



UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA
FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA



O DESPORTO E TURISMO

Contributos na diferente oferta Turística-Desportiva existente no Algarve, em concreto no Município de Portimão

Dissertação elaborada com vista à obtenção do Grau de Mestre na
Especialidade de Gestão do Desporto

Orientador: Professor Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço

Júri:

Presidente

Professor Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço

Vogais

Professor Doutor António José Serôdio Fernandes

Professora Doutora Maria Margarida Ventura Mendes Mascarenhas Boa
Baptista

Marta de Sousa Glória Catarino

2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que tornaram possível a realização deste trabalho, pois sem o seu apoio e ajuda teria sido mais difícil a conclusão do mesmo.

Um agradecimento especial aos meus pais, Dulce Catarino e Eduardo Catarino por terem estado sempre presentes, pelo incentivo e apoio, pela colaboração na realização do trabalho. O meu muito obrigada.

Ao Professor Doutor Carlos Colaço pela disponibilidade demonstrada e orientação do meu estudo.

Ao Doutor Paulo Nunes pela sua disponibilidade, ajuda e orientação.

Ao meus tios Carlos José Catarino e José Carlos Catarino, pela ajuda prestada na aplicação dos questionários aos turistas que frequentaram os serviços da sua empresa Portitours.

Às diversas unidades hoteleiras de Portimão e seus recepcionistas que colaboraram na aplicação do questionário aos seus clientes. Foram elas: Hotel Meridien Penina, Hotel Algarve (Grupo Solverde), Hotel Tivoli Arade (Praia da Rocha), Hotel Alvor e Hotel D. João II (Grupo Pestana), Hotel Interpass (Praia do Vau), Hotel Júpiter, Hotel da Rocha, Hotel Yellow (Clube Praia da Rocha), Hotel Globo e Hotel Amarilis.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	2
ÍNDICE GERAL	4
ÍNDICE DE QUADROS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES	9
RESUMO	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	12
1.1 Objectivos.....	14
1.2 Âmbito.....	14
1.3 Estrutura.....	15
CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA	16
2.1 Conceção de Desporto.....	16
2.2 Conceção de Turismo.....	18
2.3 Enquadramento Conceptual de Turismo Desportivo.....	23
2.3.1 Tipos de Turismo Desportivo.....	30
2.4 Potencialidades Turísticas das Actividades Desportivas.....	35
2.5 A Procura Turística – Tendências, motivações e necessidades dos mercados prioritários.....	38
2.5.1 Mercado Turístico Mundial.....	39
2.5.2 Mercado Turístico em Portugal.....	41
2.5.2.1 Mercado Turístico Regional.....	51
2.5.2.1. 1 Residentes.....	51
2.5.2.1. 2 Não Residentes.....	53
2.5.2.2 Mercado Turístico Local – Concelho de Portimão.....	56
2.5.2.2. 1. Oferta e sugestões de Serviços Desportivos pela Câmara Municipal de Portimão.....	57

..... 2.5.2.2. 2 Empresas no Concelho de Portimão com oferta de Serviços Desportivos existentes.....	62
2.5.2.2. 3. Dados Estatísticos.....	63
CAPÍTULO III – METODOLOGIA	67
3. 1 Método e Plano de Investigação.....	67
3.2 Procedimentos Gerais	68
3.2.1 Tratamento de Dados.....	68
3.2.2 Técnica.....	68
3.2.3 Amostra.....	69
3.2.4 Procedimentos de Recolha de Dados.....	71
CAPÍTULO IV – Apresentação e Discussão dos Resultados.....	72
4.1 Questionário	72
CAPÍTULO V – CONCLUSÕES	97
CAPÍTULO VI – BIBLIOGRAFIA.....	103
CAPÍTULO VII – ANEXOS.....	108
ANEXO 1 – Questionário.....	109

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro n.º 1 – Distribuição das dormidas geradas pelo mercado de residentes em Portugal de 2005 a 2009	51
Quadro n.º 2 – Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros segundo o país de residência habitual	56
Quadro n.º 3 – Área, Perímetro, Comprimento máximo e Altitude de Portimão em 2008 comparativamente com o país de Portugal e a Região do Algarve.	56
Quadro n.º 4 – Síntese dos principais resultados da avaliação efectuada sobre o perfil dos turistas - Portimão Verão 2008	64
Quadro n.º 5 – País de residência da amostra	69
Quadro n.º 6 – Escalão Etário da Amostra	70
Quadro n.º 7 – Profissões da amostra	70
Quadro n.º 8 – Primeira vez ou não que os inquiridos visitam Portimão	72
Quadro n.º 9 – Número de vezes que os visitantes visitaram Portimão por escalões	73
Quadro n.º 10 – Altura do ano em que os turistas efectuaram a sua última visita	74
Quadro n.º 11 – Meios através dos quais os visitantes tiveram conhecimento de Portimão	75
Quadro n.º 12 – Principais motivos de visita	76

Quadro n.º 13 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Na Praia	77
Quadro n.º 14 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – No Campo	78
Quadro n.º 15 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Actividade Física Desportiva	78
Quadro n.º 16 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Saídas Nocturnas/Esplanadas/Disotecas.....	79
Quadro n.º 17 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Convívio em casa com amigos.....	80
Quadro n.º 18 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Visita ao Património.....	80
Quadro n.º 19 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Visita a Exposições, feiras e Espectáculos.....	81
Quadro n.º 20 – Tipo de desportos que os visitantes realizaram ou gostariam de realizar	82
Quadro n.º 21 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos Náuticos	83
Quadro n.º 22 – Sentimento dos visitantes após a realização de Golfe	84
Quadro n.º 23 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Exploração da natureza	84
Quadro n.º 24 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Vela.....	85

Quadro n.º 25 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos Motorizados.....	86
Quadro n.º 26 – Sentimento dos visitantes após a realização de Canoagem..	86
Quadro n.º 27 – Sentimento dos visitantes após a realização de BTT.....	87
Quadro n.º 28 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Raquete.....	87
Quadro n.º 29 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desporto Equestre.....	88
Quadro n.º 30 – Sentimento dos visitantes após a realização de Actividades de Ginásio.....	89
Quadro n.º 31 – Sentimento dos visitantes após a realização de Safari	89
Quadro n.º 32 – Sentimento dos visitantes após a realização de Caminhada Organizada e Autónoma	90
Quadro n.º 33 – Sentimento dos visitantes após a realização de Natação	91
Quadro n.º 34 – Sentimento dos visitantes após a realização de Voleibol, Surf e Dança.....	92
Quadro n.º 35 – Sentimento dos visitantes após a realização de Ténis de Mesa	92
Quadro n.º 36 – Sentimento dos visitantes após a realização de Bowling.....	93
Quadro n.º 37 – Vontade dos visitantes/praticantes em repetir a(s) actividade(s) realizada(s)	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Viagens segundo os principais motivos, em 2009.	44
Gráfico 2 – Dormidas segundo o país de residência habitual, 2009	46
Gráfico 3 – Distribuição das dormidas de residentes em Portugal por tipologia de estabelecimento entre 2005 e 2009	52
Gráfico 4 – Origem dos hóspedes estrangeiros tendo em conta as dormidas em Portugal no ano de 2008	54
Gráfico 5 – Distribuição da Amostra de Não Residentes em Portugal	63
Gráfico 6 – Primeira Visita a Portimão (Não residentes em Portugal).....	64

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Organização Actual da Indústria do Turismo	20
Ilustração 2 – Sobreposição do Turismo e do Desporto.....	27
Ilustração 3 – Receitas do Turismo em Portugal por país de origem.....	41
Ilustração 4 – Praias existentes no concelho de Portimão	58
Ilustração 5 – Percursos que o Guia da Natureza da C.M.P. propõe.....	60

RESUMO

O Turismo Desportivo representa o corpo de conhecimento e o conjunto de práticas onde as áreas do turismo e do desporto se tornam interdependentes. Tal como refere Lourenço (2008), o Turismo vive uma fase de transformação. As pessoas viajam não só para conhecer sítios diferentes ou para terem oportunidades de descanso, mas cada vez mais existe a procura de novas experiências e novas vivências.

Assim, este estudo pretende identificar as actividades desportivas realizadas pelos turistas num contexto concreto, na cidade de Portimão, clarificando o nível de satisfação e as motivações dos mesmos, considerando depois o que pode ser melhorado, mostrando a importância que determinada actividade desportiva pode ter na escolha do destino e até mesmo da unidade hoteleira.

Os resultados obtidos revelaram que a grande maioria dos turistas em Portimão praticam pelo menos uma actividade desportiva durante a sua estadia. O golfe apresentou-se como o desporto mais procurado e praticado.

A quase totalidade dos praticantes, após a prática das respectivas modalidades desportivas, mostraram-se muito satisfeitos referindo ainda que voltariam a repetir essas mesmas experiências e actividades.

A maioria dos turistas não contemplou qualquer necessidade de melhoria quanto às actividades físicas realizadas. Foram considerados por apenas alguns inquiridos, aspectos a melhorar como a *“diminuição dos preços”* e uma *“maior e melhor divulgação”* das várias actividades possíveis de realizar.

ABSTRACT

Sport Tourism represents the body of knowledge and set of practices where areas of tourism and sport become interdependent. As stated in Lourenço (2008), tourism is experiencing a phase of transformation. People travel not only to meet different places or to have opportunities to rest, but increasingly there is demand for new experiences and new experiences.

This study sought to identify sporting activities undertaken by tourists in a concrete situation in the city of Portimão, clarifying the degree of satisfaction and motivation of these, after considering what can be improved, showing the importance that particular sport can have on choice of destination and even the hotel unit.

The results revealed that the vast majority of tourists in Portimão practice at least one sporting activity during their stay. Golf presented himself as the sport most sought after and practiced.

Almost all the players, after the practice of their sports, were also very pleased stating that they would return to repeat these experiences and activities.

Most of the tourists did not include any need for improvement regarding physical activities performed. Were considered by only a few respondents, areas for improvement as the "lower prices" and a "bigger and better dissemination" of the various possible activities to perform.

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

O estilo de vida na sociedade actual tem mudado de forma cada vez mais acelerada. A evolução no âmbito tecnológico e social tem vindo a transformar de forma incrível o modo de como a maioria das pessoas vêem o tempo e a vida. (Lourenço, 2008)

O Turismo vive assim numa fase de transformação. As pessoas viajam não só para conhecer sítios diferentes ou para terem oportunidades de descanso, mas cada vez mais existe a procura de novas experiências e novas vivências. (Lourenço, 2008)

É cada vez maior a diversificação das motivações de viagem, o aumento da preferência pelas férias activas, preferência pelos espaços equilibrados e proporcionando maior contacto com a natureza e as permanências mais curtas e repetitivas, como as tendências quanto às mudanças ao nível da procura. (Cunha, 2003)

Ainda o mesmo autor, destaca relativamente às novas modalidades de oferta, as mudanças no desenvolvimento de novos produtos sem dependência de recursos naturais (parques temáticos, *leisure shoppings*, turismo industrial); as novas modalidades de oferta: turismo em espaço rural, cruzeiros, actividades desportivas e as fórmulas de alojamento mais flexíveis e adaptáveis aos estratos da população com menores rendimentos.

Com base nesta análise, é possível destacar a transição de um turismo inactivo (cujo objectivo era “desligar” e isolar do mundo), para um turismo activo onde o objectivo é desfrutar ao máximo o contexto da viagem e retirar desta a maior quantidade e a melhor qualidade de vivências e experiências marcantes. (Lourenço, 2008)

O Turismo é, sem dúvida, a maior indústria mundial produtora de benefícios económicos crescentes. O Desporto, por sua vez, tornou-se no

maior fenómeno cultural deste virar de século. Constitui assim um factor acrescido quando falamos em oferta turística, da qualidade e diversidade dessa oferta, ou quando falamos das necessidades e motivações dos turistas, da captação ou fidelização dos mesmos. (Pereira, 2003)

Inserido nas mesmas dinâmicas da sociedade contemporânea, o desporto assume também uma fase de crescimento e mutação, novas formas, contextos e novos valores onde, para além da competição com os outros, as pessoas procuram a evasão, a saúde e as vivências para si mesmas. (Sérgio, 1996)

O turismo e o desporto, para além de se desenvolverem individualmente, desenvolveram-se de forma sistémica com sinergias e áreas de sobreposição ao longo do tempo. Tal se evidencia nas últimas décadas do século XX, dando origem ao chamado “Turismo Desportivo”. (Lourenço, 2008)

O Turismo Desportivo apresenta duas tipologias essenciais, uma inerente ao espectáculo desportivo e outra associada à prática desportiva. (Lourenço, 2008)

Tendo em conta as tendências actuais de procura, o Turismo de Prática Desportiva surge como uma actividade com grande potencial de desenvolvimento, uma vez que pode ser uma forte motivação de viagem e um bom complemento a outras motivações de viagem; satisfaz a preferência por férias activas; pode permitir um contacto com a natureza e pode enquadrar-se em moldes de férias mais curtos e repetitivos. (Lourenço, 2008)

Este trabalho incidirá sobre a dualidade Turismo e Desporto. Para a resolução desta problemática será usado o método científico de *Investigação Descritiva*, visando a resolução das necessidades reveladas para as quais não existem soluções na teoria previamente estabelecida.

Assim, através de um *Estudo de Caso*, pretende-se estudar e investigar um fenómeno actual (Desporto e Turismo), num contexto real (Cidade de Portimão), assumindo um carácter essencialmente qualitativo.

1.1 Objectivos

Os objectivos deste estudo procuram ser claros e atingíveis, tendo em conta os recursos e o tempo disponíveis, de modo a que este trabalho se torne num instrumento útil com relevância prática. Assim sendo, definem-se os seguintes objectivos:

- Contribuir para o aprofundamento do estudo da relação turístico/desportiva;
- Perceber os hábitos/rotinas dos turistas em termos de actividade física/desportiva e o nível de satisfação que as mesmas lhes proporcionam;
- Definir um conjunto de aspectos a melhorar e a desenvolver de modo a colmatar a insuficiência e/ou insatisfação dos turistas que usufruem da oferta desportiva em Portimão.

1.2 Âmbito

Este estudo, para além de contribuir para a realização do Mestrado em Gestão do Desporto, visa ainda debruçar-se sobre a problemática da relação turístico/desportiva tendo em conta o grau de satisfação dos turistas que visitam a cidade de Portimão.

Tendo o turismo um papel determinante no desenvolvimento económico da cidade algarvia de Portimão, torna-se importante saber se o sector turístico do sistema desportivo é um bom segmento de mercado a apostar pela respectiva autarquia, pelas unidades hoteleiras e pelas empresas inerentes a

este sector, assim como o que pode e/ou deve ser melhorado para aumentar o grau de satisfação dos turistas e, quem sabe, aumentar mesmo o número de turistas/clientes, pela procura de determinada actividade desportiva durante o seu período de férias ou de visita.

1.3 Estrutura

Este estudo está estruturado em cinco partes fundamentais. Na primeira parte é apresentado o capítulo da *Introdução*, que tem como objectivo a transmissão da ideia ao leitor de onde estamos, para onde vamos e de que forma pretendemos lá chegar. São também apresentados aqui os objectivos deste estudo, o âmbito do trabalho e todo o percurso que será efectuado, para a resolução da problemática identificada.

Na segunda parte do trabalho é apresentada a *Revisão da Literatura*. Aqui, pretende-se situar o problema no centro da fase conceptual. Assim, será apresentada uma revisão bibliográfica onde é contemplada a problemática do desporto e do turismo, definindo os respectivos conceitos e onde são apresentadas as potencialidades turísticas das actividades desportivas e as tendências, motivações e necessidades dos mercados prioritários. Será realizada ainda uma caracterização da cidade de Portimão, demograficamente assim como fazer referência às unidades hoteleiras e empresas existentes na cidade que apresentam serviços desportivos e quais.

Passando depois para a terceira parte do estudo, entramos no capítulo da *Metodologia*, onde é definido o método e plano de investigação, sendo apresentados os procedimentos gerais na elaboração do presente estudo.

Na quarta parte do trabalho é feita a *Apresentação e Discussão dos Resultados* obtidos neste estudo.

Por fim, a quinta parte revela as principais *Conclusões* da investigação, sendo depois referenciada a *Bibliografia* que suportou todo o presente trabalho.

CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA

2.1 *Concepção de Desporto*

O Desporto é uma actividade que atrai cada vez mais a atenção de todas as ciências que reflectem sobre o ser Humano, pelo seu carácter dinâmico e indiscutível importância social. (Nunes, 2005)

O conceito de Desporto tem vindo a evoluir ao longo dos tempos, tal como é possível verificar pelas definições dadas pelos autores mais significativos.

Piérre de Coubertin, em 1934, definiu Desporto como sendo “(...)” *um culto voluntário e habitual de exercício muscular intenso suscitado pelo desejo de progressão e não hesitando em ir até ao risco*”.¹

Hébert, (1935) via o desporto como sendo “(...)” *todo o género de exercícios ou de actividades físicas tendo por fim a realização de uma performance e cuja execução repousa essencialmente sobre um elemento definido: uma distância, um tempo, um obstáculo uma dificuldade material, um perigo, um animal, um adversário e por extensão, o próprio desportista*”.

Gillet (1949) resumidamente, referiu que “(...)” *o desporto é uma actividade física intensa, submetida a regras precisas e preparada por um treino físico e metódico*”.

O conceito de Desporto foi ampliado através dos autores Claeys (1985) e Lamartine (s/d), através da introdução de valores que se relacionavam com os cidadãos e a sua educação permanente, passando a ser tidas em conta outras actividades: *“Os limites foram deslocados para ambos, o científico e o*

¹ Cagical; J. Maria (1972) – Deporte, Pulso de Nuestro Tiempo, Madrid, Editora Nacional, p.37. cit. Cunha (1997) in Nunes, P., 2005.

*participante: não só existem agora mais desportos que anteriormente como também mais actividades são consideradas desportos*²

Gustavo Pires define o conceito de desporto como sendo “*de uma forma aberta, de geometria variável e dirigida, numa abrangência de projecto, ao futuro do homem*”. Em 1988, aproveitando os contributos de diversos autores, Pires refere que o desporto envolve: “*(...) exercício físico, competição, desafio, esforço, luta, apetrechos, estratégia, e tática, princípios, objectivos, instituições, regras, classificações, tempo livre, jogo, vertigem, aventura, investigação, dinheiro, lazer, sorte, rendimento, simulação, códigos, resultados, prestações, treino, força, destreza, meditação, tempo, espaço, beleza, meditação, voluntarismo, morte, etc.*”³

Pires (1988) propõe ainda uma definição a partir de um modelo aberto, multidimensional e de geometria variável. “Estes aspectos que caracterizam as práticas desportivas, podem ser associados num sistema de quatro eixos.”

“*(...) é no sistema a quatro eixos a que nos estamos a referir que temos de encontrar a matriz teórica que no domínio da organização do desporto nos possibilite equacionar, de uma forma prática, aberta, multidimensional, mas necessariamente, não definitiva os problemas do desenvolvimento do desporto.*” Pires (1988)

Nunes (2005), considera como eixos de partida três factores psicológicos de Antonelli (1965) – *jogo, movimento e agonística/competição*, aos quais acrescenta um quarto relativo à proposta de Parlebas (1981) – *instituição* e considera ainda um quinto eixo, proveniente de Manuel Sérgio (1986) – *projecto*. Refere ainda que estas cinco dimensões têm de ser entendidas com base numa lógica aberta.

² Claeys, U. (s/d) – A Evolução do Conceito de Desporto e o Fenómeno da Participação/não Participação, col. Desporto e sociedade – antologia de textos n.º 3, Lisboa, DGD, 1985/1987 in Nunes (2005).

³ Pires, Gustavo (1988) – Para um Projecto Multidimensional do Conceito do Desporto. In Horizonte, Vol. V, nº 27, Set-Out, 1988, p.101 in Nunes (2005).

O Conselho da Europa em 1992 define desporto no âmbito da Carta Europeia do Desporto como: “(...) *Todas as formas de actividade física, formais ou informais, que visam a melhoria das capacidades físicas e mentais, fomentam as relações sociais, ou visam obter resultados na competição a todos os níveis*” .

O interesse pelo desporto entendido como prática, educação, de excelência e profissional ou, entre outros, por todo um conjunto de actividades desportivas, colocam os organismos do sistema desportivos e os seus protagonistas, em situação de adaptação a viver num sistema aberto, em interacção dinâmica com o meio social, económico e político envolvente. (Nunes, 2005)

O desporto, tal como acontece com o turismo, vai acompanhando o desenvolvimento humano nas suas mais variadas dimensões. Permeável às suas conjecturas, que o tornam tanto fundamental por vezes, como acessório por outras, revela-se muitas vezes como um espaço à medida do desejo de uma sociedade, de um grupo ou de um indivíduo. (Nunes, 2005)

Prova disso é a expansão do desporto pelos mais variados domínios, dos quais se destaca o turismo.

