma efectiva movimentação das embarcações e assim exigir a presença do nauta e respectivos gastos, quer em seco com a associação cumulativa de um conjunto de serviços de manutenção, reparação e segurança independentes da presença do nauta. Esta actuação pressupõe a não vinculação de áreas de litoral a espaços para guarda de embarcações em longos períodos de não utilização.
Linha de Actuação 3 Desenvolvimento da Actividade de Charter.	Apostar numa modalidade de negócio mais complexa e integrada, nomeadamente o aluguer de embarcações com e sem tripulação, charter, particularmente se dirigido a mercados de origem mais distantes (Reino Unido, Países Baixos ou eventualmente Escandinávia) ou a mercados com forte tradição de procura nesta modalidade (França), tratando-se de um domínio onde a região possui capacidade para praticar preços superiores ao valor médio das regiões concorrentes.

LINHA ESTRATÉGICA 3 IMAGEM E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO	
Enquadramento	
<p>O correcto posicionamento do destino no segmento em causa depende de vários factores. Sabe-se que destinos com imagens fortes possuem maior probabilidade de ser escolhidos no processo de decisão. É também factor determinante o correcto ajuste entre a imagem secundária (antes da deslocação) e a primária (no destino), com vista a atingir maiores níveis de satisfação de encontro com as expectativas criadas.</p> <p>O domínio dos factores que interferem em todo este processo de percepção, desde a monitorização da eficácia e resultados das formas de comunicação e promoção, à satisfação no destino e análise de factores não controláveis, é essencial para evidenciar os pontos fortes e diminuir o impacto dos pontos fracos e ameaças. A necessária estruturação e comunicação da oferta constitui um factor essencial para o aumento da visibilidade do destino neste segmento. Se esta promoção centrar a sua tónica em agentes especializados, de credibilidade elevada, será uma mais-valia em termos de captação de mercado mais especializado e conseqüentemente, mais exigente nos serviços e materiais a adquirir.</p> <p>Um dos factores identificado na realização do estudo foi a deficiente promoção e divulgação, de uma forma integrada, das actividades náuticas do destino, além da inexistência de elementos âncora de identificação da modalidade. No entender da equipa associação da modalidade ao período dos Descobrimentos poderá constituir um factor de atracção e diferenciação importante.</p>	
<p>Linha de Actuação 1 Estruturação das Actividades e Oferta Disponível.</p>	<p>A estruturação das actividades náuticas e oferta disponível revela-se um factor extremamente importante, uma vez que permitirá à priori a captação dos elementos-chave de valorização das actividades e serviços associados ao segmento. Facilita também a transmissão de uma mensagem mais clara com maior potencial ajuste entre expectativas e desempenho, necessária para maiores níveis de satisfação e com conseqüências sobre o processo de formação da imagem.</p>
<p>Linha de Actuação 2 Monitorização e Comunicação do Segmento dos Iates Através de Canais Especializados.</p>	<p>Consoante o tipo de mercado/segmento e tipologia de visita, a fonte de informação poderá ser canalizada, desde promoção informativa para os potenciais visitantes, informação persuasiva para as primeiras visitas e informação de recordação para os mercados/segmentos que efectuam segundas visitas. Cumulativamente, a comunicação/promoção em canais da especialidade (guias, livros, revistas) apresenta-se como um recurso extremamente importante na náutica de recreio e desportiva, quer pela elevada percentagem de utilização destes meios (Turismo de Portugal, 2006b), quer pela elevada credibilidade atribuída a este tipo de fontes. O conhecimento e monitorização da eficácia destas fontes é também extremamente importante para o destino enquanto estratégia e segmentação dos mercados. A presença nas principais feiras/salões internacionais sobre a temática da náutica, já referenciadas, a par da promoção efectuada para o sector do turismo em termos gerais, é também um factor importante a ter em consideração.</p>

<p>Linha de Actuação 3 Manutenção da Aposta em Eventos de Impacto Internacional</p>	<p>O papel dos eventos é reconhecido quanto aos seus potenciais impactos no destino, desde impactos a nível social e cultural, ambiental e físico, político e administrativo e na imagem (Custódio e Gouveia, 2007) e económico (Perna e Custódio 2007), incluindo o turismo. Em termos concretos, a potencial criação de infraestruturas e modelos de boas práticas, a geração de ideias inovadoras, a atenção e prestígio internacional do destino, além da atracção dos media como forma de promoção do destino de origem autónoma, logo mais credível, são factores a ter em consideração na contínua aposta nesta área, potenciada pela divulgação de eventos de reconhecimento internacional como por exemplo o TP 52 Audi Med Cup, entre outros mais direccionados para o mercado de proximidade.</p>
--	--



Conclusão



Conclusão

Num quadro institucional em que a região do Algarve revela um progressivo interesse no conhecimento e visão das dinâmicas económicas associadas ao mar, a investigação conducente à presente edição concentrou-se num dos elementos chave dessa dinâmica, especificamente o turismo náutico no segmento consignado aos iates. Sendo o turismo reconhecidamente nuclear na matriz de produção regional, onde os produtos sol e mar e golfe estão na génese da “descoberta” da região para o turismo nas décadas de 60 e 70 do século XX, também o iatismo está presente desde a fase de arranque do sector, evoluindo de forma marginalmente crescente até aos 1,48% que o segmento representa hoje na economia regional (efeitos directos e indirectos do iatismo, equipamentos e serviços associados sobre o VAB), numa actividade maioritariamente associada à iniciativa privada.