A relação entre o desporto e o turismo é muito próxima, uma vez que se encontram intrinsecamente ligados por laços histórico-culturais. (Nunes, 2005)

2.2 Concepção de Turismo

O turismo surgiu logo após a revolução Industrial e é, actualmente, um dos mais fortes sectores económicos. (Nunes, 2005)

A definição de turismo tem evoluído e mudado ao longo do tempo em função das necessidades e dos contextos. Sendo um fenómeno complexo, o

turismo é objecto de estudo de uma variedade de disciplinas e de áreas científicas, sendo esta diversidade de perspectivas fundamental para a compreensão deste fenómeno. (Lourenço, 2008)

A Organização Mundial do Turismo, leia-se a partir deste momento OMT, agência especializada das Nações Unidas (ONU) que se dedica ao turismo com sede em Madrid, define turismo como “*o conjunto das actividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros*”⁴.

A OMT define-o ainda como sendo um “*deslocamento voluntário e temporário do homem fora da sua residência habitual, por uma razão diferente que a de exercer uma actividade remunerada.*”

Nunes (2005) entende o turismo como sendo uma “*actividade sócio-económica que envolve viagens que têm os mais diversos motivos, onde o turista permanece por um período superior a 24 horas e realiza gastos no local visitado, movimentando uma grande cadeia produtiva, adquirindo e aprendendo os costumes e tradições da população local, além de haver uma grande segmentação para motivações voluntárias.*”

Não existe consenso sobre a origem da palavra turismo, mas pensa-se que o termo *tourism* é pela primeira vez utilizado por Alexander Slidell Mackenzie no seu livro *Spain Revisited* em 1826. (Nunes, 2005)

Uma das características mais importantes do turismo é o facto de implicar a deslocação de pessoas de uns locais para outros, onde muitas vezes de uns países para outros. (Lourenço, 2008)

• ⁴ Cunha, L. (2003) – Introdução ao Turismo. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

A “*procura*” tem vindo a crescer ao longo dos últimos anos tornando o sector turístico mais complexo, aparecendo agentes económicos que, criam mais mercado e de igual modo começaram a condicioná-lo. (Nunes, 2005)

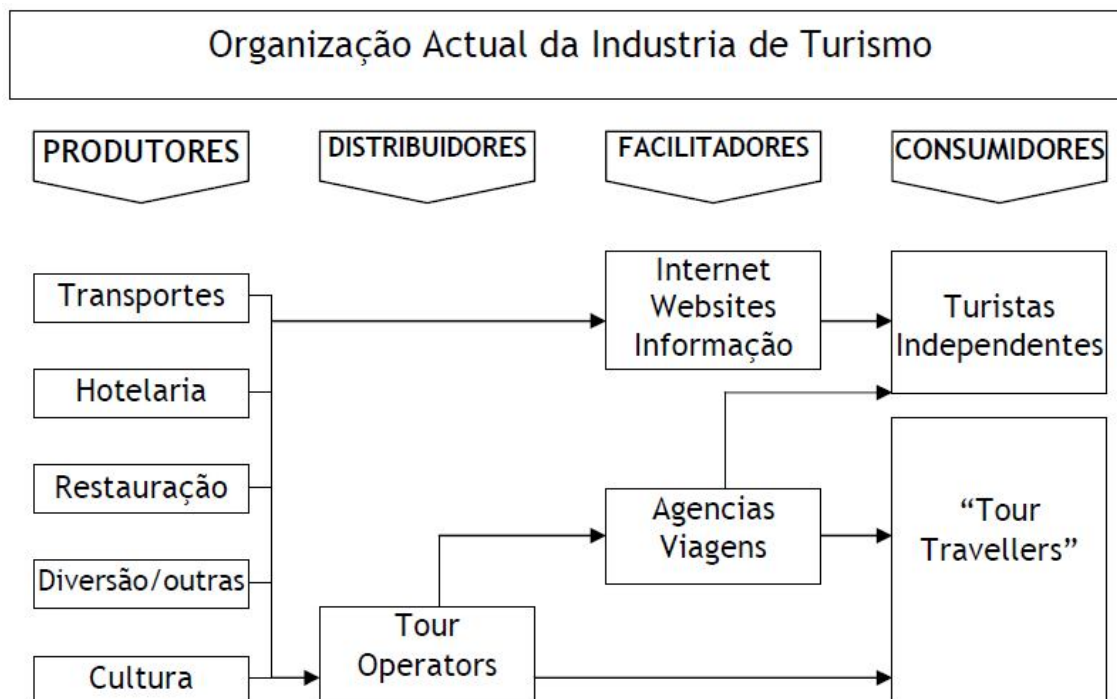


Ilustração 1 – Organização Actual da Indústria do Turismo

Assim, os vários tipos de agentes intervenientes na indústria do turismo são: os produtores (transportes, hotelaria, restauração, diversão, cultura), os distribuidores (Tour Operators), os facilitadores (Internet, websites, informação, agências de viagem) e os consumidores (turistas independentes e os “tour travellers”. (Lourenço, 2008)

Podia ainda ser definido que se revela importante no desenvolvimento da indústria do Turismo e que se designam de “*planificadores*”, ou seja, são “os agentes públicos e não públicos que contribuem para o estudo do fenómeno e para a definição de estratégias globais de um determinado sector ou tipo de agentes ou ainda para a construção de um verdadeiro destino turístico”. (Lourenço, 2008)

A Organização Mundial do Turismo, define as chamadas unidades básicas do turismo da seguinte forma (Cunha, 2003):

- Viajante – qualquer pessoa que se desloca entre dois ou mais países (viajante internacional) ou entre duas ou mais localidades dentro do seu país de residência habitual (viajante doméstico);
- Visitante – qualquer pessoa que viaja para qualquer lugar fora do seu ambiente habitual por menos de 12 meses consecutivos e cujo motivo principal da visita não seja o de exercer uma actividade remunerada no local visitado;
- Turista – visitante que permanece, pelo menos, uma noite no local visitado (não necessariamente em alojamento pago);
- Visitante do dia/Excursionista – visitante que não permanece uma noite no local visitado;
- Ambiente Habitual – o principal objectivo da introdução deste conceito é o de excluir do conceito de visitante, pessoas que se deslocam diária ou semanalmente entre a sua casa e o local de trabalho ou estudo, ou outros lugares visitados frequentemente.
- Residência Habitual – é um dos critérios-chave para determinar se uma pessoa que chega a um país ou região é um “visitante” ou “outro viajante” e sendo visitante se é nacional ou não residente. A classificação dos visitantes internacionais segundo a sua origem é feita pelo país de residência e não pelo de nacionalidade.

Este tipo de definições são bastante úteis do ponto de vista estatístico e quantitativo, assim como permite definir um quadro de referência objectivo. Porém, quando se estuda matérias relacionadas com o turismo e com os turistas, tal não deve ser feito numa perspectiva simplista. (Lourenço, 2008)

Independentemente da perspectiva e dos objectivos de análise, Barros (2004), define alguns aspectos básicos que são possíveis encontrar associados ao turismo. São eles o movimento físico, viagem (com uma ou mais deslocações) de pessoas (os turistas) a curta, média ou longa distância; as

actividades que são desenvolvidas (na viagem e/ou na permanência) e que não devem ter carácter de remunerado; e as estruturas, serviços e produtos criados para satisfazer as necessidades dos turistas.

Tendo em conta a origem dos visitantes e de acordo com as classificações metodológicas adoptadas pela OMT e pelo Eurostat, são considerados três mercados turísticos:

- Doméstico – Quando os residentes, independentemente da sua nacionalidade, viajam no seu próprio país de residência;
- Emissor – *Outbound tourism* – Quando os residentes de um país visitam um país ou países, que não o(s) da sua residência;
- Receptor – *Inbound tourism* – Todas as visitas efectuadas a um país por não residentes.

É importante encarar os meios que permitem a viagem, as actividades e os serviços turísticos como parte integrante da actividade turística. (Lourenço, 2008)

A segmentação do mercado turístico é uma ferramenta muito importante quando o objectivo é perceber o mercado do turismo e analisá-lo de forma estratégica por parte de qualquer um dos agentes de oferta turística. Contudo, neste tipo de mercado específico, qualquer tipo de segmentação deve ser bastante dinâmica e flexível, tendo em conta que o próprio mercado está em constante mutação e transformação. É determinante entender assim que qualquer segmento de mercado turístico dificilmente é estanque. Tal justifica o facto de não existir no turismo uma segmentação unanimemente aceite, tanto nacional como internacionalmente. (Lourenço, 2008)

A SaeR (Sociedade de Avaliação Estratégica e Risco) responsável pela elaboração do trabalho “Reinventando o Turismo em Portugal” (2005) solicitado pela Confederação do Turismo Português, define vários segmentos de mercado para o turismo em Portugal:

- Sol e Praia;

- Turismo Residencial
- Desporto;
- Turismo de Negócios;
- Turismo Urbano;
- Turismo Cultural;
- Turismo Rural;
- Ecoturismo e Natureza;
- Turismo Aventura;
- Turismo de Saúde;
- Turismo Espiritual/Religioso;
- Turismo Temático;
- Cruzeiros.

2.3 Enquadramento Conceptual de Turismo Desportivo

Desporto e Turismo, nas suas formas modernas, são originários da revolução industrial e têm vindo a evoluir individualmente mas com uma analogia curiosa. (Lourenço, 2008)

O percurso que cada um deles tem sofrido, com tantas coisas em comum, acabaria por se cruzar. A partir de determinada época, o Turismo e o Desporto passam a ter actividades, contextos e práticas comuns a ambos. Este espaço de sobreposição deu origem ao Turismo Desportivo. (Lourenço, 2008)

Embora o turismo desportivo actual tenha a sua origem em meados do século XX, estando associado ao “surgimento dos desportos de Inverno nos Alpes”, a expressão “turismo desportivo” apenas surge na década de 70 em França. (Pigeassou e tal, 2003)

O turismo desportivo é assim um fenómeno relativamente recente, mas as circunstâncias em que o Turismo e o Desporto se cruzam são quase simultâneas com o aparecimento de ambos. (Lourenço, 2008)

A concentração das populações nos grandes centros urbanos, o aumento do tempo de lazer, o aumento do poder de compra e o desenvolvimento dos meios de transporte, são factores que, desde a Revolução Industrial, se mostraram fundamentais para o papel que estes dois fenómenos têm hoje em dia na sociedade. (Lourenço, 2008)

Durante a segunda metade do século XX, dá-se aquilo a que Valls (2000) referiu ser a “Primeira Revolução do Turismo” impulsionada pelo desenvolvimento do avião, uma vez que veio permitir o desenvolvimento de grandes viagens em espaços de tempo muito mais reduzidos.

O desenvolvimento dos grandes campeonatos desportivos e dos grandes acontecimentos desportivos internacionais, como os Jogos Olímpicos e os Campeonatos do Mundo de Futebol na segunda metade do século XX, deve-se em grande parte, pelo desenvolvimento do meio de transporte mais utilizado para longas distâncias, o avião. (Lourenço, 2008)

O aparecimento deste meio de transporte aéreo e do direito a férias pagas⁵ deu origem às formas de turismo moderno, proporcionando a generalização da prática de turismo (pelo menos para os cidadãos de países desenvolvidos) e o acesso a destinos turísticos que até então eram quase inacessíveis. (Lourenço, 2008)

Com o concomitante desenvolvimento da televisão, torna-se possível pela primeira vez, colocar um elevado número de pessoas residentes em locais distintos a assistir simultaneamente ao mesmo acontecimento, em especial através de emissões em directo. (Lourenço, 2008)

O desenvolvimento do avião e da televisão produziram um conjunto de factores importantes para o desenvolvimento do desporto no período pós-industrial. Com o crescimento das diversas práticas desportivas, dá-se o

⁵ Só em 1936 em França foi pela primeira vez reconhecido o direito a férias pagas, direito esse que, apesar de ainda não existir em todo o mundo, se generalizou na Europa durante a segunda metade do século XX. Em Portugal este direito só foi garantido a todos os trabalhadores a partir de 1974/75.

processo de mediatização do desporto ajudando para o grande *boom* do espectáculo desportivo e conseqüentemente para o grande *boom* do desporto profissional. (Lourenço, 2008)

Tudo isto levou a que o desporto se tornasse acessível a todos e com elevados níveis de popularidade pelas mais diversas emoções que o mesmo despoleta nas pessoas.

Para que se consiga entender da melhor forma o turismo desportivo, é importante compreender os seus dois pilares: turismo e desporto.

O Desporto e o Turismo podem ser entendidos como as dinâmicas que se estabelecem entre as práticas desportivas, tanto nas vertentes do lazer como da competição, e o sistema turístico. (Pereira, 2003)

Ao nível do turismo, as noções e conceitos têm-se consolidado de forma relativamente consistente. As organizações nacionais e internacionais têm feito um elevado esforço de normalização com vista à obtenção de um quadro referência que possa servir de base às análises e discussões em torno de temas concretos e objectivos. (Lourenço, 2008)

Relativamente ao desporto, este trabalho está menos estruturado. Tal se deve à elevada abrangência do fenómeno, à sua complexidade e ao seu cruzamento com inúmeras outras áreas e sectores de actividade. Por outro lado, o desporto está polarizado num elevado número de modalidades e actividades desportivas aparentemente distintas e organizadas de forma independente nas suas estruturas nacionais e internacionais. (Lourenço, 2008)

O Desporto é assim visto como um agente capaz de motivar um segmento dos clientes turísticos, contudo apresenta outros campos de interacção com o turismo para lá da motivação da viagem.

A segmentação do mercado desportivo é, do mesmo modo que no caso do turismo, não muito consensual e que está dependente dos objectivos e da

perspectiva com que é realizada essa segmentação. No caso do turismo, o elemento central que deve ser utilizado para segmentar o mercado, é a necessidade/ motivação a satisfazer por um determinado tipo de turismo.

É importante definir assim, segmentos de mercado que reúnam os vários tipos do fenómeno desportivo com características idênticas e que vão ao encontro das necessidades (motivações) dos desportistas/clientes (praticantes ou espectadores).

São então considerados os seguintes segmentos principais do mercado desportivo (Lourenço, 2008):

- Desporto Escolar;
- Desporto de formação;
- Desporto Profissional;
- Espectáculo Desportivo;
- Desporto Lazer;
- Desporto Saúde e Bem-estar.

O turismo e o desporto são actividades gémeas e interdependentes, em que o grau de avanço de uma se repercute na outra. As adversidades de um são as adversidades de outro: guerra, insurreições, catástrofes, crises económicas, etc., afectam-nos de igual modo. (Nunes, 2005)

A relação de dependência entre ambos é visível de várias formas, como é o caso da existência de recintos desportivos nas mais diversas unidades e estruturas turísticas: campos de ténis, piscinas, campos de golfe, ginásios, etc.). (Nunes, 2005)

Os grandes acontecimentos desportivos de escala internacional e planetária (Campeonatos Mundiais, Jogos Olímpicos, entre outros) seriam impossíveis de realizar sem o recurso, apoio, desempenho e a competência do

turismo, nomeadamente agentes de viagens, hoteleiros e outros agentes turísticos. (Nunes, 2005)

O Desporto e o Turismo foram desenvolvendo ao longo dos tempos algumas áreas de sobreposição, tal como já foi referido anteriormente. A importância destas áreas tem crescido de forma tal que actualmente é possível falar da existência consolidada de um Turismo Desportivo. Há assim um conjunto de actividades que são simultaneamente turísticas e desportivas.



Ilustração 2 – Sobreposição do Turismo e do Desporto

O desenvolvimento e consolidação do turismo desportivo nas suas dimensões social e económica, pode levar a que o turismo desportivo apresente na actualidade um corpo de conhecimento autónomo. Porém, no actual estado de desenvolvimento conceptual do turismo desportivo, não parece haver base para tal afirmação.

O turismo desportivo não resulta da ruptura com o desporto ou com o turismo, mas sim de uma cooperação entre estes dois fenómenos. Não existe nenhuma prática que tenha deixado de ser desportiva ou turística, para passar a ser turístico/desportiva. O fenómeno desporto desenvolveu-se de modo a que sentisse necessidade de recorrer a serviços e conhecimentos do turismo,

assim como o turismo cresceu no sentido que torna útil a utilização dos serviços e dos conhecimentos do desporto no âmbito da actividade turística.

Das várias perspectivas de análise realizadas por diversos autores, é possível verificar a existência de dois pontos em comum em quase todas as abordagens de definição de turismo desportivo: a necessidade de associação entre turismo e desporto e a inclusão da prática desportiva mas também da assistência enquanto espectador.

A necessidade de associação entre turismo e desporto é uma relação que se revela evidente, uma vez que, uma actividade desportiva só poderá ser considerada turística se estiver directamente relacionada com a actividade turística.

Relativamente à inclusão da prática desportiva mas também da assistência enquanto espectador é de destacar a elevada concordância em considerar o turismo desportivo para lá das actividades desportivas praticadas pelos turistas, também as actividades em que o turista assiste ou é espectador. Diversos autores consideram a prática desportiva como participação activa e a assistência a um espectáculo desportivo como participação passiva.

Podem ser vários os objectivos do Desporto e Turismo. Vão desde a organização de férias desportivas programadas com apenas um desporto (especializadas) a férias programadas com vários desportos (generalistas) até à oferta de práticas desportivas no âmbito geral da oferta de animação turística. Podem ser ainda vistos na perspectiva da recreação, da melhoria da condição física, do contacto com a natureza ou da aventura, tal como pelos acontecimentos desportivos (eventos desportivos), espectáculos desportivos ou até mesmo férias normais sem programas desportivos mas com infra-estruturas desportivas disponíveis para práticas informais sem necessidade de enquadramento. (Pereira, 2003)

Em jeito de síntese, é possível aferir a seguinte proposta de definição de Turismo Desportivo: *“conjunto de actividades desportivas em que participem turistas, seja enquanto praticantes ou espectadores”*. (Lourenço, 2008)

Assim, para que se possa considerar uma qualquer pessoa como turista desportivo, é necessário que a pessoa realize uma viagem para fora do seu ambiente habitual e que permaneça pelo menos uma noite no local visitado (menos de uma noite será visitante desportivo); que esta viagem não tenha carácter definitivo, ou seja, que não exceda os 12 meses; que não tenha como motivação principal exercer uma actividade remunerada; e que o viajante participe durante a viagem ou estadia, numa actividade desportiva, quer seja como praticante ou como espectador. (Lourenço, 2008)

Actualmente existem agências de viagens dedicadas ao mercado desportivo, ou as que possuem departamentos especializados, assumindo o turismo activo especial relevância no contexto da ocupação do tempo livre dos turistas. (Nunes, 2005)

Existem também estabelecimentos hoteleiros configurados para desportistas nomeadamente para as modalidades de golfe, desportos de Inverno, natação, SPAS, etc.

Os agentes, para além de destinatários das acções são ainda *“todos aqueles que contribuem para as práticas desportivas e nelas participam: organizando-as, promovendo-as e enquadrando-as”*. (Nunes, 2005)

2.3.1 Tipos de Turismo Desportivo

Analisados estes dois conceitos separadamente e em concomitância, importa agora esclarecer os tipos de turismo desportivo existentes e consequentemente os tipos de turistas desportivos que mais se evidenciam.

Para Lourenço (2008), a participação de turistas em actividades desportivas pode agrupar-se em dois tipos principais: o turismo de prática desportiva e o turismo de espectáculo desportivo.

O primeiro pode definir-se como o *“conjunto de actividades desportivas em que participem turistas enquanto praticantes”*. (Lourenço, 2008)

Quem apresente este tipo de participação no desporto pode ser considerado como o turista praticante desportivo, leia-se a partir deste momento TPD, que pode ser definido como o *“turista que, durante a sua viagem, pratica uma qualquer actividade desportiva, independentemente da motivação principal da viagem”*. (Lourenço, 2008)

Alguém menos inteirado do assunto poderá definir turismo de prática desportiva como o turismo em que a principal motivação de viagem fosse a participação numa qualquer actividade desportiva enquanto praticante. Contudo e analisando mais pormenorizadamente, é possível perceber que este tipo de turismo representa apenas uma parte dos turistas praticantes desportivos. As pessoas que tenham como motivação de viagem o turismo de sol e praia ou o turismo rural, podem acabar por praticar uma actividade desportiva. Qualquer que seja o motivo da viagem, a prática desportiva por parte do turista representa um campo de sobreposição entre o turismo e o desporto. (Lourenço, 2008)

Tendo uma viagem turística normalmente uma motivação principal associada, no que diz respeito ao TPD esta motivação permite diferenciar dois tipos de consumidores, ou seja, dois tipos de turista praticante desportivo. São eles o Entusiasta e o Esporádico. (Lourenço, 2008)

O turista Entusiasta será aquele que se desloca para um qualquer destino tendo como principal motivação a prática de uma actividade desportiva específica. Já o turista Esporádico, tal como o nome indica, será aquele que pratica uma qualquer actividade desportiva durante a sua viagem, mas não sendo esta a sua motivação principal de viagem. (Lourenço, 2008)

Um turista que tenha, por exemplo, como principal objectivo de férias a praia, pode acabar por jogar uma partida de ténis no *court* do hotel, tornando-se assim um TDP Esporádico. Outro exemplo é o turista com a motivação de fazer termas e que realiza um percurso pedestre que lhe é proposto pela equipa de animação das termas, é considerado da mesma forma um TPD Esporádico.