As cerca de 10.700 mil entradas de embarcações que anualmente se efectuam nas Marinas e Portos de Recreio da região, trazem consigo um volume mínimo estimado de 35.000 nautas, os quais retêm da região uma imagem francamente favorável em termos de paisagem, hospitalidade e gastronomia. Esta perspectiva, quando agregada à satisfação dos nautas com a beleza natural da região, evidencia a absoluta necessidade de conservar equilíbrios e garantir o respeito pela capacidade de carga ambiental e social da zona costeira e águas abrigadas do Algarve, condição necessária para preservar o valor e a capacidade de atracção do iatismo, preocupação enfatizada pela opinião crítica expressa pelos nautas acerca do ordenamento urbano e serviços de saúde da região. A proximidade desta actividade à natureza, maximizada nos fundeadouros em águas abrigadas como por exemplo na Ilha da Culatra ou no Rio Guadiana, entre outros, potencia também uma interacção com a economia e comunidades locais que importa assinalar.

O desenvolvimento da capacidade de atracção e potencial económico do iatismo exige tipologias e características da oferta ainda não preenchidas ou objecto de lacunas, das quais se destaca em primeiro lugar a importância de uma maior adesão e prática das actividades náuticas pelos residentes, garantindo por exemplo espaços para pequenas embarcações, rampas públicas de acesso ao mar ou a águas abrigadas e a dinamização dos clubes e associações náuticas. Estas acções devem ser complementadas pela agilização dos processos administrativos de habilitação à titularidade das diferentes categorias de navegador de recreio, vistorias de embarcações e avaliação/licenciamento de projectos.

Na estratégia de desenvolvimento do segmento dos iates e dos seus equipamentos de recepção pressupõe-se também o preenchimento e alargamento da base de oferta e a intensificação das relações na cadeia de valor na náutica e fora

desta, com a aposta em mercados de forte crescimento global e/ou habilitados a diminuir a sazonalidade da procura. Para tal sugere-se o posicionamento dos serviços da região numa óptica de proximidade aos mercados de Lisboa/Cascais e Andaluzia, bem como de mercados geograficamente mais distantes como Reino Unido e Países Baixos, estes últimos já hoje aderentes a estadas mais longas sobretudo no Inverno. São também estes mercados que simultaneamente perspectivam o Algarve como região de apoio ou destino das rotas de entrada/saída do Mediterrâneo ou de travessia do Atlântico (veja-se por exemplo o caso de Lagos), formas privilegiadas de atenuação da sazonalidade do turismo náutico e do iatismo em particular.

Salienta-se que, no domínio da segmentação segundo os mercados de origem, a investigação identifica também a necessidade do desenvolvimento de futuras pesquisas direccionadas para o conhecimento e análise particular de cada um destes mercados por nacionalidade e procura distribuída no tempo (verão e inverno), coadjuvado pela monitorização da percepção da imagem, onde a necessidade de maior conhecimento e avaliação futura são emergentes. Refira-se a este respeito que na imagem dos Descobrimentos reside um potencial por explorar, quer pela dimensão histórica e patrimonial em si, quer pela identidade que introduz no Algarve – casos de Sagres e Lagos – a qual não é explorada consistentemente junto dos nautas, com excepção do papel desempenhado pela Caravela Boa Esperança, propriedade do Turismo do Algarve, e da referência anual aos Portos dos Descobrimentos numa regata costeira.

Ainda em termos de impactos económicos e sociais, conclui-se também que a permanência dos nautas e das suas embarcações incrementam de forma significativa os impactos na economia regional, particularmente se incluírem o recurso a um conjunto de serviços de apoio, eles próprios um factor de atracção da região. A intensidade de mão-de-obra na prestação destes serviços de manutenção e reparação naval, entre outros, associada à satisfação existente em domínios como a reparação em fibra, mecânica e electrónica, para além da procura de outros mais tradicionais como estofador e carpintaria, são factores que introduzem valor no mercado de inverno no Algarve, mercado relativamente saturado no norte da Bacia do Mediterrâneo e uma aposta concorrencial no sul como é já o caso de Marrocos.

Uma outra área prioritária para a região consistirá no mercado *charter* de aluguer de embarcações com e sem tripulação. O Algarve, no aluguer de amarrações na época de veraneio não pratica os preços elevados do Mediterrâneo, onde a atracção e forte reconhecimento de zonas como a *Côte d'Azur*, Ilhas Baleares, Grécia ou Croácia, a título de exemplo, origina uma elevada procura aderente a práticas de preços elevados. Porém, quando confrontado com o concorrente mais próximo – Andaluzia – o Algarve enfrenta um duplo limite ou enquadramento, dado que na Andaluzia mediterrânica os preços são francamente superiores aos praticados no Algarve, mas na Andaluzia não mediterrânica, a oeste de Gibraltar, nomeadamente nas Marinas sobre gestão da *Agência Pública de Puertos de Andalucía*, os preços são visivelmente inferiores aos existentes no Algarve.