Por outro lado, um turista que se desloca à serra com o objectivo de realizar uma travessia a pé entre dois abrigos de montanha será um TPD Entusiasta, neste caso Entusiasta do pedestrianismo. Tal como o será um praticante de esqui que se desloca a uma estância para fazer a sua semana habitual de esqui.

Estes factos revelam dois tipos de turistas que, mesmo realizando a mesma actividade como forma de ocupar parte do seu tempo dedicado ao turismo, confere à prática desportiva características visivelmente distintas.

A outra forma da participação dos turistas em actividades desportivas é o turismo de espectáculo desportivo, que se define como o conjunto de actividades desportivas que os turistas gozem enquanto espectadores considerando-se a pessoa com este tipo de participação no turismo desportivo como o turista espectador desportivo. Este poderá assim definir-se como o turista que, durante a sua viagem, assiste a um qualquer espectáculo ou evento desportivo, independentemente da motivação principal da viagem. (Lourenço, 2008)

O espectáculo desportivo tem-se desenvolvido de forma exponencial ao longo das últimas décadas, tal como referido anteriormente devido em grande parte, ao desenvolvimento mediatizado de competições a nível global, consequência do desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação de larga escala ocorrido a partir de meados do século passado. (Lourenço, 2008)

Os casos dos Jogos Olímpicos, do Campeonato do Mundo de Futebol, do Campeonato do Mundo de Formula 1, Voltas nacionais em ciclismo, etc., são modelos competitivos bastante atractivos e que estimulam a assistência ao vivo desses mesmos eventos, tornando-os numa nova forma de actividade económica de elevada relevância nas economias dos países.

Existe um elevado número de pessoas que se deslocam tendo como objectivo principal assistir a este tipo de espectáculos ou que, estando de férias com qualquer outra motivação, acabam por assistir a espectáculos desportivos que se realizam no mesmo destino turístico.

Este mercado assume assim um relevo muito significativo, não só pela capacidade de atracção de turistas de forma directa, mas também como forma de promoção dando visibilidade a um determinado destino ou contexto turístico. Como foi o caso do Euro 2004 realizado em Portugal e que para além das receitas directas que proporcionou, também contribuiu de forma muito interessante para a promoção do país no exterior.

Pereira (2001) define o modelo conceptual da relação entre o Desporto e Turismo de forma diferente.

Considera a existência de duas vertentes e cinco categorias. Ou seja:

1. Vertente Eminentemente Turística, sendo o sistema turístico a principal causa deste binómio, onde a procura de práticas desportivas se centra na perspectiva do lazer. Aqui inserem-se duas categorias, tendo em conta as motivações e necessidades dos turistas, uma vez que o que é decisivo é aquilo que o turista pretende:

1.1 Turismo activo/desporto integrador – quando os turistas procuram determinado destino ou unidade de alojamento, não só pelas características gerais apresentadas mas também pela diversidade de oferta desportiva existente. Contudo, a participação nas diferentes práticas desportivas não condiciona as suas motivações ao nível do conhecimento do destino. É comum neste tipo de turista eger pacotes integrados (práticas desportivas mais outros produtos associados). Um bom exemplo são as fórmulas clube, como é o caso do *Club Med*.

1.2 Turismo passivo/desporto complementar – neste caso, a oferta desportiva não tem um papel influenciador na selecção do destino ou da unidade de alojamento. A animação desportiva que faz parte integrante da oferta de animação do destino ou da unidade de alojamento desempenha um papel determinante como componente do pacote turístico. Esta oferta deve ser diferenciada para o tipo de clientes actuais e/ou potenciais.

2. Vertente Eminentemente Desportiva, onde o sistema desportivo se apresenta como o motor deste binómio. Neste caso, as pessoas deslocam-se para determinado destino, tendo como principal objectivo o desporto e não o turismo.

2.1 Turismo desportivo/desporto condicionador – onde se procura determinado destino devido às condições óptimas ou ideais para a prática de determinada modalidade desportiva. Os turistas são bastante activos e deslocam-se para um determinado destino essencialmente para praticarem uma determinada actividade desportiva na óptica do lazer. São exemplo disso o turismo do golfe, o turismo náutico, o turismo de aventura, o turismo de esqui, etc.

2.2 Estágios desportivos – neste caso são indivíduos ou equipas, amadores ou profissionais do desporto que se deslocam a

determinado destino devido às condições ideais que este proporciona para a prática de determinada modalidade desportiva, na óptica da competição, com o objectivo da manutenção e/ou melhoria da *performance*. Os desportistas que realizam este tipo de estágios são normalmente turistas passivos uma vez que o tempo livre é muito pouco e é utilizado frequentemente para recuperar/relaxar das sessões de treino.

2.3 Eventos Desportivos – aqui inserem-se as competições desportivas e os espectáculos desportivos, assim como principais actores do fenómeno desportivo, ou seja, os desportistas e também os espectadores, que se deslocam devido ao evento.

2.3.1 Desportistas profissionais – o tempo que estes permanecem em determinado destino é dedicado exclusivamente à prática desportiva de alta competição, o que torna a componente turística restringida essencialmente à utilização das unidades hoteleiras e de restauração, originando uma prática turística de características passivas.

2.3.2 Espectadores – são aqueles que pretendem assistir aos eventos desportivos e sendo motivados pelo desporto/espectáculo. Este tipo de turista dispõe de algum tempo livre para conhecer o destino em que se encontra (após ou entre os espectáculos desportivos). Contudo o turista apresenta ainda características passivas uma vez que é condicionado pelos horários dos eventos desportivo.

Apesar de poderem existir vários tipos e vertentes de Turismo Desportivo, o mais importante é definir qual ou quais se pretende dinamizar e desenvolver e de acordo com as características de cada espaço, região, de cada organização e das características dos próprios clientes, criar serviços que os satisfaçam da melhor forma possível.

Quem intervém no mercado das actividades do TPD tem assim diversos públicos completamente distintos, o que os obriga a adaptar da melhor forma a cada um deles, tendo em conta as modalidades/actividades desportivas a propor e as estratégias a definir para cada destino turístico. (Lourenço, 2008)

2.4 Potencialidades Turísticas das Actividades Desportivas

Nem todas as modalidades/actividades desportivas devem ser exploradas da mesma forma, nem os turistas Entusiastas e Esporádicos podem ser tratados de igual modo. Cada um(a) deles(as) apresenta(m) características diferentes, o que lhe(s) confere potencialidades distintas. (Lourenço, 2008)

Em termos gerais é possível dizer que existem actividades desportivas potencialmente turísticas e outras sem potencial turístico. Esta potencialidade será tanto maior quanto maior for a sobreposição entre as expectativas dos clientes face a cada uma das actividades desportivas e as características de cada actividade. (Lourenço, 2008)

Quanto às expectativas, Klaus Heinemann⁶ analisou numa perspectiva económica as determinantes da procura desportiva e conclui que “as preferências por bens e serviços derivam de expectativas de utilidade que relacionam a cada um com o seu desporto”. Ou seja, cada pessoa procura uma actividade desportiva que possa satisfazer os aspectos que essa mesma pessoa mais valoriza.

É necessário ainda dar importância a flexibilidade inerente a algumas actividades desportivas para dar resposta a diferentes expectativas por parte dos clientes. Pode acontecer que uma actividade desportiva tenha potencialidades turísticas para diferentes tipos de clientes, apesar de o mais

• ⁶ in Lourenço (2008) - Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho”. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade da Beira Interior.

corrente é existir uma actividade que se associe essencialmente a um público e a um contexto específico. (Lourenço, 2008)

2.4.1 Capacidades Pessoais Necessárias

Os turistas Entusiastas especializam-se geralmente numa determinada actividade, onde procuram desafios cada vez mais interessantes e difíceis, exigindo um grande domínio de habilidades motoras específicas, assim como níveis mínimos de capacidades bio-fisiológicas como a resistência e a força, simultaneamente ou não. Como por exemplo, para participar numa travessia de BTT durante uma semana, é necessário, entre várias coisas, ter capacidades de resistência de modo a suportar a duração do respectivo esforço, tal como no caso de um praticante de parapente, precisa de dominar determinadas habilidades motoras e tecnológicas que lhe permitam realizar a actividades em segurança.

As actividades propostas aos praticantes Esporádicos devem considerar que as capacidades pessoais de cada turista podem não ser necessárias para a sua realização. Não é aconselhável que se proponha a um turista que nunca tenha praticado BTT, a realização de um percurso com desníveis acumulados positivos elevados, pois mesmo que o turista o consiga realizar, a actividade não terá a mesma satisfação. Tal como um qualquer turista que realize um vôo de parapente sem ser tripulado por outra pessoa, só porque está de férias num destino propício para esta prática.

2.4.2 Duração Normal da Prática

Os Entusiastas dedicam normalmente uma percentagem maior do seu tempo de turismo à actividade desportiva, relativamente aos Esporádicos, pelo facto de a prática de um determinada actividade desportiva concreta ser a principal motivação da viagem. Para estes, toda a viagem é planeada em função da actividade a realizar. Por vezes o tempo de viagem é utilizado na sua quase totalidade, para essa actividade, como por exemplo a participação numa regata de vários dias em veleiro em que mesmo os tempos de repouso e de refeição são coordenados em função dessa mesma actividade.

As actividades que são mais propícias aos turistas Entusiastas têm normalmente uma duração superior às actividades mais potenciais para os Esporádicos. Estes dedicam um tempo normalmente mais residual à prática desportiva, uma vez que a actividade desportiva só servirá para ocupar o tempo para o qual não exista ainda nenhuma actividade prevista e de modo a não comprometer a disponibilidade de concretizar a motivação principal. Por exemplo, um turista termal, só participará num percurso pedestre se este não impedir a realização dos tratamentos termais nem prejudicar os efeitos por estes previstos.

2.4.3 Condições Para a Prática

As condições existentes para a prática da sua actividade desportiva, são usualmente muito importantes para os Entusiastas. O destino é escolhido pelas condições que tem para a prática da sua actividade específica. Como por exemplo um destino para a prática de golfe será valorizado quanto maior for a qualidade, a diversidade e os graus de dificuldade dos campos.

Como seria de esperar, as condições de prática para os Esporádicos não são determinantes na decisão de realizar ou não uma actividade. Valorizam aspectos como a proximidade do local de prática ou as condições do contexto. Exemplo disso é o caso de um hotel junto à praia que, mesmo que não tenha grandes condições para a prática de surf, mas se tiver um bom instrutor, pode conseguir cativar os seus clientes para a prática dessa actividade.

2.4.4 Custos Directos Associados à actividade Desportiva

Quem disponibiliza normalmente um maior valor para actividades desportivas são os turistas Entusiastas, seja no aluguer de infra-estruturas ou de serviços necessários para desenvolver a actividade, seja na compra de equipamento especializado. Os Esporádicos, pelo facto de possuírem outras motivações de viagem, despenderão unicamente algum dinheiro nessas actividades se sentirem que as mesmas representem uma mais valia na sua viagem, não colocando em causa as suas motivações principais de viagem.

2.4.5 Valorização dos Complementos Necessários à Actividade

Relativamente à valorização dos complementos necessários à actividade, como são o alojamento, o transporte ou a alimentação, os Entusiastas valorizam primariamente os complementos que permitem a realização da actividade e só depois o conforto que estes podem proporcionar. Por sua vez, os Esporádicos dão mais valor a factores como o conforto e só depois os complementos directamente relacionados com a actividade.

2.5 A Procura Turística – Tendências, motivações e necessidades dos mercados prioritários

Considerando as diversas dimensões do fenómeno desportivo/turístico, e tal como referido anteriormente, os serviços a prestar aos diferentes intervenientes são distintos, uma vez que as suas características são também elas distintas.

Uma das tendências mais significativas da procura turística é a do Turismo Activo tendo o desporto um papel integrador, assim como no âmbito do Turismo Passivo a oferta de práticas desportivas é evidente, assumindo aqui um papel complementar dada vez mais importante no seio da oferta turística. (Pereira, 2003)

Standeven e DeKnop (1999) consideram que 10 a 20% dos turistas de países ditos desenvolvidos revelam desejo em praticar actividades desportivas durante o seu período de férias, sendo que este valor aumenta entre os 25% e os 80% quando as práticas desportivas são consideradas como algo pontual. Estes mesmos autores mencionam ainda que, o número de turistas que pretende férias com o objectivo mais de recreação, férias activas ou férias com animação desportiva, mais do que turismo desportivo, já é bastante elevado e continuará a aumentar. A tendência será a procura da diversidade das actividades desportivas.

2.5.1 Mercado Turístico Mundial

Em 2008, de acordo com dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), em todo mundo as chegadas de turistas internacionais atingiram um total de 924 milhões, mais 16 milhões do que no ano anterior. O crescimento global de 2% no turismo internacional foi devido aos notáveis resultados do primeiro semestre, uma vez que na segunda metade do ano, em consequência da crescente instabilidade económica e financeira mundial, a actividade turística registou uma quebra. Embora todas as regiões do mundo tenham registado resultados positivos nas chegadas de turistas em 2008, a Europa, tendo estagnado, foi o continente com os piores resultados.⁷

Em 2009 as chegadas de turistas internacionais totalizaram 880 milhões, ou seja, menos 44 milhões relativamente a 2008. O ano de 2009, com uma quebra homóloga de 4,2%, inverteu a tendência de crescimento das chegadas de turistas internacionais iniciada em 2004 e que decorreu até 2008. A actividade turística acompanhou, durante a maior parte do ano de 2009, a tendência de quebra observada na generalidade dos sectores económicos. À medida que ia decorrendo o último ano, o ritmo da quebra nas chegadas de turistas internacionais foi-se progressivamente reduzindo, terminando o ano com variações positivas. Enquanto os três primeiros trimestres apresentaram taxas de variação homólogas negativas de -10%, -7% e -2%, respectivamente, no período de Outubro a Dezembro observou-se um crescimento homólogo de 2% nas chegadas de turistas internacionais o que pode significar o início de uma fase de retoma da actividade.⁸

Ainda em 2009, os resultados globais das chegadas de turistas a nível mundial evidenciaram uma quebra em todas as regiões do globo, com excepção de África que foi a única (sub) região que contrariou o cenário de quebra e apresentou um acréscimo de 1,4 milhões de turistas, atingindo os 45,9 milhões. A Europa, que havia apresentado uma situação de estagnação em 2008, acabou o ano com uma redução na actividade de 5,6%. Recebeu um

⁷ Estatísticas do Turismo 2008. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2009.

⁸ Estatísticas do Turismo 2009. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2010.

total de 460 milhões de turistas, o que representa uma quebra de 27,3 milhões relativamente a 2008, enquanto o Médio Oriente transitou de um crescimento de dois dígitos para uma contracção de 5,4% nas chegadas de turistas em 2009. As Américas, afectadas pela crise económica junto dos principais mercados emissores locais, apresentaram uma descida de 4,7% nas chegadas de turistas, enquanto a Ásia e Pacífico registou uma redução na actividade de 1,7%.

Em 2008 os melhores desempenhos ocorreram no Médio Oriente (+14,6%), dando sequência ao “mais rápido e espectacular crescimento mundial” do sector do turismo desde 2000, segundo a OMT, seguindo-se África (+3,6%) e as Américas (+2,9%). Ásia e Pacífico, que em 2007 havia atingido crescimentos na ordem dos dois dígitos (+10,1% face a 2006), em 2008 não foi além dos 1,2%.

Por mercados de destino, observa-se que no ano de 2008 continuou a tendência descendente da quota de mercado da Europa, registada nos últimos anos, fixando-se em 52,8%. Se a Ásia e Pacífico mantiveram a sua importância relativa em aproximadamente 20%, já as Américas, África e o Médio Oriente, ganharam mercado, com pesos relativos de 15,9%, 5 % e 6%, respectivamente.

No Top 3 das zonas do globo com o maior número de chegadas de turistas em 2009 encontram-se o Sul da Europa e o Mediterrâneo (171,3 milhões), a Europa Ocidental (145,9 milhões) e o Nordeste Asiático (98,1 milhões), os quais no seu conjunto representaram 47,2% do total de chegadas de turistas a nível mundial. A América do Norte (92,1 milhões) e a Europa Central/Oriental (89,8 milhões), regiões com valores próximos dos 100 milhões de turistas, foram aquelas que registaram os maiores decréscimos das quotas de mercado em 2009 face a 2008 (-0,2 p.p. e -0,8 p.p., respectivamente). Com valores acima dos 50 milhões de turistas surgiram ainda as regiões do Sudeste Asiático (62 milhões), do Norte da Europa (53 milhões) e do Médio Oriente (52,9 milhões).

2.5.2 Mercado Turístico em Portugal

A análise por países permite identificar os principais mercados emissores de fluxos monetários turísticos, em 2008. Assim, para Portugal o principal mercado, em termos de receitas geradas, foi o Reino Unido, seguindo-se a França e, só depois, a Espanha.

Mantendo a estrutura de anos anteriores, em 2009 o Reino Unido, a França, a Espanha e a Alemanha foram os principais mercados emissores de fluxos monetários turísticos para Portugal, representando 62,7% das receitas turísticas globais, ou seja, menos 0,9 p.p. que em 2008.

Unidade: Milhares de euros

PAÍSES	RECEITAS	
	2008	2009
TOTAL	7 440 105	6 918 292
Países europeus da OCDE	6 314 276	5 839 579
UE	6 055 851	5 573 771
Alemanha	807 584	752 608
Áustria	58 939	56 241
Bélgica/Luxemburgo	260 961	261 120
Dinamarca	84 873	73 822
Espanha	1 081 234	1 056 938
Finlândia	66 134	66 829
França	1 200 581	1 214 892
Grécia	12 621	15 593
Hungria	11 994	9 028
Irlanda	203 365	178 712
Itália	171 785	158 049
Países Baixos	292 650	284 363
Polónia	48 389	42 914
Reino Unido	1 640 375	1 310 484
República Checa	16 393	15 795
Suécia	94 904	73 316
Outros países da UE	3 067	3 067
Outros países europeus da OCDE	258 425	265 808
Islândia	6 492	1 362
Noruega	89 074	70 980
Suíça	156 949	188 496
Turquia	5 909	4 970
Países americanos da OCDE	333 485	333 250
Canadá	91 098	87 017
EUA	238 001	242 047
Outros países da OCDE	50 408	37 649
Outros países	741 937	707 814

Ilustração 3 – Receitas do Turismo em Portugal por país de origem⁹

No conjunto dos mercados mais importantes, o Reino Unido evidenciou o decréscimo homólogo mais acentuado ao nível das receitas turísticas

⁹ Banco de Portugal (Informação disponível em 11 de Maio de 2010) *in* Estatísticas do Turismo 2009. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2010.

geradas (-20,1%), seguindo-se a Alemanha (-6,8%), tendo a França apresentado uma ligeira melhoria homóloga (+1,2%).

Com base num estudo realizado pelo Instituto Nacional de Estatística “*Turismo em Foco 2005-2009*”, é possível verificar que, o mercado turístico dos residentes em Portugal nos últimos cinco anos registou um desempenho globalmente positivo. Entre 2005 e 2009 as dormidas geradas pelos residentes em Portugal, nos estabelecimentos hoteleiros nacionais classificados, cresceram 14,3%, tendo aumentado de 11 648 milhares para 13 313 milhares. Em 2009, os dados indicam um total de 6 516 milhares de hóspedes residentes, ou seja, aproximadamente mais 1 milhão do que em 2005.

No período de 2005 a 2009 apenas o mercado dos residentes em Portugal apresentou um comportamento positivo em termos do número de dormidas geradas nos estabelecimentos hoteleiros. Após dois anos a crescer 6% e 5%, respectivamente, em 2006 e 2007, em 2008, ano do início do período de recessão económica, as dormidas geradas pelos residentes quase estagnaram, tendo registado um crescimento residual de 0,4%. Em 2009, a taxa de variação subiu para 2,2%, reflectindo em parte a substituição das viagens para o exterior, por viagens no interior de Portugal.

Entre 2005 e 2009 registou-se um crescimento médio anual de 2,6% e 1%, respectivamente, nas quotas de dormidas e de hóspedes originadas pelos residentes em Portugal. Em 2009, 36,3% do total das dormidas registadas nos estabelecimentos hoteleiros classificados foram originadas por hóspedes residentes em Portugal, mais 3,5 p.p. do que em 2005.

Nos últimos 5 anos verificou-se que, em anos de crescimento económico, as dormidas dos hóspedes nacionais aumentaram, embora a um ritmo inferior ao dos hóspedes não residentes, ao mesmo tempo que se registava um incremento das viagens ao estrangeiro dos turistas residentes. Esta situação inverteu-se em 2008, momento em que, num contexto económico recessivo, a importância relativa das viagens turísticas dos residentes ao estrangeiro se reduziu, por oposição ao aumento das viagens turísticas com

destinos nacionais. Ao mesmo tempo, as dormidas dos hóspedes não residentes nos estabelecimentos nacionais classificados registaram uma quebra.