Face às características dos equipamentos do Algarve e perfil de procura externa actual e potencial, conclui-se que a atracção do iatismo no Algarve deve consolidar-se com base nas suas características distintas de oferta, serviços complementares e território de reconhecida qualidade, numa política de preços mais próxima do Mediterrâneo, porque o território e infraestruturas são mais confinantes com as características deste, e evitar um eventual posicionamento de baixo custo mais próximo da Andaluzia ocidental, insustentável no tempo face à desejada qualidade da oferta e exigências da procura.

Um dos exemplos desta política de preço e oportunidade de negócio está no referido mercado de *charter*, cuja decisão de procura pelo nauta tem presente a relação custo/benefício da viagem por mar desde o local de residência (custo e tempo), daí resultando a forte aderência do *charter* a mercados geograficamente mais distantes como Reino Unido, Países Baixos ou eventualmente Escandinávia e/ou por mercados tradicionalmente utilizadores desta modalidade como é o caso de França. Esta é uma realidade para a qual as infraestruturas e agentes náuticos da província de Huelva despertaram inequivocamente e que no Algarve tem um significativo potencial por preencher.

Quer com base na qualidade da oferta já existente (apesar da lacuna pela ausência de infraestruturas para embarcações de grandes dimensões), quer em desenvolvimentos futuros no domínio dos equipamentos mais direccionados para instalações de dimensão aproximada aos 300 postos de amarração ou inferior, ou ainda pelas condicionantes ambientais e sociais, cuja preservação está na génese e suporte da própria atracção do segmento, o desenvolvimento do iatismo no Algarve passa também pela sua promoção através de eventos desportivos de vasto reconhecimento internacional. Este é o caso por exemplo do prestigiado Troféu de Portugal Transpac 52, reconhecido por TP 52 Audi Med Cup, realizado em Portimão, ou acções de captação directa do mercado da Andaluzia como são casos da Volta ao Algarve à Vela, Regata Portos dos Descobrimentos (Lagos – *Palos de La Frontera*) e a Subida e Descida do Rio Guadiana (Vila Real de Santo António – Alcóitim), para além de eventos mais associados ao recreio e direccionados para o mercado do norte da Europa ou de travessia do Atlântico, como é o caso da associação de Lagos ao *World Cruising Club* e aos eventos *Rally Portugal* (Plymouth – Lagos) ou *ARC Europe* (Antigua – Lagos).

Simultaneamente, será igualmente importante a presença consistente da região nos principais meios de comunicação social do sector em termos de revistas da especialidade de circulação internacional como, a título exemplificativo, a *Voile et Voiliers* ou a *Yachting World*. Por outro lado, a participação ou nos principais salões e feiras náuticas que se efectuam no Inverno, em preparação da época seguinte, como por exemplo o *Salon Nautico Internacional de Barcelona*, o *Salon Nautique de Paris*, o *London Boat Show*, *Salone Nautico Internazionale di Genova* ou, no caso nacional, a Nauticampo - Salão Internacional de Navegação de Recreio, Campismo, Caravanismo, Desporto e Piscinas, deve também ser uma prioridade na estratégia de promoção da imagem da região enquanto destino náutico, assente no profundo conhecimento da oferta e respectivas oportunidades, aderentes à realidade da imagem percebida pelos nautas.

O estudo que agora se encerra e que dá origem à presente edição, traduz um contributo para o conhecimento da dimensão e impactos do turismo náutico na economia regional, numa investigação cujo processo conduziu a um foco particular no iatismo enquanto segmento de um produto de reconhecida dinâmica e intensa concorrência internacional. A análise interdisciplinar desenvolvida consubstancia uma escala de conhecimento no vasto conjunto da náutica no Algarve, onde no quadro traçado há aspectos que permanecem em aberto e outros emergem após a reflexão sobre a componente estratégica. Os resultados apresentados e as perspectivas sugeridas formam um contributo válido mas não definitivo, procurando transmitir um maior apoio científico à tomada de decisão num sector prioritário da estratégia de desenvolvimento regional do turismo do Algarve e, antecipa-se, de progressivo peso na economia da região.



Anexos



ANEXO I – FICHAS POR MARINA E PORTO DE RECREIO

Marina de Lagos

Localização: 37° 06'N / 008° 40' W

Distância à marina mais próxima:
6,4 milhas (Marina de Portimão)

Ano de Inauguração: 1994

Nº de amarrações: 465



Fotografia cedida pela Marina de Lagos

Distribuição das amarrações por dimensão:

Classe I Até 8 m	Classe II 8 a 10 m	Classe III 10 a 12 m	Classe IV 12 a 15 m	Classe V 15 a 18 m	Classe VI 18 a 20 m	Classe VII Mais de 20 m	Classe VIII 21 a 26 m c/6,90 m de boca	Classe IX De 26 a 29 m
107	71	168	87	12	1	19	---	---

Serviços Complementares:

Balneários, Lavandaria, Recepção, Cais de Combustível, Área Comercial, Proximidade de Transportes Públicos, Acesso à *Internet*, Telefones Públicos, Recepção de Correspondência/Fax, Ecopontos, Estacionamento para Automóveis (500 lugares), *Travel Lift* (35.Tn.), Grua, Reboques, Lavagem de Fundos, Oficinas, Estacionamento de Embarcações em Terra, Informação Meteorológica, *Trolleys*, Segurança.

Prémios/Certificados:

Bandeira Azul da Europa, Euromarina, 5 Âncoras de Ouro (British Marina Federation)

Canal de Chamada: Canal 9

Horário da Recepção:

Verão (01 Jun. a 16 Set.): 08.00h às 22.00h
Inverno (17 Set. a 31 Mai.): 09.00h às 18.00h

Contactos:

Marina de Lagos, Edifício da Administração - 8600-780 Lagos, Portugal
Tel. 00 351 282 770 210 - Fax: 00 351 282 770 219
Email: marina@marlagos.pt - www.marinadelagos.pt

Marina de Portimão

Localização: 37° 8'N / 008° 32' W

Distância à marina mais próxima:
6,4 milhas (Marina de Lagos)

Ano de Inauguração: 2000

Nº de amarrações: 620



Fonte: www.imagesofportugal.com

Fotografia de Miguel Veterano

Distribuição das amarrações por dimensão:

Classe I Até 4,99 m	Classe II 5 a 7,99 m	Classe III 8 a 9,99 m	Classe IV 10 a 11,99 m	Classe V 12 a 14,99 m	Classe VI 15 a 17,99 m	Classe VII 18 a 20,99 m	Classe VIII 21 a 23,99 m	Classe IX >24
10	149	156	130	116	15	19	9	16

Serviços Complementares:

Balneários, Lavandaria, Recepção, Segurança, Cais de Combustível, Área Comercial, Proximidade de Transportes Públicos, Acesso à *internet*, Telefones Públicos, Recepção de Correspondência/Fax, Ecopontos, Estacionamento para Automóveis, *Travel Lift*, Grua, Reboques, Lavagem de Fundos, Oficinas, Estacionamento de Embarcações em Terra, Estaleiro, Hotel, Informação Meteorológica, Mergulhador, *Trollys*.

Prémios/Certificados:

Vellis 2006, Jack Nichol 2006

Canal de Chamada: Canal 9

Horário da Recepção:

Verão (01 Jun. a 30 Set.): 08.30h às 20.30h
Inverno (01 Out. a 31 Mai.): 09.00h às 18.00h

Contactos:

Edifício Administrativo - Ponta da Areia - 8500-345 Portimão
Telefone: 00 351 282 411 533 - Fax: 00 351 282 411 536 - Telemóvel: 00 351 916 897 107
Email: info@marinadeportimao.com.pt - http://www.marinadeportimao.com.pt/

Marina de Albufeira

Localização: 37° 05'N / 008° 15' W

Distância à marina mais próxima:
6,3 milhas (Marina de Vilamoura)

Ano de Inauguração: 2003

Nº de amarrações: 475 (mais 17 berços para motos de água)



Fotografia cedida pela Marina de Albufeira

Distribuição das amarrações por dimensão:

Classe I Até 6 m	Classe II 6 a 9 m	Classe III 9 a 11 m	Classe IV 11 a 13 m	Classe V 13 a 16 m	Classe VI 16 a 21 m	Classe VII 21 a 26 m c/ 6 m boca	Classe VIII 21 a 26 m c/6,90 m boca	Classe IX De 26 a 29 m
45	78	174	121	36	9	7	4	1

Serviços Complementares:

Balneários, Recepção, Cais de Combustível, Área Comercial, Proximidade de Transportes Públicos, Acesso à *Internet* nos Pontões (Wi-Fi), Telefones Públicos, Recepção de Correspondência/Fax, Ecopontos, Estacionamento para Automóveis (1100 lugares), *Travel Lift* (70 ton.), Grua (6.3 ton.), Reboques, Lavagem de Fundos, Oficinas, Estacionamento de Embarcações em Terra, Aluguer de Cavaletes, Serviço de Montagem de Cargas, *Pump-Out*, Boletim Meteorológico, Mergulhador, *Trolleys*, Oficinas, Serviço de Marinhagem, Segurança.

Prémios/Certificados:

5 Âncoras de Ouro da TYHA, Bandeira Azul para Marina, Auditoria de concessão da ISO 14001.