Considerando os resultados do Inquérito à Procura Turística dos Residentes em 2008 (publicado pelo Instituto Nacional de Estatística), que observou especificamente as viagens turísticas dos residentes, realizadas para um destino fora do seu ambiente habitual, quer em Portugal quer no estrangeiro, o número de indivíduos que efectuaram pelo menos uma viagem turística (pelo menos uma noite), para um local distinto da sua residência habitual, ascendeu a 2,7 milhões de indivíduos, o que representa cerca de 25,5% da população residente em Portugal, traduzindo uma quebra de 2 p.p. face a 2007. Constatou-se ainda que cerca de 19% da população residente viajou por motivo de “Lazer, recreio e férias”, (-2 p.p. que em 2007), 8% viajou por “Visita a familiares e amigos” e 2% por razões “Profissionais ou de negócios,” valores semelhantes aos observados no ano anterior para estes motivos.

Segundo os primeiros resultados do Inquérito às Deslocações dos Residentes realizada em 2009 sobre a recolha de informação sobre a Procura Turística dos Residentes, substituindo o anterior Inquérito (à Procura Turística dos Residentes), 40,1% da população residente em território nacional efectuou, em 2009, pelo menos uma deslocação em que tenha dormido pelo menos uma noite fora da sua localidade de residência. De assinalar que associado ao motivo “Lazer, recreio e férias” essa proporção foi de 29,1% (cerca de 3,1 milhões de indivíduos) sendo este o motivo mais frequentemente apresentado como a principal razão para se efectuar uma deslocação. O segundo motivo mais frequente foi a “Visita a familiares ou amigos”, que levou 1,9 milhões de residentes a viajarem (17,7%). Por motivos “Profissionais ou de negócios” deslocaram-se cerca de 416 mil indivíduos.

Com base no inquérito acima mencionado realizado no ano de 2008 efectuaram-se aproximadamente 10,5 milhões de viagens turísticas, 8,9 milhões das quais tendo como destino principal o próprio território nacional e

1,6 milhões tendo como destino principal o estrangeiro, valores próximos dos registados em 2007.

Em Portugal, no ano de 2009 efectuaram-se cerca de 18 milhões de viagens por motivos turísticos (residentes), 89,5% das quais para território nacional e as restantes cerca de 1,9 milhões, para um destino localizado no estrangeiro. Cerca de metade das viagens (51,2%) realizaram-se por motivo de “Lazer, recreio e férias” ascendendo a cerca de 9,2 milhões de viagens, seguindo-se a “Visita a familiares e amigos”, associada a 37,7% das deslocações (6,8 milhões), e os motivos Profissionais e de negócios”, que totalizaram cerca de 1,6 milhões de viagens (8,6%).

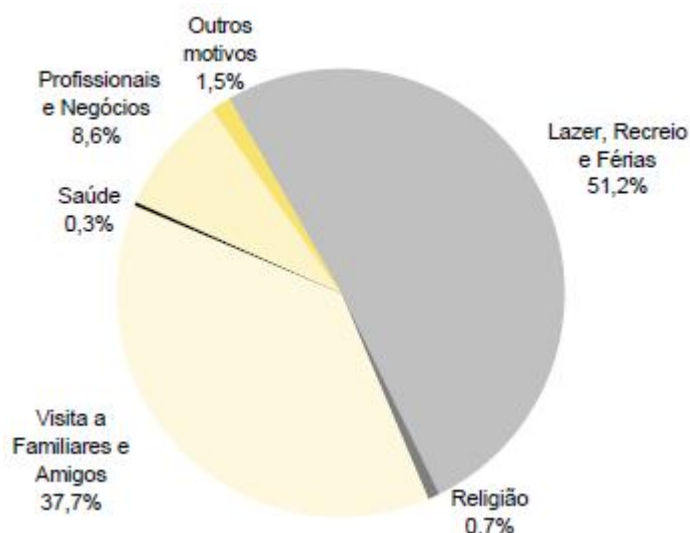


Gráfico 1 – Viagens segundo os principais motivos, em 2009.

Em 2009, o início das viagens turísticas foi mais frequente no mês de Agosto, por oposição a Outubro e Novembro, sendo o motivo por “Lazer, Recreio e Férias” o que maior concentração de viagens apresenta no Verão. Cerca de 3,1 milhões de viagens turísticas iniciaram-se no mês de Agosto representando 17% do total de viagens realizadas durante 2009, sendo este o mês em que a ocorrência de deslocações turísticas é mais frequente. Dezembro e Julho, com cerca de 12% e 9,6% do total, destacam-se igualmente como meses em que o número de deslocações turísticas foi mais elevado. Em extremo inverso, os meses menos importantes em termos turísticos foram

Outubro e Novembro, que no seu conjunto correspondem apenas a 10,3% das deslocações. Considerando apenas o motivo “Lazer, recreio e férias”, o período correspondente ao Verão, de Junho a Agosto, concentra 43,3% do total de deslocações iniciadas por este motivo em 2009, verificando-se que nos três meses seguintes esse valor desce para 14,7%, significando que estes dois períodos são o mais e o menos importante, respectivamente para este motivo de viagem.

Foi no mês de Dezembro que se iniciaram mais deslocações por motivo “Visita a familiares ou amigos” (17,7% do total), sendo que nos últimos três meses de 2009 este motivo foi o mais frequente para a realização de viagens turísticas, em oposição ao resto do ano em que o motivo “Lazer, recreio e férias” foi o mais importante.

Em 2008, as deslocações turísticas dos residentes originaram 61,3 milhões de dormidas fora da sua residência habitual. Já em 2009, geraram um total de 80,2 milhões. O que revela um acentuado aumento em comparação com o ano anterior.

Em 2009, contrariando a tendência generalizada de redução da procura, o mercado interno registou um crescimento homólogo de quase 2%, correspondendo a 13,2 milhões de dormidas. Regionalmente observaram-se aumentos nas dormidas de residentes na Madeira (+16,7%), no Alentejo (+5,5%), no Norte (+4,7%) e no Algarve (+3,1%). Os Açores e Lisboa, pelo contrário, apresentaram variações homólogas negativas (-7,6% e -4,4%, respectivamente), enquanto que o Centro não evidenciou alterações sensíveis nas dormidas de residentes.

Para o mesmo ano, os não residentes originaram 23,2 milhões de dormidas, valor que representa um importante decréscimo homólogo de 11,4%. Não se registaram alterações nas posições relativas dos principais mercados emissores, grupo constituído pelo Reino Unido, Alemanha, Espanha, Países Baixos, França, Irlanda e Itália que, no seu conjunto, representam mais de 70% das dormidas de não residentes. Relativamente a 2008, a maioria destes

mercados apresentou uma evolução fortemente negativa, de 22,4% para o mercado britânico, 14,8% para o irlandês, 13,5% para o italiano, 9,4% para o holandês e 8,6% para o Alemão. O mercado francês revelou um comportamento estável (+0,3% de dormidas do que em 2008) e o espanhol foi o único a registar um crescimento (+4,4%), tanto mais importante quanto representa uma inversão de tendência, após os maus resultados do ano anterior (aproximadamente -10% de dormidas).

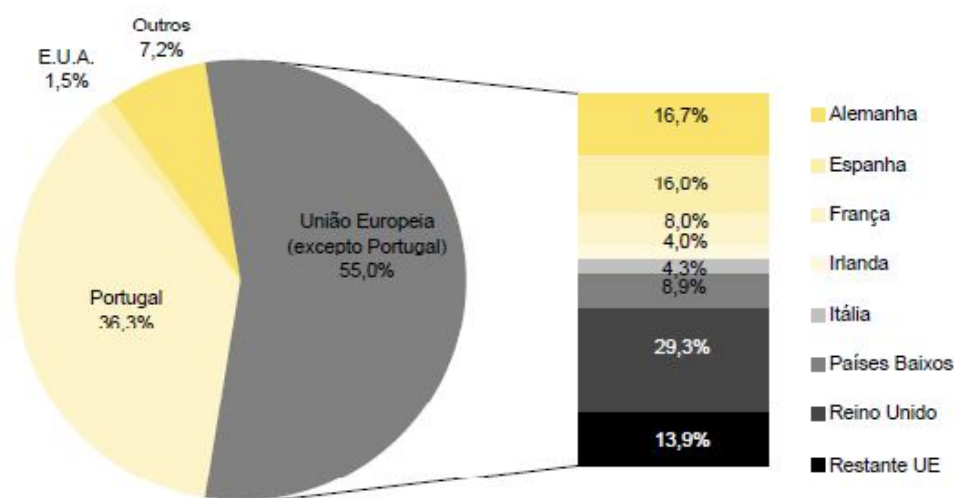


Gráfico 2 – Dormidas segundo o país de residência habitual, 2009

As principais regiões de destino em Portugal no ano de 2008 foram o Centro e Algarve, que representaram 28,4% e 23,4% do total de dormidas, respectivamente (em 2007 representaram 27,1% em ambos os casos). Considerando os meios de alojamento, observou-se que o alojamento turístico privado representou 71,1% do total das dormidas, destacando-se o alojamento privado gratuito (57,7% do total). Em 2009 as principais regiões de destino mantiveram as suas posições relativas – em primeiro lugar o Algarve, com um peso de 36,4%, seguindo-se Lisboa (21,4%), Madeira (15,8%) e o Norte (10,8%). Por tipo de estabelecimento, a liderança coube aos hotéis, que representaram mais de 50% do total de dormidas, a que se seguiram os hotéis/apartamentos (15,8%) e os apartamentos turísticos (11%).

Em comparação com os dados de 2008, quase todas as regiões apresentaram reduções no número de hóspedes, mais acentuadas nas

Regiões Autónomas. No Continente, os resultados menos favoráveis observaram-se no Algarve e em Lisboa, sendo o Norte a única região a crescer 2,2%. A região de Lisboa, o Algarve e o Norte acolheram quase 70% do total de hóspedes. A evolução regional das dormidas em 2009 face a 2008, apenas é positiva no Alentejo (+1,7%) e no Norte (+0,5%). As restantes regiões decresceram, de forma mais intensa na Madeira e nos Açores (ambas com aproximadamente menos 11% de dormidas), mas também no Continente, com o Algarve e Lisboa a apresentarem os maiores decréscimos (-9,4% e -6%, respectivamente).

O Algarve registou uma expressiva redução na procura por parte do seu principal mercado emissor, o britânico, relativamente ao qual à conjuntura económica desfavorável se juntaram os efeitos da desvalorização da libra em relação ao euro.

Em 2009, a hotelaria alojou 12,9 milhões de hóspedes que contribuíram com 36,5 milhões de dormidas, resultados negativos em comparação com os de 2008 (-3,9% e -7,1%, respectivamente). O mercado interno evidenciou um desempenho positivo (+1,7% nas dormidas), mas os não residentes apresentaram uma forte retracção (-11,4%). O Algarve continuou a ser o principal destino turístico (35,5% do total de dormidas), secundado por Lisboa (21,7%) e Madeira (15,1%). Os alojamentos mais procurados foram os hotéis (55,9% do total de dormidas), os hotéis/apartamentos (15,3%) e os apartamentos turísticos (10,9%). No que diz respeito aos hotéis, a procura centrou-se principalmente nas unidades de quatro estrelas (cerca de 50% das dormidas neste tipo de estabelecimento), situação semelhante à dos hotéis/apartamentos (62,3% das dormidas nas unidades de quatro estrelas).

Em 2009, o alojamento privado foi o preponderante, com 73,9% do total de dormidas. O alojamento fornecido gratuitamente por familiares ou amigos foi predominante nas dormidas associadas às deslocações para “Visita de familiares ou amigos”, representando 85,4% do total, contrariamente às viagens “Profissionais e de negócios” em que este meio de alojamento apenas registou 12,3% do total. As dormidas em estabelecimentos hoteleiros

corresponderam a 20,9% do total, sendo o meio de alojamento mais expressivo nas deslocações por motivo de “Lazer, recreio e férias”, com 26,7%.

Em 2008 e tal como referido anteriormente, os principais resultados dos inquéritos efectuados no âmbito da oferta turística revelaram assim, uma tendência de abrandamento ou de evolução negativa face a 2007, reflectindo os efeitos da conjuntura económica desfavorável. Em 2009 a actividade turística neste mesmo âmbito, apresentou resultados globalmente negativos, em consequência dos efeitos da crise económica internacional.

No ano de 2008 o conjunto dos meios de alojamento apresentavam uma capacidade disponível de 481 mil camas, mais 2,4% do que em 2007. A hotelaria representava 57% desta capacidade, os parques de campismo 38,5% e o conjunto das colónias de férias, pousadas de juventude e estabelecimentos de turismo no espaço rural os restantes 4,5%. Em Julho de 2009, o conjunto dos meios de alojamento dispunha de uma oferta de 465 187 camas, valor que representa um decréscimo homólogo de 2,3%. A hotelaria deteve 58,9% da capacidade disponível, os parques de campismo 38,8%, as colónias de férias 1,3% e as pousadas de juventude 1%.

As dormidas em 2008 ascenderam aos 47,8 milhões, equivalendo a um ligeiro decréscimo em comparação com o ano anterior (-1,6%). Para esta redução contribuíram tanto os residentes (-0,9%), como os não residentes (-2,1%). Já em 2009 os meios de alojamento turístico colectivo registaram 44,4 milhões de dormidas anuais, menos 6,2% do que em 2008, resultado para o qual contribuíram principalmente os não residentes (-11%), uma vez que os residentes apresentaram uma ligeira melhoria (+0,8%).

No que diz respeito à hotelaria, em Julho de 2008 apresentava uma oferta de cerca de 274 mil camas, correspondendo a um crescimento homólogo de 3,5%. O sector dispunha de aproximadamente 48 mil pessoas ao serviço, mais 3,2% do que no ano anterior. Em Julho de 2009, existia uma capacidade disponível de 273 804 camas, valor muito semelhante ao verificado no período

homólogo do ano anterior (-0,1%). O sector dispunha de 46 154 pessoas ao serviço, correspondendo a uma redução homóloga de 3,2%.

Os estabelecimentos hoteleiros acolheram em 2008, 13,4 milhões de hóspedes, a que corresponderam 39,2 milhões de dormidas, indicadores cuja evolução, relativamente ao ano anterior, é de sinal contrário (+0,7% para os hóspedes e -1,3% para as dormidas). Situação semelhante verificou-se relativamente à desagregação das dormidas por origem dos hóspedes – enquanto que nos residentes, com 13 milhões de dormidas, estas quase estagnaram (+0,4%), as dos não residentes decresceram 2,1%, correspondendo a 26,2 milhões de dormidas. As principais regiões de destino mantiveram as suas posições relativas – em primeiro lugar o Algarve, com um peso de 36,4%, seguindo-se Lisboa (21,4%), Madeira (15,8%) e o Norte (10,8%). Por tipo de estabelecimento, a liderança coube aos hotéis, que representaram mais de 50% do total de dormidas, a que se seguiram os hotéis-apartamentos (15,8%) e os apartamentos turísticos (11%).

Em 2009, a hotelaria alojou 12,9 milhões de hóspedes que contribuíram com 36,5 milhões de dormidas, resultados negativos em comparação com os de 2008 (-3,9% e -7,1%, respectivamente). O mercado interno evidenciou um desempenho positivo (+1,7% nas dormidas), mas os não residentes apresentaram uma forte retracção (-11,4%). O Algarve continuou a ser o principal destino turístico (35,5% do total de dormidas), secundado por Lisboa (21,7%) e Madeira (15,1%). Os alojamentos mais procurados foram os hotéis (55,9% do total de dormidas), os hotéis/apartamentos (15,3%) e os apartamentos turísticos (10,9%). No que diz respeito aos hotéis, a procura centrou-se principalmente nas unidades de quatro estrelas (cerca de 50% das dormidas neste tipo de estabelecimento), situação semelhante à dos hotéis/apartamentos (62,3% das dormidas nas unidades de quatro estrelas).

Os proveitos totais atingiram 1 964,6 milhões de euros e os de aposento 1 324 milhões no ano de 2008, valores que se traduzem em crescimentos homólogos, de 1,1% e 1,7%, respectivamente. No ano seguinte, os estabelecimentos hoteleiros apresentaram 1 764 milhões de euros de proveitos

totais e 1 190,1 milhões de euros de proveitos de aposento, equivalendo a variações homólogas negativas de 10% para ambos os indicadores.

Em Julho de 2008 estavam em funcionamento 229 parques de campismo, com uma capacidade de alojamento disponível de 185 mil lugares, correspondendo a um aumento de oferta de 1,1%. As dormidas anuais atingiram 6,8 milhões, representando um decréscimo de 3%, em comparação com os resultados de 2007. Em Julho de 2009 estavam em actividade 225 parques de campismo, com uma oferta de alojamento para 180 584 campistas, inferior à do período homólogo em 2,5%. Em 2009 este meio de alojamento registou 6,7 milhões de dormidas, valor semelhante ao do ano anterior (-0,6%).

As colónias de férias apresentavam uma oferta de 5 623 camas em 2008, o que representa uma redução homóloga de 8,4%. Neste mesmo ano, este meio de alojamento registou 721,3 mil dormidas, valor muito semelhante ao do ano anterior (-0,9%). Em 2009 observou-se um aumento na capacidade de alojamento relativa às colónias de férias (+9,2%), correspondendo a uma oferta de 6 138 camas. No entanto, a procura deste meio de alojamento reduziu-se significativamente: 656,4 mil dormidas, menos 9% do que em 2008.

Em comparação com os resultados de 2007, as pousadas de juventude em 2008 apresentaram uma ligeira melhoria na sua capacidade disponível (+0,4%), correspondendo a 4 410 camas. Estes estabelecimentos registaram 575 mil dormidas, equivalendo a um expressivo crescimento homólogo (+15,7%). Em Julho de 2009 dispunham de uma oferta de 4 661 camas, mais 5,7% do que no período homólogo, enquanto que as 501,3 mil dormidas anuais que ocorreram neste meio de alojamento representam um decréscimo de 12,8% em comparação com as do ano anterior.

No turismo no espaço rural a capacidade oferecida situou-se nas 11 692 camas, superior em 3,2% à de 2007. No entanto, as 523,5 mil dormidas registadas revelam uma evolução de sinal contrário, correspondendo a um acentuado decréscimo homólogo (-21,2%).

2.5.2.1 Mercado Turístico Regional

2.5.2.1. 1 Residentes

Em 2009, as duas regiões que registaram o maior número de dormidas geradas por residentes foram o Algarve, com 3 597,8 milhares, e o Norte com 2 539,7 milhares.

Unid: Milhares

	2005	2006	2007	2008	2009
Portugal	11 647,7	12 359,1	12 968,1	13 023,7	13 313,4
Norte	2 159,0	2 292,4	2 470,9	2 417,7	2 539,7
Centro	2 217,3	2 297,6	2 456,0	2 478,9	2 486,0
Lisboa	2 127,4	2 380,9	2 516,6	2 502,8	2 439,6
Alentejo	694,6	714,6	832,7	794,1	858,4
Algarve	3 163,3	3 330,7	3 348,3	3 537,1	3 597,8
Açores	480,3	514,7	537,7	529,9	490,5
Madeira	805,8	819,2	805,8	763,2	901,4

Quadro n.º 1 – Distribuição das dormidas geradas pelo mercado de residentes em Portugal de 2005 a 2009

Nos últimos 5 anos, o Algarve, a par dos Açores, foram as regiões onde o mercado dos residentes mais cresceu em termos de quota, sendo que no Norte se verificou o contrário.

O Algarve, assim como as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, apesar de apresentarem uma taxa de variação média anual positiva nas dormidas dos residentes, em termos de dormidas totais registaram um desempenho negativo, decorrente da tendência de quebra acentuada do mercado de não residentes, em larga medida condicionado pelo retrocesso da actividade turística dos dois últimos anos, associado à crise económica internacional.

Quanto ao tipo de alojamento, no ano de 2009, 57,6% das dormidas geradas pelos residentes em Portugal nos estabelecimentos hoteleiros, ocorreram em hotéis, o que representa um acréscimo de 2,5 p.p. relativamente

à importância relativa deste tipo de estabelecimento em 2005. Por outro lado, nos 5 anos em análise registou-se uma tendência continuada para o aumento da percentagem de dormidas geradas em aldeamentos turísticos, por oposição ao verificado nos hotéis/apartamentos. A quota relativa das dormidas dos residentes nos apartamentos turísticos manteve-se estável, entre 8% e 9%, ao longo dos cinco anos.