Canal de Chamada: Canal 9

Horário da Recepção:

Verão (01 Jul. a 31 Ago.): 08.00h às 21.00h - (01 Set. a 30 Set. e 01 Abr. a 30 Jun.): 09.00h às 19.00h
Inverno (01 Out. a 31 Mar.): 9.00h às 18.00h

Contactos:

Várzea da Orada - Apart. 2422 - 8200 Albufeira
Tel.: 00 351 289 514 282 - Fax: 00 351 289 514 292
Email: info@marinadealbufeira.com.pt - www.marinadealbufeira.com.pt

Marina de Vilamoura

Localização: 37° 04'N / 008° 07' W

Distância à marina mais próxima:
6,3 milhas (Marina de Albufeira)

Ano de Inauguração: 1974

Nº de amarrações: 953



Fonte: www.imagesofportugal.com

Fotografia de Patrício Miguel

Distribuição das amarrações por dimensão:

Classe I Até 8 m	Classe II 8 a 10 m	Classe III 10 a 12 m	Classe IV 12 a 15 m	Classe V 15 a 18 m	Classe VI 18 a 20 m	Classe VII Mais de 20 m	Classe VIII 21 a 26 m c/6,90 m de boca	Classe IX De 26 a 29 m
107	71	168	87	12	1	19	---	---

Serviços Complementares:

Balneários, Lavandaria, Recepção, Cais de Combustível, Área Comercial, Proximidade de Transportes Públicos, Acesso à *internet*, Telefones Públicos, Recepção de Correspondência/Fax, Ecopontos, estacionamento para Automóveis, *Travel Lift*, Grua, Reboques, Lavagem de Fundos, Oficinas, Estacionamento de Embarcações em Terra, Segurança, vídeo vigilância, clínicas médicas, clínicas veterinárias, entre outros.

Prémios/Certificados:

ISO 14001; ISO 9001; Bandeira Azul, 5 Âncoras Douradas

Canal de Chamada: Canal 9

Horário da Recepção:

Verão (01 Jun. a 15 Set.): 08.30h às 21.30h - (01 Abr. a 31 Mai.): 08.30h às 19.30h
Inverno (01 Nov. a 31 Mar.): 08.30h às 18.30h - (16 Set. a 31 Out.): 08.30h às 19.30h

Contactos:

Marina de Vilamoura - 8125-409 Quarteira, Algarve, Portugal
Tel. 00 351 289 310 560 - Fax: 00 351 289 310 580
Email: marinavilamoura@lusort.com - http://www.marinadevilamoura.com/pt

Porto de Recreio de Olhão

Localização: 37° 01' N / 007° 50' W

Distância à marina mais próxima:
13,8 milhas (Marina de Vilamoura)

Ano de Inauguração: 2004

Nº de amarrações: 246



Fonte: CIITT/UAIG
Fotografia de Maria João Custódio

Distribuição das amarrações por dimensão:

Até 4,99 m	5 a 7,99 m	8 a 9,99 m	10 a 11,99 m	12 a 14,99 m	15 a 17,99 m	18-20,99 m	21-23,99 m	>24
107	71	168	87	12	1	19	---	---

Serviços Complementares:

Informação não Disponível

Prémios/Certificados:

Informação não disponível

Canal de Chamada: Informação não disponível

Horário da Recepção:

Informação não disponível

Contactos:

Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos Olhão - Avenida 16 de Junho - 8700-311 Olhão
Telefone: 00 351 289 715 912 - Fax: 00 351 289 701 757

Porto de Recreio de V.R.S^{to} António

Localização: 37° 11' N' 007° 24' W

Distância à marina mais próxima:
11,4 milhas (Porto de Recreio de Olhão)

Ano de Inauguração: 1997

Nº de amarrações: 347



Fonte: CIITT/UAIG
Fotografia de Vanessa Oliveira

Distribuição das amarrações por dimensão:

Classe I Até 8 m	Classe II 8 a 10 m	Classe III 10 a 12 m	Classe IV 12 a 15 m	Classe V 15 a 18 m	Classe VI 18 a 20 m	Classe VII Mais de 20 m	Classe VIII 21 a 26 m c/6,90 m de boca	Classe IX De 26 a 29 m
107	71	168	87	12	1	19	---	---

Serviços Complementares:

Balneários, Recepção, Cais de Combustível, Proximidade de Transportes Públicos, Acesso à *internet*, Recepção de Correspondência/Fax, Ecopontos, estacionamento para Automóveis, Lavagem de Fundos para barcos até 5 m.

Prémios/Certificados:

Bandeira Azul das Marinas

Canal de Chamada: Canal 9 e 12

Horário da Recepção:

Verão (01 Jun. a 30 Set.): 09.30h às 12.30h - 14.30h às 20.00h
Inverno (01 Out. a 31 Mai.): 09.30h às 12.30h - 14.30h às 18.00h

Contactos:

Porto de Recreio - Apartado 40 - 8900 Vila Real de Santo António
Telefone: 00 351 281 541 571 - Fax: 00 351 281 511 140
Email: anguadiana@mail.telepac.pt - <http://anguadiana.no.sapo.pt>

ANEXO II – PRÉMIOS E CERTIFICADOS

Prémio Jack Nichol Marina Design Award – Prémio atribuído pela Associação Internacional de Navegação (PIANC). O prémio Jack Nichol foi estabelecido em honra de John M. Nichol, membro honorário da PIANC e reconhecido designer de Marinas. Este prémio tem como objectivo o reconhecimento da excelência do design de infraestruturas náuticas de recreio por todo o mundo.

Bandeira Azul da Europa – De acordo com o sítio da Bandeira Azul da Europa, este prémio “é um símbolo de qualidade ambiental atribuído anualmente às praias e marinas que se candidatam e que cumpram um conjunto de critérios”. No caso das marinas deverão ser cumpridos 22 critérios relativos a: educação e informação ambiental, gestão ambiental, segurança e avisos e qualidade da água.

Prémio Âncora de Ouro – Prémio atribuído pela Yacht Harbour Association em conjunto com a British Marina Federation. Foi implementado com o objectivo de elevar a qualidade das infraestruturas estando disponível aos membros da Yacht Harbour Association. O nível do prémio vai desde as 3 âncoras até às 5, sendo que qualquer um deles é um comprovativo de qualidade da marina estando o número de âncoras relacionado com os serviços disponíveis. É um processo voluntário concebido como meio de encorajamento à qualidade.

Euromarina – A Euromarina é uma associação sem fins lucrativos fundada em 1901, que tem como objectivo a adaptação dos princípios básicos da União Europeia no que diz respeito à livre movimentação de pessoas, bens e serviços nas áreas marítimas, através da normalização dos critérios de construção, de circulação de barcos de lazer e da sua qualificação. De entre as suas inúmeras acções destaca-se a promoção do desenvolvimento de instalações e equipamentos de alta qualidade para a prática da navegação de recreio na Europa.

Vellis – Prémios atribuídos pela revista náutica daVela, os quais visam distinguir os melhores velejadores, embarcações, instituições e entidades. Teve a sua primeira edição em 2006. Conta com as seguintes categorias: Vellis da vela infantil, Vellis da vela júnior, Vellis da vela sénior, Vellis da vela oceânica, Vellis do barco do ano, Vellis da marina do ano, Vellis da entidade do ano e Vellis de mérito

ANEXO III – ENQUADRAMENTO LEGAL DA ACTIVIDADE MARÍTIMO-TURÍSTICA

O presente texto constitui um resumo interpretativo do Decreto-Lei n.º 21/2002, de 31 de Janeiro, com as alterações introduzidas pelos Decretos-Lei 269/2003, de 28 de Outubro e 289/2007, de 17 de Agosto, diploma que contém o regulamento da actividade marítimo-turística nas suas várias vertentes e das embarcações utilizadas, sendo que não dispensa a consulta da citada legislação e demais regulamentos aplicáveis.

Segundo o referido Decreto-Lei, entende-se como actividade marítimo-turística os serviços de natureza cultural, de lazer, de pesca turística, de promoção comercial e de táxi, desenvolvidos mediante utilização de embarcações com fins lucrativos, prestados por qualquer pessoa singular ou colectiva, designadamente empresários em nome individual, sociedades comerciais e cooperativas cujo objecto social refira expressamente o exercício da actividade marítimo-turística, devidamente habilitados para o exercício da actividade.

Os serviços prestados pelos operadores marítimo-turísticos podem ser exercidos nas seguintes modalidades: passeios marítimo-turísticos, aluguer de embarcações com ou sem tripulação, serviços efectuados por táxis, pesca turística, serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas sem meios de locomoção próprios ou selados, aluguer de motas de água ou outras pequenas embarcações dispensadas de registo e outros serviços maioritariamente serviços de reboque de equipamento recreativo, como por exemplo, bananas, pára-quadras ou esqui aquático.

O processo de licenciamento de uma empresa/operador marítimo-turístico pode decorrer perante a Direcção-Geral da Autoridade Marítima (DGAM¹) ou perante o Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos, I.P. (IPTM) consoante abaixo se explicita e depende:

1- Requerimento a apresentar junto da DGAM com jurisdição na área onde irá ser exercida a actividade, caso se utilizem as seguintes embarcações²:

- 1) Embarcações locais ou de porto;
- 2) Embarcações de recreio e navegação costeira restrita - que apenas naveguem a uma distância não superior a 20 milhas de um porto de abrigo ou 6 milhas da costa;
- 3) Embarcações que naveguem em águas abrigadas, zonas de fraca agitação marítima, junto à costa e em águas interiores, embarcações movidas à vela ou a motor, as quais podem navegar num raio de 3 milhas de um porto de abrigo, ou embarcações movidas exclusivamente a remos que podem navegar num raio de 1 milha da costa; motas de água e jet ski, que podem navegar a uma milha da linha de baixa-mar, desde o nascer até uma hora antes do pôr-do-sol;

⁽¹⁾ A DGAM é o serviço responsável pela direcção, coordenação e controlo das actividades exercidas no âmbito da Autoridade Marítima Nacional, constituída no seu núcleo fundamental pelos órgãos locais, as Capitanias de Porto.