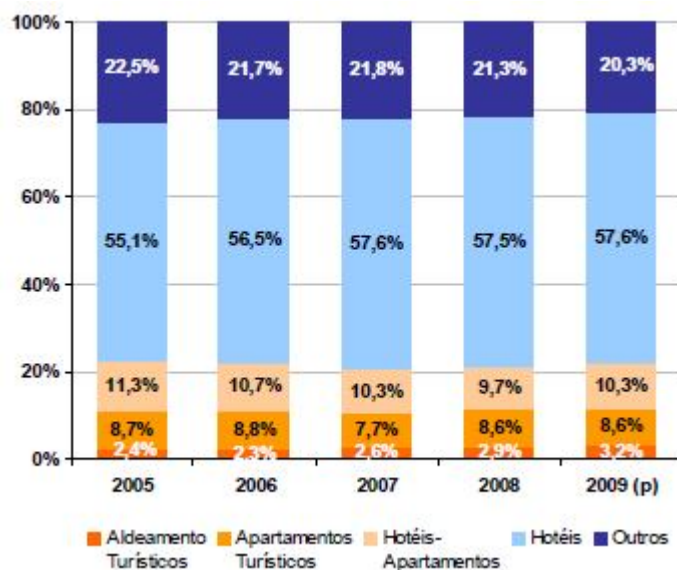


Gráfico 3 – Distribuição das dormidas de residentes em Portugal por tipologia de estabelecimento entre 2005 e 2009

Os motéis, seguidos das pensões e das pousadas, correspondem aos tipos de estabelecimentos onde predominaram as dormidas de hóspedes residentes face aos hóspedes não residentes, tendência que, entre 2005 e 2009, se acentuou nos motéis e nas pousadas. Nos demais tipos de estabelecimentos, o mercado de residentes, apesar de minoritário, registou um incremento na sua quota relativa, face ao mercado de não residentes, o qual atingiu os 9,6 p.p. nos aldeamentos turísticos e os 4,7 p.p. nos apartamentos turísticos.

Em termos da sazonalidade, em 2009, 38,6% das dormidas dos residentes em Portugal nos estabelecimentos hoteleiros classificados ocorreram no 3º trimestre, período dominante nas opções de férias por parte dos portugueses; esta percentagem tem-se mantido estável nos últimos anos.

Os meses de Abril a Junho concentraram aproximadamente um quarto das dormidas geradas pelo mercado nacional ao longo do ano, no período de 2005 a 2009, valor ligeiramente inferior ao proporcionado pelo mercado dos não residentes (próximo do valor médio de 28,2%).

Por regiões, observa-se que o Algarve e a Madeira foram as regiões que denotaram um maior nível de concentração relativa de dormidas dos residentes em Portugal num determinado trimestre do ano, no acumulado dos últimos 5 anos.

O Algarve e os Açores destacaram-se por revelarem os maiores índices de sazonalidade, denotando os mais elevados diferenciais de concentração das dormidas totais nos diferentes trimestres do ano.

2.5.2.1. 2 Não Residentes

Tendo em conta os hóspedes estrangeiros e ainda relativamente ao ano de 2008, estes correspondiam a mais de metade (53%) dos hóspedes portugueses nos estabelecimentos hoteleiros. Esta proporção atingiu os maiores valores na Região Autónoma da Madeira (79%), no Algarve (66%) e na região de Lisboa (62%).¹⁰

Os hóspedes estrangeiros tinham maior expressão relativa nos municípios do Litoral do Continente e em todos os municípios da ilha da Madeira. Merecendo destaque, pela elevada proporção de hóspedes estrangeiros, os municípios algarvios de Lagos, Albufeira, Lagoa, Silves e Portimão, os municípios de Lagoa, Vila Franca do Campo e Lajes do Pico (na Região Autónoma dos Açores), os municípios de Lisboa e Cascais e também, o município de Ourém (a este valor não deverá ser alheia a localização do santuário de Fátima).

¹⁰ Anuários Estatísticos Regionais 2008. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2009.

Em 2008, os não residentes originaram 26,2 milhões de dormidas, menos 2,1% do que em 2007. Não se verificaram alterações no *ranking* dos principais mercados emissores – Reino Unido, Alemanha, Espanha, Países Baixos, França, Irlanda e Itália – que representaram cerca de 75% das dormidas de não residentes. O desempenho destes mercados foi maioritariamente negativo, com decréscimos de 9,2% para o mercado espanhol, 8,1% para o italiano, cerca de 5% para o britânico e o alemão e 2,4% para o irlandês. O mercado francês e o holandês, pelo contrário, revelaram crescimentos homólogos significativos, de 10,3% e 8,1%, respectivamente.¹¹

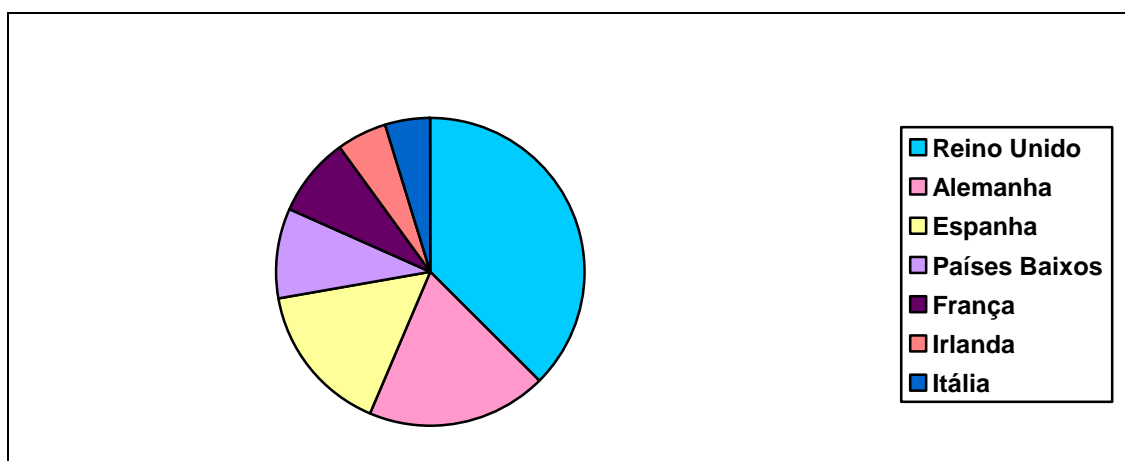


Gráfico 4 – Origem dos hóspedes estrangeiros tendo em conta as dormidas em Portugal no ano de 2008

A diminuição da procura por parte de alguns dos principais mercados emissores reflecte em grande parte o enfraquecimento e volatilidade da economia global, associada à crise financeira e consequentes dificuldades de crédito e ao aumento do preço do petróleo, assim como, no caso do mercado britânico, da forte desvalorização da libra relativamente ao euro.

Apesar disso, assistiu-se a um bom desempenho do mercado francês e do holandês, traduzido num aumento da procura dirigida a duas das suas principais regiões de destino, a Madeira (acrécimo homólogo de 21,9% das

¹¹ Estatísticas do Turismo 2008 – INE

dormidas de franceses e 8% de holandeses) e o Algarve (+11% para o mercado francês e +9,6% para o holandês).

Os britânicos continuaram a eleger o Algarve como principal região de destino (65% das dormidas do mercado), tendo no entanto aumentado a sua representatividade na Madeira (24,2% em 2008 e 18,8% em 2007), facto que poderá estar associado ao aumento da oferta para este mercado de voos considerados *low-cost*.

Os alemães continuaram a preferir o Algarve e a Madeira (39% e 36,3%, respectivamente).

De igual modo, Lisboa manteve a sua posição de primeira escolha dos espanhóis (37%), seguida pelo Algarve e pelo Norte, representando ambos cerca de 20% das dormidas do mercado. (INE, 2008)

Quase 70% dos holandeses escolheram o Algarve como primeira região de destino e, como segunda escolha, a Madeira e Lisboa, cada uma das regiões concentrando cerca de 11% das dormidas de holandeses. (INE, 2008)

Como habitualmente, as regiões preferidas pelos franceses foram Lisboa, Madeira e Algarve (31,5%, 23,7% e 18,3%, respectivamente), enquanto que os irlandeses escolheram, na sua grande maioria, o Algarve (79,1%). Quanto ao mercado italiano elegeu Lisboa (47,8%), o Norte (13,7%) e a Madeira (10,9%) como destinos preferenciais. (INE, 2008)

A análise da distribuição regional das dormidas destaca a importância das principais regiões turísticas – Algarve, Lisboa e Madeira – que concentraram 73,6% do total de dormidas. Foram também estas regiões as que apresentaram em média, a maior capacidade de alojamento (237, 167 e 148 camas, respectivamente). (INE, 2008)

	TOTAL EU 15	Portugal	Alemanha	Espanha	França	Itália	Báises Baixos	Reino Unido
2008								
Portugal	34 960 566	13 023 693	3 657 516	3 069 468	1 590 488	929 096	1 974 157	7 302 078
Continente	28 281 750	11 730 551	2 266 340	2 823 047	1 192 923	816 893	1 710 829	5 497 218
Norte	3 779 510	2 417 660	154 128	538 552	198 970	127 212	61 351	140 733
Centro	3 575 154	2 478 947	99 171	443 144	174 311	146 276	43 652	67 566
Lisboa	6 485 123	2 502 762	555 465	1 131 658	500 737	444 450	211 183	521 958
Alentejo	1 007 318	794 124	32 921	73 969	28 353	17 108	19 086	18 363
Algarve	13 434 645	3 537 058	1 424 655	635 724	290 552	81 847	1 375 557	4 748 598
R.A. Açores	1 031 726	529 918	64 034	23 954	21 127	11 416	42 887	40 792
R. A. Madeira	5 647 090	763 224	1 327 142	222 467	376 438	100 787	220 441	1 764 068

Quadro n.º 2 – Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros segundo o país de residência habitual

2.5.2.2 Mercado Turístico Local – Concelho de Portimão

Portimão é uma cidade portuguesa no Distrito de Faro, região e sub-região do Algarve. O centro da cidade está situado a cerca de 2 km do mar e é um centro importante de pesca e turismo.

É sede de um município com 182,1 km² de área e 49 881 habitantes (2008), subdividido em 3 freguesias: Portimão, Alvor e Mexilhoeira Grande. O município é limitado a norte pelo município de Monchique, a leste por Silves e Lagoa, a oeste por Lagos e a sul tem litoral no oceano Atlântico.

	Área	Perímetro	Comprimento Máximo		Altitude	
			Norte-Sul	Este-Oeste	Máxima	Mínima
	Km ²	Km		m		
Portugal	92.094,4	4.050	1.345	2.257	2.351	0
Algarve	4.996,0	584	63	142	902	0
Portimão	182,1	83	19	18	325	0

Quadro n.º 3 – Área, Perímetro, Comprimento máximo e Altitude de Portimão em 2008 comparativamente com o país de Portugal e a Região do Algarve.

Nos últimos anos, a foz do rio Arade tem sido palco de grandes eventos. É também lugar da prova portuguesa do campeonato internacional de Fórmula 1 em motonáutica.

Portimão é hoje um município de referência no Algarve. Pólo âncora do Barlavento Algarvio, distingue-se pela sua oferta turística, pelo seu pulsar e dinamismo, muito próprios, e por uma diversidade de actividades que fazem com que o seu dia-a-dia seja vivido, a variados níveis, de forma intensa e marcado por um ritmo que se mantém ao longo do ano.

Portimão também é uma cidade muito marcada pelo desporto. É aqui que se realizam, no Verão, o Mundialito de Futebol de Praia e a Etapa Portuguesa da Liga Europeia de Futebol de Praia. Por vezes, a Volta a Portugal em Bicicleta e foi palco do Rali Lisboa-Dakar, onde também se costumam praticar desportos náuticos, como o Surf e o Kitesurf e outros desportos de acção como o BMX e o Skate. Portimão também tem vários clubes desportivos como por exemplo o Portimonense, Portinado ou o Clube Bicross de Portimão. O desporto no concelho de Portimão ficou marcado pela data 2 Novembro 2008, pois nesse dia foi inaugurado, oficialmente, o Autódromo Internacional do Algarve.

2.5.2.2. 1. Oferta e sugestões de Serviços Desportivos pela Câmara Municipal de Portimão

No sítio oficial da Câmara Municipal de Portimão é possível encontrar informações e sugestões para diversas práticas desportivas.

Assim, é possível obter informações consultando o *Guia de Alojamento*, o *Guia de Praias*, *Guia da Natureza*, o *Guia de Golfe* e o *Guia Náutico*.

No *Guia de Alojamento*, para além de se encontrar os vários tipos de alojamentos existentes no concelho de Portimão, indica ainda se são

possuidores de piscina (interior e/ou exterior), de Ginásio, de campos de golfe e de SPA.

No *Guia das Praias*, para além da apresentação e descrição das 10 praias que o concelho de Portimão possui (Praia da Marina, Praia da Rocha, Praia dos 3 Castelos, Praia dos Careanos, Praia do Vau, Praia do Alemão, Prainha, Praia dos 3 Irmãos, Praia da Torralta e Praia de Alvor), propõe ainda dois percursos pedestres:

- “Percurso Rocha – Alemão”, partindo do molhe da Praia da Rocha, seguindo sempre pelo areal até chegar à Praia do Alemão. É composto por cerca de 3,5Km e realiza-se em cerca de 1H.
- “Percurso 3 Irmãos – Alvor”, realizando uma caminhada junto ao mar é possível desfrutar tanto da beleza do mar como dos relevos das dunas. É um percurso de 3,5Km e realiza-se em cerca de 1H.



- | | | |
|------------------------|--|---------------------|
| 1 Praia da Marina | 5 Praia do Vau | 9 Praia da Torralta |
| 2 Praia da Rocha | 6 Praia do Alemão / Barranco das Canas | 10 Praia de Alvor |
| 3 Praia dos 3 Castelos | 7 Prainha | |
| 4 Praia dos Careanos | 8 Praia dos 3 Irmãos | |

Ilustração 4 – Praias existentes no concelho de Portimão

O *Guia Natureza* propõe 5 percursos diferentes:

- “A Rocha delicada” que se realiza na envolvência da ria de Alvor, onde se observa a fauna e a flora características do local. Este percurso de forma “circular” com a distância de 8Km pode ser realizado a pé ou de bicicleta e tem nível de dificuldade 1 (fácil);
- “Ao Sabor da Maré” realiza-se nos cordões dunares de Alvor e Meia Praia onde também se observam diversos tipos de espécies bem como as comunidades de pescadores e mariscadores locais. É um percurso de forma “circular”, composto por 8Km, realizado a pé e tem nível de dificuldade 1 (fácil);
- “Varandas sobre o Mar” é um itinerário que percorre a “mais espectacular” secção de costa rochosa do concelho de Portimão. A caminha é feita no topo de uma arribas constituída por rochas calcárias do Miocénico (23 a 5 milhões de anos). É um percurso que deve ser feito a pé, de forma circular, composto por 5Km, com nível de dificuldade 2 e 3 (médio e elevado);
- “Viagem Interior” promove aos seus praticantes uma perspectiva invulgar do concelho de Portimão, mais virada para o seu interior. O percurso é feito de bicicleta, de forma circular, é composto por 25Km e tem nível de dificuldade 2 (médio);
- “Caminhos do Tempo” é um percurso que proporciona uma visita à história da região, num contexto que liga Portimão a Silves. Este realiza-se pelo Rio Arade, por barco, é composto por 24Km e com nível de dificuldade 2 (médio).



Ilustração 5 – Percursos que o Guia da Natureza da C.M.P. propõe

No *Guia do Golfe*, tal como o nome indica, é possível encontrar os campos de golfe existentes no concelho de Portimão e suas características. Existem assim quatro campos de golfe:

- CS Álamos Golf, situado no Morgado do Reguengo;
- CS Morgado Golf, situado no Moragado do Reguengo;
- Penina Championship Golf Course, situado no Meridien Penina Golf & Resort Penina;
- Pestana Alto Golf, situado na Quinta do Alto do Poço, Quarto Estradas.

O *Guia Náutico* faz referência ao clima ameno, ao acesso directo e seguro ao mar e às qualidades das infra-estruturas que fazem de Portimão um destino de eleição para a realização anual de alguns dos mais importantes eventos náuticos nacionais e internacionais como são os casos do Grande Prémio de Portugal F1 em Motonáutica, do Med Cup Troféu de Portugal e do Campeonato Internacional de Pesca Grossa. Para quem queira experimentar ou goste de praticar actividades náuticas tem também as condições ideais para o fazer.

Existem vários centros náuticos, escolas náuticas, embarcações e empresas com diversas ofertas apelativas:

- Pesca Desportiva;
- Mergulho;
- Gaivotas;
- Motas de Água e Jet ski;
- Ski aquático;
- Vela;
- Windsurf;
- Canoas;
- Laser;
- Hobbycat;
- Parasailing;
- Banana e biscoitos;
- Surf;
- Bodyboard;
- Kitesurf.

2.5.2.2. 2 Empresas no Concelho de Portimão com oferta de Serviços Desportivos existentes

- Aero Algarve
- Air Vip
- Algarve Boat Company
- Arade Mar
- Bowling da Torralta
- Centro Hípico de Belmonte
- CEPEMAR
- Centro Hípico de Vale de Ferro
- Clube de Ténis da Penina
- Clube de Ténis Portimão e Rocha
- Clube Naval de Portimão
- Dreamfinder
- Future Surfing School - FSS Animação Turística, Lda
- Horse Shoe Ranch
- LPN – Liga de Protecção da Natureza
- Motorent. Lda. – Aluguer de Motos
- Novo Alvor
- PORTITOURS – Emoção e aventura
- Queda Livre
- Quinta Nova Alvor Tennis Club
- Quinta Pedagógica de Portimão
- Santa Bernarda
- Santo António Lawn Bowling Club
- Subnauta

2.5.2.2. 3. Dados Estatísticos

De acordo com o estudo “Portimão – Perfil do Turista”¹² realizado no Verão de 2008 e publicado em Janeiro de 2009, onde foram aplicados questionários a indivíduos portugueses e estrangeiros, foi possível aferir que, dos 5.433 portugueses inquiridos, 26,8% provinham da região do Norte, 25,9% da região Centro, 22,3% de Lisboa e 13,4% do Porto. Ou seja, a maioria das pessoas que procurou o Município de Portimão no Verão de 2008 pertenciam ao Norte e Centro de Portugal. Juntas, Região Norte e cidade do Porto representaram 40,2% da amostra.

Aos cidadãos estrangeiros foram aplicados 453 questionários onde a distribuição da referida amostra reflectiu a importância de mercados tradicionais como o do Reino Unido, que representa 29% da amostra. É ainda destacada a importância do mercado espanhol, que tem constituído, nos anos mais recentes, um mercado em ascensão.

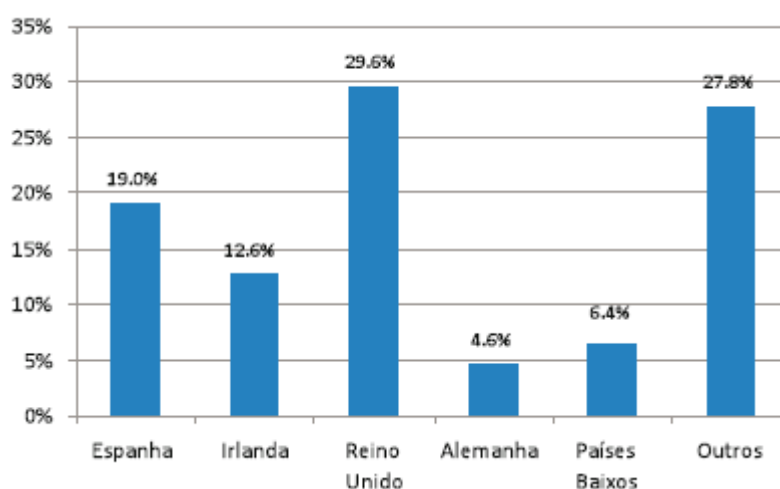


Gráfico 5 – Distribuição da Amostra de Não Residentes em Portugal

O referido estudo procurou ainda obter dados sobre variáveis como: primeira visita a Portimão, modalidade de alojamento adoptada, estada média, número de pessoas por grupo, gasto médio diário individual, intenção de

¹² Custódio, M.; Gouveia, P.; Oliveira, V.; Perna, F. (2008). Perfil do Turista de Portimão. Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo - Universidade do Algarve. Câmara Municipal de Portimão. Portimão Turis EM. 2009.

regresso nos próximos 3 anos e importância atribuída pelos turistas aos diferentes produtos turísticos do concelho.

	Nacionais	Estrangeiros	Global
Primeira Visita a Portimão	16,3%	62,3%	63,9%
Alojamento em habitação Privada Alugada	30,5%	7,7%	28,9%
Estada Média (noites)	8,8	10,8%	10,1%
Número Médio de Pessoas por Grupo	4,0	3,4	3,6
Despesa Média Diária Individual	€44,92	€101,72	€81,2
Intenção de Regresso nos Próximos 3 Anos	97,7%	93%	97,4%

Quadro n.º 4 – Síntese dos principais resultados da avaliação efectuada sobre o perfil dos turistas - Portimão Verão 2008

Relativamente aos não residentes em Portugal, 6 em cada 10 dos entrevistados, visitavam Portimão pela primeira vez, o que revela uma expressiva e representativa capacidade de atracção do destino.