⁽²⁾ Classificação de acordo com o Decreto-Lei n.º 124/2004 de 25 de Maio, referente ao regulamento da náutica de recreio.

4) Embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios locomoção próprios.

Este pedido deverá ser precedido de parecer do IPTM caso sejam utilizadas infra-estruturas portuárias e deverão ser informados os órgãos locais da Direcção-Geral das Pescas e da Agricultura e o Turismo de Portugal³.

2- Requerimento ou pedido de licenciamento a apresentar junto do IPTM (Instituto Portuário e dos Transporte Marítimos) para as seguintes embarcações:

- 1) Embarcações de tipo 1 (navegação oceânica), concebidas e adequadas para navegar sem limite de área;
- 2) Embarcações de tipo 2 (navegação ao largo), concebidas para navegar ao largo, até 200 milhas de um porto de abrigo;
- 3) Embarcações de tipo 3 (navegação costeira), para navegação costeira até uma distância não superior a 60 milhas de um porto de abrigo e 25 milhas da costa

Este pedido deverá ser precedido de parecer da DGAM local, ou seja, a Capitania de Porto com jurisdição na área onde a empresa irá estar sedeada, e deverão ser informados os órgãos locais da Direcção Geral das Pescas e da Agricultura e o Turismo de Portugal.

⁽³⁾ Organismo criado no âmbito do Programa de reestruturação da Administração Central do Estado consagrado no Decreto-Lei n.º 208/2006 de 27 de Outubro e cujas atribuições, Decreto-Lei n.º 141/2007 de 27 de Abril, incluem competências anteriormente atribuídas ao Instituto de Turismo de Portugal, à Direcção-Geral de Turismo – com excepção das atribuições de origem normativa - ao Instituto de Formação Turística e a regulação e fiscalização dos jogos de fortuna e de azar.



Bibliografia



BIBLIOGRAFIA

ACI Marina Dubrovnik (s.d.) em www.marinadubrovnik.com [último acesso a 01/10/2008].

Associação Bandeira Azul da Europa (2007) em www.abae.pt [último acesso a 16/09/2008].

Barroso, Mercedes (2006) Los Puertos Deportivos del Litoral Onubense, Espanha: Universidad de Huelva Publicaciones.

Bulmer-Thomas, Victor (1982), Input-Output Analysis in Developing Countries: Sources, Methods and Applications, New York: John Wiley & Sons.

Carrasco, Salvador (2001) "La Relevancia del Turismo Náutico en la Oferta Turística", Cuadernos de Turismo, N.º 7, pp 67-80, Espanha: Universidad de Murcia.

Carrasco, Salvador (2002) "El Turismo Náutico en el Mediterráneo", Cuadernos de Turismo, N.º 9, pp 19-32, Espanha: Universidad de Murcia.

CCDRAlg - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (s.d.) Algarve – Flash Estatístico, Faro.

CCDRAlg - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (2006), Estratégia de Desenvolvimento do Algarve 2007-2013, Faro.

CCDRAlg - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (2007) Proposta de Programa Operacional Regional do Algarve 2007-2013 [FEDER], Faro.

CCDRAlg - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (2008) em <http://www.ccdr-alg.pt> [último acesso a 15/07/2008].

Chapría, Vicent (2000) "El Planeamiento de Infraestructuras para el Turismo Náutico", Cuadernos de Turismo, N.º 6, pp 29-44, Espanha: Universidad de Murcia.

Churchill, Gilbert (1979) "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs", Journal of Marketing Research, XVI, February, 64-73.

CIDER - Centro de Investigação Desenvolvimento e Economia Regional (2001), Quadro de Entradas e Saídas para a Região do Algarve, Matriz Input-Output, Faro: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento do Algarve e Universidade do Algarve.

Custódio, Maria João Ferreira, Pedro Gouveia (2007) Evaluation of the Cognitive Image of a Country/Destination by the Media During the Coverage of Mega-Events: the Case of UEFA EURO 2004 TM in Portugal, International Journal of Tourism Research, 9 (4), 285 - 296. John Wiley & Sons, Ltd, London.

DaVela (s.d.) em www.davela.net [último acesso a 4/11/2008].

Departamento de Prospectiva e Planeamento (2004) Avaliação do Impacto Económico do Euro 2004, Lisboa: Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território - Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional.

DPP - Departamento de Prospectiva e Planeamento (1998) Avaliação do Impacto Económico e Sectorial da Expo 98 no Período 1994-1998, Lisboa: Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território - Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional.

Echter, Charlotte e J.R. Brent Ritchie (1991) The Meaning and Measurement of Destination Image, Journal of Tourism Studies, 2 (2), 2- 12.

Echter, Charlotte e J.R. Brent Ritchie (1993) "The Meaning and Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment", Journal of Travel Research, 31 (Spring), 3-13.

Euromarina (s.d.) em www.euromarina.org [último acesso a 30/09/2008].