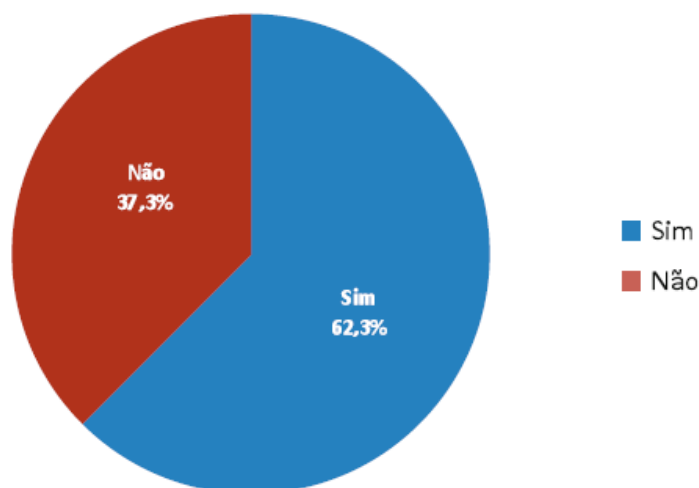


Gráfico 6 – Primeira Visita a Portimão (Não residentes em Portugal)

Um terço dos visitantes nacionais, preferiram a casa privada alugada para o seu alojamento. No conjunto, a habitação não classificada em termos turísticos (casa privada alugada, casa própria e casa de amigos e familiares) atinge os 64,6%. Em termos de estabelecimentos hoteleiros classificados, as

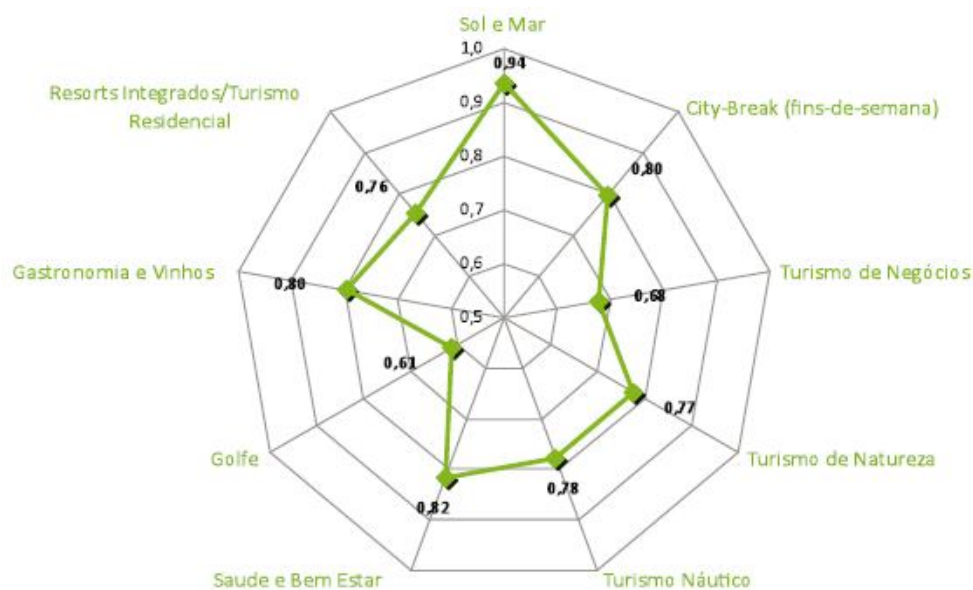
preferências recaíram sobre os apartamentos turísticos, que representam 17,1% das opções. Ao nível dos turistas estrangeiros observou-se um fenómeno inverso, que se traduziu pela opção por alojamento em Hotéis (37%), Apartamentos Turísticos (31,8%) e Hotéis/Apartamento (15,2%). Neste grupo, o recurso a alojamento não classificado cifra-se pelos 16,7%.

O número médio de dias de estadia para os visitantes estrangeiros foi de 10,8 e para os portugueses 8,8 dias que, segundo o estudo, se revelou claramente superior aos valores médios registados no Algarve no ano de 2007 – 5 noites – ou no mês de Agosto de 2007 – 5,7 noites.

Destino familiar por excelência, Portimão atraiu grupos nacionais de, em média 4 pessoas. Da Irlanda, Reino Unido e Países Baixos, chegaram grupos mais pequenos, de 3 elementos, enquanto os alemães visitaram Portimão em grupos ligeiramente maiores: 4,3 pessoas em média.

Dos 81,29 Euros diários que cada visitante gastou em média no concelho, o mercado nacional foi o mais económico, com apenas 44,92 Euros diários por pessoa, enquanto que o mercado irlandês marcou pela generosidade nos gastos, com 140,76 euros por dia. Muito significativa foi, também, a despesa dos cidadãos do Reino Unido, com uns confortáveis 115,78 Euros por dia. Este número torna-se particularmente relevante pelo facto de o Reino Unido representar cerca de 1/4 da procura, e é o país das estadias mais prolongadas – em média 11,2 noites.

Portimão é um destino que satisfaz plenamente a quase totalidade dos inquiridos deste estudo, facto tanto mais significativo quanto a intenção de regressar nos próximos 3 anos atinge uns significativos 97,4%.



Escala: 0 - Importância mínima a 1 - Importância máxima

Sol e Mar foram considerados, pelos turistas, de entre os nove produtos possíveis considerados na estruturação do destino, os principais atractivos do concelho. Os valores são claros: 0,94, numa escala de 0 a 1. Associado a um estilo de lazer tranquilo apresenta-se o produto turístico Saúde e Bem-Estar (0,82), seguido de Gastronomia e Vinhos e dos Programas de Fim-de-Semana (city break), com uns significativos 0,8, enquanto que o Turismo Náutico, o Turismo de Natureza e o Turismo Residencial revela um factor de importância que se situa entre os 0,7 e 0,8.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA

3. 1 Método e Plano de Investigação

Como método de investigação e tendo em conta o objecto de estudo, será realizada uma Investigação Descritiva, também conhecida como investigação estatística, ou seja é uma análise que visa *descrever pessoas, situações, eventos, e condições como elas existem na actualidade. Descrevem-se dados e características da população ou fenómeno em estudo.*

Tendo em conta os objectivos propostos, este trabalho revela-se um *Estudo de Caso*, sendo a cidade de Portimão, o território onde se insere o objecto de estudo, ou seja, a oferta turístico/desportiva.

O estudo de caso trata-se de uma abordagem metodológica de investigação especialmente adequada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos factores. Este pode variar segundo se trate de um estudo de carácter essencialmente qualitativo ou quantitativo, sendo este de carácter qualitativo.

“É uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir a que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenómeno de interesse.”

(Ponte, 2006)

Neste estudo será utilizada como técnica de recolha de dados, o Inquérito por Questionário.

3.2 Procedimentos Gerais

3.2.1 Tratamento de Dados

Após a recolha dos questionários, a informação a eles inerente será tratada através do software SPSS. Os resultados daqui obtidos serão tratados e apresentados de forma descritiva e qualitativa, de modo a perceber o grau de satisfação dos turistas que usufruem de actividades físicas.

3.2.2 Técnica

A técnica utilizada foi o inquérito por questionário.

Um questionário é um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, geralmente, na inquirição de um grupo representativo da população em estudo. Para tal, coloca-se uma série de questões que abrangem um tema de interesse para os investigadores, não havendo interacção directa entre estes e os inquiridos.

Um questionário é extremamente útil quando um investigador pretende recolher informação sobre um determinado tema, através da aplicação de um questionário a um público-alvo.

A importância dos questionários passa também pela facilidade com que se interroga um elevado número de pessoas, num espaço de tempo relativamente curto.

Estes podem ser de natureza social, económica, familiar, profissional, relativos às suas opiniões, à atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, etc.

Existem dois tipos de questões: as questões de resposta aberta e as de resposta fechada. As questões de resposta aberta permitem ao inquirido construir a resposta com as suas próprias palavras, permitindo deste modo a liberdade de expressão. As questões de resposta fechada são aquelas nas quais o inquirido apenas selecciona a opção (de entre as apresentadas), que

mais se adequa à sua opinião. Também é usual aparecerem questões dos dois tipos no mesmo questionário, sendo este considerado misto.

O questionário aplicado para a presente dissertação (ver anexo 1) é composto por questões do tipo aberto e fechado, logo é considerado misto. É composto por três partes:

- Identificação/Caracterização;
- Hábitos/Opções;
- Nível de satisfação.

3.2.3 Amostra

A amostra utilizada consistiu em 145 turistas de várias nacionalidades, cujo país de residência é possível verificar no quadro seguinte, em que 86 pertencem ao género feminino e os restantes 59 ao género masculino. O inquirido mais novo possuía 18 anos de idade enquanto o mais velho 75.

	Frequência	Percentagem
Portugal	44	30,3
Inglaterra	49	33,8
Irlanda	18	12,4
Alemanha	7	4,8
Escócia	8	5,5
Holanda	10	6,9
Espanha	1	0,7
França	1	0,7
Itália	1	0,7
Suiça	1	0,7
Não responderam	5	3,4
TOTAL	145	100,0

Quadro n.º 5 – País de residência da amostra

Tal como evidencia o quadro, a maioria da amostra revela ser proveniente de Inglaterra (33,8%). Assim, os ingleses são quem mais procuram e visitam Portimão, logo seguida de perto pelos turistas portugueses (30,3%).

Como mercado externo, verificamos que depois dos ingleses, são os irlandeses que se apresentam em maior número no concelho, seguido pelos holandeses.

Relativamente à idade da amostra, optou-se por dividi-la por escalões etários, tal como mostra o quadro 4. Assim, a amostra apresenta predominantemente idades compreendidas entre os 31 e os 50 anos.

	Frequência	Percentagem
18 a 30 Anos	35	24,1
31 a 50 Anos	54	37,2
51 a 60 Anos	33	22,8
Mais de 60 Anos	23	15,9
TOTAL	145	100,0

Quadro n.º 6 – Escalão Etário da Amostra

Quanto às profissões, as que mais predominam entre os inquiridos são as profissões liberais e similares, seguido de empregados de escritório, comércio e segurança.

	Frequência	Percentagem
Patrões, Proprietários	3	2,1
Directores de Nível Superior	6	4,1
Profissões Liberais e Similares	45	31,0
Trabalhadores com uma formação específica	19	13,1
Empregados de Escritório, Comércio e Segurança	23	15,9
Trabalhadores manuais e Similares	4	2,8
Reformados	16	11,0
Doméstica	4	2,8
Estudante	4	2,8
Não responderam	21	14,5
TOTAL	145	100,0

Quadro n.º 7 – Profissões da amostra

3.2.4 Procedimentos de Recolha de Dados

Depois de efectuadas algumas alterações ao questionário já existente, elaborado pelo Doutor Paulo Nunes na realização da sua tese com vista à obtenção de grau de Doutor, intitulada *“Desporto, turismo e ambiente: o turismo de natureza como pólo de atracção turística complementar ao produto sol & mar na sub-região do litoral alentejano”*, no ano de 2010, e após a sua validação, estavam assim reunidas as condições para poder ser aplicado.

Os questionários foram aplicados durante os meses de Março, Abril e Maio de 2010.

Alguns dos questionários foram entregues e preenchidos “na hora”, outros foram deixados em diversas unidades hoteleiras para serem preenchidos e levantados posteriormente e os restantes entregues a uma empresa de carácter desportivo e cultural (Portitours), de modo a que fossem aplicados aos seus clientes após as actividades realizadas.

CAPÍTULO IV – Apresentação e Discussão dos Resultados

Após a aplicação dos questionários, as respostas dadas e respectiva informação recolhida foi tratada através do SPSS.

Em seguida, serão apresentados os resultados obtidos em cada uma das perguntas que os inquiridos tiveram de responder. Nem todos responderam à totalidades das questões como será possível verificar mais à frente.

4.1 Questionário

Questão 2: “É a primeira vez que visita Portimão?”

	Frequência	Percentagem
sim	61	42,1
não	84	57,9
TOTAL	145	100,0

Quadro n.º 8 – Primeira vez ou não que os inquiridos visitam Portimão

De acordo com os resultados obtidos, é possível verificar que a maioria dos inquiridos, aquando do preenchimento do questionário, já tinha visitado Portimão. Assim, dos 145 visitantes, 84 referem que “não”, que não é a primeira vez que visita Portimão, contrapondo às 61 respostas positivas que revelam a sua primeira visita a esta cidade.

Questão 2.1.1: “Quantas vezes visitou Portimão?”

	Frequência	Percentagem
1 a 5 vezes	44	30,3
6 a 10 vezes	21	14,5
11 a 15 vezes	5	3,4
16 a 20 vezes	2	1,4
mais de 21 vezes	7	4,8
Total	79	54,5
Não responderam	66	45,5
Total	145	100,0

Quadro n.º 9 – Número de vezes que os visitantes visitaram Portimão por escalões

Dando continuidade ao assunto anterior, e apenas para aqueles que referiram que já tinha visitado Portimão anteriormente, colocou-se a questão relativa ao número de vezes que o fizeram.

Deste modo, é notória a percentagem dos visitantes que referiram já terem estado em Portimão entre uma a cinco vezes (30,3%). A segunda percentagem maior (14,5%) é relativa àqueles que já visitaram entre seis a dez vezes a cidade. Apenas 4,8; 3,4; e 1,4% visitaram anteriormente mais de vinte e uma vezes, entre onze a quinze vezes e de dezasseis a vinte vezes respectivamente.

Questão 2.1.2: “Em que época do ano efectuou a sua última visita?”

	Frequência	Percentagem
Jan/Mar2007 e antes	1	0,7
Abr/Jun2009	9	6,2
Abr/Jun2008	2	1,4
Abr/Jun2007 e antes	6	4,1
Jul/Set2009	24	16,6
Jul/Set2007 e antes	2	1,4
Out/Dez2009	10	6,9
Jan/Mar2010	2	1,4
Abr/Jun2010	2	1,4
Total	58	40,0
Não responderam	87	60,0
Total	145	100,0

Quadro n.º 10 – Altura do ano em que os turistas efectuaram a sua última visita

Considerando a última visita a Portimão, procurou-se saber em que época do ano é que a mesma foi realizada.

Observado o quadro, é possível aferir que a época do ano em que foram efectuadas as últimas visitas dos inquiridos foi entre Julho e Setembro do ano transacto. Tal evidência parece ir ao encontro do esperado, uma vez que Portimão é uma cidade “de Verão” e que tem bastante para oferecer aos seus visitantes nesta época.

Com algum distanciamento aparece a época do ano compreendida entre Outubro e Dezembro de 2009 logo seguido de Abril a Junho de 2009. Ou seja, tal facto reflecte a proximidade das suas frequências de visita a Portimão, procurando por um lado uma época onde a passagem de ano pode ser o motivo principal da visita, e por outro, o início da época Primavera/Verão com o aparecimento de temperaturas mais elevadas.

Importante referir ainda que, das 79 pessoas que responderam já terem visitado anteriormente Portimão, apenas 58 responderam a esta questão.

Questão 3: “Através de que meios teve conhecimento de Portimão?”

	Frequência
Material Promocional	12
Familiares/amigos	68
Feiras	2
Agências de Viagens	40
Internet	32
Tv/Rádio	3
Jornais/Revistas	13
Outro: Viagem de Barco	1
Trabalho	2
Por Viajar muito	1
Carro Tour	1
Não Respondem	4
TOTAL	175

Quadro n.º 11 – Meios através dos quais os visitantes tiveram conhecimento de Portimão

A questão número três do questionário procurava saber quais os meios que mais influenciaram o conhecimento de Portimão por parte dos visitantes.

Tal como se pode verificar, os “Familiares/Amigos” têm um peso muito grande na passagem de informação sobre a cidade. Assim, as respostas de 68 dos visitantes inquiridos, torna os “Familiares/Amigos” no principal meio de conhecimento de Portimão.

Em segundo lugar, são as “Agências de Viagens” que apresentam ter também um papel importante, aparecendo a “Internet” a fechar o pódio dos três principais meios de passagem de conhecimento relativamente à cidade de Portimão.

Nesta questão o número de respostas (175) foi superior ao número de inquiridos (145), pelo facto de cada um poder dar mais que uma resposta, pois esta questão pretende saber todos os meios pelos quais os visitantes tiveram conhecimento de Portimão.

Questão 4: “Principais motivos da sua visita”

	Frequência
Sol e Praia	120
Descanso	81
Lazer e Animação	80
Desportos de Natureza	28
Profissionais/Negócios	11
Passagem p/outro destino	8
Natureza e Ambiente	31
Participação em Eventos Culturais/Musicais	7
Visita a familiares/amigos	19
Outro: Corrida de Moto	1
Outro: Gastronomia	2
Outro: Viagem de Barco	2
Outro: Compras	1
Outro: apenas p/visitar	1
TOTAL	392

Quadro n.º 12 – Principais motivos de visita

Esta questão tinha como objectivo conhecer o(s) principal(is) motivos que levaram os turistas a visitar a cidade de Portimão.

Observando o quadro anterior é possível aferir que o “*Sola e Praia*” é o principal objectivo de visita. Ou seja, são as praias e o clima desta cidade que mais influenciam as escolhas dos visitantes.

Seguidamente aparecem, muito próximos, os factores “*Descanso*” e “*Lazer e Animação*”, como sendo o segundo e o terceiro argumento de visita respectivamente.

Os factores *Natureza e Ambiente* e *Desportos de Natureza* revelam ainda um peso importante na escolha da cidade de Portimão como destino de visita.

Mais uma vez aqui, o número de respostas (392) foi superior ao número de inquiridos (145). Esta questão apelava ao conhecimento dos principais motivos que levaram o inquirido a Portimão, pois todos são importantes de aferir.

Questão 5: “Como costuma ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão?”

A presente questão procura saber como é que os inquiridos ocuparam o seu tempo durante a sua estadia em Portimão e com que frequência o fizeram, utilizando uma escala de cinco respostas possíveis: nunca, raramente, às vezes, frequentemente e todos os dias.

5.1 Na praia

	Frequência	Percentagem
Nunca	2	1,4
Raramente	8	5,5
Às vezes	38	26,2
Frequentemente	60	41,4
Todos os dias	28	19,3
Total	136	93,8
Não responderam	9	6,2
Total	145	100,0

Quadro n.º 13 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Na Praia

Dos 136 visitantes que responderam a esta questão, 60 referiram que vão à praia *frequentemente* durante a sua estadia em Portimão, correspondendo a 41,4%.

Foram apenas 2 os que revelaram que *nunca* costumam ocupar o seu tempo na praia.

No total dos 145 inquiridos, apenas 9 não responderam a esta questão.

5.2 No campo

	Frequência	Percentagem
Nunca	26	17,9
Raramente	11	7,6
Às vezes	41	28,3
Frequentemente	27	18,6
Todos os dias	4	2,8
Total	109	75,2
Não responderam	36	24,8
Total	145	100,0

Quadro n.º 14 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – No Campo

Para o Campo, a maioria dos visitantes que respondeu a esta questão, revelou que é uma ocupação que faz às vezes (37,6%).

Como é possível verificar ainda, a percentagem dos turistas que revela *nunca* ir para o campo é significativa (23,9%).

Importante referir que, 36 do total dos 145 inquiridos, não responderam a esta questão.

5.3 Actividade Física Desportiva

	Frequência	Percentagem
Nunca	22	15,2
Raramente	16	11,0
Às vezes	42	29,0
Frequentemente	24	16,6
Todos os dias	10	6,9
Total	114	78,6
Não responderam	31	21,4
Total	145	100,0

Quadro n.º 15 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Actividade Física Desportiva

Este é uma questão importante, pelo facto de revelar se de facto os turistas dedicam parte do seu tempo a realizar actividade física.

Com base no quadro, 36,8% dos turistas que responderam a esta questão, revelam que realizam actividade física às vezes, 21,1% *frequentemente* e apenas 8,8% refere que o faz *todos os dias*.

Importante referir que, do total dos 145 inquiridos, 31 não responderam a esta questão. Tendo em conta que foram 22 os turistas que nunca praticam actividade física durante a sua estadia (19,3%), significa que, do total da amostra deste trabalho foram 92 visitantes que tiveram contacto com a prática desportiva. Ou seja, aproximadamente 63,5% realizaram pelo menos uma actividade desportiva.

5.4 Saídas Nocturnas/Esplanadas/Discotecas

	Frequência	Percentagem
Nunca	27	18,6
Raramente	14	9,7
Às vezes	24	16,6
Frequentemente	21	14,5
Todos os dias	20	13,8
Total	106	73,1
Não responderam	39	26,9
Total	145	100,0

Quadro n.º 16 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Saídas Nocturnas/Esplanadas/Discotecas

Neste caso é possível verificar que há uma dispersão relativamente homogénea nos vários tipos de resposta.

Mesmo assim, a percentagem maior (25,5%) revela que os visitantes nunca ocupam o seu tempo livre com saídas nocturnas e/ou esplanadas e/ou discotecas. Em seguida aparecem logo 22,6% que declara que o fazem às vezes, 19,8% frequentemente e 18,9% todos os dias.

Neste caso concreto, foram 39 os turistas que não responderam à questão.

5.5 Convívio em casa com amigos

	Frequência	Percentagem
Nunca	27	18,6
Raramente	16	11,0
Às vezes	29	20,0
Frequentemente	22	15,2
Todos os dias	9	6,2
Total	103	71,0
Não responderam	42	29,0
Total	145	100,0

Quadro n.º 17 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Convívio em casa com amigos

Quando questionados se despendem o seu tempo de estadia em convívio em casa com amigos, os inquiridos demonstram, na sua maioria (28,2%) que às vezes o faz. Ainda assim, 26,2% nunca o faz e 21,4% frequentemente convive em casa com amigos.

Importante referir que 42 inquiridos não deram o seu contributo para esta questão.

5.6 Visita ao Património

	Frequência	Percentagem
Nunca	23	15,9
Raramente	26	17,9
Às vezes	42	29,0
Frequentemente	8	5,5
Todos os dias	1	0,7
Total	100	69,0
Não responderam	45	31,0
Total	145	100,0

Quadro n.º 18 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Visita ao Património

Com base no quadro anterior é possível verificar que visitar o património não é algo que os turistas procurem muito fazer.

Assim, 42% dos visitantes que responderam a esta questão referem que visitam o património *às vezes*, 26% *raramente* o faz e 23% *nunca* o faz.

Foi grande a percentagem de turistas que não respondeu a esta questão (31%).

5.7 Visita a Exposições, Feiras e Espectáculos

	Frequência	Percentagem
Nunca	25	17,2
Raramente	27	18,6
Às vezes	39	26,9
Frequentemente	7	4,8
Todos os dias	1	0,7
Total	99	68,3
Não responderam	46	31,7
Total	145	100,0

Quadro n.º 19 – Como costumam os visitantes ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão – Visita a Exposições, feiras e Espectáculos

Mais uma vez aqui denota-se que os visitantes não procuram muito visitar exposições, feiras e espectáculos.

Tal é evidenciado pois 39,4% fá-lo *às vezes*, 27,3% *raramente* e 25,3% *nunca* o faz.

Nesta questão foram 46 os inquiridos que não deram a sua resposta.

Questão 6: Que tipo de Desportos realizou e/ou vai realizar durante a sua estadia?

Entrando mais concretamente na área da realização de actividade física e desporto, a presente questão visou conhecer qual o tipo de desporto e de actividade física que os turistas e visitantes mais procuram e mais praticam durante a sua estadia em Portimão.

	Frequência
Náuticos	25
Golfe	40
Exploração da Natureza	32
Vela	11
Motorizados	5
Canoagem	2
BTT	3
Desportos de Raquete	15
Equestre	2
Ginásio	25
Safari	22
Caminhada Organizada	21
Outro: Caminhada Autónoma	20
Outro: Voleibol	1
Outro: Natação	9
Outro: Bicicleta	3
Outro: Ténis de Mesa	2
Outro: Surf	1
Outro: Bowling	2
Outro: Dança	1
Não Respondeu	5
TOTAL	239

Quadro n.º 20 – Tipo de desportos que os visitantes realizaram ou gostariam de realizar

Observando o quadro, é fácil perceber que o Golfe é maioritariamente o mais praticado. Tal se compreende, pois Portimão é uma cidade que oferece excelentes condições de prática para este desporto.

A Exploração da Natureza foi a segunda actividade mais procurada. Tal resultado se justifica pela cidade ser composta tanto por mar e como por serra, tanto por campo e praia... Ou seja, há uma diversidade grande de opções que os turistas podem explorar.

As actividades e desportos que se destacam ainda pela sua procura e prática foram os desportos náuticos, o ginásio, os safaris e as caminhadas (organizadas ou não).

Questão 7: “Após a realização da respectiva actividade física sente-se:”

Para além de se conhecer o que os turistas mais gostam de praticar, é importante saber como se sentem após a realização dessas mesmas actividades ou desportos.

7.1 Desportos Náuticos

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	14	9,7
Muito Satisfeito	8	5,5
Total	22	15,2
Não responderam	123	84,8
Total	145	100

Quadro n.º 21 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos Náuticos

Assim, para os turistas que realizaram Desportos Náuticos, o grau de satisfação é elevado, ou seja, 63,6% dos respectivos participantes revelaram terem ficado *satisfeitos*. Os restantes 36,4% referiram ter ficado *muito satisfeitos*.

De referir ainda que, foram 25 os turistas que indicaram terem praticado desportos náuticos (como é possível verificar no quadro n.º 16) mas apenas 22 responderam a esta questão.

7.2 Golfe

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	18	12,4
Muito Satisfeito	21	14,5
Total	39	26,9
Não responderam	106	73,1
Total	145	100,0

Quadro n.º 22 – Sentimento dos visitantes após a realização de Golfe

Após a prática de golfe, os 39 dos 40 turistas que referiram terem-no realizado (quadro n.º 16), revelaram elevados níveis de satisfação. Tal se comprova pelos 53,8% que se sentiram *muito satisfeitos* e pelos 46,2% que se mostraram satisfeitos.

Mais uma vez, os resultados mostram a qualidade que Portimão apresenta na sua oferta desportiva.

7.3 Desportos de Exploração da Natureza

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	1	0,7
Satisfeito	12	8,3
Muito Satisfeito	15	10,3
Total	28	19,3
Não responderam	117	80,7
Total	145	100,0

Quadro n.º 23 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Exploração da natureza

Quanto à opinião relativa aos Desportos de Exploração da Natureza, os praticantes mantêm também um elevado nível de satisfação, com apenas um turista a revelar-se *pouco satisfeito* após a sua prática. Assim, 53,6% refere ter ficado *muito satisfeito* e 42,9% refere ter ficado *satisfeito* com a prática deste tipo de desportos.

Importante mencionar ainda que foram 32 os visitantes que indicaram ter praticado Desportos de Exploração de Natureza (quadro n.º 16) e apenas 28 responderam a esta questão.

7.4 Desportos de Vela

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	6	4,1
Muito Satisfeito	3	2,1
Total	9	6,2
Não responderam	136	93,8
Total	145	100,0

Quadro n.º 24 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Vela

Os turistas, após a realização de desportos de vela, apresentam de igual modo com os desportos anteriores, níveis de satisfação elevados. Neste caso, foram 11 os turistas que referiram terem praticado este tipo de desporto, mas apenas nove identificaram o seu grau nível de satisfação, sendo que 66,7% refere ter ficado satisfeito e 33,3% muito satisfeito.

Sendo Portimão uma cidade ladeada por água, revela assim óptimas condições de prática para este tipo de desportos.

7.5 Desportos Motorizados

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	0	0
Muito Satisfeito	3	2,1
Total	3	2,1
Não responderam	142	97,9
Total	145	100,0

Quadro n.º 25 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos Motorizados

Este tipo de desportos não foi muito procurado relativamente aos mencionados anteriormente, ou pelo menos, não foi praticado por um grande número de visitantes. Contudo, todas as opiniões foram unânimes em dar nota máxima após a prática deste tipo de desportos.

Dos 5 turistas que revelam ter realizado Desportos Motorizados (quadro n.º 16), 3 responderam a esta questão e todos eles ficaram *muito satisfeitos*, ou seja 100%.

7.6 Canoagem

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	1	0,7
Muito Satisfeito	1	0,7
Total	2	1,4
Não responderam	143	98,6
Total	145	100,0

Quadro n.º 26 – Sentimento dos visitantes após a realização de Canoagem

Foram apenas 2 os visitantes que realizaram a actividade de canoagem e a sua opinião esteve dividida. Um deles deu-se por satisfeito e outro ficou

muito satisfeito. Apesar de divididos é sempre um nível de satisfação bastante positivo.

7.7 BTT

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	1	0,7
Muito Satisfeito	3	2,1
Total	4	2,8
Não responderam	141	97,2
Total	145	100,0

Quadro n.º 27 – Sentimento dos visitantes após a realização de BTT

Após a realização de BTT, os 4 visitantes que o praticaram mostraram uma significativa satisfação, não fossem os 75% correspondentes ao muito satisfeito e os 25% referentes ao satisfeito.

Neste caso foram 4 os visitantes que responderam a esta questão, mas foram apenas 3 os que, na questão n.º 6 (quadro n.º 16), referiram ter realizado BTT durante a sua estadia.

7.8 Desportos de Raquete

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	10	6,9
Muito Satisfeito	5	3,4
Total	15	10,3
Não responderam	130	89,7
Total	145	100,0

Quadro n.º 28 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desportos de Raquete

Foram 15 os visitantes inquiridos que afirmaram ter praticado Desportos de Raquete. A opinião positiva continuou a estar presente, pois 10 dos mesmos referem terem-se sentido *satisfeitos* com a prática desta actividade e 5 ficaram *muito satisfeitos*.

7.9 Desporto Equestre

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	0	0
Muito Satisfeito	1	0,7
Total	1	0,7
Não responderam	144	99,3
Total	145	100,0

Quadro n.º 29 – Sentimento dos visitantes após a realização de Desporto Equestre

O Desporto Equestre, não foi muito procurado nem praticado pelos turistas, contudo, a única pessoa que respondeu a esta questão ficou *muito satisfeita* após a sua realização.

De referir que foram 2 os inquiridos que referiram na questão n.º 6 do questionário ter realizado ou que iriam realizar desporto equestre contudo, foi apenas um deles que deu a sua opinião. Tal facto se deve, ou porque de facto foi apenas um visitante a realizar esta actividade, ou por opção própria ou esquecimento de não ter respondido à referida questão.

7.10 Actividades de Ginásio

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	4	2,8
Satisfeito	14	9,7
Muito Satisfeito	5	3,4
Total	23	15,9
Não responderam	122	84,1
Total	145	100,0

Quadro n.º 30 – Sentimento dos visitantes após a realização de Actividades de Ginásio

Foram 23 os inquiridos que responderam a esta questão, contudo foram 25 os que, na questão n.º 6 do questionário, referiram ter realizado e/ou que iriam realizar durante a sua estadia. Assim sendo, 14 mostraram-se *satisfeitos* (60,9%), 5 *muito satisfeitos* (21,7%) e 4 *pouco satisfeitos* após terem realizado actividades de ginásio.

Apesar de apenas 4 visitantes não terem valorizado tão positivamente esta actividade como os restantes, este é um resultado a ter em conta, pois poderá ser um ponto onde as unidades hoteleiras ou entidades que possuem e gerem estes espaços, devem melhorar de modo a elevar o nível de satisfação dos seus clientes e utilizadores.

7.11 Safari

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	4	2,8
Satisfeito	9	6,2
Muito Satisfeito	12	8,3
Total	21	14,5
Não responderam	124	85,5
Total	145	100,0

Quadro n.º 31 – Sentimento dos visitantes após a realização de Safari

Safari foi a quarta actividade mais procurada pelos inquiridos.

Apesar de terem sido 22 a terem realizado ou pelo menos a mostrar interesse na sua realização, como mostra o quadro n.º 16, foram 21 os que manifestaram o seu sentimento após a realização do mesmo.

Após a observação do quadro n.º 27 é possível aferir que a maioria dos indivíduos que realizou safari se sentiu *muito satisfeita* (57,1%) e que os restantes se sentiram *satisfeitos* (42,9%). O que traduz, mais uma vez, a qualidade das actividades oferecidas e, por sua vez, praticadas.

7.12 Caminha organizada e caminhada Autónoma

	Caminhada Organizada		Caminhada Autónoma	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0	0	0
Pouco Satisfeito	0	0	0	0
Satisfeito	7	4,8	9	6,2
Muito Satisfeito	13	9,0	8	5,5
Total	20	13,8	17	11,7
Não responderam	125	86,2	128	88,3
Total	145	100,0	145	100,0

Quadro n.º 32 – Sentimento dos visitantes após a realização de Caminhada Organizada e Autónoma

Os dados acima descritos mostram como os turistas e inquiridos se interessam pelas caminhadas, sejam elas realizadas de forma organizada (20 responderam a esta questão, mas foram 21 a mostrar interesse pela mesma) ou simplesmente de forma autónoma (17 responderam a esta questão, mas foram 20 a referir que realizou ou iria realizar esta actividade). Ou seja, se considerarmos a caminhada como uma só, esta torna-se a primeira mais procurada com 41 interessados e/ou praticantes, logo seguida do Golfe com 40. Naturalmente que não pode ser descurado o investimento necessário para cada uma das actividades, mas é sempre um dado importante.

Em ambos os tipos de caminhadas, o nível de satisfação evidenciado é notório, contudo, existe uma diferença importante: enquanto que na caminhada organizada a maioria dos seus praticantes (65%) ficou *muito satisfeita* após a sua realização, na caminhada autónoma, a maioria (52,9%) ficou apenas *satisfeita*. O que poderá significar que, quando organizadas, as caminhadas terão uma qualidade superior.

7.13 Natação

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	5	3,4
Muito Satisfeito	2	1,4
Total	7	4,8
Não responderam	138	95,2
Total	145	100,0

Quadro n.º 33 – Sentimento dos visitantes após a realização de Natação

Após a realização de Natação, os inquiridos, revelaram-se *satisfeitos* (71,4%) e *muito satisfeitos* (28,6%), considerando um total de 7 os turistas que aproveitaram algum tempo da sua estadia para “dar umas braçadas”. Ainda assim, não se concluiu a opinião de 2 deles (verificar quadro n.º 16), ou por não terem chegado a realizar a actividade ou por simples opção de não responder ou por esquecimento.

7.14 Voleibol, Surf e Dança

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	0	0
Muito Satisfeito	1	0,7
Total	1	0,7
Não responderam	144	99,3
Total	145	100,0

Quadro n.º 34 – Sentimento dos visitantes após a realização de Voleibol, Surf e Dança

Foi apenas um, o número de inquiridos que revelou ter realizado Voleibol, Surf e Dança durante a sua estadia em Portimão. Apesar de ser um número solitário, nos três casos os praticantes atribuíram nota máxima para a respectiva modalidade, ou seja, sentiram-se *Muito Satisfeitos* após a sua realização, não deixando de ser um factor bastante positivo.

7.15 Ténis de Mesa

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	0	0
Muito Satisfeito	2	1,4
Total	2	1,4
Não responderam	143	98,6
Total	145	100,0

Quadro n.º 35 – Sentimento dos visitantes após a realização de Ténis de Mesa

Os dois visitantes que realizaram a modalidade de Ténis de Mesa revelaram-se Satisfeitos após a sua prática.

7.16 Bowling

	Frequência	Percentagem
Nada Satisfeito	0	0
Pouco Satisfeito	0	0
Satisfeito	1	0,7
Muito Satisfeito	1	0,7
Total	2	1,4
Não responderam	143	98,6
Total	145	100,0

Quadro n.º 36 – Sentimento dos visitantes após a realização de Bowling

Para o Bowling, foram igualmente dois os inquiridos que referiram ter praticado a modalidade, mas aqui as opiniões, apesar de serem ambas positivas, divergiram. Um dos praticantes sentiu-se *Satisfeito* e o outro *Muito Satisfeito*.

As três últimas questões existentes no questionário, solicitavam uma resposta aberta, ou seja, este tipo de pergunta tem como objectivo permitir ao inquirido a construção de uma resposta com as suas próprias palavras, possibilitando deste modo a sua liberdade de expressão.

Questão 8: “Voltaria a repetir essa(s) mesma(s) actividade(s)?”

	Frequência	Percentagem
Sim	122	84,1
Não	3	2,1
Total	125	86,2
Não responderam	20	13,8
Total	145	100,0

Quadro n.º 37 – Vontade dos visitantes/praticantes em repetir a(s) actividade(s) realizada(s)

Esta questão procurou perceber se os turistas/visitantes voltariam a repetir a(s) sua(s) experiência(s) de prática desportiva durante a sua estadia e porquê.

Quase a totalidade dos inquiridos respondeu que “sim”, que voltaria a repetir a(s) actividade(s) realizada(s). As justificações para esse facto foram várias.

Assim, a justificação mais indicada e pela qual os inquiridos voltariam a repetir a(s) actividade(s) que realizaram durante a sua estadia é pelo “*prazer e satisfação*” que as mesmas lhes dão.

Segue-se depois “*bons campos de golfe*”. Sendo o golfe a modalidade desportiva que mais condiciona os turistas em Portimão e até mesmo no Algarve, uma vez que grande parte dos turistas em Portimão aponta essa mesma modalidade como motivo principal da sua estadia, é bastante positiva esta resposta.

Existem depois vários turistas que referem as “*questões de saúde*” e o “*gosto pela modalidade praticada*” razões fortes que os fazem repeti-las numa próxima oportunidade.

O “*tempo/clima*” também ajudam, assim como a determinada actividade ser “muito relaxante”, o facto de existirem em Portimão “*praias lindas*” e “*pessoas simpáticas*”, uma “*boa organização*”, “*boas condições*”, “*fugir da vida citadina*”, “*descanso*”, foram mais alguns argumentos que os inquiridos revelaram.

Em contrapartida, o que levou aos três inquiridos a responder que não voltariam a repetir essa(s) mesma(s) actividade(s) foi a opção de querer *realizar actividades diferentes, uma vez é suficiente*, devem ser dados *mais detalhes de percursos para caminhadas* e o *ginásio do hotel deveria ter melhores condições*. Nem todas as justificações apresentadas são negativas, pois o facto de o visitante querer realizar actividades diferentes ou se praticar

uma actividade apenas uma vez for suficiente não quererá dizer que ficou insatisfeito com a mesma.

Questão 9: “Relativamente à(s) actividade(s) desportiva(s) realizada(s), o que considera que poderia ser melhorado?”

Aqui, houve também alguma diversidade de respostas, contudo uma maioria clara responde e considera que *“nada”* necessita de ser melhorado.

A pontualidade das restantes respostas e o que os inquiridos consideram que deveria de ser melhorado passa pela *“diminuição dos preços”*, uma *“maior e melhor divulgação”*, *“mais campos de golfe”*, *“mais vias para bicicletas”*, *“mais eventos desportivos na praia”*, *“mais campos de squash”*, *“aulas de grupo no hotel”*, *“melhorar o ginásio do hotel”* e *“maior variedade”* de actividades desportivas.

Questão 10: “Na sua opinião, o que falta a Portimão em termos de oferta Desportiva que possa complementar o produto Sol e Praia, numa perspectiva de desenvolvimento económico e social?”

A grande maioria das respostas refere que está *“tudo ok”*.

Contudo, ainda aparecem alguns inquiridos que *“Não têm conhecimento sobre a oferta desportiva existente”* e outros que sugerem a existência de uma *“maior divulgação”* das mesmas. Pontualmente são identificadas faltas como: *“pista de atletismo”*, *“melhores condições para andar de bicicleta”*, *“estádio de futebol”*, *“pavilhão de Basquetebol”*, *“mais eventos”*, *“mais parques ao ar livre”*, *“centro de estágio”*, *“mais campos de golf”*, *“mais actividades na área desportiva da Praia da Rocha, não só em Agosto”*, *“safari de bicicleta”*.

Questão 11: “Realizou todas as actividades desportivas que tencionava? Em caso negativo, quais gostaria de ter realizado e qual o motivo de não a(s) ter realizado”.

A esmagadora maioria dos inquiridos respondeu que “*Sim*”.

Nos casos negativos, as actividades que ficaram por ser realizadas e o motivo pela sua não realização foram, respectivamente, o “*ténis, por falta de tempo*”, “*desportos náuticos, concessões ainda fechadas*”, “*autódromo, falta de tempo*” (*desportos motorizados*), “*paddle*”, “*safari, falta de tempo*”, “*desportos náuticos, falta de publicidade*”, “*parapente*” e “*bicicleta*”. De referir ainda uma justificação sem actividade desportiva associada, “*falta de poder económico*”. Houve ainda que respondesse que este “*inquérito fez com que tomasse consciência do que poderia/deveria ter feito*”.

CAPÍTULO V – CONCLUSÕES

Desporto e Turismo em Portimão é uma temática até então inexistente. Não foi encontrado qualquer estudo ou trabalho neste âmbito específico o que dificultou a concretização de uma comparação de resultados.

Assim, nada melhor que o presente estudo para iniciar um trabalho e um estudo sobre esta temática de modo a contribuir para a obtenção de respostas a determinadas questões e incertezas na área.

Este foi um estudo bastante específico, que procurou acima de tudo, perceber como é que os turistas ocupam o seu tempo no concelho de Portimão, mais concretamente em termos de actividade física. Se a praticam e de que tipo.

O facto de os questionários terem sido aplicados durante os meses de Março, Abril e Maio de 2010, e não na época de Verão (altura do ano em que o concelho de Portimão se enche de turistas) por limitação temporal para a realização e apresentação da presente dissertação, dificultou na obtenção de uma amostra maior e mais generalizada. Contudo, são dados sempre importantes que podem e devem ser utilizados para a altura do ano estudada. Uma vez que os restantes nove meses do ano (épocas mais baixas) não poderão ser esquecidas por parte da autarquia, unidades hoteleiras, empresas, etc.

Sem dúvida que o objectivo que este estudo tinha de poder “contribuir para o aprofundamento do estudo da relação turístico/desportiva” foi alcançado. Se não vejamos...

Com base nos resultados obtidos e provenientes do questionário aplicado, foi possível chegar a diversas conclusões.

Como uma das conclusões gerais verificou-se que a maioria dos indivíduos que visitam Portimão na altura da Primavera são do género feminino e o escalão etário predominante está entre os 31 e os 50 anos de idade.

Relativamente ao país mais representado pelos seus cidadãos em Portimão, foi a Inglaterra (33,8%), ou seja, são os ingleses os turistas que mais procuram e visitam Portimão. Como mercado externo, verificamos que depois dos ingleses, são os irlandeses que se apresentam em maior número no concelho, seguido pelos holandeses. A Escócia e a Alemanha surgem depois mas encontram-se, ainda assim, bem representadas.

Quando comparados estes resultados com os do estudo “*Portimão – Perfil do Turista*” efectuado aos turistas no Verão de 2008, verificou-se de igual modo, a predominância dos turistas provenientes do Reino Unido em Portimão (29,6%). A Espanha foi o segundo país a emitir mais cidadãos, seguida da Irlanda, Holanda e Alemanha.

De acordo ainda com os “Anuários Estatísticos Regionais 2008” (INE), neste mesmo ano o *ranking* dos principais mercados emissores para o Algarve foram o Reino Unido, Alemanha, Espanha, Países Baixos, França, Irlanda e Itália. Houve ainda um bom desempenho do mercado francês e do holandês. Apesar de não ser pela mesma ordem, mas mais uma vez são destacados os mesmos países. O que permite aferir quais os principais mercados de turistas em Portimão.

Para a maioria dos turistas inquiridos no presente estudo (57,9%) esta não foi a sua primeira visita ao concelho de Portimão. Comparativamente ao estudo “*Portimão – Perfil do Turista*” efectuado aos turistas no Verão de 2008, onde 63,9% da amostra referiu ser a sua primeira visita à cidade, é possível verificar que há uma semelhança no resultado. O que significa que a maioria dos indivíduos que escolhem Portimão para visitar e passar férias, seja na Primavera ou no Verão, consideram essa mesma experiência positiva e voltam a repeti-la.

Outra das questões do questionário aplicado, permitiu aferir (ou até mesmo confirmar) que é entre os meses de Julho e Setembro que os turistas mais procuram a cidade de Portimão. Tal seria esperado, pelas características deste concelho. A segunda época do ano onde os visitantes e turistas o fazem é entre Outubro e Dezembro. Por oposição os meses de Janeiro, Fevereiro e Março foram os que menos incentivaram à visita da cidade.

Não podendo ser comparável por estudarem realidades diferentes, mas apenas por curiosidade, este resultado vai, em parte, ao encontro de uma das conclusões do Inquérito às Deslocações dos Residentes realizada em 2009 sobre a recolha de informação sobre a Procura Turística dos Residentes em Portugal. Este refere que o início das viagens turísticas foi mais frequente no mês de Agosto, onde cerca de 3,1 milhões de viagens turísticas se iniciaram no mês de Agosto representando 17% do total de viagens realizadas durante 2009. Contudo, o extremo inverso de ambos os estudos não são coincidentes pois os meses menos importantes em termos turísticos em Portugal foram Outubro e Novembro que no seu conjunto correspondendo a 10,3% das deslocações.

Em seguimento ao resultado anterior foi possível verificar que o principal motivo de visita a Portimão foi o “Sol e Praia”. Um pouco mais distante apareceu o “Descanso” e logo seguido de “Lazer e Animação”. Mais uma vez aqui se de nota a importância que as praias e o clima do concelho possuem na escolha de Portimão como destino turístico assim como a procura de actividades de lazer (onde se podem incluir actividades físicas de lazer). Fora do pódio mas ainda com um peso importante, surgem a “Natureza e Ambiente” e “Desportos de Natureza”. O que significa que os visitantes procuram manter-se activos durante a sua estadia.

Em relação ao estudo “*Portimão – Perfil do Turista*” efectuado aos turistas no Verão de 2008, “Sol e Mar” foram também eles considerados pelos turistas, os principais atractivos do concelho. Seguindo-se “Saúde e Bem-Estar”, vindo depois a “Gastronomia e Vinhos”, “Programas de Fim-de-

Semana” (city break), o “Turismo Náutico”, o “Turismo de Natureza” e por fim o “Turismo Residencial”.

Em conformidade com o estudo realizado em 2009 a “Procura Turística dos Residentes” (INE) em Portugal, o motivo “Lazer, recreio e férias”, no período correspondente ao Verão, de Junho a Agosto, concentra 43,3% do total de deslocações iniciadas por este motivo.

Em consequência ao principal motivo de visita “Sol e Praia” conseguiu-se aferir que é na “Praia” que os turistas costumam ocupar a maior parte do seu tempo durante a sua estadia em Portimão. Para além desta, a “Actividade Física”, o “Campo” e a “Visita ao Património” são os mais presenciados. É bastante interessante ver a Actividade Física como uma das mais procuradas para ocupar o tempo de estadia. Factor bastante positivo.

Foi possível concluir ainda com este estudo que, apesar da diversidade de actividades físicas que os turistas praticam no concelho de Portimão durante a sua estadia, o golfe é sem dúvida a que atrai mais indivíduos, principalmente estrangeiros.

Sendo importante conhecer as actividades desportivas que os turistas procuram, saber qual o seu nível de satisfação após a realização das mesmas tornava-se ainda mais importante. Foi então notório e esmagador o nível de satisfação dos turistas, pois foram apenas quatro os que referiram terem ficado “pouco satisfeitos” após a realização de Actividades de Ginásio. Para todas as outras actividades físicas os seus frequentadores referiram terem-se sentido “muito satisfeitos” e “satisfeitos”.

Quase a totalidade dos inquiridos respondeu que voltaria a repetir as experiências desportivas vividas.

No estudo “*Portimão – Perfil do Turista*” efectuado aos turistas no Verão de 2008 concluiu-se que Portimão é um destino que satisfaz plenamente a

quase totalidade dos inquiridos deste estudo, uma vez que 97,4% da amostra revelou intenção de regressar nos próximos 3 anos.

Factos que demonstram bem a qualidade da cidade de Portimão e a satisfação que os turistas levam aquando da sua estadia.

Tudo isto vai ao encontro de outro dos objectivos a que esta dissertação se propôs, pois foi possível “perceber os hábitos/rotinas dos turistas em termos de actividade física/desportiva e o nível de satisfação que as mesmas lhes proporcionam”.

Este estudo teve ainda como objectivo, a “definição um conjunto de aspectos a melhorar e a desenvolver de modo a colmatar a insuficiência e/ou insatisfação dos turistas que usufruem da oferta desportiva em Portimão”.

Pelas diversas respostas dos inquiridos, foi possível perceber que a satisfação foi realmente grande, levando a que a maioria das respostas não contemplasse qualquer necessidade de melhoria. O que parte dos turistas e visitantes consideraram que poderia ser melhorado passa pela “*diminuição dos preços*”, uma “*maior e melhor divulgação*” das várias actividades possíveis de realizar, “*mais campos de golfe*”, “*mais vias para bicicletas*”, “*mais eventos desportivos na praia*”, “*mais campos de squash*”, “*aulas de grupo no hotel*”, “*melhorar o ginásio do hotel*” e “*maior variedade*” de actividades desportivas.

Para a autora deste estudo, o concelho de Portimão dado o seu clima, as condições paisagísticas, urbanas, geográficas, é um concelho que pode desenvolver um aparelho turístico/desportivo diversificado. O caso do golfe veio demonstrar e potenciar esse nicho de mercado, revelando que possibilidades não faltam ao concelho.

Para outras modalidades, especialmente para a alta-competição e seus profissionais, faltam os centros de estágio que permitam lidar com a diversidade de práticas e necessidades, podendo considerar-se que este mercado seria extremamente interessante.

Portimão poderia apostar neste tipo de segmento de mercado, uma vez que apresenta excelentes condições climáticas e geográficas, se apostasse numa política criteriosa de desenvolvimento do sector turístico/desportivo.

Após a realização deste estudo é possível elaborar algumas recomendações para um próximo estudo neste âmbito.

Uma delas passaria pela aplicação de um questionário na época de Verão, entre os meses de Junho e Agosto, altura em que há a maior concentração de turistas em Portimão e de onde poderão ser retiradas mais informações sobre o tema em questão, pois é também nesta altura que o leque da oferta das mais variadas actividades físicas e desportivas é maior. Em conformidade, poder-se-ia alargar um pouco mais a amostra.

Caso o objectivo de um próximo estudo não seja apenas de procurar a saber a satisfação dos turistas/clientes em determinadas actividades físicas, poder-se-á aumentar o tipo de questões (do questionário), relacionado as várias variáveis, como por exemplo, acrescentar ao questionário neste estudo aplicado questões como: “número de noites de estadia”, se for um turista português, procurar saber “em que região reside”, “tipo de local de estadia”, etc. Será um estudo que relacionará, para além das actividades desportivas praticadas e correspondente nível de satisfação, outras informações de onde se podem tirar elações e fazer correspondências também interessantes.

CAPÍTULO VI – BIBLIOGRAFIA

- BARROS, F. (2004) *in* LOURENÇO, R. (2008). Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho”. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade da Beira Interior.
- BARROS, F. (2006). Desporto e Turismo na RAM – região Autónoma da Madeira: Um Estudo com Séries Temporais. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa: UTL/FMH.
- CARVALHO, P. & Rui, L. (2008). Turismo de Prática Desportiva : Um segmento do Mercado do Turismo Desportivo. Disponível em: <http://mpr.aub.uni-muenchen.de/10959/>.
- Confederação do Turismo Português/SaER (2005). Reinventando o Turismo em Portugal. Lisboa: Confederação do Turismo Português.
- CUNHA, L. (2003). Introdução ao Turismo. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- CUSTÓDIO, M.; GOUVEIA, P; OLIVEIRA, V.; PERNA, F. (2008). Perfil do Turista de Portimão. Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo – Universidade do Algarve. Câmara Municipal de Portimão. Portimão Turis EM. 2009.
- LOURENÇO, R. (2008). Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho”. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade da Beira Interior.
- NUNES, P. (2005) Lazer, turismo e desporto: a animação turístico-desportiva numa perspectiva de sustentabilidade. Dissertação

apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto. Lisboa. UTL/FMH.

- PEREIRA, E. (1999). Desporto e Turismo – Análise estratégica dos meios de alojamento de categoria média e superior da região do Algarve. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto. Lisboa. UTL/FMH.
- PEREIRA, E. (2001). Desporto e Turismo – Dinâmicas de Desenvolvimento. *In Actas do 11.º Congresso do Algarve*. Silves. Racal Clube.
- PEREIRA, E. (2003). Serviços de desporto e turismo. *In: Marketing do desporto: curso de pós-graduação*. Cruz Quebrada.
- PIGEASSOU, C.; BUI-XUAN, G.; GLEYSE, J. (2003). Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field. *Journal of Sport Tourism* 8(1): 27-34 *in LOURENÇO, R. (2008). Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho*". Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade da Beira Interior.
- PONTE, João Pedro (2006). *Estudos de caso em educação matemática*. *Bolema*, 25, 105-132. Este artigo é uma versão revista e actualizada de um artigo anterior: Ponte, J. P. (1994). O estudo de caso na investigação em educação matemática. *In* <http://grupo4te.com.sapo.pt/mie2.html>
- SÉRGIO, M. (1996). Epistemologia da Motricidade Humana. Lisboa: Faculdade de Motricidade Humana *in LOURENÇO, R. (2008). Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho*". Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade da Beira Interior.

- STANDEVEN, J.; DEKNOP, P. (1999) – Sport Tourism. USA. Human Kinectis *in* PEREIRA, E. (2001). Serviços de desporto e turismo. *In*: Marketing do desporto: curso de pós-graduação. Cruz Quebrada.

Documentos Estatísticos:

- Actividade Turística Janeiro 2010. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 12 de Março de 2010.
- Actividade Turística Fevereiro 2010. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 13 de Abril de 2010.
- Actividade Turística Março 2010. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 10 de Maio de 2010.
- O Território: 2008. Região do Algarve. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2010.
- Anuários Estatísticos Regionais 2008. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 26 de Novembro de 2009.
- Estatísticas do Turismo 2008. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2009.
- Estatísticas do Turismo 2009. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 2010.
- Turismo em Foco 2005-2009. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. 21 de Abril de 2010.
- Eurostat Pocketbooks. Tourism Statistics. 2008. Luxembourg.
- Eurostat Pocketbooks. Panorama on Tourism. 2008. Luxembourg.

Sítios consultados na Internet:

- <http://www.turismodeportugal.pt>
- <http://www.ine.pt>
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- <http://www.visitalgarve.pt>
- <http://www.turismoalgarve.pt/>
- <http://www.cm-portimao.pt>

Legislação consultada e por onde se rege o Desporto e o Turismo nas suas variadas vertentes¹³:

Turismo de Natureza – Código de Conduta

- Portaria n.º 651/2009, de 12 de Junho
Define o Código de Conduta a adoptar pelas empresas de animação turística e dos operadores marítimo-turísticos que exerçam actividades reconhecidas como turismo de natureza e o logótipo que os identifica.

Utilidade Turística

- Decreto-Lei n.º 423/83, de 5 de Dezembro
- Decreto-Lei n.º 38/94, de 8 de Fevereiro

¹³ www.sejd.gov.pt

Plano Estratégico Nacional de Turismo

- Resolução do Conselho de Ministros n.º 53/2007 (DR, I Série, n.º 67, de 4 de Abril)

Empresas de Animação Turística

- Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de Maio
- Decreto-Lei n.º 204/2000, de 1 de Setembro

Actividade Marítima-Turística

- Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de Maio
- Decreto Legislativo Regional n.º 23/2007/A, de 23 de Outubro
- Decreto-Lei n.º 21/2002 de 31 de Janeiro

Interesse Turístico

- Decreto Regulamentar n.º 22/98 de 21 de Setembro

Empreendimentos Turísticos

- Decreto-Lei n.º 228/2009, de 14 de Setembro
(Altera e republica o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março)
- Portaria n.º 358/2009, de 6 de Abril (Requisitos das instalações desportivas dos empreendimentos turísticos.)
- Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março
- Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março (Rectificação)
- Portaria n.º 327/2008, de 28 de Abril

CAPÍTULO VII – ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1 – Questionário



INQUÉRITO AOS TURISTAS E VISITANTES

Com o *Inquérito por Questionário* pretendemos obter a opinião dos turistas e visitantes do município de Portimão, acerca do grau de satisfação da oferta turística-desportiva existente.

A aplicação do inquérito está integrada num projecto que visa a obtenção do grau de mestre na especialidade de Gestão do Desporto, pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade Técnica de Lisboa.

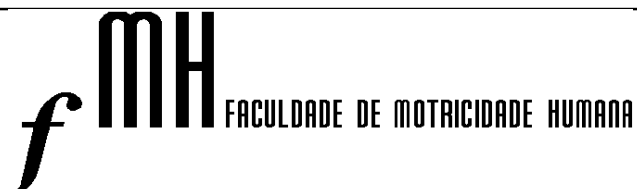
Importa referir que este instrumento de recolha de dados faz parte de um conjunto de outros instrumentos visando abordagens qualitativas e quantitativas, no que diz respeito a *Oferta e Procura Turística*, dirigidos a diferentes públicos.

O anonimato e a confidencialidade serão rigorosamente respeitados, assim como a informação nele contida será apenas divulgada de forma agregada, após tratamento estatístico, razão pela qual agradecemos que responda com sinceridade às questões apresentadas, para que a recolha de dados e o resultado do estudo seja o mais fidedigno possível.

Agradecemos antecipadamente a colaboração prestada, indispensável para o sucesso deste projecto.

Faculdade de Motricidade Humana
A Candidata,

Marta de Sousa Glória Catarino



1. Identificação

- 1.1. Sexo: 1.1.1. Masculino 1.1.2. Feminino
- 1.2. Idade: ____ 1.3. Profissão: _____
- 1.4. Nacionalidade: _____ 1.5. País de Residência: _____

2. É a primeira vez que visita Portimão?

- 2.1. Sim (passe para 3) 2.2. Não (Em caso negativo responda as questões 2.1.1. e 2.1.2.)
- 2.1.1. Quantas vezes visitou Portimão? _____
- 2.1.2. Em que época do ano efectuou a sua última visita? _____

3. Através de que meios teve conhecimento de Portimão?

- 3.1. Material Promocional 3.2. Familiares /Amigos 3.3. Feiras 3.4. Agência de Viagens
- 3.5. Internet 3.6. TV/Radio 3.7. Jornais/Revistas 3.8. Outro Qual? _____

4. Indique (X) quais os 3 principais motivos da sua visita:

4.1. Sol e Praia	<input type="checkbox"/>	4.6. Passagem p/ outro destino	<input type="checkbox"/>
4.2. Descanso	<input type="checkbox"/>	4.7. Natureza e Ambiente	<input type="checkbox"/>
4.3. Lazer e Animação	<input type="checkbox"/>	4.8. Participação em Eventos Culturais / Musicais	<input type="checkbox"/>
4.4. Desportos de Natureza	<input type="checkbox"/>	4.9. Visita a familiares/amigos	<input type="checkbox"/>
4.5. Profissionais/Negócios	<input type="checkbox"/>	4.10. Outro <input type="checkbox"/> Qual? _____	<input type="checkbox"/>

5. Qual o tempo de estadia (número de noites)?

- 5.1. Portimão
- 5.2. Fora de Portimão
- 5.2.1. Onde? _____

6. Como costuma ocupar o seu tempo durante a estadia em Portimão?

Ocupações	Nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Todos os dias
6.1. Na Praia					
6.2. No Campo					
6.3. Actividade Física e Desportiva					
6.4. Passeio/Interpretação Ambiental					
6.5. Sidas nocturnas/Esplanadas/Discootecas					
6.6. Convívio em casa com amigos					
6.7. Visita ao Património					
6.8. Visita a exposições, feiras e espectáculos					

7. Indique (X) os 3 principais critérios de escolha de Portimão para concretizar o seu objectivo de viagem?			
7.1. Proximidade do local de residência		7.8. Oferta de produtos locais	
7.2. Boas acessibilidades		7.9. Preço	
7.3. Ambiente e natureza		7.10. Oferta de excursões/ pacotes turísticos	
7.4. Património Histórico		7.11. Possibilidade de realização de desportos	
7.5. Vida nocturna		7.12. Infra-estruturas de apoio	
7.6. Qualidade das unidades de alojamento		7.13. Outro/Qual? _____	
7.7. Clima			

8. Que tipo de Desportos realizou e/ou vai realizar durante a sua estadia?			
8.1. Náuticos		8.8. Desportos de Raquete	
8.2. Golf		8.9. Equestre	
8.3. Exploração da Natureza		8.10. Ginásio (musculação, aulas de grupo)	
8.4. Vela		8.11. Safari	
8.5. Motorizados		8.12. Caminhada Organizada	
8.6. Canoagem		8.13. Outro/Qual? _____	
8.7. BTT			

9. Após a realização da respectiva actividade desportiva, sente-se:			
Desporto de:		Desporto de:	
9.2. Nada Satisfeito		9.10. Nada Satisfeito	
9.3. Pouco Satisfeito		9.11. Pouco Satisfeito	
9.4. Satisfeito		9.12. Satisfeito	
9.5. Muito Satisfeito		9.13. Muito Satisfeito	
Desporto de:		Desporto de:	
9.6. Nada Satisfeito		9.14. Nada Satisfeito	
9.7. Pouco Satisfeito		9.15. Pouco Satisfeito	
9.8. Satisfeito		9.16. Satisfeito	
9.9. Muito Satisfeito		9.17. Muito Satisfeito	

10. Voltaria a repetir essa(s) mesma(s) actividade(s)?

10.1. Sim 10.1.1. Porquê? _____

10.2. Não 10.2.1. Porquê? _____

11. Relativamente à(s) actividade(s) desportiva(s) realizada(s), o considera que poderia ser melhorado?

12. Na sua opinião, o que falta a Portimão em termos de Oferta Desportiva que possa complementar o produto Sol e Praia, numa perspectiva de desenvolvimento económico e social?

13. Realizou todas as actividades desportivas que tencionava? Em caso negativo, quais gostaria de ter realizado e qual o motivo de não a(s) ter realizado?

14. Gostaria de voltar a Portimão?

14.1. Sim 14.1.1. Porquê? _____

14.2. Não 14.2.1. Porquê? _____

15. Aconselharia Portimão aos seus conhecidos?

15.1. Sim 15.1.1. Porquê? _____

15.2. Não 15.2.1. Porquê? _____

Obrigado pela Colaboração!

Marta de Sousa Glória Catarino