Ferreira, Ana (2003) O Turismo como Propiciador Da Regeneração dos Centros Históricos: O Caso de Faro, Tese de Doutoramento não publicada, Aveiro: Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

Flitvos Marina (2005) em www.flitvosmarina.com [último acesso a 05/11/2008].

Fortunato, Martinho (2006) *Marinas e Portos de Recreio na Rota do Crescimento Económico*, Vilamoura.

Instituto Nacional de Estatística (2008) em: <http://www.ine.pt> [último acesso a 15/07/2008].

Junta de Andalucía (2007) *Puertos Deportivos*, Sevilha: Consejería de Obras Públicas y Transportes - Agencia Pública de Puertos de Andalucía.

Junta de Andalucía (s.d.) em <http://www.juntadeandalucia.es/> [último acesso em 23/07/2008].

Junta de Andalucía (2008), *Datos Básicos – Andalucía*, Instituto de Estadística de Andalucía.

Kastenholz, Elisabeth (2002) *O Papel da Imagem do Destino no Comportamento do Turista e Implicações em Termos de Marketing: O Caso do Norte de Portugal*, Tese de Doutoramento, não publicado, Aveiro: Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

Kovacic, Mirjana, Dundovic, Cedimir e Boskovic, Desimir (2007) *Nautical Tourism Development through Integrated Planning*, pp. 189-210, Croácia: Pomorstvo.

Manente, M. e M. Cerato (2000) *From Destination to Destination Marketing Management – Designing and Repositioning Tourism Products*, Padova: Ciset.

Marina Bay (s.d.) em www.marinabay.gi [último acesso a 06/10/2008].

Marina D'Empuriabrava(s.d.)emwww.marinaempuriabrava.com [último acesso a 05/12/2008].

Marina de Cascais (2007) em www.marinacascais.pt [último acesso a 20/11/2008].

Marina de Portimão (2008) em www.marinadeportimao.com.pt [último acesso a 29/11/2008].

Marti Marina (2006) em www.martimarina.com [último acesso a 03/09/2008].

Martins, Natalino (2004), *Sistema Integrado de Matrizes Input-Output para Portugal - 1999*, Lisboa: Departamento de Prospectiva e Planeamento – Ministério das Finanças.

Mello, Galvão(1993) *Probabilidades e Estatística – Conceitos e Métodos Fundamentais*, Lisboa: Escolar Editora.

Miller, R e P. Blair (1985), *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*, New Jersey: Prentice-Hall.

Observatório do QCA III (2007) *Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 Portugal*, Lisboa: Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional.

Perna, Fernando e Maria João Custódio (2007) *The Importance of Events in Tourism: The case of UEFA EURO 2004 TM on the Tourism Economy in the Algarve*. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19 (1) Summer 2008, 5-22. Ankara/Turkey, ISSN 1303-2917.

Perna, Fernando, Maria João Custódio, Pedro Gouveia e Paulo Neves (2004) *Estudo de Impacto do Euro 2004: Turismo e Imagem*, policopiado, Faro: Universidade do Algarve - Centro Internacional de Investigação em Turismo e Território.

Perna, Fernando, Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira, Olívia Salmonete (2007) *O Impacto do Rally de Portugal na Economia e Imagem do Algarve e Baixo Alentejo*, policopiado, Faro: Universidade do Algarve - Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo.

Perna, Fernando, Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2008), *Perfil do Turista de Portimão - Verão*, Working Report, Faro: Universidade do Algarve - Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo.

Pestana, D.D. e S.F. Velosa (2002), *Introdução à Probabilidade e Estatística*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Port Adriano (s.d.) em www.portadriano.com [último acesso a 03/09/2008].

Port de Saint-Tropez (s.d.) em www.port-de-saint-tropez.com [último acesso a 03/09/2008].

Puerto Sotogrande (s.d.) em www.puertosotogrande.com [último acesso a 03/09/2008].

Raa, T.T. (2006), *The Economics of Input-Output Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.

Recreational Navigation Commission (2008) *Jack Nichol Award – Call for Applications*, Palermo.

Stevens, Rob; Bright, Roger e Maclean, Alan (2007), *Economic Benefits of Coastal Marinas: UK and Channel Islands*, United Kingdom: British Marine Federation.

The Yacht Harbour Association (2007) em www.yachtharbourassociation.com [último acesso a 16/10/2008].

Thomas, Colin (2007), *The Straits Sailing Handbook 2008*, Gibraltar: Ocean Marine Ltd.

Turismo de Andalucía (s.d.) em <http://www-org.andalucia.org> [último acesso a 13/07/2008].

Turismo de Portugal (2006a) *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*, Lisboa.

Turismo de Portugal (2006b) *Proturismo – 10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal – Turismo Náutico*, Lisboa.

Tyrrell, T. e Chang, Y. (1999) *Thalassorama – Marine Tourism Resource Development in Korea*, *Marine Resource Economics*, Vol. 14, pp. 165-174, U.S.A: Marine Resources Foundation.

World Tourism Organization (2008) *Tourism Highlights 2008 Edition*, Madrid: World Tourism Organization.



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH