



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

Filipe Fernandes Taveira

As Atividades Náuticas e a Dinamização Turística:
O caso do Alto Minho e Esposende

Mestrado em Desporto Natureza

Trabalho efetuado sob orientação:

Professora Doutora Alexandra Correia (ESTG-IPVC)

Agosto 2019

TAVEIRA, Filipe Fernandes (2019)

As Atividades Náuticas e a Dinamização Turística: o caso do Alto Minho e Esposende. Dissertação do Mestrado em Desporto Natureza. Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Desporto e Lazer. Orientação: Professora Doutora Alexandra Correia do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão.

Palavras-chave: Turismo Náutico, Dinamização, Atividades Náuticas

Este trabalho realiza-se no âmbito do Projeto TURNOUT - Desenvolvimento do Turismo Outdoor da Região Norte de Portugal, POCI-01-0145-FEDER-032289 financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), através do Programa Operacional, Competitividade e Inovação (POCI) e pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P. (OE).

“The best of Portugal are the Portuguese”

Taleb Rifai, Secretário Geral da Organização Mundial do Turismo

Agradecimentos

A concretização da dissertação foi um dos maiores desafios académicos que tive e a sua realização só foi possível graças a um conjunto vasto de pessoas. Deste modo, quero agradecer:

- À professora Doutora Alexandra Correia pela paciência, conhecimento e entusiasmo. Foi sem dúvida uma excelente escolha para me acompanhar neste processo;
- Ao professor Doutor António Brandão da Escola Superior de Desporto e Lazer do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, pelo apoio inicial deste processo;
- A todas as pessoas do setor público pela compreensão, boa disposição e disponibilidade para a realização das entrevistas;
- A todos os empresários que além de terem disponibilizado o seu tempo na realização de entrevista, também foram fundamentais na disseminação dos inquéritos por questionário nas empresas onde são responsáveis;
- Aos meus pais, Alice Taveira e Carlos Taveira, que sempre me apoiaram na busca dos meus objetivos e às minhas irmãs Anabela Taveira e Júlia Taveira por estarem sempre comigo;
- Aos colegas de mestrado, em especial à Elisa Costa e Joana Martins;
- Aos meus amigos que me apoiaram, aconselharam e ajudaram dentro dos seus conhecimentos: Renan Morgado, Ângela Gil, Diana Pereira, José Fernandes, José Raposo e Soraia Lopes;
- À Inês Cruz, que mesmo longe, nunca distante;
- Aos meus colegas da Pousada S. Teotónio em Valença, que me apoiaram, em especial o Diretor Sr. António Neiva; e o João Ribera;
- E a todas as pessoas que responderam aos inquéritos por questionário.

Sem estas pessoas nada do que fiz teria sido possível e uma vez mais, demonstro a minha gratidão a todos eles.

Resumo

O turismo é um setor em constante mudança e os visitantes são, cada vez mais, informados, experientes e exigentes. Das diferentes razões que motivam os turistas a visitar determinados destinos, a prática das atividades náuticas tem ganhado um crescente destaque, sobretudo, nas últimas décadas. A procura por atividades náuticas tem levado à oferta de diferentes atividades e experiências. Deste modo, as atividades náuticas podem ser um fator de atração, de dinamização e de diferenciação de um destino, e, em particular, do Alto Minho e Esposende.

A presente dissertação tem como objetivo principal analisar o papel das atividades náuticas na dinamização das atividades turísticas na região do Alto Minho e Esposende. Por forma a dar resposta ao objetivo anteriormente referido, foi necessário fazer uma análise aos sectores da náutica e do turismo, no país e na região. Primeiro, foram analisados dados fornecidos pelo Registo Nacional de Agentes de Animação Turística. Seguidamente, foram entrevistados intervenientes, quer do setor público, quer do setor privado, que trabalham o turismo náutico na região. Por fim, foram aplicados inquéritos por questionário a quem pratica as atividades na região em estudo. O presente estudo está enquadrado no Projeto “TURNOUT – Desenvolvimento do Turismo *Outdoor* na região Norte” e pretende contribuir para um maior conhecimento da realidade em estudo no território Alto Minho e Esposende.

Deste modo, para além da caracterização do território, foi possível, também, apresentar o perfil dos visitantes e das motivações que os levam a escolher o Alto Minho e Esposende para a prática de atividades náuticas. Os resultados evidenciam que os concelhos costeiros são os mais procurados e, simultaneamente, aqueles que oferecem uma maior oferta e variedade para a prática de atividades náuticas.

Esta dissertação contribui para reforçar a aposta que os agentes públicos e privados têm desenvolvido na região e a importância que estas atividades têm para a dinamização turística deste território. A partir das conclusões do estudo,

são apresentadas um conjunto de propostas que visam contribuir para a dinamização das atividades náuticas no território em análise.

Abstract

Tourism is a changing industry and visitors are increasingly informed, experienced and demanding. Amongst the different reasons that motivate tourists to visit certain destinations, the practice of nautical activities has gained a growing prominence, especially in recent decades. The search for nautical activities has led to the offer of different activities and experiences. Thus, nautical activities can be a factor of attraction, dynamization and differentiation of a destination, such as in case of Alto Minho and Esposende.

The present dissertation has as a main aim to analyse the role of nautical activities in enhancing tourist activities/experiences in Alto Minho and Esposende region. In order to meet the above aim, it was necessary to analyse the nautical and tourism sectors in the country and in the region. First, data provided by the National Register of Tourist Animation Agents (RNAAT – Registo Nacional de Agentes de Animação Turística) were analysed. In addition, interviews were conducted to stakeholders from the public and private sectors working on nautical tourism-related areas in the region. Finally, questionnaire surveys were applied to those who practicing activities in the region under study. This study is part of the project “TURNOUT - Development of Outdoor Tourism in the North Region” and aims to contribute to a better knowledge of the reality under study in Alto Minho and Esposende territory.

Beyond the characterization of the territory, it was also possible to present the profile of visitors and the motivations that lead them to choose the Alto Minho and Esposende for the practice of nautical activities. The results show that the coastal municipalities are the most sought after and, at the same time, those that offer a greater offer and variety for the practice of nautical activities.

This dissertation contributes to reinforce the vision that public and private stakeholders have developed in the region and the importance that these activities have for the tourist promotion of this territory. From the conclusions of

the study, a set of proposals are presented that aim to contribute to the dynamization of nautical activities in the analysed territory.

Abreviaturas, Siglas e Símbolos

AEP	Associação Empresarial de Portugal
AM+E	Alto Minho e Esposende
AML	Área Metropolitana de Lisboa
AMT	Atividades Marítimo-Turísticas
AT	Animação Turística
ATTA	<i>Adventure Travel Trade Association</i>
CAR	Centro de Alto Rendimento
CIM	Comunidade Intermunicipal
CM	Câmara Municipal
CSM	Conta Satélite do Mar
DINK	<i>Double Income No Kids</i>
DL	Decreto-Lei
ENM	Estratégia Nacional para o Mar
EAT	Empresas de Animação Turística
FAO	<i>Food and Agriculture Organization</i>
GWU	<i>George Washington University</i>
IMO	<i>International Maritime Organization</i>
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPDT	Instituto Planeamento e Desenvolvimento do Turismo
IUCN	<i>International Union for Conservation of Nature</i>
NUT	Nomenclatura das Unidades Territoriais
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
RNAAT	Registo Nacional de Agentes de Animação Turística
RRAAT	Registo Regional Agentes de Animação Turística
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>
OMT	Operador Marítimo-Turístico
ONU	Organização das Nações Unidas
SUP	<i>Stand Up Paddle</i>
TER	Turismo em Espaço Rural
UNDP	<i>United Nations Development Programme</i>
UNEP	<i>United Nations Environment Programme</i>

UNWTO	<i>United Nations World Tourism Organization</i>
VAB	Valor Acrescentado Bruto
WCT	<i>World Championship Tour</i>
WTTC	<i>World Travel and Tourism Council</i>

Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo	iv
Abstract.....	v
Abreviaturas, Siglas e Símbolos	vii
Índice de Figuras	xi
Índice de Gráficos	xii
Índice de Tabelas	xiii
Capítulo I – Introdução.....	1
1.1. Introdução	1
1.2. Formulação do Problema	3
1.3. Questões de Investigação	4
1.4. Objetivos	4
1.5. Estrutura.....	5
Capítulo II – Revisão da Literatura	7
2.1. Atividade Náutica	7
2.2. Turismo	7
2.3. A Náutica na Dinamização das Experiências Turísticas	17
Capítulo III – A Náutica em Portugal.....	21
3.1. Náutica e Turismo: destinos nacionais.....	29
3.1.1. Nazaré	29
3.1.2. Peniche – Rip Curl Pro	30
Capítulo IV – Metodologia.....	32
4.1. Dados Secundários	34
4.2. Dados Primários.....	35
4.2.1. Inquérito por Questionário	35
4.2.2. Caracterização da Amostra	39

4.2.3. Inquérito por Entrevista.....	45
Capítulo V – Alto Minho e Esposende - Enquadramento.....	47
5.1. Alto Minho e Esposende	47
5.1.1. Caracterização Turística	48
5.2. Oferta de Recursos	50
5.3. Outras Estruturas	54
5.4. Eventos	55
Capítulo VI – Resultados	57
6.1. Caracterização das Empresas de Animação Turística.....	57
6.2. Caracterização das AT em Portugal.....	58
6.3. Caracterização das AT na AM+E	65
6.4. Resultados dos Inquéritos.....	70
6.5. Resultados das Entrevistas Exploratórias	83
Capítulo VII – Discussão de Resultados e Propostas.....	90
Capítulo VIII – Conclusões	96
Bibliografia	99
Apêndice I.....	114
Apêndice II.....	119
Apêndice III.....	120
Apêndice IV	123
Apêndice V	130
Anexo 1.....	131

Índice de Figuras

Figura 1. Turismo Náutico: a intersecção dos conceitos	12
Figura 2. Tendências mundiais para o Turismo	20
Figura 3. Os 9 grupos que compõe a Economia do Mar	21
Figura 4. Registo nacional de empresas de turismo	23
Figura 5. Desafios para uma estratégia a 10 anos.....	26
Figura 6. Os 5 eixos estratégicos para o desenvolvimento sustentado.....	27
Figura 7. Ativos estratégicos na náutica.....	28
Figura 8. Organograma do estudo de caso	32
Figura 9. Enquadramento do turismo náutico.....	34
Figura 10. NUT III - Norte de Portugal.....	47
Figura 11. Dormidas no Alto Minho e Esposende	50
Figura 12. Recursos na região do Alto Minho e Esposende	51
Figura 13. Hierarquia do património natural, paisagístico e construído do Alto Minho	52
Figura 14. Localização da maioria das EAT no AM+E	66
Figura 15. Localização da maioria dos OMT no AM+E	67

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Tipologia das Empresas de Animação Turística em Portugal.....	58
Gráfico 2. Localização das empresas de AT por NUT II	59
Gráfico 3. Localização das EAT, por NUT II.....	60
Gráfico 4. Localização das Empresas com AMT, por NUT II	60
Gráfico 5. Localização das Empresas OMT, por NUT II.....	61
Gráfico 6. Total de Registos de Empresas de AT	62
Gráfico 7. Variação da Criação de Empresas de AT em Portugal.....	62
Gráfico 8. Crescimento do Turismo em Portugal.....	63
Gráfico 9. Variação de Criação de Empresas de AT, por NUT II	64
Gráfico 10. Tipologia das Empresas de AT no Alto Minho e Esposende	65
Gráfico 11. RNAAT, por concelho do AM+E	66
Gráfico 12. Registo de OMT no AM+E	67
Gráfico 13. Localização das EAT no AM+E	68
Gráfico 14. Localização das empresas com AMT no AM+E	68
Gráfico 15. Evolução da criação de empresas de AT no AM+E.....	69
Gráfico 16. Variação na criação de Empresas de Animação Turística.....	70

Índice de Tabelas

Tabela 1. Nº de visualizações pela plataforma oficial do Rip Curl.....	31
Tabela 2. Municípios onde foram realizados os questionários	38
Tabela 3. Género	39
Tabela 4. Grupo de Idades.....	39
Tabela 5. Origem dos respondentes	40
Tabela 6. Mercado Nacional por distrito	40
Tabela 7. Mercado Europeu	40
Tabela 8. Estado Civil	41
Tabela 9. Habilitação Literária	41
Tabela 10. Situação profissional	42
Tabela 11. Frequência semanal para a prática desportiva.....	42
Tabela 12. Modalidades mais praticadas	42
Tabela 13. Com quem realizou a última atividade.....	43
Tabela 14. Características dos grupos.....	44
Tabela 15. Número de dias/horas na região	44
Tabela 16. Alojamento	44
Tabela 17. Gasto médio total, por pessoa em atividades náuticas	45
Tabela 18. Visitou outro município para a prática de atividades náuticas	70
Tabela 19. Visita com objetivo de realizar atividades náuticas.....	71
Tabela 20. Motivação não náutica para realizar a visita.....	71
Tabela 21. Principal razão para a prática de atividades náuticas.....	72
Tabela 22. Todas as modalidades praticadas durante a visita.....	72
Tabela 23. Atividades realizadas pelos acompanhantes.....	73
Tabela 24. Aspetos mais positivos na região do AM+E	74
Tabela 25. Aspetos menos positivos na região do AM+E	74
Tabela 26. Avaliação da experiência náutica no AM+E	74
Tabela 27. Outras atividades realizadas no AM+E	75
Tabela 28. Atividades que gostaria de ter realizado.....	76
Tabela 29. Visitação de espaços museológicos de âmbito náutico.....	76
Tabela 30. Razões para voltar a praticar atividades náuticas num concelho do AM+E	77

Tabela 31. Informação relevante disponível nos meios digitais para praticantes de atividades náuticas.....	79
Tabela 32. Conhecimento da aplicação móvel "Alto Minho, Náutica & Natureza"	83
Tabela 33. Recomendação do AM+E para a prática de atividades náuticas ...	83
Tabela 34. Praias com potencial de ondas em Portugal	114
Tabela 35. Número de Embarcações e passageiros, por ano, por porto	119
Tabela 36. Marinas registadas na DGRM	120
Tabela 37. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, por localização geográfica.....	131

Capítulo I – Introdução

1.1. Introdução

A náutica tem vindo a ganhar um crescente destaque, refletido em diferentes documentos estratégicos. No contexto internacional, o *“Crescimento Azul – Oportunidades para um crescimento marinho e marítimo sustentável”* é considerado uma referência na medida em que destaca cinco cadeias de valor com potencial de criar postos de trabalho e desenvolvimento sustentável da economia azul (Comissão Europeia, 2012). No contexto nacional, são diversos os documentos que demonstram a importância e o interesse na Náutica, como são exemplo, a *“Estratégia Nacional para o Mar”* (Governo de Portugal, 2013), *“Portugal Náutico”* (AEP, 2015) e a *Conta Satélite do Mar (CSM)* (INE, 2016a). Ao nível regional, os documentos: *“Náutica, como fator de desenvolvimento da região Norte”* (Intercéltica, 2008), *“Agenda Regional do Mar”* (CCDR-N, 2009), e *“Viana, terra náutica”*(CIM Alto Minho, 2014b). As várias atividades desenvolvidas no mar ou com ligação ao mar são, muitas vezes, destacadas, face ao seu papel para a economia, em particular, para o que é considerado como a economia do mar. Segundo a CSM, o mar é responsável por 3,1% do VAB e 3,6% do emprego a nível nacional (INE, 2016a).

Ainda segundo a CSM, as atividades náuticas são também relacionadas com as áreas do Recreio, Desporto, a Cultura e o Turismo. Neste contexto, e dadas as características de Portugal, que possui uma costa de 1793km em território Continental, Açores e Madeira (Central Intelligence Agency, 2017), e 183 praias com características para a prática de desportos de mar (Leal & Cipriano, 2012), as atividades náuticas encerram um papel importante para a competitividade e dinamização turística dos territórios, para além dos serviços de hotelaria, restauração e comércio. As atividades relacionadas com a náutica incluem atividades de recreio e desportiva (mar e rio); atividades culturais, como património, eventos e espetáculos associados ao mar e ao rio; turismo costeiro como o sol e praia; (INE, 2016a). Estas atividades são, cada vez mais, importantes na decisão dos turistas para visitarem um determinado território,

pelo que o potencial para o turismo é enorme, sobretudo, se se pensar que em 2030, haverá cerca de 1,8 mil milhões de turistas internacionais. Para além da importância do turismo no campo económico, “o setor de viagens e turismo pode contribuir não só com o meio-ambiente e com a preservação de recursos naturais, mas também apoiando as comunidades locais”, tal como é reforçado pelo secretário geral da Organização Mundial do Turismo (UNWTO), Taleb Rifai, (ONU News, 2017b).

Segundo o relatório “Portugal Náutico: um mar de negócios, um mar de oportunidades” (AEP, 2015, p.66), o interesse no sector náutico tem crescido devido ao “elevado consumo de serviços e de bens intermédios” e ao facto de estar “ligado aos elevados efeitos multiplicadores que são originados”. É dentro desta lógica que a Comunidade Intermunicipal (CIM) do Alto Minho e Esposende têm procurado desenvolver um conjunto de investimentos, apoiados pelo GAC Alto Minho (Grupo de Ação Costeira do Litoral Norte), onde juntamente com o programa europeu PROMAR, ajudam no desenvolvimento de projetos de cariz náutico. Além destes projetos, é notório o aumento do investimento privado na criação ou crescimento de empresas de turismo, em que o fator náutico é uma das variantes (CIM Alto Minho, 2017). Adicionalmente, existem, no Alto Minho e Esposende (AM+E), estruturas de apoio às atividades náuticas, como centros náuticos ou de apoio às atividades náuticas. Como resultado da importância do turismo com incidência náutica, foi promovida pela CIM Alto Minho, a candidatura da estação náutica de Viana do Castelo e um projeto de promoção de atividades náuticas pela região com o nome de *BlueWays*. Além disso, os municípios de Viana do Castelo¹ e Caminha² também estão a promover projetos de apoio à educação e desporto náuticos.

Apesar de o concelho de Esposende não fazer parte da CIM Alto Minho, é importante referir que Esposende é o único concelho costeiro pertencente à CIM do Cávado, não fazendo por isso sentido ignorá-lo. Esposende é o único concelho que fazia parte da extinta Comunidade Urbana Valimar³ que não foi

¹ <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/noticias/aprovado-apoio-para-desenvolver-o-projeto-educativo-nautica-nas-escolas> acedido em 02-05-2019

² https://www.cm-caminha.pt/pages/1281?news_id=2012 acedido em 02-05-2019

³ <https://valicom.pt/company/valimar/> acedido em 02-08-2019

integrado na CIM Alto Minho e continua a fazer parte de projetos com a CIM Alto Minho como por exemplo o Programa Polis Litoral Norte.

1.2. Formulação do Problema

O AM+E tem sido palco de um conjunto de investimentos público e privado, o que reforça a aposta náutica na região, por um lado, e demonstra o reconhecimento do seu potencial por parte dos atores turísticos da região para as experiências que os turistas podem usufruir, por outro.

A partir desta premissa, é importante reforçar que a região do AM+E possui é detentora de um conjunto de recursos e de alguns equipamentos capazes de atrair turistas, tendo em conta que, a procura turística tem vindo a crescer e a especializar-se e, o turista exige cada vez mais viver experiências e emoções. Essas vivências devem ser aproveitadas para criar uma vontade de querer deslocar-se até ao destino por entender que é um destino diferente dos outros (Neuhofer, Buhalis, & Ladkin, 2012), o que contribuirá para o aumento de receitas e empregos (Richards & Wilson, 2006).

Já em relação ao turismo náutico, este produz efeitos positivos que são evidentes em termos nacionais e locais, nomeadamente no desenvolvimento dos negócios. Para algumas regiões, “*desenvolvimento do turismo náutico significa não apenas uma nova qualidade de todo o desenvolvimento turístico, mas também toda uma série de efeitos económicos que não seriam possíveis sem ele*” (Favro & Gržetić, 2008, p. 38). Algumas das atividades que beneficiam do desenvolvimento do turismo náutico de forma direta ou indireta são: “*marinas, barcos charter, construção e reparação naval, comércio, hotelaria e restauração, transportes (nomeadamente aéreo), e outras atividades*” (Favro & Gržetić, 2008, p.38). Neste seguimento, é de notar os investimentos em estruturas nos concelhos do AM+E, o que, uma vez mais, reforça a pertinência do presente estudo.

Deste modo, é importante verificar o que tem sido desenvolvido na região, para verificar quais as atividades náuticas desenvolvidas no AM+E e de que forma estas tem sido uma mais valia para o desenvolvimento do turismo na região.

Além disso, descobrir quais as experiências e as motivações dos visitantes e praticantes de atividades náuticas, que traduzam um conjunto de ideias que possam ser propostas para o desenvolvimento das atividades náuticas e turísticas.

Finalmente, é de referir que está a correr o Projeto “TURNOUT – Desenvolvimento do Turismo *Outdoor* na Região Norte”, que tem como objetivos a análise e avaliação dos recursos e da oferta para o turismo outdoor, analisar e segmentar a procura, criar informações georreferenciadas por forma a identificar e caracterizar estratégias e desenvolver ferramentas para o do turismo outdoor. Deste modo, os resultados deste estudo contribuirão para um maior conhecimento da náutica no AM+E, informação relevante para o Projeto TURNOUT.

1.3. Questões de Investigação

Tendo em conta a temática proposta nesta dissertação, procura-se dar resposta às seguintes questões de investigação:

- i. Quais os aspetos que identificam e diferenciam o AM+E, na prática de atividades náuticas?
- ii. Quais são as principais motivações e características dos visitantes e praticantes de atividades náuticas do AM+E?
- iii. De que forma as atividades náuticas podem potenciar a dinamização da atividade turística no AM+E?

1.4. Objetivos

Atendendo ao exposto anteriormente, a presente dissertação tem como objetivo principal analisar o papel das atividades náuticas na dinamização das atividades turísticas na região do Alto Minho e Esposende.

Para dar resposta ao objetivo principal, foram definidos um conjunto de objetivos específicos, a saber:

- i. Caracterizar a náutica no enquadramento do turismo e na dinamização de experiências;
- ii. Analisar o papel das atividades náuticas na dinamização de experiências turísticas;
- iii. Caracterizar a oferta, a comunicação e a procura dos visitantes e praticantes das atividades náuticas: Turismo, Cultura e Desporto no Alto Minho e Esposende;
- iv. Apresentar recomendações que potenciem a dinamização do turismo náutico nos territórios, em particular o Alto Minho e Esposende.

1.5. Estrutura

Para além do capítulo introdutório, a presente dissertação apresenta a seguinte estrutura:

Capítulo II – Revisão da Literatura: que faz o enquadramento da atividade náutica e do turismo, das experiências turísticas, da comunicação, da oferta e da procura. Além disso, são mencionadas as tendências, os desafios e as oportunidades;

Capítulo III – Atividades Náuticas em Portugal: que enquadra a náutica e o turismo náutico em Portugal, bem como os desafios e as estratégias; e o exemplo de dois destinos em Portugal;

Capítulo IV – Metodologia: o estudo de caso assenta na perspetiva da oferta (entrevistas a atores públicos e privados), na perspetiva da procura (com a resposta de 102 inquéritos), na revisão da bibliografia e na análise do Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (análise nacional e regional);

Capítulo V – Enquadramento e contexto da região do Alto Minho e Esposende;

Capítulo VI – Resultados: obtidos a partir da análise de dados do RNAAT, dos questionários e das entrevistas;

Capítulo VII – Discussão de Resultados e Propostas, tendo por base a discussão dados recolhidos e a apresentação de propostas que surgem a partir da análise e ponderação dos resultados;

Capítulo VIII – Conclusão: apresenta as principais conclusões, bem como as implicações do estudo, as dificuldades e limitações, e as sugestões para estudos a desenvolver no futuro.

Capítulo II – Revisão da Literatura

2.1. Atividade Náutica

A atividade náutica tem um impacto mundial na economia, sendo responsável por 350 milhões de postos de trabalho e a produção estimada na ordem dos 1,300 bilhões de euros, sendo que, em 2030 este valor irá duplicar (Comissão Europeia, 2017a), e representará 2,5% do VAB mundial ou 120 mil milhões de dólares americanos (OECD, 2016).

Os oceanos providenciam alimento para uma parte substancial da população mundial, bem como 80% do comércio internacional, e, é ainda, o elemento fundamental para o setor do turismo, como peça fundamental para o desenvolvimento do turismo que vai desde o “*sun, sand and sea*” até aos mais diversos tipos de turismo de natureza. Os oceanos cobrem 72% da superfície da Terra e constituí 95% da Biosfera, tendo um papel importante no suporte da vida com a regeneração do oxigénio, absorção do dióxido de carbono, a reciclagem de nutrientes e regulação global do clima e temperatura (UNEP, FAO, IMO, UNDP, IUCN, 2012).

O sector marítimo emprega mais de 5,4 milhões de europeus e gera quase 500 mil milhões de euros por ano. A via marítima é responsável por 75% do comércio externo da Europa e 37% das trocas comerciais entre estados membros. As áreas que empregam um maior número de pessoas são: (1) os recursos vivos; (2) os recursos não vivos; (3) os transportes; (4) a construção naval; (5) o turismo; e (6) as energias renováveis *offshre* (Comissão Europeia, 2012) (Comissão Europeia, 2017b).

2.2. Turismo

Quanto ao setor do turismo, tem-se apresentado, nos últimos 50 anos, como uma atividade eficaz para o desenvolvimento económico e para a diversificação das atividades geradoras de riqueza, com os gastos que os turistas fazem nos destinos turísticos e o seu efeito multiplicador (Pereira, 2005).

O turismo refere-se à atividade dos turistas, sendo que *“um turista é uma pessoa que viaja para um destino principal, fora do seu ambiente habitual, por menos de um ano, para qualquer finalidade principal (negócios, lazer ou outro propósito pessoal) que não seja empregado por uma entidade residente no país, ou local visitado. Estas viagens realizadas qualificam-se como viagens de turismo”* (UNWTO, 2010, p.10).

Márcio Favilla, diretor-executivo para competitividade, relações externas e parcerias da UNWTO, em declarações à Rádio ONU (Organização das Nações Unidas), afirmou que em 2016 teve cerca de 1,2 mil milhões de turistas internacionais e mais de 7 mil milhões de turistas nacionais demonstrando que *“o turismo é uma força económica, pode dar uma contribuição enorme ao desenvolvimento social, à promoção da cultura, à preservação do meio ambiente.”* (Rádio ONU, 2016). O secretário geral da UNWTO, Taleb Rifai reforçou que *“... o turismo é atualmente a terceira maior indústria de exportação do mundo seguido de produtos químicos e combustíveis”*, sendo responsável por uma mensagem de esperança, prosperidade e entendimentos. A indústria turística promove o desenvolvimento sustentável através de cinco pilares: económico, social, ambiental, cultural e paz (Rádio ONU, 2017). Deste modo, segundo a UNWTO (2010, p.1), compreende-se que o turismo é uma atividade que *“... tem um impacto sobre a economia, o ambiente natural e construído, a população local, nos locais visitados e o sobre os próprios visitantes”*.

Relativamente à Europa, no ano de 2016 recebeu um total de 616 milhões de turistas internacionais, mais 13 milhões (2%) que o ano anterior, o que resulta a metade do total mundial. Quanto às receitas, teve um crescimento de 1% comparando ao ano anterior para os 404 milhões de euros, o que representa 37% do total mundial (UNWTO, 2017a).

Já a Europa Meridional e Mediterrânea teve um crescimento em 2016 de apenas 1,3% de turistas internacionais, apesar dos bons resultados da maioria dos países como o Chipre (19,8%), Bósnia – Herzegovina (14,5%), Sérvia (13,2%), Portugal (12,7%), Eslovénia (12%), Espanha (10,3%), Malta (10,2%), San Marino (10,2%); dos resultados menos expressivos da Grécia (5,1%), Macedónia do Norte (5,1%), Israel (3,6%) e Itália (3,2%); e da Turquia, que teve um resultado

negativo (-0,8% em 2015) devido aos atentados terroristas e à instabilidade política (UNWTO, 2017a).

O turismo é por isso, “...um fenómeno social, cultural e económico relacionado com o movimento de pessoas para lugares fora do seu local habitual de residência, sendo o prazer a motivação habitual” (UNWTO, 2010, p.1).

Relativamente às várias designações do turismo, Cunha (2010) , defende que estas surgiram como forma de segmentar o mercado, por motivos publicitários e também para se tornar distintivo como forma de “*tirar proveito de benefícios que o turismo proporciona (v.g. turismo residencial, turismo médico), para dar cobertura a atividades repugnantes ou ilícitas (v.g. Turismo sexual, droga) ou para criar uma certa imagem (v.g. turismo de charme, turismo sensorial)*” (Cunha, 2010, p17). Assim sendo, o turismo náutico permite compreender no imediato que este tipo de turismo está intimamente ligado ao mar e, ou à água.

A definição do turismo náutico compreende “*as atividades recreativas que impliquem viagens fora do local de residência e que, tenham como anfitrião ou incidência, o meio marinho (em que o meio marinho é definido pelas águas salgadas e afetadas pela maré)*” (Orams, 1999 cit in Hall, 2001, p.602). Este tipo de prática está intimamente ligado ao turismo costeiro, e “... *inclui o turismo sustentado no mar, como a pesca submarina e o cruzeiro de iate*” (C. M. Hall, 2001, p.602). Bernard (2017), defende que o turismo náutico acontece quando a náutica é a principal motivação que gera uma deslocação e integra as características próprias do turismo, em particular a imersão num ambiente fora do ambiente habitual.

O Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT) define turismo náutico como sendo a prática turística cuja motivação principal é a “*viagem ativa com contacto com a água, com a possibilidade de realizar todo o tipo de atividades náuticas, em lazer ou em competição*” (Turismo de Portugal, 2006, p.9) e identifica como sendo as principais atividades de turismo náutico: vela, *windsurf*, mergulho, remo, charter de cruzeiro (capacidade de 30-40 pessoas), *surf*, *snorkeling*, pesca desportiva, remo, *bodyboard* e motonáutica. Além destas, ainda são consideradas outras atividades como o *rafting*, canoagem, *kayak*, *ski*

aquático, caça submarina, *hidrospeed*, *kitesurf*, *waterboard* (AEP, 2015; Gamito, 2009; Instituto da Água I.P, 2011).

O turismo costeiro, onde o turismo náutico se insere, deve ser entendido como as atividades que "... *incluem a recreação e o turismo de praia (por exemplo, natação, surf, banhos de sol), o turismo não relacionado com a praia na zona costeira (todas as outras atividades de turismo e recreação que se realizam na zona costeira onde o mar é uma condição), e náutica (incluindo marinas)*" (Ecorys, 2012, p.9). Ainda podem ser consideradas as atividades de apoio ao desenvolvimento turístico tal como o alojamento, restaurantes, indústria alimentar, as segundas residências e o comércio (Hall, 2001).

Apesar de o turismo ser um dos pilares da economia das regiões costeiras, nem todas as atividades turísticas e recreativas aqui presentes podem estar classificadas como sendo de turismo costeiro, pois, apesar de muitas delas terem lugar na costa, não são dependentes do mar ou da proximidade ao mar (Ecorys, 2012). As atividades de turismo costeiro são aquelas que incluem "... *o alojamento, as rendas imputadas de segundas habitações, a promoção imobiliária dos alojamentos turísticos, atividades de restauração, agências de viagens e atividades de recreação e lazer associadas, incluindo as atividades culturais relacionadas, à semelhança das atividades consideradas a Conta Satélite do Turismo, afetas apenas às freguesias costeiras*" (INE, 2016^a, p.18). Além disso, a CSM considera as atividades de recreio, desporto, cultura e turismo (do agrupamento nº4) como aquelas que "*contempla a atividade marítima de recreio e de desporto, a cultura de vertente marítima e o turismo marítimo e costeiro, incluindo as marítimo-turísticas que operam em água. Este grupo compreende as atividades relacionadas com a náutica, onde são consideradas a náutica de recreio e a náutica desportiva.*" (INE, 2016^a, p.18).

Este reconhecimento da CSM acontece, possivelmente, por as empresas de animação turísticas recorrerem muitas vezes a atividades desportivas na sua oferta, trazendo um conjunto de competências (motivações) ao nível da animação ambiental, sendo esta dividida em, animação, interpretação ambiental e desporto natureza (M. Carvalho, 2014).

Por esse motivo, é importante definir uma fronteira entre as atividades turísticas e as atividades desportivas, sendo que o turismo desportivo pode ser compreendido como *“o corpo de conhecimento e o conjunto de práticas onde as áreas do turismo e do desporto se tornam interdependentes. Esta área de sobreposição evidencia-se a dois níveis que se poderão chamar de Turismo de Espetáculo Desportivo e Turismo de Prática Desportiva”* (P. G. De Carvalho & Lourenço, 2009, p.122).

Já Rosa (2014), dividiu o turismo desportivo em três níveis: (1) os turistas que visitam destinos com a finalidade de participar em eventos desportivos; (2) os turistas que visitam destinos com a finalidade de visitar instalações desportivas, estádios e/ ou museus; e (3) os turistas que visitam destinos com a finalidade de praticar atividades desportivas e de lazer, na grande maioria, na Natureza.

Gibson (1998, p.45), foi mais longe tendo nomeado e definido cada uma das tipologias em que o *“(1) turismo desportivo ativo, que se refere às pessoas que viajam para participar no desporto; (2) evento turismo desportivo, que se refere a viajar para assistir a um evento desportivo; e (3) nostalgia do turismo desportivo, que inclui visitas a museus desportivos, locais desportivos famosos e cruzeiros temáticos desportivos.”*

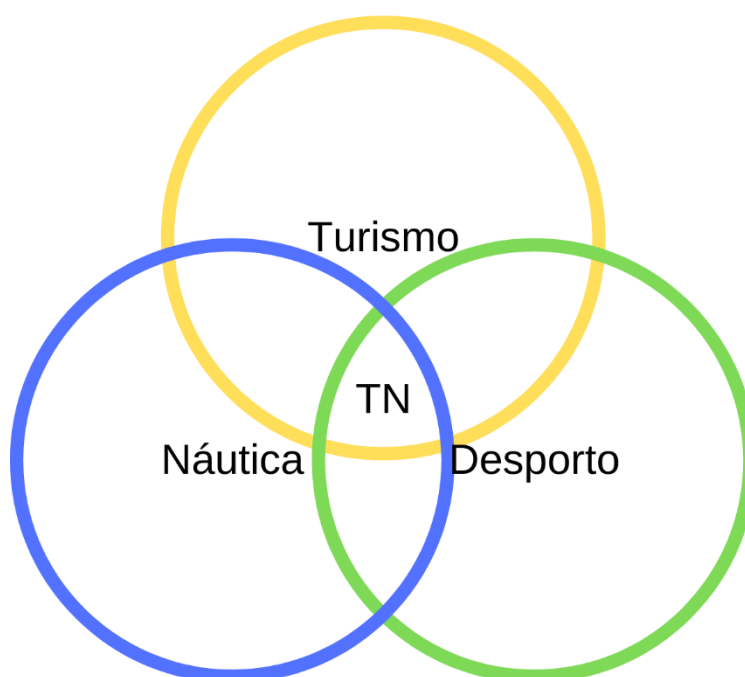
Além dos conceitos de turismo náutico, turismo costeiro e turismo de base desportiva, surge na literatura o conceito de turismo de aventura. No entanto, o conceito de turismo de aventura não é consensual, sendo visto consoante a perspetiva de cada aventureiro, o que impede a criação de um conceito aceite mundialmente. No entanto, há seis elementos que são essenciais que indicam que *“as atividades de aventura são principalmente físicas e realizadas em ambiente externo (1); consistindo em um certo nível de riscos e tendo resultados incertos (2); realizados por pessoas fora de seu ambiente conhecido (3); para satisfazer objetivos de aventura intrínsecos ou extrínsecos (4); que se baseiam na satisfação de necessidades psicológicas, sociais e (sub) culturais (5); resultando em experiências recompensadoras (6)”* (Postma, 2016, p.30-31).

As atividades náuticas reconhecidas como integrantes no turismo de aventura são: canoagem, pesca, *kayak* em mar ou águas bravas, *kitesurf*, *rafting*, vela, mergulho, *stand up paddle* e *surf* (ATTA & GWU, 2013).

Com isto, pode-se entender que os turistas de aventura, na falta de um conceito definitivo, e tendo em conta os seis elementos definidos por Postma (2016) e as atividades náuticas reconhecidas como sendo de aventura pela *Adventure Travel Travel Association* (ATTA) e Universidade George Washington (GWU) (2013), entende-se que os turistas de aventura possam ser também turistas náuticos.

Em conclusão, entende-se que o turismo náutico é a simbiose das atividades turísticas, náuticas e desportivas (Figura 1), em que o turista se desloca do seu ambiente habitual para consumir produtos e/ou serviços turísticos em que a principal motivação é a realização de atividades de lazer ou de competição, em que a água seja um elemento fundamental para a sua concretização.

Figura 1. Turismo Náutico: a intersecção dos conceitos



Fonte: Elaboração própria

Relativamente à oferta turística, esta “é entendida como a prestação direta aos visitantes dos produtos e serviços que compõe despesas turísticas” sendo estas, as despesas sobre os bens e serviços diretamente adquiridos pelos visitantes e, as principais atividades produtivas que os atende e em contacto direto; devendo estar disponível na forma e quantidade que os visitantes possam exigir (UNWTO, 2010, p.49).

A oferta turística deverá ser analisada para (1) verificar de que forma estão criadas as condições que permitem aos produtores fornecer produtos e serviços aos visitantes; e (2) na “... descrição dos processos, os custos de produção e o desempenho económico dos fornecedores nas indústrias do turismo” (UNWTO, 2010, p.49).

Quanto à vertente dos destino náuticos, segundo Buckley (2002a, 2002b), alguns dos locais mais conhecidos para a prática dos mesmos é a região do Pacífico, nomeadamente:

- i. Havai - em *North Shore* na Ilha *Oahu*; na ilha de *Maui*, conhecida pelas suas ondas gigantes, *windsurf*, *kitesurf*, e “*town-in surfing*”. Por isto, o *surf* e as provas internacionais ligadas às atividades desportivas náuticas, contribuem mais para a economia do Havai que o turismo de aventura por si só;
- ii. Maldivas e Salomão – têm uma forte aposta no mergulho;
- iii. Fidji, Samoa, Tonga, Maldivas – também são conhecidos pela prática do *surf*;
- iv. Reunião – reconhecido pelos mercados francófonos para a prática do *surf*;
- v. Nepal – que é um destino conhecido não só pelo alpinismo, escalada no gelo e trekking, mas também por ser um importante destino de águas bravas e observação da vida selvagem;
- vi. *Mentaway*, Indonésia – possui das melhores ondas para a prática do *surf*, a nível mundial. Além do *surf*, o arquipélago é procurado para a prática de mergulho e trekking;

Além destes, e não se localizando na região do Pacífico, o Zimbabué oferece experiências de *rafting*, *bungy jumping* e *helitours* sobre as Cataratas da Victoria (Buckley, 2002b).

Especificamente, o turismo de *surf* não é a única forma de turismo das ilhas do Pacífico, mas é, em muitos casos, a principal razão para levar turistas com rendimentos superiores a locais com poucas ou inexistentes infraestruturas (Buckley, 2002a). É por isso que os resorts destes destinos estão a promover-se como destinos de desporto náutico (Buckley, 2002b). No entanto, a gestão e regulamentação da indústria do turismo de *surf* é vital para o futuro do desenvolvimento sustentável (Towner, 2016) já que, o turismo é atualmente um sector de grande importância para economia de muitas ilhas no mundo (Buckley, 2002b).

No que concerne aos destinos náuticos mais próximos a Portugal, a Croácia é um destino inquestionável, nomeadamente ao nível das embarcações *charter* e das marinas (Favro & Gržetić, 2008). Por outro lado, na região da *Finistère*, em França, são os desportos náuticos de competição que tem um grande destaque, principalmente: o *kayak*; o carro a vela; o *surf*; a vela; a regata; e a vela ligeira. O turismo náutico atrai para esta região francesa, 4 milhões de turistas, que resulta em 29 milhões de dormidas anuais, dos quais 300 000 participam em práticas náuticas supervisionadas. Destes, 82% são turistas nacionais franceses e os restantes 18%, são turistas provenientes principalmente do Reino Unido, Alemanha, Bélgica e Holanda (Finistère 360°, 2018).

Já o fenómeno da procura resulta da busca por parte de muitos milhões de turistas por experiências únicas, sendo as viagens de aventura a base da experiência turística (UNWTO, 2014). Com a crescente globalização, os consumidores procuram cada vez mais por experiências autênticas e o turismo de aventura é, um dos segmentos com maior procura porque “o turismo de aventura significa valor agregado à medida que aprendem e interagem com as populações locais e se conectam com seus valores centrais” (UNWTO, 2014, p.6).

A crescente procura turística, associada às características e exigências dos turistas, tem colocado desafios aos destinos turísticos, em particular, no que respeita à sua diferenciação. Os destinos para se diferenciarem, devem usar atributos tangíveis ou intangíveis isto porque, as paisagens, as atrações, o património e as pessoas, por si só, já não são suficientes (Neuhofer et al., 2012; Richards & Wilson, 2006). Além disso, outro desafio que os destinos encontram é a forma de comunicação, porque a tecnologia tem um grande impacto na sociedade e nas pessoas, e isso é determinante na forma de trabalhar a indústria turística (Neuhofer et al., 2012). Por exemplo, os turistas de aventura possuem interesses em natureza, atividades física e cultura. Segundo a ATTA, as motivações destes turistas são: transformação pessoal; alargar horizontes; aprendizagem; natureza; saúde mental; adrenalina; conhecer novas culturas; criar memórias; saúde física e experiências únicas (Viren, Murray, & Vogt, 2017).

Quanto *“as mudanças nas expectativas dos consumidores, o aumento da tecnologia e conectividade e a mudança demográfica nos principais mercados de origem para o turismo de aventura têm um impacto na natureza da procura”* (UNWTO, 2014, p.20).

Segundo a ATTA, em 2010, o turismo mundial de aventura estava avaliando em \$89 mil milhões (USD), tendo crescido em 2012 para os \$263 mil milhões (USD), um aumento de 195% em dois anos (ATTA, cit in UNWTO, 2014), sendo atribuído ao aumento do turismo internacional, das férias de aventura e do gasto médio (UNWTO, 2014).

Porém, para garantir o crescimento contínuo da atividade turística, os destinos reconhecem que os viajantes procuram cada vez mais, locais que se caracterizem pela sua autenticidade. Deste modo, os destinos estão a apostar em slogans e mensagens que remetam para essa mesma autenticidade, como por exemplo:

- i. Noruega – *“Powered by Nature”*, pelos fiordes e glaciares;
- ii. Gronelândia – *“Greenland, Be a Pioneer”*, pelas suas características desafiadoras;
- iii. Nova Zelândia – *“100% Pure New Zealand”* pela natureza e cultura;

- iv. Eslovénia – “*I Feel Slovenia*” pelas caminhadas, montanhas e cavernas (UNWTO, 2014).

Dando seguimento à ideia de autenticidade, são reconhecidas à náutica simbologia e valores, isto é, apesar de o espaço aquático ser pouco familiar e hostil, simbolicamente está associada aos valores humanos, onde se misturam a liberdade e a aventura, a solidariedade e o espírito de equipa, compromisso e coragem. Como nos encontramos num mundo cada vez mais materialista, estes valores encontram eco junto da sociedade, como prova os processos de comunicação e merchandising onde as imagens náuticas servem para promover destinos ou estruturas turísticas (Bernard, 2017).

É por isso que a noção de liberdade é muitas vezes associada às atividades náuticas, tendo o mar como “o último espaço virgem, de liberdade e aventura”. A náutica trás ainda o sentimento de plenitude, felicidade e vontade de viver, sendo por isso que muitos operadores turísticos e grupos hoteleiros a exploram regularmente (Bernard, 2017).

A náutica é tida ainda, como alavanca de marketing extremamente eficaz quando se trata de apresentar um novo produto ou destino turístico. O poder da náutica é explorado para atender fins comerciais, não estando necessariamente confinados ao turismo (Bernard, 2017).

Por exemplo, as ilhas do Pacífico Sul, eram retratadas como destinos românticos, e, para isso foram utilizados elementos náuticos como as praias de areia dourada e mares de água azul em associação a palmeiras dispersas e cocktails exóticos (Buckley, 2002b).

Além disso, surgiu também um outro fenómeno em que os operadores turísticos que promovem destinos de *snowboard* também promovem destinos de *surf*. Relativamente a revistas de especialidade em que dão destaque a apenas uma modalidade desportiva, começaram a fazer crossovers em revistas (por exemplo) de surf com publicidade de modalidades semelhantes, como por exemplo *bodyboard*, *surfski* e *windsurf*, ou distintas como por exemplo o golf (Buckley, 2002b).

2.3. A Náutica na Dinamização das Experiências Turísticas

As vantagens do turismo, reconhecidas por Pereira (2005), são: o equilíbrio da balança de pagamentos; a criação de emprego; a criação de oportunidades para o desenvolvimento das áreas rurais – que propiciam o equilíbrio do território na construção de novas infraestruturas e equipamentos; o aumento na cobrança de impostos; e o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) (Pereira, 2005). É por isso que, desde 2010, muitos países perceberam o potencial turístico para o desenvolvimento e, a prova disso foi a inclusão do Turismo como parte dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, por 193 países, em 2015 (ONU News, 2017a).

As experiências que o turismo proporciona (experiências turísticas) são, segundo Tung & Ritchie (2011, p. 1369) a *“avaliação subjetiva de um indivíduo e submetido (ou seja, afetivo, cognitivo e comportamental) de eventos relacionados às suas atividades turísticas que começam antes (planejamento e preparação), durante (no destino) e após a viagem (a lembrança)”*. Estes autores, afirmam ainda os decisores turísticos tem como objetivo *“facilitar o desenvolvimento de um ambiente (o destino) que melhore a probabilidade de que os turistas possam criar suas próprias experiências de turismo memoráveis”*.

Deste modo, o aparecimento de destinos e a concorrência que isso traz, faz com que seja de extrema importância que os destinos encontrem formas inovadoras de diferenciarem as suas ofertas e que isso se reflita na experiência do turista (Neuhofer et al., 2012). Essa criação de experiências é motivada pela vontade de as autoridades públicas desenvolverem uma imagem ou experiência distinta num mundo cada vez mais global e igual com a finalidade de aumentar receitas e emprego (Richards & Wilson, 2006).

Uma das formas de manter e garantir um nível de diferenciação cultural por um período mais longo é garantir a capacidade de inovação e adaptação a um ambiente de mudança. No entanto, essa capacidade é afetada pelo fenómeno da globalização em que os destinos sofrem desafios como a *“regeneração urbana, inclusão social, desenvolvimentos económico e sustentabilidade ambiental”* (Melo, Correia, & Cardoso, 2019, p.74)

Para a UNWTO (2017b, p.13), o desafio de um destino turístico é *“a capacidade do destino de usar seus recursos naturais, culturais, humanos, artificiais e de capital de forma eficiente para desenvolver e oferecer produtos e serviços turísticos de qualidade, inovadores, éticos e atraentes”*. Tem como objetivos: *“alcançar uma sustentabilidade e crescimento dentro de sua visão global e objetivos estratégicos; aumentar o valor agregado do setor de turismo; melhorar e diversificar seus componentes de mercado; e otimizar sua atratividade e benefícios tanto para os visitantes quanto para a comunidade local em uma perspectiva sustentável”*.

Para tornar um destino atrativo é imperativo conhecer as motivações dos viajantes e os comportamentos específicos em destinos específicos, nomeadamente o que os turistas procuram experienciar e as atividades pretendidas. Este conhecimento permite que o planeamento dos destinos entendam padrões de comportamento dos viajantes, sendo ainda uma ferramenta útil para a implementação de estratégias de marketing direcionadas ao público alvo (Yousaf, Amin, & Santos, 2018).

Por exemplo, a geração *Millennial* que possui fortes competências digitais e estão permanentemente conectados, procuram experiências memoráveis e autênticas, adaptar-se ao estilo de vida do local visitado, valorizar experiências similares àquelas que os locais vivem, preocupam-se com a sua saúde, bem estar e segurança, e viajam como forma de complementar a sua formação e desenvolvimento pessoal (Yousaf et al., 2018). Segundo a UNWTO (2008) *“as viagens dos jovens incluem todas as viagens independentes por períodos de menos de um ano por pessoas com idade entre 16 e 29 que sejam motivadas, em parte ou totalmente, pelo desejo de experimentar outras culturas, construir experiência de vida e / ou se beneficiar de oportunidades formais e informais de aprendizagem, fora do seu ambiente habitual”* (Yousaf et al., 2018).

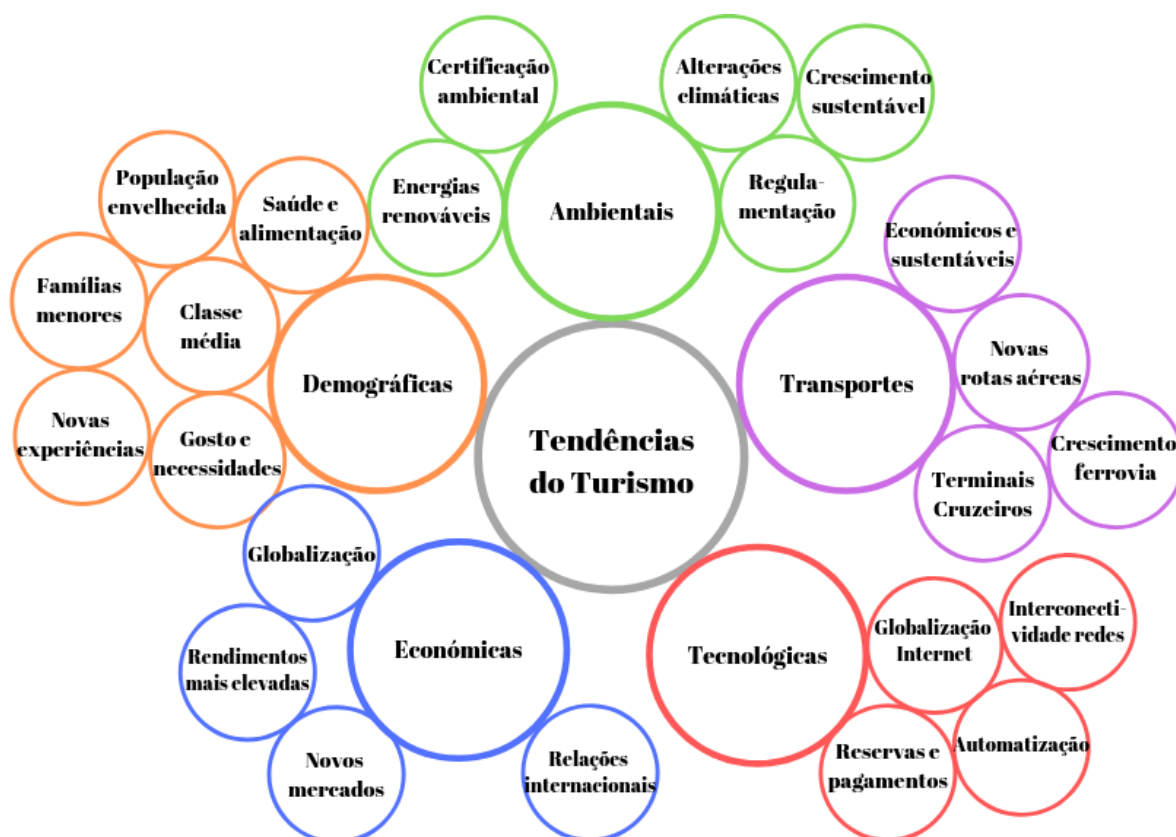
Relativamente à náutica, esta desempenha um papel preponderante no desenvolvimento turístico dos territórios pela variedade de produtos/ serviços que oferece (Bernard, 2017), isto porque o turismo náutico atrai um público mais exigente, o que origina a criação de atividades de negócio e investimento estrangeiro. Os efeitos do turismo náutico são principalmente ao nível do

complemento económico porque estão direta e indiretamente ligados aos vários serviços turísticos como: “*marinas; barcos charter; construção e reparação naval; comércio; alojamento e restauração; transportes (em especial aéreo); e todas as outras atividades*” (Favro & Gržetić, 2008, p.38).

A náutica é tido como fator de combate à sazonalidade do turismo, não negando o fator natural (mar, lago, rio) ou cultural (porto, resort) como chamariz; as expectativas e as intenções dos indivíduos na escolha do destino turístico ou território continua a ser primordial (Bernard, 2017). Quanto aos efeitos que traz para as regiões, encontram-se: o aumento dos proveitos das empresas locais, a dinamização dos portos e marinas, a diminuição da emigração, o aumento do emprego e o desenvolvimento e revitalização de várias atividades específicas (Favro & Gržetić, 2008).

O Turismo de Portugal (2014) identifica 5 grandes tendências mundiais para o turismo e que demonstram os desafios e as oportunidades que as empresas e os organismos do setor turístico devem ter em atenção (Figura 2). No entanto, é preciso não esquecer a importância de dois componentes fulcrais no desenvolvimento do turismo; o equilíbrio das atividades/ estruturas e o seu contexto; e o dinamismo (nunca estático) das relações entre o sector do turismo e a sociedade em geral (Patiño, Medina, & Arilla, 2016).

Figura 2. Tendências mundiais para o Turismo



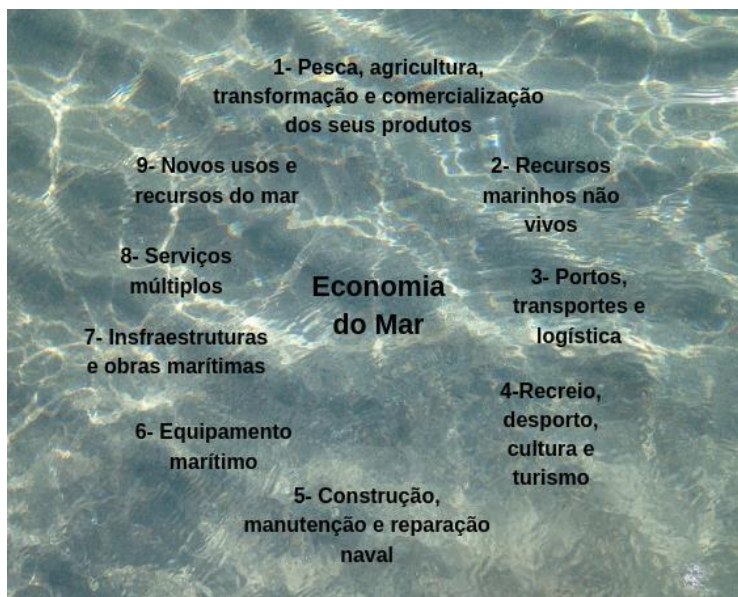
Fonte: Elaboração própria com base em Turismo de Portugal (2014)

Além das tendências, o futuro dos destinos devem garantir valores implícitos e intrínsecos como a sustentabilidade, a autenticidade, o realismo/ hiper-realismo (ligado ao autêntico), as efemeridades e a incredulidade (Patiño et al., 2016, p. 429-430).

Capítulo III – A Náutica em Portugal

Em Portugal, segundo a Estratégia Nacional para o Mar 2013-2020 (ENM), a economia azul e o crescimento azul assentam num novo paradigma em que procura a junção das várias atividades desenvolvidas no mar ou com ligação ao mar, na pesquisa e na exploração de novas potencialidades e que permitam a sua correta exploração, sustentada e sustentável (Governo de Portugal, 2013). Como tal, a economia do mar/ azul é entendida como o “conjunto de atividades económicas que se realizam no mar e de outras que, não se realizando no mar, dependem do mar, incluindo os serviços não transacionáveis dos ecossistemas marinhos” (INE, 2016a, p.14). Isto demonstra como “o oceano é um vetor de desenvolvimento através de numerosas e diferentes usos e atividades que suporta” (Governo de Portugal, 2013, p.12) e que esse entendimento é geral. A CSM considera a atividade marítima em nove grupos, tal como discriminado na Figura 3 (INE, 2016a).

Figura 3. Os 9 grupos que compõe a Economia do Mar



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2016)

Segundo a CSM 2010-2013, a economia do mar representa uma média de 3,1% do Valor Acrescentado Bruto (VAB) (4 680 milhões de euros) e 3,6% do emprego (160 766). Estes valores são divididos em 3 níveis de observação: (1) Atividades Características – como a pesca e aquicultura, a salicultura, a construção naval,

a atividade portuária, os transportes marítimos, as obras costeiras, etc.; (2) Atividades Transversais – equipamentos e serviços marítimos; e (3) Atividades Favorecidas pela Proximidade do Mar – atividades associadas ao turismo costeiro (INE, 2016a).

Também são consideradas as atividades económicas que, dependendo do mar, não se realizam nele como: “as atividades que dependem diretamente da fruição de bens e serviços dos ecossistemas marinhos (ex.: Turismo costeiro)” (INE, 2016a); bens e serviços prestados em terra relacionados com atividades realizadas no mar (ex.: portos, logística, construção e reparação naval); e atividades que pertencem a cadeias de valor que são indissociáveis da atividade náutica (ex.: indústria alimentar/ pesca; cruzeiros fluviais; e operadores marítimo turísticos) (INE, 2016a).

Até 2013 estavam registadas na CSM, 58 738 unidades de atividade económicas, dos quais 43 370 (73,8%) eram referentes ao agrupamento nº4, recreio, desporto, cultura e turismo. Também é este agrupamento que traz um maior VAB, com 1 660 milhões de euros (35,47%), seguido do agrupamento nº1 (pesca, aquicultura, transformação e comercialização dos seus produtos) com 1 203 milhões de euros (25,71%). Quanto ao emprego, o agrupamento nº4 emprega 45 950 postos de trabalho (28,58%), ficando atrás do agrupamento nº1 que emprega 62 414 postos de trabalho (38,82%), sendo que estes dois agrupamentos responsáveis por 61,18% e 67,40% do VAB e dos postos de trabalho em Portugal, respetivamente (INE, 2016a).

Neste seguimento, a atividade turística é um dos sectores mais importantes para a economia portuguesa, representando 19,3% das exportações no ano de 2015 (WTTC, 2016), atraindo cerca de 19,2 milhões de hóspedes e 53,3 milhões de dormidas (INE, 2016b) ocupando o 9º lugar na UE 28 (União Europeia a 28) em termos de dormidas internacionais e receitas turísticas (Turismo de Portugal, 2015b). Em termos mundiais, no ranking mundial da UNWTO encontra-se em 26º no que concerne a receita turística fazendo parte do TOP 20 dos destinos mais competitivos do mundo (Turismo de Portugal, 2015b).

Em termos económicos, o turismo contribui com 12,6 mil milhões de euros em

receitas turísticas, com um peso direto no PIB de 6,4% e 16,4% indireto. Relativamente ao emprego, o setor contribui diretamente com 7,9% e indiretamente com 19,3% (WTTC, 2016).

Quanto às empresas turísticas que operam no turismo em Portugal, estas devem constar no Registo Nacional de Turismo. Existem quatro áreas de atividade (Figura 4), do qual faz parte o Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT)⁴ que conta com o registo de 8286 empresas de animação turística, das quais, 1335 são operadores marítimo turísticos (Turismo de Portugal, 2019).

Figura 4. Registo nacional de empresas de turismo



Fonte: Elaboração própria com base em Turismo de Portugal (2019)

Segundo o PENT, o turismo náutico originou, na Europa, 3 milhões de viagens como motivação principal e 7 milhões de viagens como motivação secundária, representando 1,15% do total das viagens dos europeus. Os maiores mercados emissores são a Alemanha (24%), Escandinávia (15%) e Reino Unido (9%). Ao nível das atividades desenvolvidas, a Vela e o Mergulho representa

⁴ <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAAT/ConsultaRegisto.aspx?FiltroVisivel=True>, acedido em 06-02-2019

sensivelmente 1 milhão de praticantes com licença federativa. Quanto aos gastos, estes podem variar consoante os 80€ e os 500€ por dia, consoante se dizem respeito apenas a atividades desportivas náuticas ou a viagens de barco com ou sem tripulação, com ou sem refeições a bordo incluídas, instrutores ou demais serviços associados (Turismo de Portugal, 2006).

Em Portugal, apenas 1,2% dos turistas procuram Portugal com motivações náuticas sendo que os destinos mais procurados são os Açores (6,2%), a Madeira (5,8%) e o Algarve (3,1%).

Portugal possui 183 locais com potencial de ondas para a prática de desportos náuticos. A região de Lisboa e Vale do Tejo surge em primeiro lugar, com 77 locais, seguido dos Açores com 34 e Algarve com 23 (Apêndice I) (Leal & Cipriano, 2012).

Relativamente ao trânsito de passageiros, no ano de 2008 os portos madeirenses recebem mais de 50% do tráfego nacional (Intercéltica, 2008). Com a forte aposta no sector dos cruzeiros em todo o país, no ano de 2017 o trânsito de passageiros foi distribuído pela Madeira (40,75%), Lisboa (39,38%) e Açores (10,26%). No período 2009-2017, destacam-se os portos do Funchal, Lisboa, Açores, Leixões e Portimão, com serviços regulares, recebendo quase a totalidade do número de cruzeiros e passageiros (Apêndice II) (Porto de Lisboa, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018).

Quanto às marinas, existem 10 976 lugares de amarração em Portugal (Apêndice III) (DGRM, n.d.).

No relatório “Animação Turística em Portugal 2014” (Turismo de Portugal, 2015a), divide o sector em Empresas de Animação Turística (AT) e Operadores Marítimo-Turísticos (OMT) sendo que o primeiro representa 72% do total e o segundo 28%. Neste relatório, mostra que o mercado português é o mais expressivo com um total de 46% de clientes nacionais. No entanto, há uma diminuição comparativamente com o ano anterior que este valor foi de 51% (Turismo de Portugal, 2013). Quanto aos clientes internacionais, os mercados mais importantes são: Reino Unido, Espanha, França, Alemanha, Brasil e

Holanda. Os clientes procuram primeiramente atividades que demoram menos de um dia (57%) durante os meses de Verão (Junho-15%; Julho-18%; Agosto-34%) (Turismo de Portugal, 2015a).

A Associação Empresarial de Portugal (AEP) encomendou o relatório “Portugal Náutico” em que traça o perfil do “Cliente Tipo” como sendo Homem, entre os 30 e os 55 anos com um nível de educação médio/ superior com rendimentos de 3500€ mensais. As atividades complementares mais importantes para eles são o sol/ praia, atividades de suporte (primeiras necessidades e alimentação), contacto direto com o local/ locais e as atividades culturais e lazer. Por norma viajam em grupo, de carro ou avião (consoante a distância geográfica), sendo que a “beleza da natureza e paisagem; Segurança; Qualidade dos serviços náuticos prestados; Riqueza da gastronomia; Disponibilidade de informação sobre passeios turísticos; Facilidade de transferência e admissão no aeroporto; Oferta total para os nautas; “*Value for Money*” da oferta total dos navegadores; Oferta complementar (cultura e lazer)” os valores mais valorizados. Estes turistas procuram como fontes de informação a experiência de viagens anteriores, *internet* e recomendações de amigos (AEP, 2015).

Para a região do Norte de Portugal, o Instituto de Planeamento e Desenvolvimento Turístico (IPDT) caracteriza o turista desportivo como vindo principalmente de França (35,8%), Espanha (12,3%) e Suíça (9,4%), deslocando-se por motivos de lazer (64,6%) – Sol e Mar ou *Short Breaks*, ou para visitar família ou amigos (25,5%), em que a sua maioria se desloca acompanhado (66%). Tem idades compreendidas entre 19-40 anos com um nível de escolaridade superior e ganhos médios mensais de 2 982€ por agregado familiar. Fazem reservas independentes, utilizando a *internet*, com 4 ou mais semanas de antecedência, ficando em média 11 noites com um gasto médio de 919€ durante a viagem. Procuram alojar-se no Porto (58%) ou no Norte de Portugal (33%) (IPDT, 2016).

Segundo o Turismo de Portugal, no horizonte do Portugal 2027 (Turismo de Portugal, 2016), existem 10 desafios para a estratégia turística, sendo que 6 deles se integram no potencial das atividades náuticas, demonstrados na Figura 5, a seguir.

Figura 5. Desafios para uma estratégia a 10 anos

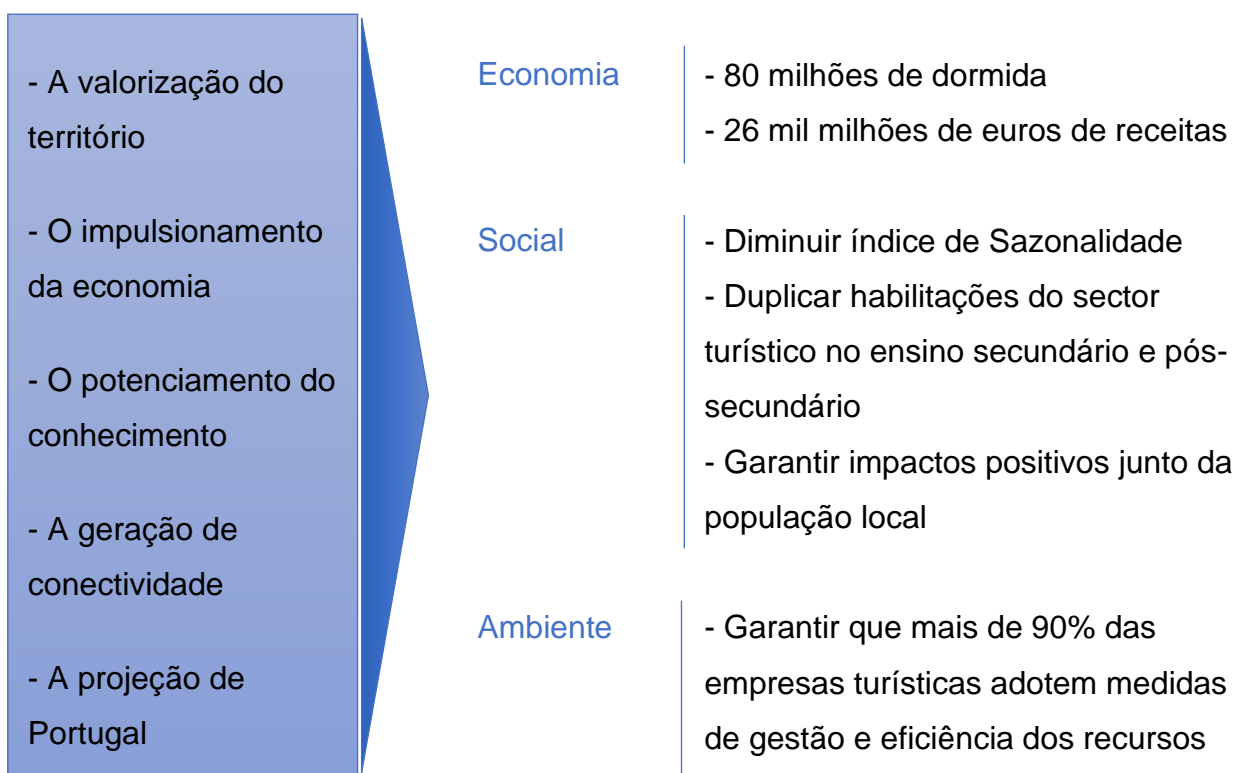
Pessoas	- ao nível do emprego, qualificação e valorização das pessoas com o aumento dos rendimentos dos profissionais de turismo
Sazonalidade	- atividade turística todo o ano
Acessibilidade	- garantir a competitividade das acessibilidades do destino Portugal e mobilidade dentro do território
Procura	- saber como chegar aos mercados que melhor respondem à nossa oferta
Inovação	- estimular inovação e empreendedorismo
Sustentabilidade	- com a preservação e valorização do património cultural e natural, identidade local como ativo estratégico e compatibilidade das atividades com as comunidades

Fonte: Elaboração própria com base em Turismo de Portugal (2014)

A Estratégia 2027 (Turismo de Portugal, 2017, p.52) tem como visão, consolidar o sector do turismo “*como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo*”.

Para isso, o programa estabelece como prioridade 5 eixos estratégicos de atuação prioritária, cujo objetivo é o desenvolvimento sustentado do sector turístico (Figura 6).

Figura 6. Os 5 eixos estratégicos para o desenvolvimento sustentado



Fonte: *Elaboração própria com base em Turismo de Portugal (2017)*

A visão estratégica para o Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017) foca-se em 10 ativos estratégicos, dos quais 5 estão ligados ao potencial náutico português sendo eles ativos diferenciadores, qualificadores e únicos transversais (Figura 7).

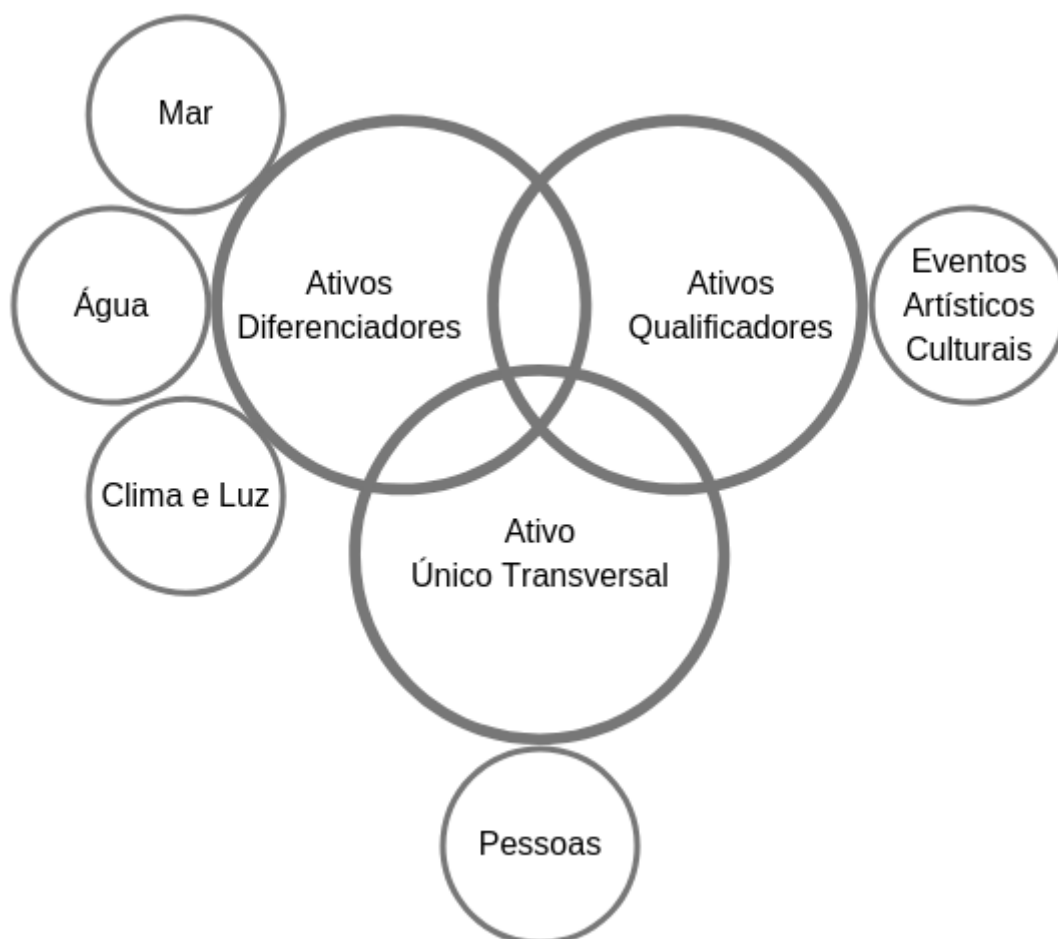
Os ativos diferenciadores são: o Mar (excelentes condições para a prática de desportos e atividades náuticas, pela qualidade das praias, marinas, portos e docas); a Água (rios, lagos, albufeiras e águas termais); e o Clima e Luz (clima temperado mediterrâneo com uma exposição solar 259 dias por ano).

Os ativos qualificadores são os eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios, com a realização de eventos e campeonatos nacionais e internacionais da náutica desportiva que tem lugar em vários locais do país ao longo do ano.

O ativo único transversal são as pessoas, porque os portugueses são reconhecidos por receberem bem quem os visita, que é intrínseco à cultura,

atitude e identidade portuguesa; com o interesse em conhecer culturas e valorizar a diferença e o entendimento entre povos. Como é referido pelo Secretário Geral da OMT, “o melhor de Portugal são os portugueses” (Turismo de Portugal, 2017, p.47).

Figura 7. Ativos estratégicos na náutica



Fonte: Elaboração própria com base em Turismo de Portugal (2017)

O desenvolvimento das atividades turísticas e marítimo-turísticas em Portugal tem o impacto mais visível no turismo costeiro. No entanto, é de esperar que associar o turismo à prática desportiva traga um conjunto de infraestruturas de apoio tais como marinas, centros náuticos e reparação naval, sendo estes, potenciais catalisadores para o incremento de atividades desportivas, que permitem a dinamizar e o desenvolvimento da economia azul, bem como,

potenciar e consolidar a imagem de um país (Governo de Portugal, 2013).

Além disso, o turismo aproveita a criação de parques arqueológicos subaquáticos (ex. Angra e Dori no arquipélago dos Açores) dando ao setor valor acrescentado, bem como a observação de cetáceos e outras espécies marinhas e ao aproveitamento geológico (qualidades medicinais e terapêuticas das areias e argilas das praias de Porto Santo) e geotérmico (águas termais na orla costeira de algumas ilhas dos Açores) (Governo de Portugal, 2013).

A Estratégia Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017) estima que o turismo em Portugal vai crescer até 2030, resultante da alteração dos padrões de consumo e das motivações dos consumidores que procuram destinos que ofereçam experiências diversificadas, autênticas e de qualidade ambiental.

3.1. Náutica e Turismo: destinos nacionais

3.1.1. Nazaré

Na Nazaré, o impacto gerado a partir das ondas gigantes entre 2011-2014 foi de 10,4 milhões de euros. As unidades hoteleiras verificaram um aumento de turistas nacionais e internacionais que se traduziu num impacto na receita total das mesmas entre os 32% e os 41%. A marca promocional Praia do Norte, que possui duas lojas, deverá atingir um total de 100 mil euros em vendas (Lusa, 2017b). A hotelaria na Nazaré recebeu investimentos já somam os 30 milhões (Expresso, 2015) e na restauração gerou um aumento de 20% a 50% na faturação entre 2014 e 2017 (Observador, 2017).

Forte de s. Miguel arcanjo passou para a tutela da Câmara Municipal (CM) de Nazaré por um período de 25 anos com uma renda mensal de 2520€ e investimento de 1 milhão de euros, dos quais, €500 mil na recuperação do imóvel e €500 mil em acessos ao farol, praia Norte e infraestruturas de água e saneamento (Lusa, 2017a).

Desde 2015, o forte de S. Miguel recebeu 400 000 pessoas, 121 000 até 7 Setembro de 2017 (Lusa, 2017b) e, segundo o autarca nazareno, Walter Chicharro, 10% do valor de entrada (um euro) “revertem para um fundo para a

requalificação do imóvel” (Lusa, 2017a). Segundo o autarca, “o farol ganhou o espaço de um ícone patrimonial nacional de impacto global”, e aí estão sediados alguns projetos ligados às ondas gigantes (Lusa, 2017a), nomeadamente o Centro Interpretativo do Canhão da Nazaré – Sala Instituto Hidrográfico. Aqui, estão disponíveis informações sobre o canhão da Nazaré e sobre o submarino nazi U-963 que terá sido afundado pela própria tripulação no fim da Segunda Guerra Mundial, ao largo do Forte (Pedra do Guilhim) (Jornal de Leiria, 2016).

Ascensor da Nazaré com um aumento exponencial de utilizadores, passando de 600 000 pessoas transportadas em 2013 para 900 000 em 2016 (no qual esteve fechado 2 meses para manutenção) (Lusa, 2017b).

Devido ao fluxo de pessoas ao longo do ano, a praia da Nazaré é a primeira praia do país a receber vigilância durante todo o ano, num protocolo em vigor até ao dia 31 de Dezembro de 2018, num investimento camarário de 123.927 euros (Diário de Notícias, 2017).

3.1.2. Peniche – Rip Curl Pro

O *Rip Curl Pro* Portugal surge na agenda desportiva de 2009 com uma licença de apenas 1 ano. No entanto, devido ao grande impacto que a prova teve, a ASP designou a Praia de Supertubos como prova regular do principal Circuito Mundial. Além do Moche *Rip Curl Pro* Portugal, existe apenas mais uma prova do *World Championship Tour* (WCT) no continente europeu, sendo a outra em França (CM Peniche, 2016).

O sucesso do WCT em Portugal criou a oportunidade de criar outros eventos a nível nacional como o Sata Azores Pro e o Allianz Billabong Pro Cascais & Cascais Women’s Pro (CM Peniche, 2016).

Segundo Jorge Amador, vice-presidente da Câmara Municipal de Peniche, os impactos do evento na cidade de Peniche foram:

- i. Aumento do número de empresas náuticas, nomeadamente ligadas ao surf;
- ii. A prática de atividades subaquáticas, principalmente mergulho por 7500 pessoas/ ano;

- iii. Aumento da estadia média para 5 dias;
- iv. Aumento da procura turística e do valor das exportações turísticas;
- v. Atração de visitantes nacionais, principalmente de Lisboa e Centro de Portugal; e internacionais, de Espanha, Reino Unido, Alemanha, França, Estados Unidos da América e Austrália (Sales, 2015).

Como forma de difusão, a Internet é a plataforma de excelência para transmissão do evento, sendo que ao longo dos anos, o número de visualizações pelo sítio oficial (www.worldsurfleague.com) tem crescido. No ano de 2015 procedeu-se à centralização de operações de visualização para apenas uma só plataforma online, o que explica o brutal crescimento de visualizações, como se pode verificar na Tabela 1 (CM Peniche, 2016).

Tabela 1. Nº de visualizações pela plataforma oficial do Rip Curl

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
6M	8M	9,5M	12M	12,7M	19,4M	42,9M

Fonte: Elaboração própria com base em Rip Curl (2012) e CM Peniche (2016)

Estima-se que o *Rip Curl* 2015 tenha atraído a Peniche 100 000 visitantes com um gasto total de 7 741 873€, dos quais, 2 489 780€ gerados por visitantes nacionais e 5 252 093€ por turistas internacionais. O evento terá gerado uma receita fiscal de 1 287 886€ e um impacto económico de 10 677 342€ (CM Peniche, 2016).

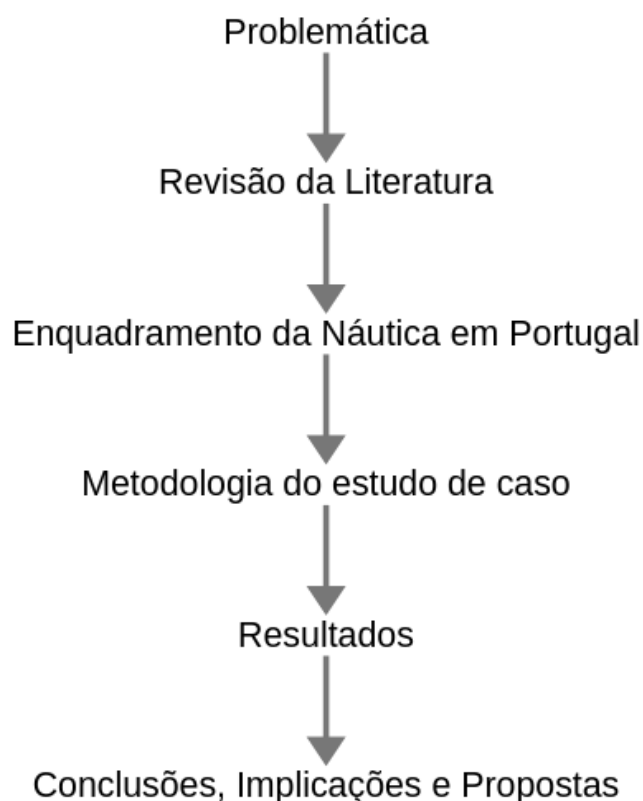
Desde de 2009, Peniche já conseguiu atrair 70 milhões de euros de investimentos, entre eles a própria *Rip Curl* que abriu uma loja que implicou um investimento de 2 milhões de euros (Gazeta das Caldas, 2016).

Capítulo IV – Metodologia

Segundo Quivy & Campenhout (1998, p.3), as etapas para proceder a uma investigação implicam a criação de hipóteses teóricas que “*devem ser confrontadas com dados de observação ou de experimentação*”, com o intuito de levar a determinada direção ou objetivo.

Deste modo, e partindo do modelo adaptado de análise de Quivy e Campenhout (1998), a linha de orientação que procura analisar o papel das atividades náuticas no desenvolvimento das atividades turísticas na região do Alto Minho e Esposende, é a que se apresenta na Figura 8.

Figura 8. Organograma do estudo de caso



Fonte: Elaboração própria com base em Quivy e Campenhout (1998)

A presente dissertação utiliza o estudo de caso, na medida em que, segundo Gil (2002 *cit in* R. Cunha, 2017, p.54), o estudo de caso é considerado a estratégia para a realização de uma investigação profunda, permitindo uma visão global sobre o tema em estudo e “*identificar possíveis fatores que o influenciam ou são*

influenciados pelo mesmo". Além disso, pode ser aplicada a várias áreas do conhecimento (Ventura, 2007).

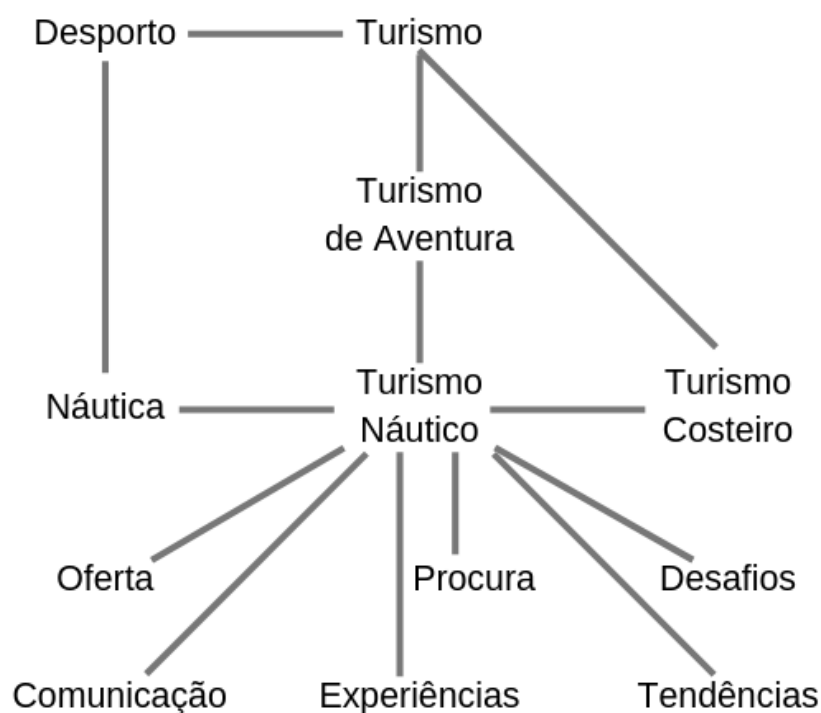
Após uma reflexão vários autores, (Ventura, 2007, p.384) definiu o estudo como sendo "*uma metodologia ou como a escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais. Visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações*".

O presente estudo pode ser visto como estando dividido em dois grupos concretos, a componente teórica e a componente prática.

A componente teórica tem como objetivos específicos caracterizar a náutica no enquadramento do turismo e na dinamização de experiências; e analisar o potencial das atividades náuticas na dinamização de experiências turísticas. Para dar resposta a estes dois objetivos, foi feita a revisão da bibliografia, a consulta de documentos estratégicos e a legislação em vigor.

A revisão da literatura tem por objetivo enquadrar o turismo náutico, em que como observado na Figura 9, este provém da junção do turismo (quer de aventura, quer costeiro) com a náutica, utilizando o desporto, e a partir do turismo náutico, dar resposta à oferta, à procura, aos desafios, à comunicação, às experiências e às tendências.

Figura 9. Enquadramento do turismo náutico



Fonte: Elaboração própria

A componente prática tem como objetivo específicos caracterizar a oferta, a comunicação e a procura dos visitantes e praticantes das atividades náuticas, ao nível do turismo, cultura e desporto no AM+E; e apresentar recomendações que potenciem a dinamização do turismo náutico nos territórios, em particular no AM+E. Por forma a dar resposta a estes objetivos, foram utilizados dados secundários do Instituto Nacional de Estatística (INE), dados primários resultantes da implementação de um inquérito por questionário e de entrevistas exploratórias. Por fim, a análise de conteúdo que levava a apresentar um conjunto de recomendações.

4.1. Dados Secundários

Os dados secundários são aqueles que já foram recolhidos por outros investigadores para dar resposta a objetivos que não são os mesmos. A sua utilização ajuda os pesquisadores na compreensão do problema em investigação, no auxílio do planeamento das pesquisas e na metodologia utilizada (Kovacs, Barbosa, Emília Mesquita, & Souza, 2012). Os trabalhos de investigação precisam frequentemente de dados macrossociais, que apenas

organismos oficiais, como os institutos nacionais de estatísticas, tem condições para recolher (Pocinho, 2014). Além disso, como estes organismos publicam com regularidade, é possível avaliar tendências e fazer estudos comparativos (Eusébio, Kastenholz, & Carneiro, 2003).

Para conhecer o panorama das empresas de animação turística, foram recolhidas informações do Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT). Foram recolhidos os dados referentes ao número de empresas total até ao dia 31 de Dezembro de 2018, ao nível nacional e regional, e por categoria, isto é, empresas de animação turística total, empresas de animação turística que não exercem atividade marítimo-turística, empresas marítimo-turísticas, e empresas de animação que não sendo marítimo-turísticas, providenciam atividades marítimo-turísticas. Com estes dados, foi possível analisar o panorama destas empresas na região do Alto Minho e Esposende, sendo estes dados importantes para dar resposta quanto a caracterização das atividades náuticas no AM+E.

4.2. Dados Primários

4.2.1. Inquérito por Questionário

O inquérito por questionário é uma técnica muito comum na investigação do turismo, principalmente em relação à procura turística (Cunha, 2017). Optou-se pela realização de um inquérito por questionário, porque esta técnica permite quantificar dados, desde a caracterização sociodemográfico, opiniões, conhecimentos, expectativas, comportamentos, valores ou outro ponto de interesse do investigador (Pocinho, 2014; Quivy & Campenhoudt, 1998).

Para a criação do inquérito por questionário foram consultados um conjunto de documentos, como forma de pesquisa ao nível das informações pertinentes. A consulta foi feita aos seguintes documentos:

- i. Agenda Regional do Turismo- Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal (CCDR-N, 2008);
- ii. Náutica 2020: Plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho (CIM Alto Minho, 2014a);

- iii. Viana Terra Náutica. Viana do Castelo. (CIM Alto Minho, 2014b);
- iv. Inquérito a Turistas – Abril de 2015 (Controlinveste, 2015);
- v. Perfil do Turista em Sesimbra. (Marques, 2015).

O processo de construção do inquérito dividiu-se em duas partes em que, a primeira parte procura perceber:

- as motivações principais para visitar o AM+E;
- as razões para a prática de atividade náuticas;
- quais as modalidades praticadas;
- o que fazem os acompanhantes enquanto aguardavam durante a prática da atividade náutica;
- a avaliação global das experiências náuticas no AM+E;
- além das atividades náuticas, que outras atividades foram realizadas;
- que atividades que gostariam de ter realizado;
- quais as motivações para regressar ao AM+E;
- quais as informações relevantes que estejam disponíveis nos meios digitais;
- e saber se a aplicação digital “Alto Minho, Náutica & Natureza” é conhecida.

Já a segunda parte do questionário visa traçar o Perfil sociodemográfico do Turista/ Visitante Náutico do Alto Minho e Esposende.

O inquérito por questionário foi disponibilizado em três línguas, em português, em inglês e em castelhano (devido à proximidade geográfica e ao facto de a região receber visitantes / turistas espanhóis) (Apêndice IV). A tradução dos inquéritos foi realizada pelo autor (*back translation*), cujas experiências de estudos (programa *Erasmus Mundus* Estudos na Arménia) e estágios (*Leonardo da Vinci* no Reino Unido; e *Erasmus* Estágio na Grécia) no estrangeiro foram uma mais valia no domínio da língua inglesa. Além disso, há o facto de trabalhar em contacto direto com diversos mercados, nomeadamente espanhol, inglês, norte-americano e canadiano. A revisão dos questionários traduzidos foi feita por pessoas com competências linguísticas, académicas e técnicas. O pré-teste foi realizado em Melgaço, na medida em que a empresa contactada facilitou o

processo e autorizou o acesso aos seus clientes, permitindo a aplicação dos questionários. A aplicação do pré-teste permitiu verificar que os inquiridos não tiveram dificuldades na sua compreensão, em qualquer uma das línguas, tendo apenas sido realizados acertos ao nível das atividades.

O tratamento dos dados resultantes, foram processados com recurso ao programa IBM SPSS *Statistics 25*.

Os resultados do presente estudo foram analisados tendo por base dados já existentes na bibliografia, como por exemplo, o estudo “Náutica 2020: Plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho” realizados no ano de 2013 (CIM Alto Minho, 2014a).

Seleção de empresas

As empresas selecionadas foram escolhidas segundo a técnica de amostragem por conveniência, que é uma técnica não probabilística. Esta técnica permite ao entrevistador selecionar a amostragem conveniente (Pocinho, 2014), devido à sua disponibilidade e acessibilidade (Cunha, 2017).

As instituições que colaboraram neste processo, estão localizadas nos concelhos de Arcos do Valdevez (uma), Caminha (uma), Esposende (duas), Melgaço (uma), Ponte de Lima (uma), Viana do Castelo (uma) e Vila Nova de Cerveira (uma). Estas instituições também foram selecionadas por se localizarem perto de massas de água (praias marítimas, praias fluviais ou perto destas), sendo a maioria das suas atividades, náuticas.

Foram realizadas tentativas junto a outras empresas, mas por falta de resposta ou resistência nos contactos, não foi possível ter uma distribuição mais alargada.

Seleção da amostra: Questionários

A aplicação dos questionários teve lugar da seguinte forma:

- i. Nas empresas de animação turística da região, sendo pedido que os seus clientes, no final da atividade preenchessem o inquérito;

- ii. Nas margens do rio Minho, rio Lima, praia de Esposende, praia do Cabedelo e praia de Moledo, após verificar a pratica de atividades náuticas.

A recolha de dados teve início no dia 10 de Fevereiro de 2019 até ao dia 31 de Maio de 2019. Para evitar a duplicação de respostas nas empresas de animação turística, foi pedido que não fossem entregues mais que um questionário por grupo de 5 pessoas.

O período não produziu um número muito grande de respostas, devido ao facto de ser um período em que há pouca procura de atividades náuticas. Além disso, as condições meteorológicas no período das férias da Páscoa não foram as ideias para a prática de atividades. Apesar de tudo, teve como vantagem o facto de ter sido aplicado por um período de tempo mais longo, o que permitiu um acompanhamento mais próximo nos vários locais onde foram implementados, já que a dispersão geográfica ainda era assinalável, tal como se pode verificar na Tabela 2.

Tabela 2. Municípios onde foram realizados os questionários

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Arcos de Valdevez	10	9,8%
Caminha	18	17,6%
Esposende	16	15,7%
Melgaço	18	17,6%
Ponte de Lima	12	11,8%
Viana do Castelo	20	19,6%
Vila Nova de Cerveira	8	7,8%
Total (N)	102	100,0%

Fonte: Elaboração própria

O preenchimento dos inquéritos nas empresas de animação turística foi realizado pelo inquiridor, tendo sido, também, dada a possibilidade de serem preenchidos pelos inquiridos, quando solicitados.

4.2.2. Caracterização da Amostra

Por forma a garantir que as respostas dos inquiridos fossem de turistas ou visitantes, foi importante questionar logo na primeira pergunta se o inquirido era residente no concelho onde estava a preencher o questionário. Deste modo, e com base nessa discriminação, todos os inquiridos vivem fora do município onde se encontravam a praticar a atividade (N=102).

O inquirido por questionário foi preenchido por uma maioria masculina, com uma predominância de 66 respostas (n), totalizando 64,7% (Tabela 3).

Tabela 3. Género

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Masculino	66	64,7%
Feminino	36	35,3%
Total (N)	102	100,0%

Fonte: Elaboração própria

A faixa etária com maior incidência são os ≤ 26 anos, com uma frequência (n) de 33 e 32,4% (Tabela 4). Apesar disso, a média de idades é de 34 anos e o desvio padrão é muito alto (11,776) o que significa que a dispersão de respostas sobre as idades é muito grande.

Tabela 4. Grupo de Idades

	Frequência (n)	Percentagem (%)
≤ 26	33	32,4%
27 – 34	18	17,6%
35 – 41	27	26,5%
≥ 42	24	23,5%
Total (N)	102	100,0%

Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
34,18	11,776	18	69

Fonte: Elaboração própria

O mercado nacional foi, de longe, o mercado com maior número de respondentes. Segundo a amostra (Tabela 5), os portugueses representam

41,2% dos praticantes de modalidades náuticas. Em termos globais, os europeus (exceto portugueses) representam 51% do total e os habitantes do Resto do Mundo 7,8%.

Tabela 5. Origem dos respondentes

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Portugal	42	41,2%
Europa	52	51,0%
Resto Mundo	8	7,8%
Total (N)	102	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Relativamente aos inquiridos portugueses (Tabela 6), 20% vivem no distrito de Viana do Castelo, 57,14% no distrito de Braga e 20% no distrito do Porto.

Tabela 6. Mercado Nacional por distrito

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Distrito Braga	20	57,14%
Distrito Porto	7	20,00%
Distrito Viana do Castelo	7	20,00%
Outros Distritos	1	2,86%
Total (N)	35	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Quanto aos europeus (Tabela 7), os espanhóis são os que mais nos procuram para praticar atividades náuticas com 42,3%, seguido dos alemães (13,5%), franceses (11,5%) e britânicos (9,6%).

Tabela 7. Mercado Europeu

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Alemanha	7	13,5%
Bélgica	2	3,8%
Espanha	22	42,3%
França	6	11,5%
Holanda	3	5,8%
Polónia	4	7,7%

Reino Unido	5	9,6%
Suécia	3	5,8%
Total (N)	52	100,0%

Fonte: *Elaboração própria*

De acordo com a Tabela 8, os respondentes vivem na sua maioria como casal, sejam eles casados ou a viver em união de facto (50,5%). No entanto não são um grupo em destaque já que os solteiros se encontram perto desse valor (46,5%), tendo recebido o maior número de respostas.

Tabela 8. Estado Civil

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Casado/a	40	39,6%
Solteiro/a	47	46,5%
Divorciado/a	2	2%
União de Facto	11	10,9%
Viúvo/a	1	1%
Total (N)	101	100,0%

Fonte: *Elaboração própria*

Em termos de escolaridade (Tabela 9), os inquiridos são na sua maioria pessoas com educação superior (76%), sendo a sua maioria licenciados (39%) e mestres (31%).

Tabela 9. Habilitação Literária

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Até 9º ano	5	5%
12º ano	19	19%
Licenciatura	39	39%
Mestrado	31	31%
Doutoramento	5	5%
Outra: Bacharelato	1	1%
Total (N)	100	100%

Fonte: *Elaboração própria*

Quanto à situação profissional (Tabela 10), a maioria dos respondentes encontra-se a trabalhar (90,8%), sendo que 68,4% são trabalhadores por conta de outrem e apenas 22,4% por conta própria.

Tabela 10. Situação profissional

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Estudante	7	7,1%
Reformado/a	2	2,0%
Trabalhador por conta de outrem	67	68,4%
Trabalhador por conta própria	22	22,4%
Total (N)	98	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Segundo a amostra (Tabela 11), os inquiridos são pessoas ativas e que gostam de praticar alguma atividade desportiva, sendo que 49,5% afirmam que o fazem 3 a 4 vezes por semana.

Tabela 11. Frequência semanal para a prática desportiva

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Até 2 vezes	44	46,3%
3 a 4 vezes	47	49,5%
5 vezes ou mais	4	4,2%
Total (N)	95	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Segundo a amostragem (N=84), entre as modalidades mais praticadas (Tabela 12), estão o fitness com 28,57%, seguidos da corrida (14,29%) e surf (9,52%). Se forem consideradas todas as modalidades de surf como sendo uma, esta ocupa o segundo lugar das modalidades preferidas com 20,24%.

Tabela 12. Modalidades mais praticadas

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Andebol	1	1,19%
Bicicleta	6	7,14%
Bodyboard	3	3,57%
BTT	2	2,38%

Caça submarina	1	1,19%
Caminhada	3	3,57%
Canoagem	3	3,57%
Corrida	12	14,29%
Crossfit	3	3,57%
Fitness	24	28,57%
Futebol	5	5,95%
Kitesurf	5	5,95%
Natação	3	3,57%
Pesca	1	1,19%
Surf	8	9,52%
Vela	1	1,19%
Winsurf	1	1,19%
Yoga	2	2,38%
Total (N)	84	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Os praticantes de atividades náuticas deslocam-se principalmente em grupos de amigos (45,1%), sendo também adeptos de viajarem sem companhia (23,5%), como pode ser verificado na Tabela 13.

Tabela 13. Com quem realizou a última atividade

	Frequência (n)	Porcentagem (%)
Sozinho/a	24	23,5%
Com conjugue/ companheiro/a	9	8,8%
Grupo de família	23	22,5%
Grupo de amigos	46	45,1%
Total (N)	102	100,0%

Fonte: Elaboração própria

A Tabela 14 discrimina a composição dos grupos familiares e de amigos. No entanto, o número de respostas não foi muito grande e não permite uma análise muito clara.

Tabela 14. Características dos grupos

	N	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Total de pessoas no grupo de família	13	3,00	0,913	2	5
Total de pessoas no grupo de amigos	36	7,53	8,791	2	35
Total de crianças no grupo de família	6	1,67	0,816	1	3
Total de crianças no grupo de amigos	1	2,00	-	2	2

Fonte: Elaboração própria

Já quanto ao período de estadia (Tabela 15), o número de respostas permite-nos tirar algumas conclusões, nomeadamente ao nível da estadia média, que consegue ser superior à média do turista comum, com 4,59 dias, apesar de ter um desvio padrão de 4,073. Quanto aos visitantes, é possível dizer que a deslocação permite uma média de quase 8h (7,73), ainda que o desvio padrão seja considerável (4,832), é importante referir que N=15 e não permite tirar uma resposta conclusiva.

Tabela 15. Número de dias/horas na região

	N	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Total de dias na região	59	4,59	4,073	1	20
Total de horas na região	15	7,73	4,832	3	20

Fonte: Elaboração própria

Quanto à tipologia de alojamento escolhido (Tabela 16), os *hostels* são a tipologia preterida por 30% dos respondentes (N=70), seguido dos hotéis (25,7%) e do turismo em espaço rural (TER) (12,9%).

Tabela 16. Alojamento

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Acampamento	1	1,4%
<i>Hostel</i>	21	30,0%
Turismo em Espaço Rural (TER)	9	12,9%
Pousada	4	5,7%
Hotel	18	25,7%

Casa de familiares ou amigos	7	10,0%
Aluguer de apartamento ou moradia	7	10,0%
Outra: Segunda habitação	1	1,4%
Outra: Surf Camp	2	2,9%
Total (N)	70	100,0%

Fonte: *Elaboração própria*

Em média, a maioria dos inquiridos (58,1%) respondeu que gastou até 50€ para a realização das atividades náuticas, seguido de 20,9% que gastaram entre 51€ e 100€. Além destes, é de referir que 11,6% gastaram mais de 351€, o que é indicador da existência de praticantes especializados e com rendimentos altos que procuram a região para a prática de modalidades náuticas (Tabela 17).

Tabela 17. Gasto médio total, por pessoa em atividades náuticas

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Até 50€	50	58,1%
51€ - 100€	18	20,9%
101€ - 150€	5	5,8%
151€ - 200€	-	-
201€ - 250€	2	2,3%
251€ - 300€	-	-
301€ - 350€	1	1,2%
Mais de 351€	10	11,6%
Total (N)	70	100,0%

Fonte: *Elaboração própria*

4.2.3. Inquérito por Entrevista

Além do inquérito, foi necessário proceder à realização de entrevistas a pessoas ligadas a instituições e empresas que trabalham no setor do turismo, em especial em atividades de lazer, em ambiente náutico. Deste modo, foi possível contar com a experiência das pessoas que trabalham todos os dias no ramo, e com isso procurar cimentar o estudo, identificando propostas com base na sua perspetiva. Estas entrevistas são essenciais para a definição de políticas de turismo porque

“a gestão e o planeamento dos destinos devem ser prospetivos e participativos” (Silva, 2013, p.194).

As entrevistas permitem obter “*informações e elementos de reflexão muito ricos e variados*”, num contacto direto, onde o entrevistado “*exprime as perceções sobre as suas experiências*” (Pocinho, 2014, p.97).

Relativamente às entrevistas, optou-se que estas fossem semiestruturadas por esta permitir combinar perguntas abertas e fechadas e onde são definidas um conjunto de questões previamente definidas. A entrevista, no entanto, deve decorrer de uma forma semelhante a uma conversa informal. A entrevista semiestruturada permite ainda a discussão do assunto, fazendo perguntas adicionais que elucidem as questões, não deixando margens para dúvidas em caso de o entrevistado fugir ao tema em discussão (Boni & Quaresma, 2005). Segundo estes autores, “*esse tipo de entrevista é muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados*” (Boni & Quaresma, 2005, p.75).

As perguntas das entrevistas devem seguir a ordem que o entrevistador entender, de forma a poder conduzir a conversa da forma mais natural, com a responsabilidade de manter o foco da entrevista nos objetivos, utilizando as perguntas e as palavras mais apropriadas (Pocinho, 2014). Segundo Corbetta (2003), *cit. in* (Kajornboon, 2005), o entrevistador tem liberdade de pedir esclarecimentos no caso de a resposta não tenha sido suficientemente clara.

Os entrevistados pertencem a instituições do sector público (4), privado (8) e público e privado (1), e tem as suas áreas de atuação um pouco por todo o AM+E. As instituições públicas estão localizadas na sua maioria em concelhos costeiros, enquanto que as empresas se encontram disseminadas por toda região.

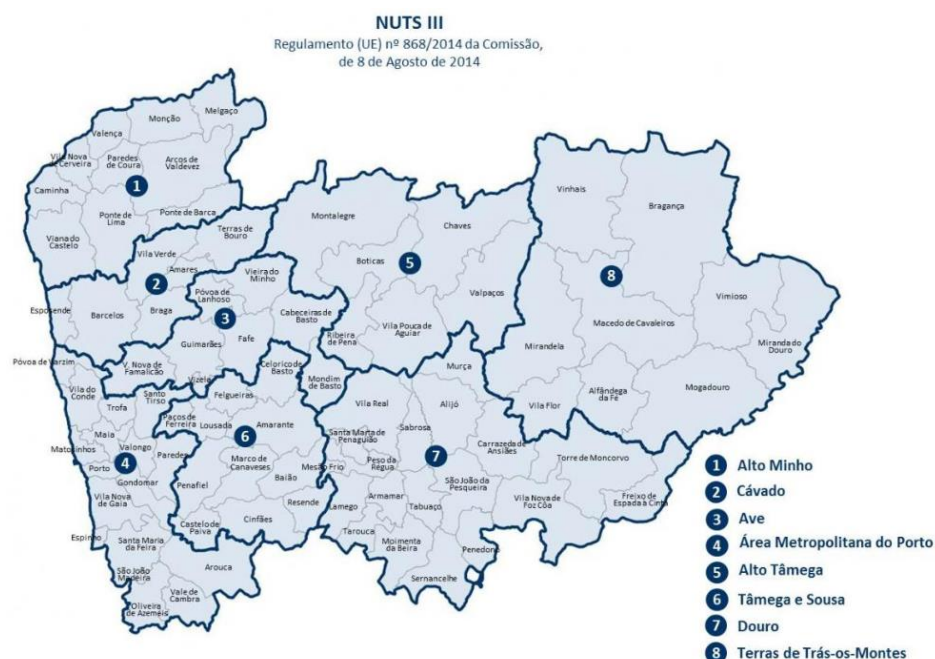
As entrevistas (Apêndice V) tiveram uma duração média de 48 minutos. Foram realizadas entre os dias 11 de Março e o 17 de Abril, excetuando três, que decorreram no mês de Maio.

Capítulo V – Alto Minho e Esposende - Enquadramento

5.1. Alto Minho e Esposende

As regiões (NUT III) do Alto Minho e do Cávado estão localizadas na região Norte de Portugal (NUT II) (Figura 10).

Figura 10. NUT III - Norte de Portugal



Fonte: UE (2014)⁵

A região do Alto Minho é composta por 10 concelhos: Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira, ocupando uma área de 2 218,84 km². Os concelhos com maior superfície são: Arcos de Valdevez (447,6 km²), Ponte de Lima (320,25 km²) e Viana do Castelo (319,02 km²) (INE, 2017e).

A região do Cávado é composta por 6 concelhos, Amares, Barcelos, Braga, Esposende, Terras do Bouro e Vila Verde, ocupando uma superfície de 1 245,79 km². Os concelhos de maior dimensão são Barcelos (378,90 km²) e Terras do Bouro (277,46 km²). Esposende ocupa uma área de 95,41 km² (INE, 2017e).

⁵ http://www.ccdr-n.pt/sites/default/files/ficheiros_ccdrn/institucional/mapa_norte.jpg acessido em 12-11-2018

Em 2017, o Alto Minho possuía uma população de cerca de 232 mil habitantes, o que representa cerca de 2,26% da população nacional e cerca de 6,49% da população da região Norte (NUT II). Os concelhos com mais população são Viana do Castelo (85 mil habitantes), Ponte de Lima (42 mil habitantes) e Arcos de Valdevez (21 mil habitantes) que albergam mais de metade da população alto minhota, sendo estes concelhos, todos do vale do rio Lima (INE, 2017c).

O concelho de Esposende, na região do Cávado, possui uma população de cerca de 34 mil habitantes, o quarto mais populoso em seis, numa região com cerca de 404 mil habitantes, onde os concelhos com mais habitantes são Braga (181 mil) e Barcelos (117 mil). A região do Cávado representa cerca de 3,93% da população nacional e 11,30% da região Norte (INE, 2017c).

5.1.1. Caracterização Turística

A região Norte de Portugal teve no ano de 2018 um *RevPar* de 33,35€, uma variação positiva de 25,34% desde 2014, em que o valor foi de 24,90€ (Travel BI, 2019d). O proveito médio por dormida, foi de 44,70€, com uma variação positiva de 24,38% comparativamente aos 33,80€ no ano de 2013 (Travel BI, 2019c).

Quanto à estadia média no ano de 2018, o mercado interno pernoita 1,6 noites na região Norte, enquanto que o mercado internacional fica 2.1 noites, com destaque para os seguintes mercados: Polónia (2,6); Bélgica (2.4); Brasil e Alemanha (2,3); e França, Holanda e Reino Unido (2,2) 24,38% (Travel BI, 2019b).

No Alto Minho, o mercado nacional é o mais expressivo com 57% do total de hóspedes, seguindo-se a Espanha com 14% e a França com 5%. Quanto às dormidas, 60% têm lugar em hotéis e 23% em pensões, com um *RevPar* de 28,30€ (CIM Alto Minho, 2012). O Alto Minho, juntamente com Esposende possuem um total de 221 estabelecimentos hoteleiros, sendo que, a sua maioria são Pensões (167) (INE, 2017b). Relativamente aos Alojamentos Locais, o Alto Minho e Esposende dispõem de 1538 unidades (Travel BI, 2019a).

No ano de 2016, Portugal teve um total de 59 122 640 dormidas, dos quais, 7 989 922 tiveram lugar na região Norte, o que equivale a 13,51% do total nacional. Relativamente à região do Alto Minho, este teve um total de 544 477, o que corresponde a um total de 0,92% do total nacional e um total de 6,81% do total da região Norte. Já a região do Cávado, teve um total de 795 627, o que corresponde a um total de 1,35% do total nacional e um total de 9,96% da região Norte (INE, 2017a).

Esposende atraiu um total de 106 735, ou 13,42% da região do Cávado, sendo o terceiro destino mais procurado daquela região, apenas atrás dos concelhos de Braga com 483 956 (60,83%) e Terras do Bouro com 121 252 (15,24%) (INE, 2017a).

Na região do Alto Minho (Figura 11), os concelhos com maior número de dormidas são: Viana do Castelo com 175 225 (32,18%), Caminha com 74 069 (13,60%), Vila Nova de Cerveira com 65 928 (12,11%), Ponte de Lima com 57 411 (10,54%), e Arcos de Valdevez com 57 117 (10,49%) (INE, 2017a) (ver Anexo 1).

Figura 11. Dormidas no Alto Minho e Esposende



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2017)

No ano de 2016, os proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros em Portugal foram de 3 103 755 000€. A região Norte teve proveitos de 403 945 000€ ou 13,01% do total nacional e a região do Alto Minho representa 25 328 000 ou 0,82% e a região do Cávado 32 555 000 ou 1,05% do total nacional ou 6,27% e 8,06% respetivamente (INE, 2017d).

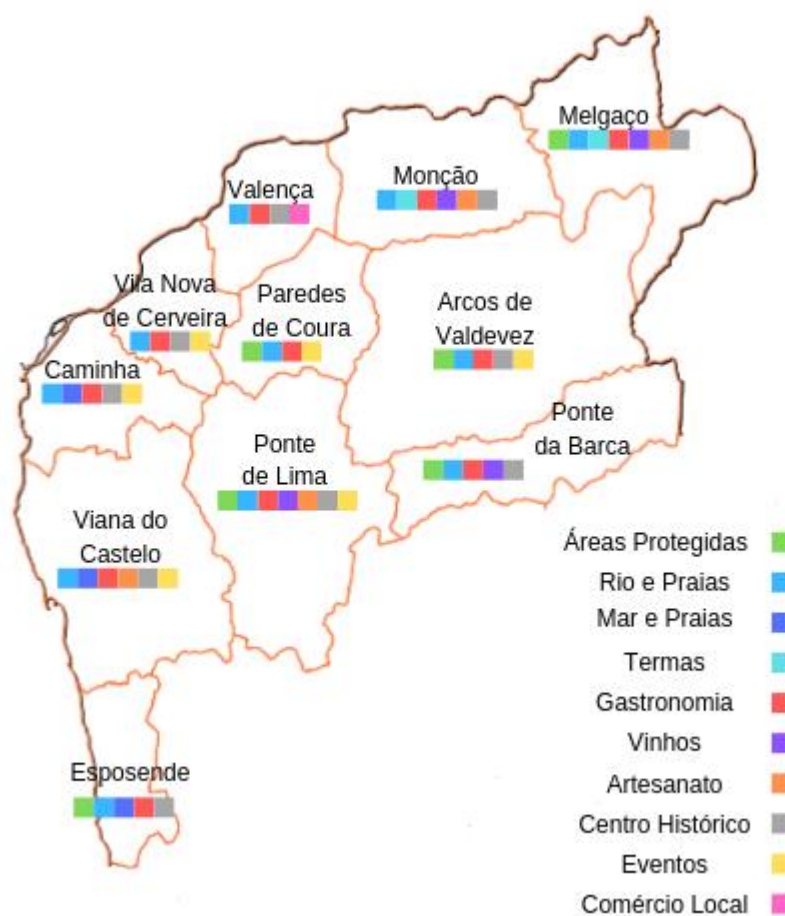
5.2. Oferta de Recursos

Segundo o Plano de Desenvolvimento do Alto Minho - Desafio 2020, Diagnóstico Estratégico (Março 2012), a dinâmica e o potencial turístico no Alto Minho

identifica um conjunto de recursos naturais e contruídos de cariz emblemático e distintivo (CIM Alto Minho, 2012).

Os rios Minho, Coura, Âncora, Lima, Laboreiro, Vez e Neiva foram considerados como sendo recursos emblemáticos dos concelhos; e as praias (marítimas e fluviais) e o mar, os principais recursos naturais da região. Segundo o Plano, o Alto Minho tem como principais recursos concelhios (Figura 12), os recursos naturais (rios e áreas protegidas), recursos histórico e cultural (centros históricos) e recursos enogastronómicos. Ao nível regional, os principais recursos considerados são os eventos, as ecovias, os solares e o termalismo (CIM Alto Minho, 2012). Como o estudo não abrange o concelho de Esposende, mas dado o histórico de parcerias entre o município e a CIM Alto Minho, é apresentado um conjunto de recursos tendo por base os resultados dos concelhos alto minhotos.

Figura 12. Recursos na região do Alto Minho e Esposende



Fonte: Elaboração própria com base em CIM Alto Minho (2012)

Ainda o Plano de Desenvolvimento do Alto Minho - Desafio 2020, são considerados dois Polos de Atratividade Imediata: o de 1º Nível – Parque Nacional Peneda-Gerês; e o de 2º Nível – Paisagem Protegida de Corno de Bico, a Paisagem Protegida das Lagoas de Bertandós e São Pedro de Arcos e os rios Minho e Lima. É identificado como Polo de Atratividade Embrionária a Serra d'Arga, as fortalezas, centros históricos, os alojamentos em espaço rural, vinhos e gastronomia. Como Polos de Atratividade Complementar são identificados o património histórico, os caminhos de Santiago, o património cultural e artesanato, as praias marítimas e fluviais e as termas (Figura13) (CIM Alto Minho, 2012).

Figura 13. Hierarquia do património natural, paisagístico e construído do Alto Minho



Fonte: CIM Alto Minho (2012)

Quanto ao investimento de novas estruturas para o apoio desportivo náutico, tem havido nos últimos anos, um esforço na constituição de centros náuticos ou centros de mar, e centros de alto rendimento (CAR).

Os centros náuticos ou de mar são conjuntos globais que abrangem estruturas diversificadas de apoio à atividade náutica quer a nível desportivo - federativo ou

livre; quer a nível turístico. Constituem-se como sendo um polo agregador das atividades náuticas e do turismo náutico, que articulam em rede atividades e serviços que vão desde “... a manutenção e reparação de embarcações de recreio e atividades de dinamização do turismo náutico que valorizem um conjunto de elementos patrimoniais e ambientais que potenciem a criação de novas atividades e empresas” (AEP, 2015, p.134).

No AM+E existem dois centros náuticos localizados em Ponte de Lima e Viana do Castelo. Em Viana do Castelo, “o Centro de Mar integra-se como projeto âncora no Cluster do Conhecimento e da Economia do Mar e assume-se como uma aposta, de entre o conjunto de operações que o constituem, no desenvolvimento da náutica de recreio e dos desportos náuticos enquanto componentes relevantes para o reforço da posição de Viana do Castelo como uma «cidade da náutica do atlântico»” (CMVC, 2017).

O Centro de Mar de Viana do Castelo é, em termos de área o maior do país (AEP, 2015), sendo que, para a sua constituição foram construídos 2 edifícios novos para o Centro de Vela e Centro de Canoagem. Contou ainda com a recuperação e ampliação da antiga fábrica das boinas para o Centro de Remo, e a adaptação do Navio Gil Eanes para a receber o Centro de Interpretação Ambiental e de Documentação do Mar (CMVC, 2017).

Já o Centro de Alto Rendimento é “uma unidade operativa que abrange um conjunto específico e diversificado de instalações, equipamentos desportivos e serviços de apoio multidisciplinar, cuja finalidade é a melhoria e otimização do rendimento desportivo, proporcionando aos praticantes de alto rendimento ou que integram seleções nacionais, as adequadas condições de preparação desportiva e de otimização da performance” (Federação de Desporto, s/d).

Além das valências de treino, os CAR oferecem serviços de investigação, medicina, psicologia, fisioterapia, nutrição, entre outras; que além de suprir as necessidades das federações desportivas, têm ainda como objetivos “detetar e potenciar talentos desportivos, possibilitar estágios, avaliar, controlar e otimizar o treino, a investigação científica e monitorizar resultados” (Fundação do Desporto, n.d.).

Na região em estudo existe o CAR de Viana do Castelo, localizado na praia do Cabedelo para a prática da modalidade de surf. Apesar de ser uma estrutura independente, esta está intimamente ligado ao Centro de Mar.

Quanto a cruzeiros, a região ainda não está preparada, no entanto desde 2010 que o porto de Viana do Castelo tem recebido cruzeiros de forma irregular, com um total de 7 cruzeiros e 1749 passageiros (Porto de Lisboa, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018).

Ao nível das marinas, a região Norte possui 1139 lugares de ancoragem, o que representa 10,38% do total nacional (Apêndice II). No Alto Minho só há uma marina registada no Portal do Mar da DGRM, localizada em Viana do Castelo com um total de 307 amarrações. É dividida por duas docas, uma localizada a jusante da ponte metálica para embarcações até 18m, e a outra localizada a montante para embarcações menores (DGRM, n.d.).

5.3. Outras Estruturas

- i. Fluvivez – apoio à canoagem, natação e pesca desportiva em Arcos de Valdevez (CM Arcos Valdevez, n.d.-b)⁶;
- ii. Museu Marítimo de Esposende (Visit Esposende, 2019)⁷;
- iii. Posto Náutico – Valença (CM Valença, 2019a)⁸;
- iv. Viana Beach Center (Viana Beach Center, n.d.)⁹;
- v. Wake Park (Feel Viana, 2019)¹⁰;
- vi. Aqua Museu do Rio Minho (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-a)¹¹;
- vii. Parque de Lazer do Castelinho (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-c)¹²;
- viii. Cais Náutico de Vila Nova de Cerveira (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-d)¹³;

⁶ https://www.cmav.pt/pages/1443?poi_id=444, acedido em 02-05-2019;

⁷ <https://www.visitesposende.com/pt/fazer/monumentos/museu-maritimo-de-esposende>, acedido em 02-05-2019;

⁸ <https://www.cm-valenca.pt/desporto>, acedido em 02-05-2019;

⁹ <http://www.vianabeachcenter.com/#>, acedido em 02-05-2019;

¹⁰ <https://feelviana.com/pt/wake-park>, acedido em 02-05-2019;

¹¹ <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/235>, acedido em 02-05-2019;

¹² <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/181>, acedido em 02-05-2019;

¹³ https://www.cm-vncerveira.pt/uploads/writer_file/document/1102/Polidesportivos_por_freguesias.pdf, acedido em 02-05-2019.

- ix. Posto Náutico de Vila Nova de Cerveira (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-e)¹⁴;
- x. Centro de informação do Lima (CM Ponte de Lima, 2019)¹⁵;
- xi. Centro Náutico Rio Neiva - Rio Neiva ADA (CM Esposende, 2016b)¹⁶;
- xii. Posto Náutico de Fão – Clube Náutico de Fão (CM Esposende, 2016c)¹⁷;
- xiii. Posto Náutico de Gemeses (CM Esposende, 2016d)¹⁸.

5.4. Eventos

A região tem vindo a ser palco para a realização de várias atividades desportivas de âmbito nacional e internacional, com propósitos desportivos, educacionais ou de recreio. Algumas dessas atividades são:

- i. Minho SUP Race (CM Caminha, n.d.)¹⁹;
- ii. Descida Internacional Rio Coura em Kaiak (DIRCK) (CM Caminha, n.d.)²⁰;
- iii. Triatlo Longo de Caminha (CM Caminha, n.d.)²¹;
- iv. Campeonato Nacional Pesca à Pluma, Campeonato Nacional de Pesca à Truta - Isco Artificial (CM Arcos Valdevez, n.d.-a)²²;
- v. Taça Ibérica de Slalom (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-f)²³;
- vi. Campeonato Nacional de Esperanças de slalom (CM Vila Nova Cerveira, n.d.-b)²⁴;
- vii. Travessia a Nado Eurocidade Valença Tui (CM Valença, 2019b)²⁵;
- viii. Troféu Natação Eurocidade Valença Tui (educativo) (CM Valença, 2019b)²⁶;
- ix. Conferência Nature & Sports Euro'Meet 2019 (CM Viana do Castelo, 2019a)²⁷;

¹⁴ <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/174>, acessido em 02-05-2019;

¹⁵ <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/412>, acessido em 02-05-2019;

¹⁶ http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/791?poi_id=153, acessido em 02-05-2019;

¹⁷ http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/950?poi_id=104, acessido em 02-05-2019;

¹⁸ http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/789?poi_id=123, acessido em 02-05-2019;

¹⁹ <https://www.cm-caminha.pt/pages/1135>, acessido em 02-05-2019;

²⁰ <https://www.cm-caminha.pt/pages/1135>, acessido em 02-05-2019;

²¹ <https://www.cm-caminha.pt/pages/1135>, acessido em 02-05-2019;

²² http://www.arcosv.pt/?page_id=7, acessido em 02-05-2019;

²³ <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/176>, acessido em 02-05-2019;

²⁴ https://www.cm-vncerveira.pt/frontoffice/pages/349?event_id=1674, acessido em 02-05-2019;

²⁵ <https://www.cm-valenca.pt/index.php?oid=5395&op=all>, acessido em 02-05-2019;

²⁶ <https://www.cm-valenca.pt/index.php?oid=5395&op=all>, acessido em 02-05-2019;

²⁷ <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/euromeet-2019>, acessido em 02-05-2019.

- x. Campeonato Europeu de Surf Adaptado (CM Viana do Castelo, 2019b)²⁸;
- xi. Viana World Bodyboard Championship (CM Viana do Castelo, 2018a)²⁹;
- xii. Campeonato Luso Galaico de Surf (CM Viana do Castelo, 2018b)³⁰;
- xiii. Windsurf Esposende Open (CM Esposende, 2018)³¹;
- xiv. Esposende Kitesurf Open (CM Esposende, 2016a)³²;
- xv. Triatlo de Esposende (CM Esposende, 2016a)³³;
- xvi. Campeonato Nacional de Canoagem de Mar (CM Esposende, 2016a)³⁴.

²⁸ <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/noticias/viana-do-castelo-vai-acolher-primeiro-campeonato-europeu-de-surf-adaptado-no-mes-de-maio>, acedido em 02-05-2019;

²⁹ <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/viana-world-bodyboard-championship-2018>, acedido em 02-05-2019;

³⁰ <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/xx-campeonato-luso-galaico-de-surf>, acedido em 02-05-2019;

³¹ http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/493?event_id=648, acedido em 02-05-2019;

³² <http://www.municipio.esposende.pt/pages/420>, acedido em 02-05-2019;

³³ <http://www.municipio.esposende.pt/pages/420>, acedido em 02-05-2019;

³⁴ <http://www.municipio.esposende.pt/pages/420>, acedido em 02-05-2019.

Capítulo VI – Resultados

6.1. Caracterização das Empresas de Animação Turística

Para a análise dos registos das empresas no Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT), adotadas as seguintes abreviaturas para as várias nomenclaturas dos grupos de empresas de animação turística em que:

- AT – são todas as empresas de animação turística;
- EAT – são as empresas de animação turística que prestam serviços de Turismo de Ar Livre/ Turismo de Natureza e Aventura e Turismo Cultural/ *Touring* Paisagístico e Cultural;
- AMT – são as empresas de animação turística que além das atividades referidas nas EAT, prestam também serviços marítimo-turísticos;
- OMT – são as empresas de animação turística que prestam apenas atividades marítimo-turísticas (Turismo de Portugal, 2019).

As empresas de AT na região autónoma dos Açores fazem o seu registo obrigatório através do Registo Regional de Agentes de Animação Turística (RRAAT) (Governo dos Açores, n.d.-a) e divide as atividades turísticas como: animação turística terrestre; observação de cetáceos; atividades náuticas; e pesca – turismo. Como o RRAAT cataloga as atividades turísticas de maneira diferente do RNAAT, estes dados vão ser apenas utilizados apenas, na comparação da localização das empresas de AT por NUT II.

As primeiras empresas de AT tiveram início a atividade no ano de 2001 e já previam atividades marítimo-turísticas nos seus serviços.

No ano de 2009, através do Decreto-Lei 108/2009 de 15 de Maio que os estatutos dos OMT foram criados, bem como o RNAAT e as taxas aplicadas no registo na plataforma (950€ para as microempresas e 1500€ para as restantes) (Ministério da Economia e da Inovação, 2009).

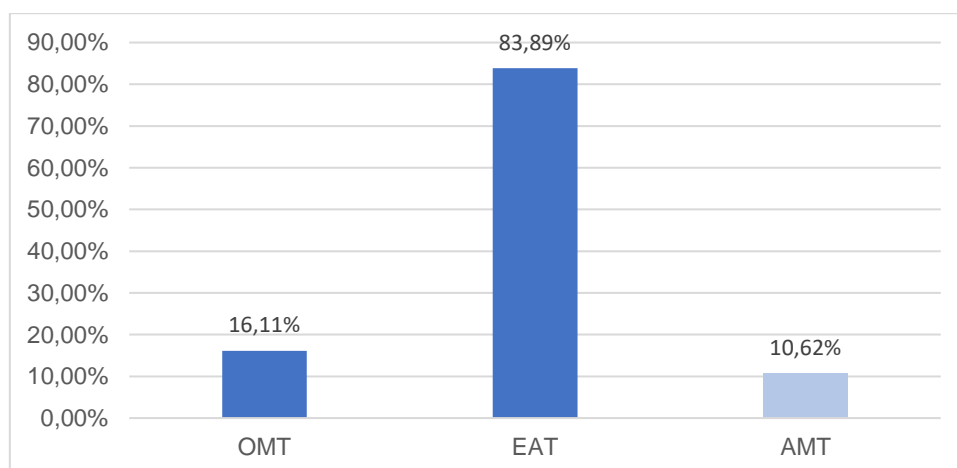
A diminuição das taxas aplicadas no ano de 2013 não surtiu efeito nesse ano nem nos seguintes em que o registo das empresas de AT diminuíram através do DL 95/2013 de 19 de Junho (em 2009 as microempresas pagavam 950€ e as

restantes 1500€), passando a pagar 135€ (sem reconhecimento de atividade de turismo de natureza), 240€ (com reconhecimento de atividade de turismo de natureza), 90€ (para empresas de animação turística em ambiente urbano) e 75€ para empresas de AT e OMT em regime de livre prestação de serviços que pretendam o reconhecimento de atividade de turismo de natureza. Se forem microempresas as taxas são 90€, 160€, 20€ e 45€ respetivamente (Ministério da Economia e do Emprego, 2015).

6.2. Caracterização das AT em Portugal

Em termos globais, o sector da Animação Turística em Portugal é composto por 8286 empresas (Turismo de Portugal, 2019) sendo que 83,89% são empresas registadas como Animação Turística (AT) e 16,11% são registadas como Operadores Marítimo-Turísticos (OMT) (Gráfico 1). No entanto, 10,62% das empresas registadas como Animação Turística disponibilizam Atividade Marítimo-Turísticos (AMT). As empresas especializadas e/ou complementares de atividades marítimo-turísticas (OMT e AMT), em conjunto, representam um total de 26,73% de todas as empresas registadas no RNAAT.

Gráfico 1. Tipologia das Empresas de Animação Turística em Portugal



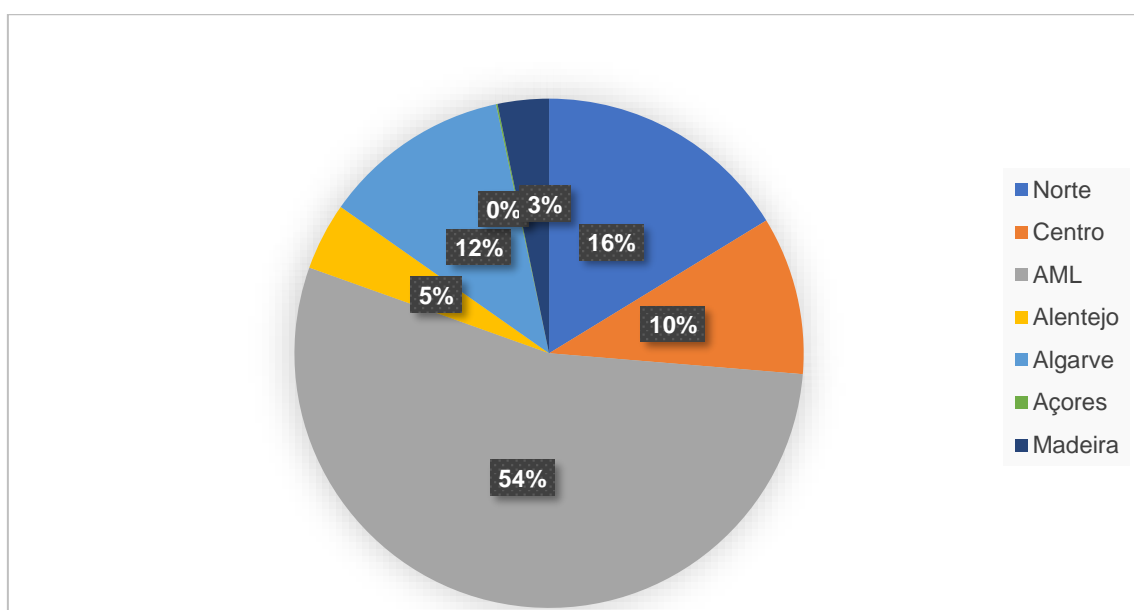
Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Em Portugal, foram inscritos até ao dia 31 de Dezembro de 2018, 8286 empresas no RNAAT. Deste total, a região da Área Metropolitana de Lisboa (AML) possui mais de metade dos registos com 54%. Em segundo vem a região Norte com 16% e o Algarve com 12%. Em contrapartida, as regiões autónomas são as que possuem menos registos, onde os Açores representam 0,1% do total nacional e

a Madeira 3,3%, como se pode verificar no Gráfico 2 (Turismo de Portugal, 2019).

Se os registos do RRAAT forem integrados nos registos do RNAAT, o número de empresas de AT, ao nível nacional passa a ser de 8721, dos quais, 95,01% fazem parte do RNAAT (Turismo de Portugal, 2019) e 4,99% são as empresas açorianas listadas no RRAAT (Governo dos Açores, n.d.-b). Assim sendo, a região autónoma dos Açores tem um número maior de empresas de AT do que as regiões do Alentejo e Madeira.

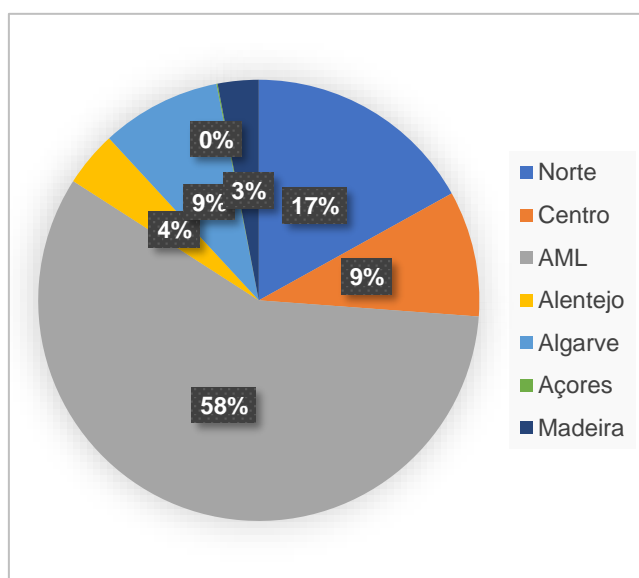
Gráfico 2. Localização das empresas de AT por NUT II



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Relativamente às EAT – que possuem apenas atividade de Turismo de Ar Livre/ Turismo de Natureza e Aventura e Turismo Cultural/ *Touring* Cultural e Paisagístico – o Gráfico 3 demonstra que a AML mantém-se igualmente em primeiro e com uma expressão ainda maior relativamente aos dados totais de registos. A região Norte mantém-se em segundo lugar e aumentou também a sua cota em relação aos totais dos registos. Algarve e Centro surgem a seguir, ambas com 9%.

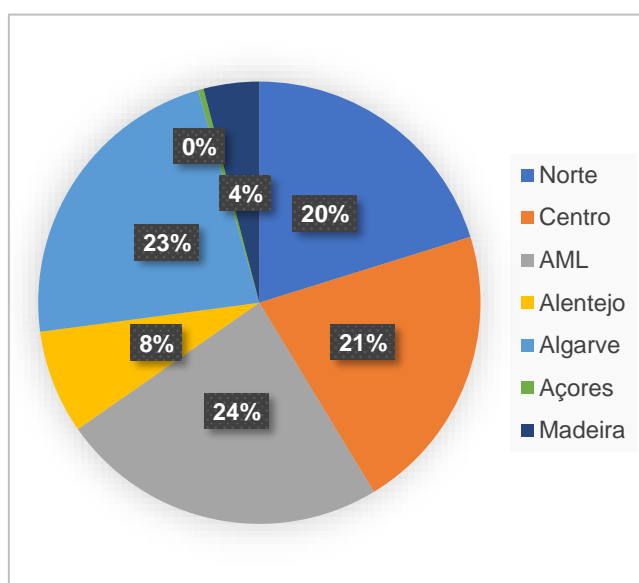
Gráfico 3. Localização das EAT, por NUT II



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Quanto às empresas de AT (Gráfico 4) que possuem atividade marítima-turística, os registos no RNAAT encontram-se mais distribuídos por 4 regiões: AML, Algarve, Centro e Norte.

Gráfico 4. Localização das Empresas com AMT, por NUT II

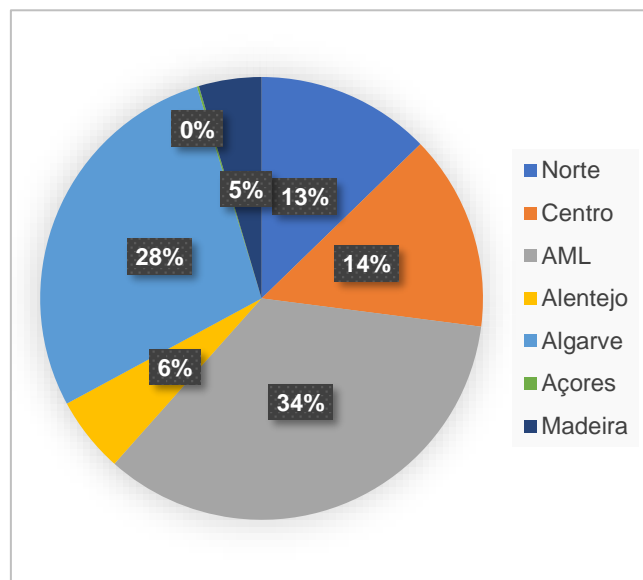


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Quanto aos operadores marítimo-turísticas, o Gráfico 5 apresenta a AML e o Algarve com quase dois terços do total dos registos, com 34% na AML e 28% no Algarve. O Centro e o Norte não possuem valores tão expressivos, como

comparando com as AMT. Isto demonstra que nestas regiões, as empresas optam menos pela especialização náutica comparando com a AML e o Algarve.

Gráfico 5. Localização das Empresas OMT, por NUT II



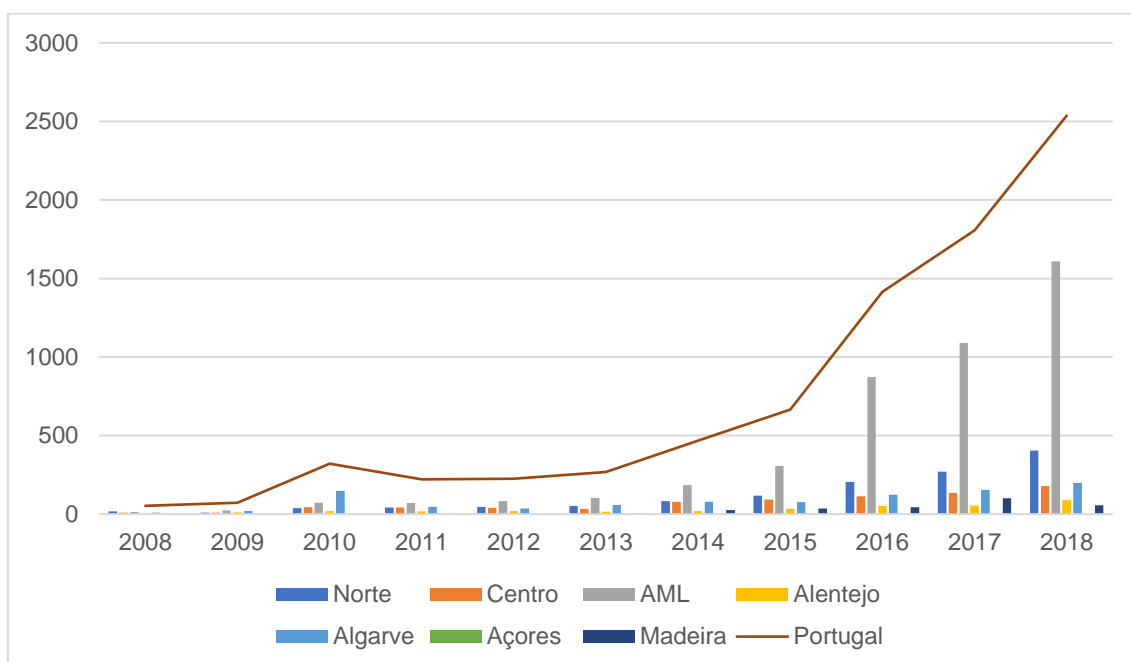
Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Na última década, a criação de novas empresas de animação turística em Portugal, tem tido um crescimento exponencial, principalmente a partir do ano de 2016 (Gráfico 6). A AML é a grande líder nos novos registos, mas compreende-se que no geral, tem havido um crescimento em todas regiões, excetuando a região autónoma dos Açores.

Em termos totais nacionais, no ano de 2015 houve um total de 666 novos registos e no seguinte foi mais do dobro com um total de 1416 novos registos.

A AML é a região que mais empresas tem criado, o que colabora com o estudo *Global Destination Cities Index*, elaborado pela *Mastercard*, que coloca Lisboa como a segunda cidade europeia preferida para viagens de lazer no período 2009-2017, com um crescimento médio de turistas de 10,6%, apenas atrás da cidade de Bucareste, com 10,7% (Jornal de Negócios, 2018).

Gráfico 6. Total de Registos de Empresas de AT

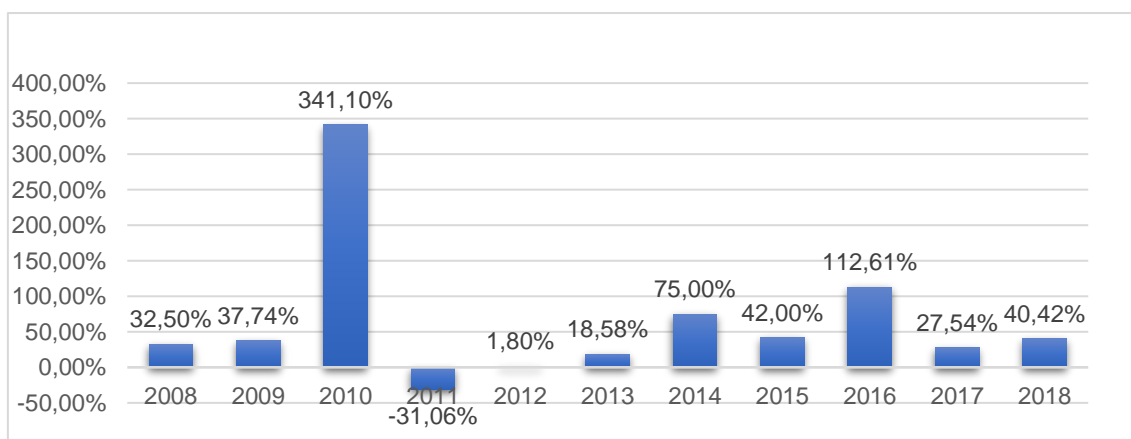


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Quanto ao crescimento variável em termos nacionais, o Gráfico 7 apresenta no período 2008-2018, que o crescimento tem sido positivo, excetuando no ano de 2011, facilmente explicado pelo grande crescimento nos anos anteriores – 37,74% em 2009 e 341,10% em 2010; em que houve um aumento muito grande de registos de OMT, após a criação dos estatutos destas empresas através do Decreto-Lei (DL) 108/2009 de 15 de Maio.

O ano de 2011 é marcado também, pelo período de ajustamento económico que durou até 2014, ano que teve um crescimento bastante expressivo.

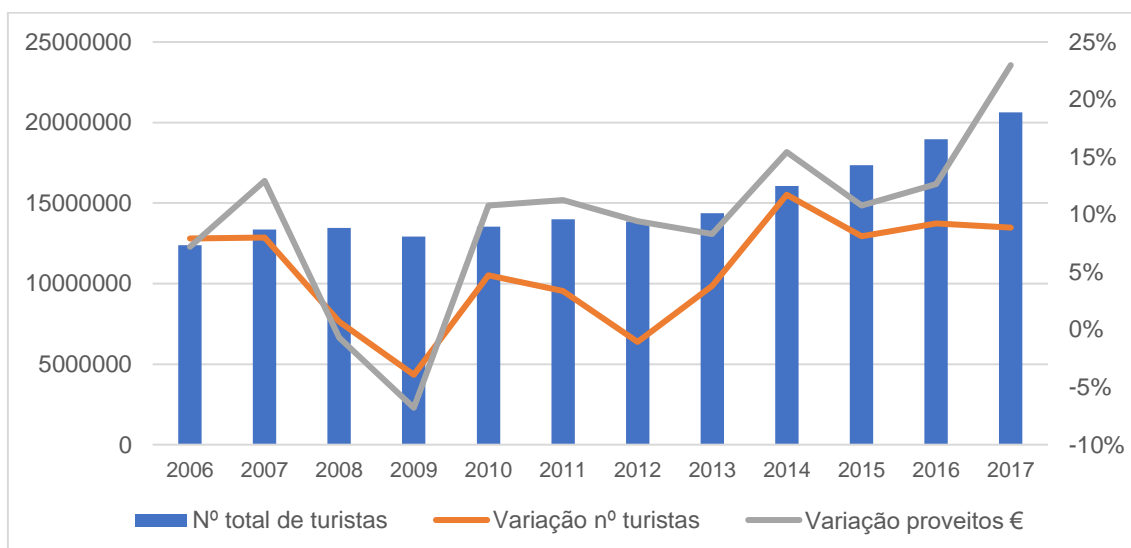
Gráfico 7. Variação da Criação de Empresas de AT em Portugal



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

O Turismo em Portugal teve, um crescimento acentuado, no período 2006-2017 passando dos 12 milhões de turistas em 2006, para mais de 20 milhões em 2017 (Gráfico 8). Os proveitos económicos também têm sido muito positivos, tendo crescido dos 4 mil milhões de euros para os 10 mil milhões de euros, em apenas 11 anos. O crescimento do número de turistas teve um período de instabilidade no período 2008-2012, coincidente com a crise económica e financeira que afetou os principais mercados emissores. Quanto aos proveitos, registou-se apenas uma quebra nos anos 2008-09, coincidente com o início da crise. Após esse período, os proveitos têm crescido continuamente até 2017 (Jornal ECO, 2018; Pordata, 2018).

Gráfico 8. Crescimento do Turismo em Portugal



Fonte: Elaboração própria com base em Pordata (2018) e Jornal ECO (2018)

Em termos regionais, os dados dão uma visão diferente e mais detalhada das várias realidades existentes em Portugal (Gráfico 9).

A região Norte em 2008 tem um grande destaque com uma grande variação positiva no RNAAT (240%), sendo nessa altura a região com mais registo (27,30), seguido da AML (25,18%), Centro (22,34%), Algarve (16,67%) e Alentejo (8,51%). Açores e Madeira não tinham empresas no RNAAT.

O ano de 2010 foi um ano com grandes variações positivas, principalmente para a região do Algarve que teve um crescimento de perto de 700% no RNAAT, seguido do Centro (340%), Norte (280%), AML (213%). O total nacional foi de

341,10%. Estes números são representativos, dado que foi no ano anterior que foi aprovado o decreto-lei que dá origem às OMT.

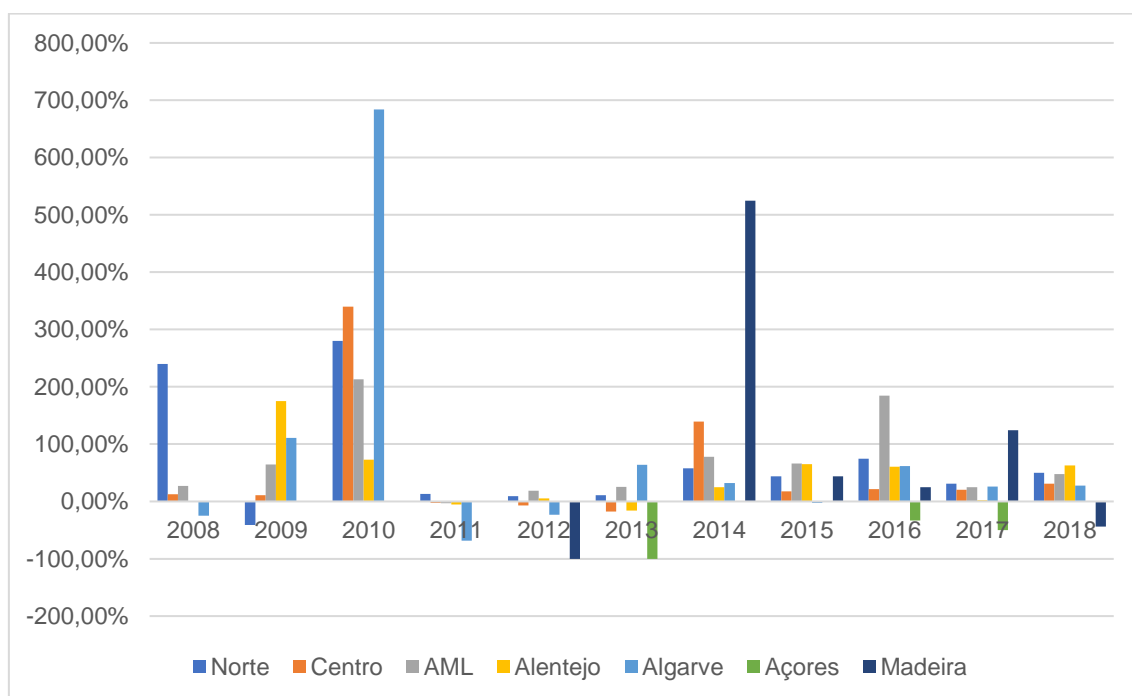
Possivelmente por causa disso, o ano seguinte (2011) viu uma variação negativa em todas as regiões, excetuando a região Norte que viu um crescimento de 13,16% em relação ao ano anterior.

Em 2013, há um ajustamento nos valores das licenças para o registo das empresas de AT, dando resultados a partir de 2014 com um aumento do número de registos

Esse crescimento foi mais expressivo, principalmente na região da Madeira (525%). Esta região teve um crescimento elevado entre 2014 e 2017, vendo uma desaceleração em 2018 (-43,56%).

A região dos Açores possui poucos registos no RNAAT, o que explica as variações negativas, visto que nesta região autónoma, existe um registo de carácter regional (RRAAT), e que não entra nas estatísticas do RNAAT.

Gráfico 9. Variação de Criação de Empresas de AT, por NUT II

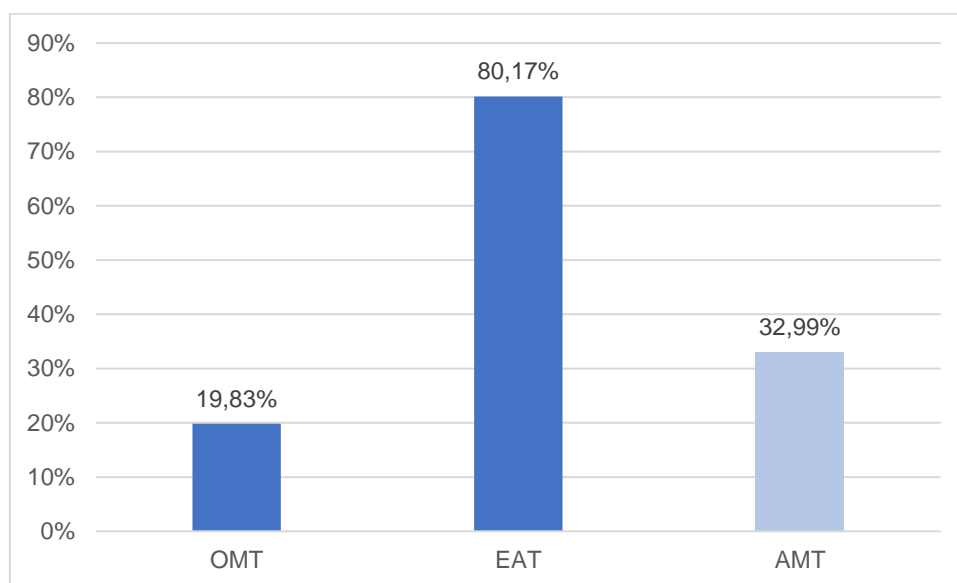


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

6.3. Caracterização das AT na AM+E

No ano de 2017, as empresas de animação turística no Alto Minho e Esposende eram constituídas maioritariamente por empresas registadas apenas como Animação Turística, correspondendo a 80,17%, enquanto que apenas 19,83% foram registadas como Operadores Marítimo-Turísticos. No entanto, é importante referir que 32,99% dos registos de AT comportam atividades marítimo-turísticas. Isto acontece porque até à criação do estatuto do OMT em 2009, 64,29% das empresas de AT tinham atividades marítimo-turísticas. A partir de 2010 até aos dias de hoje, apenas 33,33% das empresas de AT oferecem atividades marítimo-turísticas nos seus serviços. No universo da Animação Turística, 52,63% das empresas oferecem atividades marítimo-turísticas, quer a nível especializado quer a nível complementar (Gráfico 10).

Gráfico 10. Tipologia das Empresas de AT no Alto Minho e Esposende

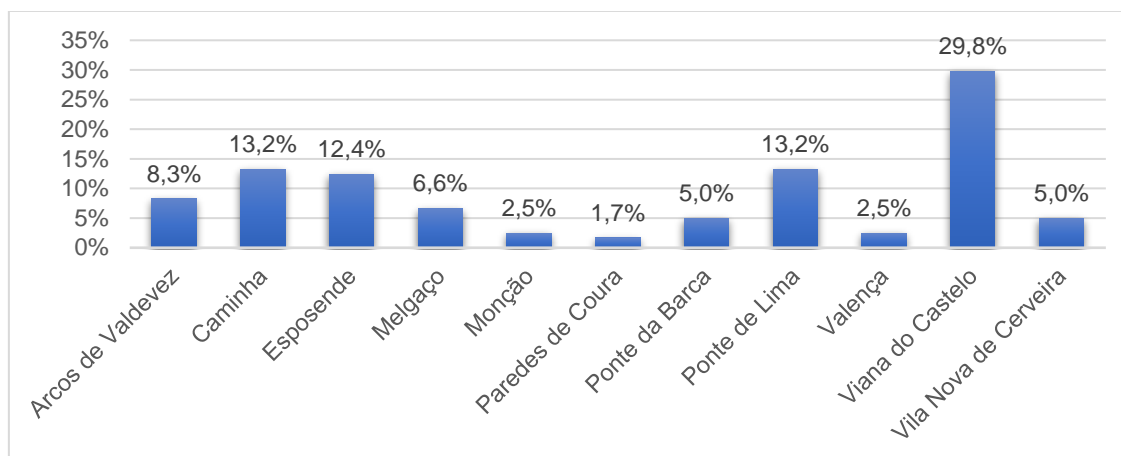


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

O RNAAT na região do Alto Minho e Esposende é mais expressivo nos concelhos de Viana do Castelo (29,8%), Caminha e Ponte de Lima (ambos com 13,2%) e Esposende (12,4%) com um total de 68,6% das empresas (Gráfico 11). Se a análise for feita ao nível dos concelhos costeiros (Caminha, Viana do Castelo e Esposende) concentram mais de metade das empresas com 55,4%. No entanto, se houver uma divisão do Alto-Minho, verifica-se que o Vale do Lima é o local onde a maioria das empresas se encontram com 56,3% das mesmas, enquanto que o Vale do Minho concentra cerca de metade do anterior com

31,5% e Esposende (único concelho da sub-Região do Cávado e/ ou do distrito de Braga) com 12,4%.

Gráfico 11. RNAAT, por concelho do AM+E



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Em termos gerais, há uma maior predominância de empresas localizadas no concelho de Ponte de Lima e nos concelhos costeiros de Viana do Castelo, Caminha, Esposende (Figura 14).

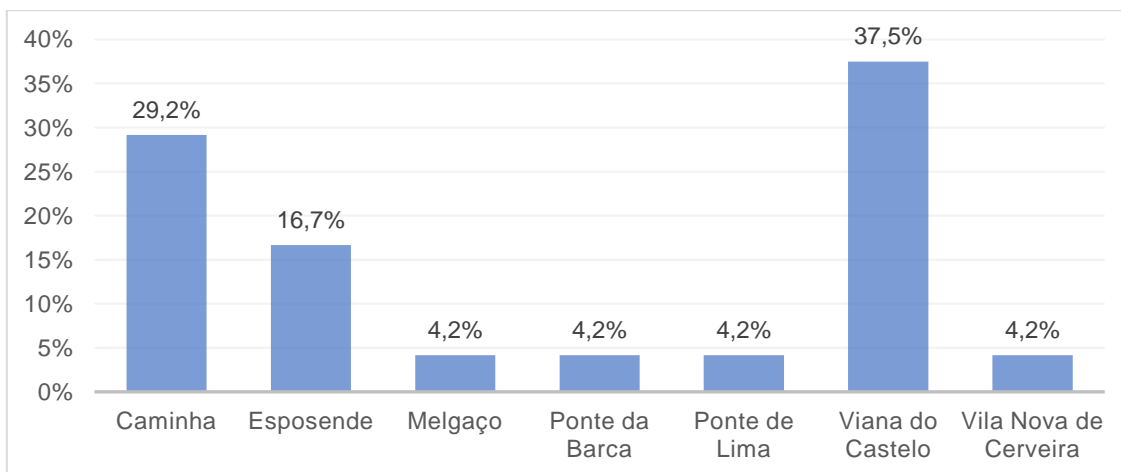
Figura 14. Localização da maioria das EAT no AM+E



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

A grande maioria das OMT estão localizadas nos concelhos costeiros (Figura 15) e concentram 83,4% da oferta, sendo que só o concelho de Viana do Castelo agrega mais de um terço (Gráfico 12).

Gráfico 12. Registo de OMT no AM+E



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Figura 15. Localização da maioria dos OMT no AM+E

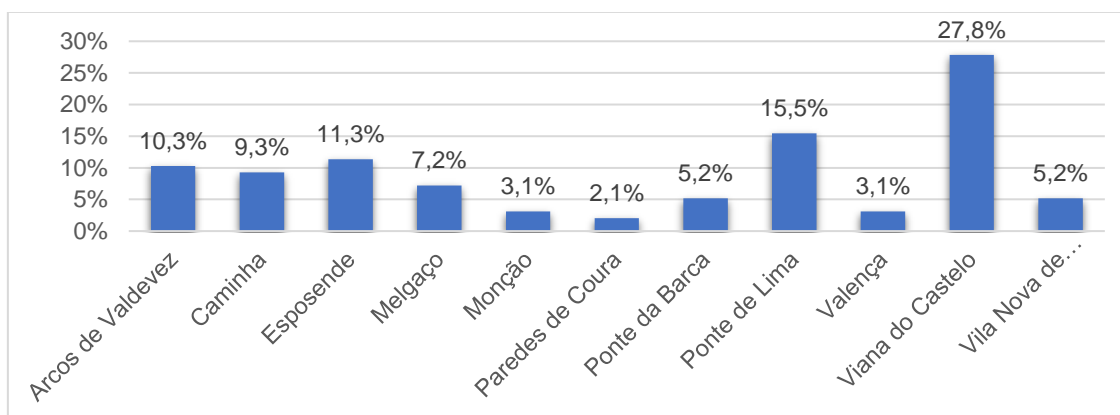


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Como demonstra o Gráfico 13, as EAT encontram-se principalmente nos concelhos de Viana do Castelo (27,8%), Ponte de Lima (15,5%), Esposende (11,3%) e Arcos de Valdevez (10,3%). O vale do rio Lima concentra 58,8% das

empresas deste gênero comparando com o vale do rio Minho que apenas concentra 30%. Já os concelhos costeiros representam 48,4% das empresas.

Gráfico 13. Localização das EAT no AM+E

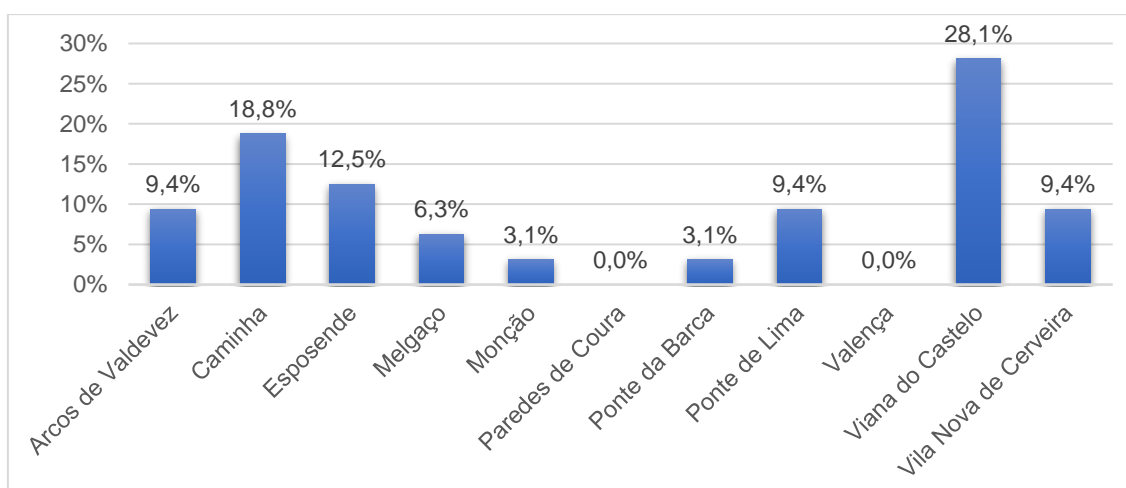


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Quanto às AT com AMT no Alto Minho e Esposende, o Gráfico 14 apresenta o concelho de Viana do Castelo com mais de um quarto do total (28,1%). Em termos de grandes grupos, os municípios costeiros possuem 59,4% do total enquanto que os municípios do vale do rio Lima comportam 50,0%.

O vale do rio Minho é a região estudada com menor número de empresas de AT com AMT (37,5%) em que existem municípios sem este tipo de empresa como Valença e Paredes de Coura. Já Esposende, possui 12,5% do total.

Gráfico 14. Localização das empresas com AMT no AM+E



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

As primeiras empresas de AT surgiram na AM+E no ano de 2002, mas apenas no ano de 2004 surgiram as primeiras AT com licença para realizar atividades

marítima-turísticas. Como a atividade de AT era algo novo no panorama empresarial, a maioria das empresas de AT providenciaram serviços de OMT até ao ano de 2009.

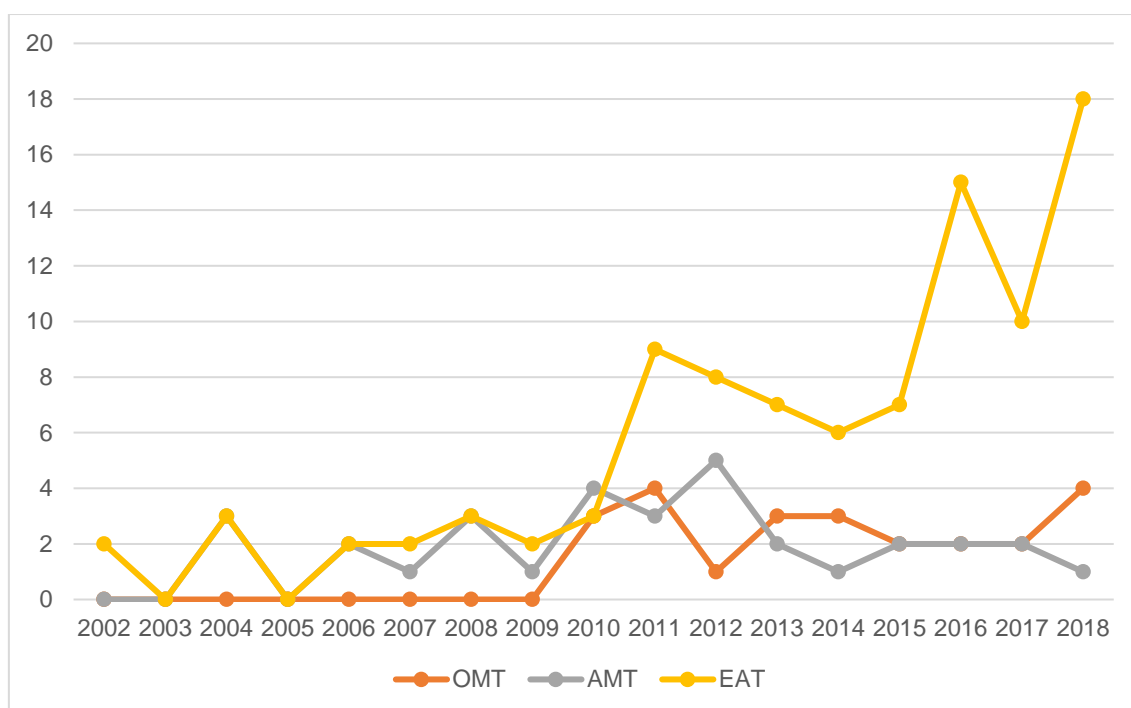
A criação de novos registos no RNAAT teve um crescimento gradual até 2011, ano de entrada da Troika, em que o crescimento estagnou e teve uma leve quebra, sendo que 2014 e 2015 foram os anos com menor entrada de registo na plataforma (Gráfico 15).

Após o pico em 2012, as AT oferecem cada vez menos serviços de OMT, provavelmente devido à crescente especialização dos serviços.

O aumento exponencial de registos de empresas de AT no ano de 2016, com potencial diminuição no ano de 2017, talvez seja explicado pela redução das taxas aplicadas às licenças de empresas de AT (alterado pelo DL 186/2015 de 3 Setembro), pagando 135€ ou 90€ (AT exclusivamente urbana) ou no caso de serem microempresas, 90€ ou 20€ (Ministério da Economia, 2015).

Após o DL 108/2009 a criação de OMT tem-se mantido estável até aos dias de hoje.

Gráfico 15. Evolução da criação de empresas de AT no AM+E

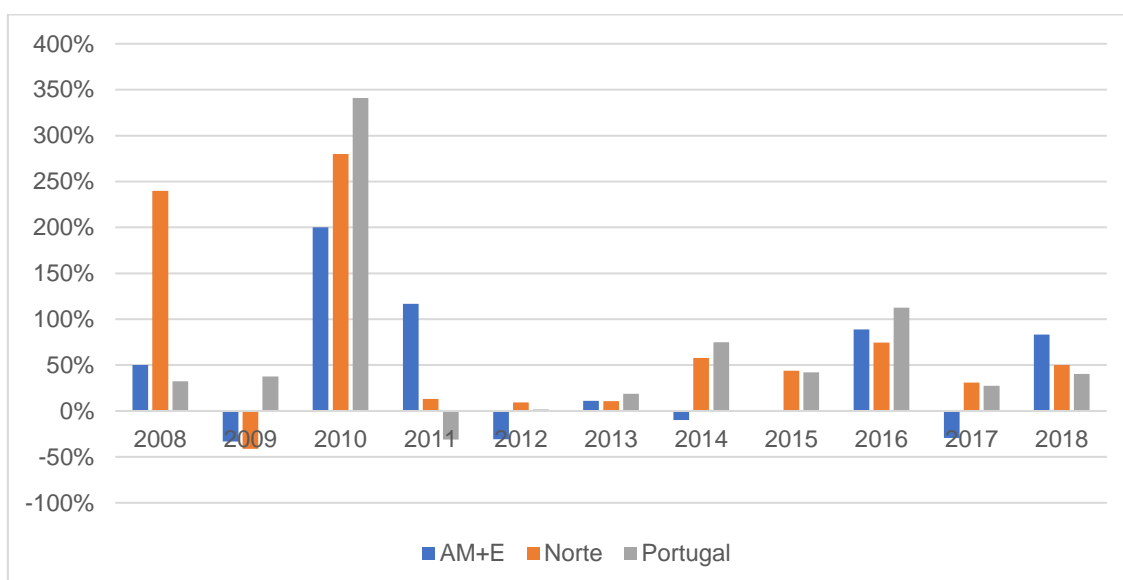


Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

Fazendo a comparação da variação dos registos do RNAAT entre Portugal, a região Norte e a área em estudo – Alto Minho e Esposende (AM+E), conclui-se que esta área só acompanhou os resultados de Portugal e da região Norte nos anos de 2013 e 2016 (Gráfico 16).

Nos restantes anos, a região tem aparecido em contraciclo. Por exemplo, no ano de 2010, a AM+E cresceu pouco (200%) comparando com o Norte (280%) e Portugal (341%). No entanto o crescimento da AM+E continuou em 2011 (117%), comparando com o fraco crescimento do Norte (13%) e o decréscimo em Portugal (-31%).

Gráfico 16. Variação na criação de Empresas de Animação Turística



Fonte: Elaboração própria com base em INE (2019)

6.4. Resultados dos Inquéritos

A Tabela 18 demonstra que 71,3% dos inquiridos (N=101) ficaram-se por visitar apenas um concelho para a prática de atividades náuticas.

Tabela 18. Visitou outro município para a prática de atividades náuticas

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Sim	29	28,7%
Não	72	71,3%
Total (N)	101	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Tendo em conta a amostragem, foi importante descobrir se o objetivo para a deslocação ao município onde se realizou o inquérito, foi a realização de atividades náuticas, tanto em rio como em mar. Deste modo, compreende-se que dois terços das visitas se deslocaram com o objetivo de realizar atividades náuticas (Tabela 19).

Tabela 19. Visita com objetivo de realizar atividades náuticas

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Sim	66	66,7%
Não	36	35,3%
Total (N)	102	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Segundo a Tabela 20, os inquiridos que não se deslocaram para o concelho com o objetivo de realizar atividades náuticas (35,3%), tiveram como principal motivação a Cultura e Paisagem (42,9%), seguido da Natureza (31,4%).

Tabela 20. Motivação não náutica para realizar a visita

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Natureza	11	31,4%
Gastronomia e Vinhos	4	11,4%
Cultura e Paisagem	15	42,9%
Negócios	1	2,9%
Sol e Mar	4	11,4%
Total (N)	35	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Foram pedidos a todos os inquiridos, que nomeassem a principal razão para a prática de atividades náuticas. No entanto, devido ao facto de muitos dos respondentes terem selecionado mais do que uma resposta, e para não diminuir consideravelmente o número de respostas válidas, foram consideradas todas as respostas. Deste modo, o número de respostas válidas (N) é de 207, em que “viver novas experiências” (22,71%), “desfrutar da Natureza” (20,77%) e “desfrutar com os amigos” (18,36%), foram as razões principais apontadas pelos inquiridos, como se pode verificar na Tabela 21.

Tabela 21. Principal razão para a prática de atividades náuticas

	Frequência (n)	Porcentagem (%)
Participar em competições	2	0,97%
Desfrutar da Natureza	43	20,77%
Conhecer novas culturas	26	12,56%
Desfrutar com os amigos	38	18,36%
Viver novas experiências	47	22,71%
Adquirir conhecimentos	9	4,35%
Relaxar	31	14,98%
Desfrutar com a família	9	4,35%
Outro: Trabalho	2	0,97%
Total (N)	207	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Relativamente às modalidades praticadas durante o período de visita, as atividades náuticas com maior procura são a Canoagem (20,63%), seguido do Surf (17,46%), do *Stand up Paddle* (SUP) (16,67%) e *Kitesurf* (10,32%) (Tabela 22). Se a análise for direcionada para as várias modalidades do Surf (*Kitesurf*, SUP, Surf, *Windsurf* e *Bodyboard*), verificam-se que estas concentram metade da procura (49,21%) por atividades náuticas.

Tabela 22. Todas as modalidades praticadas durante a visita

	Frequência (n)	Porcentagem (%)
Caça Submarina	1	0,79%
<i>Canyoning</i>	7	5,56%
Canoagem	26	20,63%
Cruzeiros	6	4,76%
<i>Kitesurf</i>	13	10,32%
Mergulho	7	5,56%
Moto Náutica	1	0,79%
Pesca	2	1,59%
<i>Rafting</i>	8	6,35%
<i>Stand up Paddle</i> (SUP)	21	16,67%
<i>Snorkelling</i>	5	3,97%

<i>Surf</i>	22	17,46%
Vela	1	0,79%
<i>Windsurf</i>	2	1,59%
Outra: <i>Bodyboard</i>	4	3,17%
Total (N)	126	100,00%

Fonte: *Elaboração própria*

Quanto à utilização de equipamento para a prática das modalidades, segundo a amostra (N=101) discriminada na Tabela 23, sensivelmente um terço utilizou equipamento próprio (n=32 ou 31,7%) contrabalançando com os que não utilizaram equipamento próprio (n=69 ou 68,3%).

Este resultado suporta o facto de 62,6% (n=62) dos inquiridos (N=99) terem recorrido aos serviços de empresas de animação turística, contra os que realizaram as modalidades de forma independente (n=37 ou 37,4%).

Relativamente às pessoas que os acompanharam, metade (51,1%) realizaram a mesma atividade, 8,9% optaram pela realização de outras atividades desportivas e 40% escolher realizar atividades de lazer. Estas atividades podem ser, passear, relaxar, aproveitar a praia, observar a atividade e tirar fotografias.

Tabela 23. Atividades realizadas pelos acompanhantes

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Acompanhar na atividade	23	51,1%
Atividades de lazer	18	40,0%
Atividades desportivas	4	8,9%
Total (N)	45	100,00%

Fonte: *Elaboração própria*

Em relação aos aspetos que os inquiridos mais gostaram, foram os aspetos naturais (55,6%) que mais agradaram, tais como as praias, os rios, o mar/ oceano, as paisagens e a natureza. As atividades desportivas (22,2%) foram outro aspeto de agrado, nomeadamente ao nível do decorrer da atividade, o aprender novas modalidades, a segurança durante a prática desportiva e as sensações sentidas. Além destas, há outros aspetos (22,2%) que foram menos

mencionados, como a simpatia das pessoas, a limpeza dos locais e a não massificação do destino (Tabela 24).

Tabela 24. Aspectos mais positivos na região do AM+E

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Aspectos naturais	35	55,6%
Atividades desportivas	14	22,2%
Outros aspectos	14	22,2%
Total (N)	63	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Quanto aos aspectos que os inquiridos menos gostaram (Tabela 25) foram a temperatura fria da água (36,6%) e as más condições meteorológicas (14,6%) no momento em que realizaram a atividade.

Tabela 25. Aspectos menos positivos na região do AM+E

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Condições meteorológicas	6	14,6%
Temperatura da água	15	36,6%
Outras	5	12,2%
Nada	15	36,6%
Total (N)	41	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Foi pedido aos inquiridos que avaliassem a sua experiência náutica na região do Alto Minho e Esposende, utilizando a escala de *Likert* (Brown, 2010). Segundo os resultados presentes na Tabela 26, 69,3% consideraram a experiência “muito boa”, o que é reforçado com a média dos resultados que é de 4,65 (muito boa). Além disso, o desvio padrão é um valor baixo (0,556) o que demonstra a pouca dispersão de respostas.

Tabela 26. Avaliação da experiência náutica no AM+E

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Muito Fraca (1)	-	-
Fraca (2)	-	-
Aceitável (3)	4	4,0%

Boa (4)	27	26,7%
Muito Boa (5)	70	69,3%
Total (N)	101	100,0%

Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
4,65	0,556	3	5

Fonte: Elaboração própria

Além das atividades náuticas, os inquiridos tiveram a oportunidade de realizar outras atividades, sendo que, as que tiveram maior procura foram: fazer praia (30,4%), praticar atividades desportivas (26,6%), visitar museus e monumentos (15,8%) e fazer compras (10,8%) (Tabela 27).

Tabela 27. Outras atividades realizadas no AM+E

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Visitar museus e monumentos	25	15,8%
Participar em workshops	2	1,3%
Praticar atividades desportivas	42	26,6%
Participar em festas e romarias	15	9,5%
Fazer compras	17	10,8%
Usufruir de serviços termais	1	0,6%
Participar em festivais de música	8	5,1%
Fazer praia	48	30,4%
Total (N)	158	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Para além das atividades náuticas, foi perguntado aos inquiridos que outras atividades gostariam de ter realizado. Lamentavelmente o número de respostas foi baixo (N=19), não sendo suficiente para tirar uma resposta conclusiva, como discriminado na Tabela 28. Apesar disso, 52,6% das respostas indicaram que gostariam de ter realizado atividades de natureza soft como caminhadas, rotas vinícolas, roteiros pelos centros históricos ou fazer yoga. Já 21,1% gostariam de ter realizado atividades de natureza hard como fazer slide, rapel e btt.

Tabela 28. Atividades que gostaria de ter realizado

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Atividades Natureza Soft	10	52,6%
Atividades Natureza Hard	4	21,1%
Outras atividades náuticas	5	26,3%
Total (N)	19	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Relativamente aos espaços museológicos de componente náutica, a grande maioria dos inquiridos (59,2%) não visitou nenhum dos espaços da região, sendo o mais visitado o Navio Gil Eannes (24,4%), localizado em Viana do Castelo (Tabela 29).

Tabela 29. Visitação de espaços museológicos de âmbito náutico

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Aquamuseu de VN Cerveira	8	8,20%
Navio Gil Eannes	24	24,40%
Museu Marítimo de Esposende	8	8,20%
Não visitei nenhum	58	59,20%
Total (N)	98	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Os inquiridos (N=101) consideram possível o regresso ao Alto Minho e Esposende (n= 86; 85,1%) para a prática de atividades náuticas, principalmente por ter tido uma experiência positiva (42,9%) e por motivos desportivos (26,8%) (Tabela 30).

As experiências positivas apontadas pelos inquiridos estão relacionadas com a experiência global, isto é, a junção da experiência desportiva, ao local onde a atividade teve lugar, as pessoas com quem confraternizaram, a gastronomia, e a relação custo/ benefício.

Tabela 30. Razões para voltar a praticar atividades náuticas num concelho do AM+E

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Experiência positiva	24	42,9%
Desporto	15	26,8%
Paisagem	9	16,1%
Pessoas	8	14,3%
Total (N)	56	100,00%

Fonte: Elaboração própria

Quanto à informação disponível nos meios digitais, foram pedidos que fosse feita uma avaliação a um conjunto de parâmetros, discriminados na Tabela 31. A avaliação tem por base a escala de *Likert* (Brown, 2010) onde: 1- Nada Importante; 2- Pouco Importante; 3- Moderadamente Importante; 4- Importante; 5- Muito Importante; 0- Não Sabe.

A amostra considera que os vários parâmetros apresentados são em média, importantes (4). No entanto, apesar de a média ser a mesma, alguns dos parâmetros possuem um desvio padrão superior a 1, o que demonstra que há uma maior dispersão de respostas. Esta situação é clara nos parâmetros da “caracterização de spots desportivos” (1,224), do “calendário de eventos desportivos” (1,174) e das “lojas de artigos para a prática desportiva náutica” (1,131).

Por outro lado, os parâmetros onde as respostas são mais unânimes e o desvio padrão é menor que 0,700, são: as “condições meteorológicas” (0,647), os “pontos de interesse” (0,650), a “acessibilidade” (0,655) e a “informação de empresas de animação turística” (0,693).

Se for tida em conta a média, os parâmetros mais importantes são as “infraestruturas/ equipamentos para a prática desportiva” (média de 4,56) e as “condições de segurança dos spots desportivos” (média de 4,52). Em contrapartida, os parâmetros com a média mais baixa são os “monumentos” (3,69), o “calendário eventos desportivos” (3,77) e as “marinas” (3,80).

Além destes parâmetros, dois inquiridos consideraram “muito importante” a informação de como chegar ao destino a partir do aeroporto e “importante” a oferta de roteiros complementares.

Tabela 31. Informação relevante disponível nos meios digitais para praticantes de atividades náuticas

Informação de empresas de animação turística														Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
N	1		2		3		4		5		0						
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					
98	-	-	1	1	11	11,2	48	49	38	38,8	-	-	2	5	4,26	0,693	

Pontos de interesse														Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
N	1		2		3		4		5		0						
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					
98	-	-	-	-	9	9,2	43	43,9	46	46,9	-	-	3	5	4,38	0,650	

Acessibilidade														Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
N	1		2		3		4		5		0						
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					
98	-	-	-	-	9	9,2	40	40,8	49	50	-	-	3	5	4,41	0,655	

Lojas de artigos para a prática desportiva náutica														Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
N	1		2		3		4		5		0						
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					
98	1	1	1	1	18	18,4	44	44,9	30	30,6	4	4,1	0	5	3,91	1,131	

Caracterização de spots desportivos

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
99	-	-	2	2	5	5,1	48	48,5	38	38,4	6	6,1	0	5	4,05	1,224

Oferta hoteleira

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
96	-	-	6	6,3	20	20,8	37	38,5	33	34,4	-	-	2	5	4,01	0,900

Informações úteis (farmácia, hospital, polícia)

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
97	-	-	4	4,1	28	28,9	36	37,1	29	29,9	-	-	2	5	3,93	0,869

Restaurantes

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
98	-	-	1	1	17	17,3	41	41,8	39	39,8	-	-	2	5	4,20	0,759

Monumentos

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
97	-	-	7	7,2	34	35,1	33	34	22	22,7	1	1	0	5	3,69	0,972

Praias

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
97	-	-	3	3,1	9	9,3	38	39,2	47	48,5	-	-	2	5	4,33	0,774

Marinas

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
96	1	1	8	8,3	25	26	37	38,5	25	26	-	-	1	5	3,80	0,958

Calendário de eventos desportivos

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
98	-	-	5	5,1	26	26,5	34	34,7	29	29,6	4	4,1	0	5	3,77	1,174

Condições meteorológicas

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
97	-	-	-	-	8	8,2	35	36,1	54	55,7	-	-	3	5	4,47	0,647

Condições de segurança dos spots desportivos

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
97	-	-	-	-	5	5,2	32	33	59	60,8	1	1	0	5	4,52	0,752

Infraestruturas/ equipamentos para a prática desportiva

N	1		2		3		4		5		0		Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
98	-	-	-	-	3	3,1	32	32,7	62	63,3	1	1	0	5	4,56	0,719

Fonte: Elaboração própria

Ainda na informação digital, foi questionado quanto ao conhecimento da aplicação para dispositivos móveis “Alto Minho, Náutica & Natureza”, a maioria dos inquiridos respondeu que desconhecia a existência desta aplicação (Tabela 32).

Tabela 32. Conhecimento da aplicação móvel "Alto Minho, Náutica & Natureza"

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Sim	16	15,8%
Não	85	84,2%
Total (N)	101	100,0%

Fonte: Elaboração própria

Finalmente, foi questionado se os inquiridos recomendariam o município para a prática de atividades náuticas, sendo que 94,5% (n=95 em N=99) responderam positivamente. Os motivos apresentados na Tabela 33 prendem-se com a experiência positiva (40,4%), ou seja, a experiência global onde se incluem as pessoas, a tranquilidade, a localização, as condições naturais e estruturas físicas.

Tabela 33. Recomendação do AM+E para a prática de atividades náuticas

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Experiência positiva	19	40,4%
Desporto	14	29,8%
Paisagem	14	29,8%
Total (N)	47	100,00%

Fonte: Elaboração própria

6.5. Resultados das Entrevistas Exploratórias

Foram realizadas 10 entrevistas exploratórias entre os dias 11 de Março e o 17 de Abril, e 3 no mês de Maio, fazendo um total de 13 entrevistas com uma duração média de 48 minutos. Dos entrevistados, quatro trabalham em instituições públicas, oito são responsáveis por empresas de AT no sector privado e uma pessoa trabalha em ambos os sectores, público e privado.

Para os entrevistados, os aspetos mais positivos e/ou fortes que identificam e/ou caracterizam e que no fundo diferenciam o Alto Minho e Esposende para a prática de atividades náuticas são, principalmente as condições para a prática variada das mesmas, quer das condições naturais, quer das estruturas já existentes. É de notar o facto de ser possível a prática de vários níveis desportivos, desde os iniciados, aos avançados, em locais próximos.

Além das condições para a prática de atividades náuticas, é de referir o património natural, nomeadamente a diversidade de praias, paisagens e o facto de, numa distância curta se encontrar o mar, a montanha e o rio. Outro ponto que foi referido é a não massificação do destino que permite explorar uma região pouco conhecida e autêntica, com preços competitivos aliado à descoberta das pessoas, da sua cultura e gastronomia.

Foi, ainda, apontado a questão da acessibilidade do destino, nomeadamente a proximidade ao aeroporto Francisco Sá Carneiro, no Porto.

Excetuando as atividades náuticas, os visitantes e praticantes de atividades náuticas procuram o destino AM+E por motivos gastronómicos; pela cultura, nomeadamente ao nível do património construído, centros históricos, monumentos, tradições e etnografia, porque as pessoas procuram a ligação histórica; e pela Natureza, as paisagens, as áreas protegidas e a ligação que se cria com o mar, o rio e a montanha.

Ao nível dos desportos não náuticos, a região do AM+E é procurada para a realização de atividades como o pedestrianismo, atividades motorizadas (ex. passeios de jeep, moto 4 e buggy), tours pela natureza, ciclismo, *mountain bike* e passeios a cavalo.

Quanto aos acompanhantes, tendo em conta que a maioria das atividades são de curta duração, faz com que estes fiquem à espera que esta termine, a apreciar a atividade, a tirar fotografias e, se as condições do local e meteorológicos permitirem, aproveitar para usufruir do local, relaxar e conhecer as redondezas. Se a atividade durar uma manhã ou tarde, ou se terminar em local diferente de onde começou (ex.: descida de rio), os acompanhantes procuram conhecer os centros históricos das localidades onde se encontram.

É reconhecido por todos os entrevistados que a região do Alto Minho e Esposende tem condições para aumentar, diversificar e dinamizar a oferta turística tendo por base os recursos e atividades associadas à náutica. No entanto, são necessárias as atenções em 3 pontos essenciais: infraestruturas, crescimento sustentável e licenciamento de atividades em meio aquático.

Apesar de existirem mais infraestruturas náuticas, estas não chegam para permitir o desenvolvimento de atividades ao longo de toda a região. No caso de Esposende é tido como *handicap*, o facto de as marinas e porto necessitarem de obras; bem como o assoreamento da foz dos rios Minho, Lima e Cávado.

A busca pelo crescimento sustentável juntamente com fase inicial de desenvolvimento de atividades náuticas (na região), faz com que o crescimento e a exploração das potencialidades sejam mais lentos. Com isso é possível, de forma mais planeada, encontrar um equilíbrio entre as atividades humanas com as da natureza.

Por fim, é tido como algo a melhorar, a questão do licenciamento das atividades em meio aquático, em áreas sobrepostas da jurisdição de vários organismos, como Capitánias, Agência Nacional do Ambiente, Municípios, Administração de Portos, em que há muita burocracia, duplicação de licenciamentos e pouca agilidade na sua emissão, sem olhar para o histórico de quem faz o pedido.

É reconhecido por todos os entrevistados, que os recursos náuticos e as atividades náuticas ajudam na dinamização de outras atividades ou experiências turísticas, nomeadamente ao nível da cadeia de valor, em que as atividades náuticas são um complemento à oferta existente, sobretudo de outros serviços e produtos, quer estes sejam turísticos ou não turísticos. Além disso, é considerado muito importante a existência de alternativas às atividades náuticas, caso não estejam reunidas as condições que permitam a prática desportiva.

Relativamente a propostas ou ações concretas, foram colocados três desafios ao nível de estruturas, de políticas e de mercados:

- Estruturas – investimento em pequenas estruturas de apoio à prática de atividades de apoio a clubes e empresas turísticas como cais de

embarque e balneários e ainda organização e limpeza de acessos. Algo que poderia ser ponderado, seria potenciar a navegabilidade fluvial dos rios Minho (da foz até Valença) e Lima (da foz até Lanheses), com cais de embarque para cruzeiros de pequena/média dimensão. Relativamente a cruzeiros oceânicos é de momento um investimento não prioritário;

- Políticas – nomeadamente no desassoreamento dos rios, políticas integradoras que possam desenvolver projetos no mesmo sentido. Para Viana do Castelo é desafiado ponderar o serviço de *ferry-boat*, com ligação Cabedelo – cidade, com horários regulares e encontrar soluções que a sustentem. Em termos de CIM Alto Minho, está a decorrer o projeto *BlueWays* (conjunto de atividades náuticas realizadas em todos os concelhos do Alto Minho como forma de promover atividades e destino) e a candidatura da estação náutica do Alto Minho (“*plataforma de cooperação entre atores identificados com um território e que asseguram a oferta de um produto turístico*”) (CIM Alto Minho, 2018, p.5);
- Mercados – tendo em conta que muitos negócios têm dificuldade em vender os seus serviços e/ou produtos, a importância de criar redes de contacto por forma a diversificar atividades e trabalhar em parcerias (este desafio poderá ser suprimido com a criação da estação náutica do Alto Minho).

Quanto aos benefícios que esta dinamização proporciona à região vão desde a diminuição da sazonalidade, aumento da atividade económica e valorização da natureza.

No combate à sazonalidade, há uma diminuição do período de época baixa, o que permite evitar uma sobrecarga turística nos territórios. Com o aumento da atividade económica, nomeadamente ao nível da cadeia de valor (em empresas turísticas e não turísticas), permite consolidar e diversificar a oferta turística, gerar empregos, criando uma sustentabilidade das atividades e dos empregos associados e, conseqüentemente, alargar o período para a prática das atividades. Finalmente, os investimentos acabam por gerar o efeito “bola de neve”, catapultando a criação de novos investimentos. Por fim, há a valorização

da natureza, que potencia o aproveitamento dos recursos naturais e promove a prática de atividade de turismo sustentável.

No entanto, para que estes resultados sejam visíveis, é importante fazer com o destino Alto Minho e Esposende tenha maior visibilidade e notoriedade. Para isso, a promoção do destino é importante, e é entendido de formar mais ou menos uniforme que, a promoção deve ser feita em termos regionais, como um todo, para os mercados internacionais. Por outro lado, é entendido que deve ser feito uma promoção concelho a concelho, para atrair o público mais próximo.

A promoção do destino AM+E também deve ser feito por nichos de mercado, ou seja, referente a modalidades em específico, por exemplo, para o *Kitesurf*, para o *Surf* ou para a Canoagem.

Um aspeto que surgiu ao longo de algumas entrevistas é o facto de existirem várias marcas regionais (ex. 100% Alto Minho, Rio Minho, Minho) e de nenhuma conseguir ter o destaque, fazendo com que haja uma libertação de recursos muito grande, mas com um retorno/ impacto reduzido.

Ainda na promoção, foi criada pela CIM Alto Minho a aplicação móvel “Alto Minho, Náutica & Natureza”. No entanto, nem todos os entrevistados a conhecem. Aqueles que a conhecem, apontam que é complicado manter a informação atualizada porque as empresas falham no seu envio. Além disso, a aplicação encontra-se parada por falta de financiamento e os entrevistados levantaram dúvidas sobre o impacto real da aplicação e sobre o modelo informativo escolhido. Existe também a perceção que não chega ao público, tendo em conta o número de descarregamentos. Em jeito de conclusão, a ideia inicial foi considerada boa, mas não foi acautelada a sua continuidade após o fim dos apoios financeiros.

Por fim, com base nas respostas de todos os entrevistados, procurou-se conhecer o perfil do turista náutico para a região do AM+E. No entanto, e tendo por base alguns entrevistados, torna-se complicado definir o perfil náutico devido à diversidade de atividades náuticas existentes que atraem públicos diversificados.

Apesar disso, e ainda dentro das respostas que foram deixadas, entendesse que o perfil do turista náutico terá as seguintes características:

- Adultos: 30-55 anos;
- Viajam mais em família. Algum mercado ao nível dos grupos de amigos, casais sem filhos (DINK- *Double Income No Kids*) e turistas solitários;
- A maioria dos turistas são portugueses. No entanto, e consoante as atividades náuticas, as principais nacionalidades internacionais de maior destaque são: França, Espanha, Alemanha, Reino Unido, Escandinávia, Benelux e Suíça;
- As principais modalidades procuradas são o *Surf* e variantes, e algum destaque para a canoagem e o rafting;
- Período de maior procura situa-se entre os meses de Maio e Setembro;
- Habilitações literárias ao nível da educação superior;
- Com algum poder de compra, no caso do *kitesurf* com rendimentos altos.

Ao longo das entrevistas surgiram algumas ideias e comentários que poderão ser úteis para melhor compreender a náutica no Alto Minho e Esposende, nomeadamente:

- Miguel Barreira, fotógrafo, venceu o terceiro lugar do *World Press Photo* na categoria de desporto 2007³⁵. Este reconhecimento trouxe para a ribalta a modalidade do *bodysurf* numa época em que este desporto ainda não tinha grande destaque na sociedade;
- A náutica deve ser uma aposta do território para o turismo - pelas condições, pelos atores e pela crescente profissionalização;
- Peniche e Ericeira são o segundo destino mundial de surf, sendo o primeiro, as Maldivas;
- Quando Viana recebeu o campeonato mundial de vela júnior, vieram familiares que voltaram a Viana do Castelo como destino de férias;

³⁵ <https://www.publico.pt/2008/02/08/portugal/noticia/uma-fotografia-especial-traz-para-portugal-um-terceiro-lugar-da-world-press-photo-na-categoria-de-desporto-1319007>, acedido em 28-03-2019

- Sente-se que os agentes políticos não conseguem ter a força para concretizar projetos, talvez por falta de conhecimento.

Capítulo VII – Discussão de Resultados e Propostas

Tendo por base os resultados explorados no capítulo anterior, é possível retirar algumas conclusões sobre o tema na região do Alto Minho e Esposende.

Segundo o RNAAT, a maior predominância de empresas de animação turística encontra-se localizadas nos concelhos costeiros e vale do rio Lima. O vale do Rio Minho é pouco expressivo contando com apenas 27% do total de registos no AM+E. Destes, cerca de metade estão registados no concelho costeiro de Caminha.

Quanto à criação de empresas, o AM+E tem tido um comportamento imprevisível, quando comparando com os valores referentes à variação da criação de empresas de animação turística em Portugal e no Norte de Portugal. Apesar de tudo, tem havido um crescimento ao longo dos anos deste tipo de empresas. É de notar que os registos de empresas de animação turística do tipo OMT e AMT têm sido estáveis ao longo dos últimos anos, mas com um pequeno aumento das OMT e uma pequena diminuição das AMT no ano de 2018.

A análise do estudo “Náutica 2020 - plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho” da CIM Alto Minho, permite ter uma base para a discussão de dados. Não pode ser considerado uma comparação, visto que os critérios e a metodologia de recolha não foram os mesmos.

Assim sendo, segundo o estudo “Náutica 2020 - plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho”, identifica como principais produtos em maturação as atividades de canoagem, surf e rafting. Além destes, identifica o *kitesurf* em forte crescimento e em fase de arranque as atividades de vela, remo, SUP, pesca à pluma, catamarã (CIM Alto Minho, 2014a).

Os resultados do presente estudo vão de encontro ao anterior em que as atividades mais procuradas são a canoagem (20,63%) e o *surf* (17,46%). O SUP tem tido uma grande procura, evidenciada nos resultados dos inquéritos (16,67%) e referida nas entrevistas. Além disso, o *kitesurf* (10,32%) é uma atividade com procura expressiva. Por outro lado, o *rafting* apenas teve uma

procura de 6,35% dos inquiridos. No entanto, é de referir que esta atividade só pode ser desenvolvida no concelho de Melgaço.

Ainda segundo o estudo “Náutica 2020 - plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho”, a maior procura vem por parte dos portugueses (50%), dos espanhóis (20%) e outros (30%) (CIM Alto Minho, 2014a). Os resultados do inquérito do presente estudo, confirmam o resultado espanhol (21,6%), mas revê em baixa o resultado da procura nacional em 41,2%, menos 8,8% no estudo da “Náutica 2020”. Em contrapartida, há o aumento dos outros países para 37,3%.

Quanto ao mercado português, a CIM Alto Minho (2014), indica que 60% provém da região do Porto e 25% do Alto Minho. Os resultados apresentados aqui que indicam que 57% vêm do distrito de Braga em detrimento a 20% do Porto e 20% do Alto Minho. Este dado relativamente a Braga pode ser explicado pelo facto de existirem muitas empresas de AT no vale do rio Lima e pela proximidade geográfica ao distrito de Braga. Além disso, o estudo inclui o concelho de Esposende porque é o único concelho costeiro do distrito de Braga.

Quanto ao alojamento, no estudo da CIM Alto Minho (2014) ficavam alojados em apartamentos (40%), casa de família/ amigos (33%) e camping (16%), pernoitando entre 1 a 4 dias (18%) ou uma semana (27%). Estes dados contrastam com os resultados atuais em que a preferência recai sobre *Hostels* (30%), Hotéis (25,7%) e TER (12,9%), com uma estadia média de 4,59 dias.

Além da natureza e da gastronomia, identificados como fatores de atração (CIM Alto Minho, 2014a), as condições para a prática de atividades náuticas foi referida, em especial pela vantagem de poder praticar modalidades diferentes e níveis de especialidade diferenciados.

Ao nível das atividades praticadas, a CIM Alto Minho (2014) aponta: as atividades náuticas, a praia, os passeios, o ciclismo, a natação e a visita a monumentos. Quanto aos resultados dos inquéritos e das entrevistas, além das atividades náuticas, os turistas/ visitantes náuticos procuram outras atividades desportivas (pedestrianismo, atividades motorizadas, ciclismo), praia, visitar museus e monumentos e fazer compras.

A análise dos inquéritos por questionário evidencia que os praticantes de atividades náuticas, além destas, têm como principais motivações para a visita, a Natureza e a Cultura e Paisagem.

Tendo por base o resultado das entrevistas e dos inquéritos por questionário, é possível concluir que o perfil do visitante que procura a região do Alto Minho e Esposende para praticar atividades náuticas, tem as seguintes características:

- Género masculino entre os 30 e os 55 anos;
- Viajam com o intuito de viver novas experiências e desfrutar da natureza e dos amigos;
- Além das atividades náuticas, procuram praia e praticam outras atividades desportivas.
- Viajam predominantemente em grupos (família e/ ou amigos), porém existe algum mercado ao nível dos *DINK* e turistas solitários;
- A maioria dos turistas são portugueses. Todavia, e consoante as atividades náuticas, as principais nacionalidades internacionais de maior destaque são: França, Espanha, Alemanha, Reino Unido, Escandinávia, Benelux e Suíça;
- As modalidades mais procuradas são o *surf* e variantes, a canoagem e o *rafting*;
- Praticam desporto de forma regular (3-4 vezes por semana), com incidência em atividades de fitness, corrida e *surf*;
- O período de maior procura situa-se entre os meses de Maio e Setembro;
- Possuem habilitações literárias ao nível da educação superior;
- Têm algum poder de compra, no caso do *kitesurf* com rendimentos altos.
- Os turistas náuticos gastam até 100€ em atividades náuticas durante o período de férias;
- Os alojamentos mais procurados são: *hostel*, hotel e TER, pernoitando em média 4,6 dias;

Propostas

A análise dos capítulos anteriores resultou num conjunto de propostas que visam reforçar o papel das atividades náuticas na dinamização turística do Alto Minho e Esposende.

No decorrer das entrevistas, foram identificados pelos entrevistados, nomeadamente do sector privado, que são necessários a realização de investimentos nomeadamente estruturas de apoio à atividade das empresas e clubes (edifícios com locais de armazenamento de material e balneários) e limpeza e melhoria de acessos para a prática das atividades náuticas.

No entanto, a CIM Alto Minho (2014) já havia identificado no estudo “Náutica 2020 - plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho” que, por exemplo, Caminha possuía poucas infraestruturas adequadas para a prática das atividades náuticas; e reconheceu que os acessos aos locais para a prática de atividades náuticas nem sempre fáceis.

Deste modo, propõe-se que estas estruturas de apoio sejam construídas, bem como a melhoria e manutenção dos acessos.

Quanto aos recursos hídricos, foi mencionado em algumas entrevistas, o facto de os rios da região se encontrarem assoreados e como isso perturba ou dificulta a realização de algumas atividades. Deste modo, também se recomenda ao desassoreamento da foz dos rios Minho, Lima e Cávado. Além disso, surgiu numa entrevista, a questão da navegabilidade do rio Minho e o facto de ter sido aprovado o projeto de navegabilidade do Rio Minho pelo POCTEP (programa transfronteiriço Portugal – Espanha)³⁶. Este projeto está previsto ser executado no período 2018-2021.

Deste modo, propõe-se a agilização deste projeto de modo a capitalizar o potencial náutico do rio Minho com o aumento do número de empresas de animação turística no vale do Minho (Gráfico 11. RNAAT, por concelho do AM+E), que representa menos de 30% de todas as empresas do Alto Minho e

³⁶ <http://www.poctep.eu/pt-pt/2014-2020/r%C3%ADo-mi%C3%B1o-un-destino-navegable>,
acedido em 07-07-2019

Esposende, e destas, metade concentram-se no concelho de Caminha. Além disso, o projeto de navegabilidade do rio Minho poderá valorizar outros negócios turísticos e não turísticos, e aumentar o número de estadias em concelhos menos procurados do vale do rio Minho como Valença e Monção.

Ao nível dos transportes, recomenda-se a melhoria na oferta de transportes públicos que permita ao turista se deslocar sem recorrer ao uso de transporte individual (e que nem sempre tem). Além disso, é importante que os turistas internacionais tenham acesso a informações de como chegar ao seu destino a partir de pontos estratégicos, como o aeroporto Sá Carneiro no Porto.

Ao nível da promoção, é recomendado que seja criado um website que ajude na promoção e divulgação da região com as seguintes informações: empresas de animação turística, pontos de interesse, acessibilidades, lojas especializadas, oferta hoteleira, restaurantes, monumentos emblemáticos, praias, calendário desportivo, condições meteorológicas, infraestruturas. Estas informações são, segundo o resultado dos inquéritos por questionário, as informações mais importantes para a procura de informações dos destinos nos meios digitais. Propõe-se a criação de um website com o apoio da CIM Alto Minho, com a oferta turística da região, quer náuticas, quer não náuticas.

Ainda na promoção, é recomendada a uma maior promoção junto de nichos de mercado de modalidades especificadas, como por exemplo, a canoagem, o *kitesurf*, o *rafting* e o *surf*.

Além do que foi referido sobre a promoção, é proposto a utilização de apenas uma marca turística para o território, podendo esta, ser realizada em parceria com as CIM do Alto Minho, Ave e Cávado.

Propõe-se que as atividades náuticas sejam integradas em pacotes turísticos, programas turísticos e culturais ou rotas temáticas, visto estas são bastante versáteis e os praticantes possuem interesses alargados, nomeadamente em relação a outras atividades desportivas que não sejam desenvolvidas em meio aquático; à visita das localidades e monumentos onde desenvolvem as atividades náuticas; ao comércio e à gastronomia.

Por fim, é fundamental reforçar a importância da candidatura da estação náutica do Alto Minho, visto que os desafios identificados para a sua constituição são os desafios que foram surgindo nas entrevistas. Isto porque “a Estação Náutica (EN) é uma rede de oferta turística náutica de qualidade, organizada a partir da valorização integrada dos recursos náuticos presentes num território, que inclui a oferta de alojamento, restauração, atividades náuticas e outras atividades e serviços relevantes para a atração de turistas e outros utilizadores, acrescentando valor e criando experiências diversificadas e integradas” (Fórum Oceano, 2016).

É proposto por isso, e reforçando o papel da EN, a criação de uma rede de contactos e serviços complementares; a criação de parcerias entre as entidades públicas e as empresas/ associações de empresas que se deslocam para eventos internacionais com a finalidade de divulgar os seus serviços e, conseqüentemente, do destino.

Capítulo VIII – Conclusões

O turismo náutico surge como a simbiose das atividades turísticas, náuticas e desportivas. Isto é, a oferta de produtos e serviços de turismo com aqueles que são oferecidos no contexto da náutica e do desporto. Deste modo, a cadeia de valor é alargada para além dos produtos e serviços habituais e serve como complemento àqueles cujo turismo não é o setor principal de atividade. O turismo náutico tem ainda a vantagem de ser desenvolvida ao longo do ano, sendo um fator para a diminuição da sazonalidade. Além disso, o turista náutico é um turista que permanece no mesmo destino por períodos mais alargado.

Quanto aos efeitos que traz para as regiões, encontram-se: o aumento dos proveitos das empresas locais, a dinamização dos portos e marinas, a diminuição da emigração, o aumento do emprego e o desenvolvimento e revitalização de várias atividades específicas.

Alguns dos serviços ou produtos associados ao turismo náutico são aqueles que aproveitam as vivências, a cultura, a gastronomia dos locais e isso é também um fator distintivo. Os destinos tem estado continuamente a apostar em slogans e em mensagens que remetem à autenticidade dos destinos, como forma de distinção dos demais. Além disso a náutica, devido aos valores a que está associado, tem a capacidade de atrair as pessoas para experimentar novas atividades e criar novas memórias e essa oportunidade deve ser aproveitada no desenvolvimento e na dinamização turística dos territórios.

O Alto Minho e Esposende não é indiferente ao fenómeno do turismo náutico. Ao longo dos anos têm surgido muitas empresas e infraestruturas de apoio. Viando do Castelo, por exemplo, tem investido em infraestruturas de apoio à prática náutica, apoiando deste modo, empresas e clubes da cidade. Estes investimentos acabaram por atrair mais empresas e novas estruturas, principalmente na zona do Cabedelo.

Também no AM+E tem havido o interesse na proteção e valorização dos ativos museológicos, sociais e ambientais, o que resultaram na promoção do território

com atividades desenvolvidas pelo projeto *BlueWays* ou a candidatura da estação náutica promovidos pela CIM Alto Minho.

Relativamente às empresas de animação turística com atividades náuticas e operadores marítimo-turísticos, estas têm crescido em número e tem tido a capacidade de atrair público tanto nacional como internacional, consoante as atividades e o local onde são desenvolvidas. Apesar do crescimento, ainda existem dificuldades que impedem o desenvolvimento orgânico das suas atividades.

Implicações

O presente estudo teve como objetivo principal analisar o papel das atividades náuticas na dinamização das atividades turísticas na região do Alto Minho e Esposende e tem como principal vantagem reforçar e atualizar os resultados do estudo “Náutica 2020 - plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho”. Através das propostas apresentadas a seguir, espera-se poder contribuir para o desenvolvimento de ações que permitam o desenvolvimento da utilização da náutica como parte integrante nas políticas turísticas e para alertar sobre a sua importância para a dinamização dos territórios.

O presente estudo demonstrou a importância de desenvolver outros estudos, mais segmentados, nomeadamente sobre as atividades náuticas de nicho como são por exemplo a Canoagem, o *Kitesurf*, o *Rafting* e o *Surf*, e as implicações que estas têm nos territórios onde tem lugar.

Limitações do estudo

Uma das limitações do presente trabalho está relacionada com o número de questionários obtidos, apesar do alargado período de implementação e da escolha do período da Páscoa, em que havia uma maior expectativa para conseguir um maior número de respostas.

Outra limitação do trabalho, resulta da dificuldade em se conseguir a resposta por parte de algumas empresas para marcação de entrevistas ou ajuda na

disseminação de inquéritos. No entanto, conseguiu-se um número de entrevistas que permitiu tirar conclusões sólidas e que saíram reforçadas com os resultados dos inquéritos e com outros estudos.

Sugestões para investigações futuras

A realização deste estudo permitiu demonstrar a importância de desenvolver outros estudos, mais segmentados, como por exemplo a Canoagem, o *Kitesurf*, o *Rafting* e o *Surf*, e as implicações que estas têm no AM+E. Também seria interessante analisar quais os impactos das atividades náuticas, mas em áreas geográficas mais pequenas, por exemplo, por concelho e/ ou por modalidade.

Bibliografia

- AEP. (2015). *Portugal Náutico: Um Mar de Negócios, um Mar de Oportunidades*. Leça da Palmeira. Acedido em 02 Março 2017, em <http://portugalnautico.aeportugal.pt/documents/Relatorio-Portugal-Nautico.pdf>
- ATTA, & GWU. (2013). *Adventure Tourism, market study 2013*. Acedido em 21 Agosto 2019, em <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf>
- Bernard, N. (2017). Nautisme et tourisme : une convergence au bénéfice des territoires. *Études Caribéennes*, (36).
- Boni, V., & Quaresma, J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese*, 2(3), 68–80. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewFile/18027/16976>
- Brown, S. (2010). Likert Scale Examples for Surveys. *Iowa State University*, 1–4.
- Buckley, R. (2002a). Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Islands. II. Recreational capacity management and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 425–442.
- Buckley, R. (2002b). Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Islands . I . The Industry and the Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 405–424.
- Carvalho, P. , & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências Do Desporto*, 9(2), 122–132.
- Carvalho, M. (2014). A importância da animação turística-desportiva para a sustentabilidade dos territórios. In *Desporto de Natureza e Turismo Ativo* (ESDRM-IPS, pp. 215–234). Rio Maior.

CCDR-N. (2008). *Agenda Regional do Turismo- Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal* (CCDR-N).

CCDR-N. (2009). *Plano de Acção “MAR” 2007-2013* (CCDR-N).

Central Intelligence Agency. (2017). Portugal. Acedido em 06 Setembro 2017, em <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/po.html>

CIM Alto Minho. (2012). *Plano de Desenvolvimento do Alto Minho - Desafio 2020*. Acedido em 15 Junho 2018, em http://www.altominho2020.com/fotos/editor2/altominho_diagnostico_estrategico_marco2012_rev.pdf

CIM Alto Minho. (2014a). *Náutica 2020: Plano de ação para o desenvolvimento da náutica no Alto Minho* (CIM Alto M). Viana do Castelo. Acedido em 11 Maio 2017, em http://www.cim-altominho.pt/fotos/editor2/nautica2020_final.pdf

CIM Alto Minho. (2014b). *Viana Terra Náutica*. Viana do Castelo. Acedido em 11 Maio 2017, em <https://www.altominho.pt/pt/publicações/>

CIM Alto Minho. (2017). PROMAR. Acedido em 06 Setembro 2017, em <http://www.gac.cim-altominho.pt/gca/index.php?id=201>

CIM Alto Minho. (2018). *Estação Náutica Alto Minho*. Viana do Castelo.

CM Arcos Valdevez. (n.d.-a). Agenda de Eventos. Acedido em 02 Maio 2019, em http://www.arcosv.pt/?page_id=7

CM Arcos Valdevez. (n.d.-b). Fluvivez. Acedido em 02 Maio 2019, em https://www.cmav.pt/pages/1443?poi_id=444

CM Caminha. (n.d.). Eventos Desportivos. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-caminha.pt/pages/1135>

CM Esposende. (2016a). Calendarização Geral. Acedido em 02 Maio 2019, em <http://www.municipio.esposende.pt/pages/420>

CM Esposende. (2016b). Centro Náutico Rio Neiva - Rio Neiva ADA. Acedido

- em 02 Maio 2019, em
http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/791?poi_id=153
- CM Esposende. (2016c). Posto Náutico de Fão – Clube Náutico de Fão. Acedido em 02 Maio 2019, em
http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/950?poi_id=104
- CM Esposende. (2016d). Posto Náutico de Gemeses. Acedido em 02 Maio 2019, em
http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/789?poi_id=123
- CM Esposende. (2018). Windsurf Esposende Open 2018. Acedido em 02 Maio 2019, em
http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/493?event_id=648
- CM Peniche. (2016). Estudo Impacto Sócio-Económico-2015. *Estudo Impacto Sócio - Económico*. Acedido em 10 Maio 2017, em http://www.cm-peniche.pt/_uploads/PDF_PCOnda/EstudoImpactoSocioeconomicoMocheRipCurlProPortugal2015.pdf
- CM Ponte de Lima. (2019). Centro de Informação do Lima. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-pontedelima.pt/pages/412>
- CM Valença. (2019a). Desporto. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-valenca.pt/desporto>
- CM Valença. (2019b). Eurocidade Tui Valença com 31 Eventos Desportivos. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-valenca.pt/index.php?oid=5395&op=all>
- CM Viana do Castelo. (2018a). Viana World Bodyboard Championship. Acedido em 02 Maio 2019, em <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/viana-world-bodyboard-championship-2018>
- CM Viana do Castelo. (2018b). XX Campeonato Luso Galaico de Surf. Acedido em 02 Maio 2019, em <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/xx-campeonato-luso-galaico-de-surf>
- CM Viana do Castelo. (2019a). Euromeet 2019. Acedido em 02 Maio 2019, em

<http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/euromeet-2019>

CM Viana do Castelo. (2019b). Viana do Castelo vai acolher primeiro Campeonato Europeu de Surf Adaptado no mês de maio. Acedido em 02 Maio 2019, em <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/noticias/viana-do-castelo-vai-acolher-primeiro-campeonato-europeu-de-surf-adaptado-no-mes-de-maio>

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-a). Aqua Museu. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/235>

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-b). Campeonato Nacional de Esperanças de slalom. Acedido em 02 Maio 2019, em https://www.cm-vncerveira.pt/frontoffice/pages/349?event_id=1674

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-c). Parque do Castelinho. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/181>

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-d). Polidesportivos por Freguesia. Acedido em 02 Maio 2019, em https://www.cm-vncerveira.pt/uploads/writer_file/document/1102/Polidesportivos_por_freguesias.pdf

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-e). Posto Náutico. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/174>

CM Vila Nova Cerveira. (n.d.-f). Slalom Ibérico. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/176>

CMVC. (2017). Centro de Mar. Acedido em 02 Março 2017, em <http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/centro-de-mar>

Comissão Europeia. (2012). *Crescimento Azul: Oportunidades para um crescimento marinho e marítimo sustentável. COM (2012) 494 final*. Bruxelas. Acedido em 09 Março 2017, em <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2012/PT/1-2012-494-PT-F1-1.Pdf>

- Comissão Europeia. (2017a). Investing in the Blue Economy. *OurOcean2017*. Acedido em 16 Novembro 2017, em http://ourocean2017.org/sites/default/files/investing-in-the-blue-economy_en.pdf
- Comissão Europeia. (2017b). *Report on the Blue Growth Strategy: Towards more sustainable growth and jobs in the blue economy. SWD/2017/128 final*. Brussels. Acedido em 15 Novembro 2017, em https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/swd-2017-128_en.pdf
- Controlinveste. (2015). Inquérito a Turistas - Abril de 2015.
- Cunha, L. (2010). *A Definição e o Âmbito do Turismo*. Lisboa. Acedido em 11 Maio 2017, em <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/665>
- Cunha, R. (2017). *Marketing e enoturismo: proposta para a Quinta da Avessada, Favaios*. IPVC. Acedido em 29 Março 2019, em http://repositorio.ipv.pt/handle/20.500.11960/1928%0Ahttp://repositorio.ipv.pt/bitstream/20.500.11960/1928/1/Raquel_Cunha.pdf
- DGRM. (n.d.). Marinas e Portos de Recreio. Acedido em 20 Abril 2018, em <https://www.portaldomar.pt/NauticadeRecreio/MarinasePortosdeRecreio/index.htm>
- Diário de Notícias. (2017, 05 Setembro). Praia da Nazaré é a primeira com vigilância todo o ano. *Diário de Notícias*. Acedido em 21 Novembro 2017, em <https://www.dn.pt/sociedade/interior/praiada-nazare-leiria-com-vigilancia-todo-o-ano---camara-8749741.html>
- Ecorys. (2012). *Blue Growth - Scenarios and Drivers for Sustainable Growth from the Oceans, Seas and Coasts*. Roterdão/ Bruxelas.
- Eusébio, C., Kastenzholz, E., & Carneiro, M. (2003). A relevância da investigação no ensino do turismo : algumas estratégias de intervenção na realização do inquérito (pp. 1–22). Aveiro: Universidade de Aveiro.

- Expresso. (2015, 08 Novembro). Surf vale €400 milhões. *Expresso*. Acedido em 10 Maio 2017, em <http://expresso.sapo.pt/economia/2015-11-08-Surf-vale-400-milhoes>
- Favro, S., & Gržetić, Z. (2008). Nautical tourism - The advantages and effects of development. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 115(August 2008), 35–44.
- Feel Viana. (2019). Wake Park. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://feelviana.com/pt/wake-park>
- Finistère 360°. (2018). Chiffres Clés. Acedido em 13 Maio 2019, em <https://www.toutcommenceenfinistere.com/chiffres-cles>
- Fórum Oceano. (2016). Sobre as Estações Náuticas de Portugal. Acedido em 07 Agosto 2019, em <http://www.forumoceano.pt/p158-estacoes-nauticas-de-portugal--pt>
- Fundação do Desporto. (n.d.). Projetos e Atividades. Acedido em 02 Março 2017, em <http://www.fundacaodesporto.pt/pt/projetos-e-atividades.aspx>
- Gamito, T. M. (2009). Desenvolvimento da Economia do Mar : Turismo Marítimo. *Revista Nação e Defesa*, nº122, 43–60. Acedido em 11 Maio 2017, em <https://www.idn.gov.pt/publicacoes/nacaodefesa/textointegral/NeD122.pdf>
- Gazeta das Caldas. (2016, 28 Outubro). Aposta no surf desde 2009 já gerou 70 milhões de euros de investimento em Peniche. Acedido em 08 Maio 2017, em <http://gazetacaldas.com/economia/aposta-no-surf-desde-2009-ja-gerou-70-milhoes-euros-investimento-peniche/>
- Gibson, H. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1, 45–76.
- Governo de Portugal. (2013). *Estratégia Nacional para o Mar 2013 - 2020*. Governo de Portugal.
- Governo dos Açores. (n.d.-a). Direção Regional do Turismo. Acedido em 07 Fevereiro 2019, em <http://www.azores.gov.pt/ext/drt->

pa/default.aspx#&panel1-1

Governo dos Açores. (n.d.-b). Direção Regional do Turismo. Acedido em 07 Fevereiro 2019, em <http://www.azores.gov.pt/ext/drt-pa/listagem.aspx?ilhas=SantaMaria%7CSãoMiguel%7CTerceira%7CFaial%7CPico%7CSãoJorge%7CGraciosa%7CFlores%7CCorvo&atividades=9%7C11%7C8%7C13>

Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier? *Ocean and Coastal Management*, 44(9–10), 601–618.

INE. (2016a). *Conta Satélite do Mar 2010-2013* (Vol. 35). Lisboa: INE.

INE. (2016b). *Estatísticas do Turismo 2015*. (INE, Ed.). Lisboa.

INE. (2017a). Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Local de residência (País - lista reduzida); Anual. Lisboa. Acedido em 15 Junho 2018, em www.ine.pt

INE. (2017b). Estabelecimentos hoteleiros (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual. Lisboa. Acedido em 15 Junho 2018, em www.ine.pt

INE. (2017c). População residente (N.º) por Local de residência (NUTS - 2013), Sexo e Grupo etário; Anual. Lisboa. Acedido em 15 Junho 2018, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contexto=pi&indOcorrCod=0008273&selTab=tab0

INE. (2017d). Proveitos totais (€) dos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual. Lisboa. Acedido em 15 Junho 2018, em www.ine.pt

INE. (2017e). Superfície (km²) das unidades territoriais por Localização geográfica (NUTS - 2013); Anual. Lisboa. Acedido em 18 Outubro 2018, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008350&contexto=bd&selTab=tab2

Instituto da Água I.P. (2011). *Volume 5 Relatório de Diagnóstico e*

Fundamentação Técnica da Proposta de POEM Tomo 1 Estudos de Caracterização (Vol. 5). Lisboa.

Intercéltica. (2008). *A Náutica como factor de Desenvolvimento da Região Norte*. Porto.

IPDT. (2016). Perfil do Turista Desportivo que visita o Porto e Norte. Acedido em 29 Março 2017, em <https://ipdtblog.wordpress.com/2016/12/22/perfil-do-turista-desportivo-que-visita-o-porto-e-norte/>

Jornal de Leiria. (2016, 22 Fevereiro). Forte de São Miguel Arcanjo melhorado para receber visitas à “onda gigante” da Nazaré. *Jornal de Leiria*. Acedido em 20 Novembro 2017, em <https://www.jornaldeleiria.pt/noticia/forte-de-sao-miguel-arcanjo-melhorado-para-receber-visitas-o-3136>

Jornal de Negócios. (2018). Lisboa é a segunda cidade europeia com maior crescimento no turismo. *Jornal de Negócios*. Acedido em 08 Fevereiro 2019, em <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/lisboa-e-a-segunda-cidade-europeia-com-maior-crescimento-no-turismo>

Jornal ECO. (2018). Portugal bate recorde ao superar os 20 milhões de turistas em 2017. Acedido em 08 Fevereiro 2019, em <https://eco.sapo.pt/2018/02/14/turismo-bate-records-em-2017-hospedes-aumentam-89/>

Kajornboon, A. B. (2005). *Using interviews as research instruments*. Bangkok. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em <http://www.culi.chula.ac.th/research/e-journal/bod/annabel.pdf>

Kovacs, M., Barbosa, L., Mesquita, A., & Souza, A. (2012). Pesquisa Em Turismo: Uma Avaliação Das Metodologias Empregadas Nos Artigos Publicados Nos Anais No Triênio Do Seminário Anual Da Associação Brasileira De Pesquisa E Pós-Graduação Em Turismo - Anptur. *Turismo - Visão e Ação*, 14(1), 19–34.

Leal, A., & Cipriano, F. (2012). *Portugal Surf Guide*. Uzina Books.

- Lusa. (2017a, 07 Junho). Estado cede Forte de S. Miguel à Câmara da Nazaré. *Diário de Notícias*. Acedido em 20 Novembro 2017, em <https://www.dn.pt/artes/interior/estado-cede-forte-de-s-miguel-a-camara-da-nazare-8542347.html>
- Lusa. (2017b, 25 Outubro). Ondas da Nazaré geraram impacto superior a 10 milhões em três anos. *SIC*. Acedido em 26 Outubro 2017, em <http://sicnoticias.sapo.pt/desporto/2017-10-25-Ondas-da-Nazare-geraram-impacto-superior-a-10-milhoes-em-tres-anos>
- Marques, F. I. (2015). *Perfil do Turista em Sesimbra*. Sesimbra.
- Melo, C., Correia, A., Cardoso, M., & Marques, V. (2019). Creative Tourism Experiences in Guimarães: A Twofold Analysis of Visitors' and Suppliers' Perspectives. *Experiências de Turismo Criativo em Guimarães: Uma Dupla Análise de Perspectivas de Visitantes e Fornecedores*. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51.
- Ministério da Economia. (2015). Decreto-Lei nº186/2015. In *Diário da República*, 1ª série - nº172 - 3 de setembro de 2015 (pp. 6947–6982).
- Ministério da Economia e da Inovação. (2009). Decreto-Lei n.º108/2009 de 15 de Maio. In *Diário da República*, 1.ª série — N.º 94 — 15 de Maio de 2009 (pp. 3035–3045).
- Ministério da Economia e do Emprego. (2015). Decreto-Lei nº95/2013 de 19 de julho. In *Diário da República*, 1ª série - nº 138 - 19 de julho de 2013 (pp. 4191–4215).
- Neuhof, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing and Management*, 1(1–2), 36–46.
- Observador. (2017, 26 Agosto). De desporto de marginalizados a recordista de números no turismo. O negócio do surf em Portugal. *Observador*. Acedido em 28 Agosto 2017, em <http://observador.pt/especiais/de-desporto-de-marginalizados-a-recordista-de-numeros-no-turismo-o-negocio-do-surf-em>

portugal/

OECD. (2016). *The Ocean Economy in 2030*. Paris: OECD Publishing.

ONU News. (2017a). 2017 é o Ano do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento. Acedido em 07 Março 2018, em <https://news.un.org/pt/story/2017/01/1573191-2017-e-o-ano-do-turismo-sustentavel-para-o-desenvolvimento>

ONU News. (2017b). Mundo terá 1,8 bilhão de turistas internacionais até 2030. Acedido em 07 Março 2018, em <https://news.un.org/pt/story/2017/12/1605032-mundo-tera-18-bilhao-de-turistas-internacionais-ate-2030>

Patiño, M., Medina, F., & Arilla, J. (2016). New trends in tourism?: From globalization to postmodernism. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(3), 417–433.

Pereira, P. (2005). *A Actividade Turística e a Sustentabilidade das Regiões de Destino. Actas do X Colóquio Ibérico de Geografia “A Geografia Ibérica no Contexto Europeu.”* Setúbal. Acedido em 28 Agosto 2017, em http://www.apgeo.pt/files/docs/CD_X_Coloquio_Iberico_Geografia/pdfs/017.pdf

Pocinho, M. (2014). *Metodologia de Investigação e Comunicação do Conhecimento Científico* (Lidel). Lisboa: Lidel.

Pordata. (2018). PORDATA_Balança-de-viagens-e-turismo. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em <https://www.pordata.pt/Portugal/Balança+de+viagens+e+turismo+saldo+por+alguns+países+parceiros+comerciais-2652>

Porto de Lisboa. (2010). *Tráfego de Cruzeiros 2009, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em [http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relat%F3rio de Actividade 2009_portal.pdf](http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relat%F3rio+de+Actividade+2009_portal.pdf)

Porto de Lisboa. (2011). *Tráfego de Cruzeiros 2010, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Portal_Relat%F3rio_cruzeiros_2010.pdf

Porto de Lisboa. (2012). *Tráfego de Cruzeiros 2011, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/tr%E1fego_de_cruzeiro_relat%F3rio_de_atividade_2011_portal.pdf

Porto de Lisboa. (2013). *Tráfego de Cruzeiros 2012, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relat%F3rio - Portal.pdf

Porto de Lisboa. (2014). *Tráfego de Cruzeiros 2013, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/tr%E1fego_de_cruzeiros_relat%F3rio_de_atividade_2013_portal.pdf

Porto de Lisboa. (2015). *Tráfego de Cruzeiros 2014, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/relatorio_portal.pdf

Porto de Lisboa. (2016). *Tráfego de Cruzeiros 2015, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relatorio - portal.pdf

Porto de Lisboa. (2017). *Tráfego de Cruzeiros 2016, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relat%F3rio Portal.pdf

- Porto de Lisboa. (2018). *Tráfego de Cruzeiros 2017, relatório de atividade*. Lisboa. Acedido em 19 Fevereiro 2019, em http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA/CRUZEIROS/ESTATISTICAS/Relat%F3rio.pdf
- Postma, F. (2016). Perceptions on an adventure definition. In *International adventure conference* (p. 83). Tralee, Irlanda. Acedido em 21 Agosto 2019, em <http://atra.global/wp-content/uploads/2016/10/Book-of-abstracts-IAC2016.pdf>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). Manual de investigação em ciências sociais. *Gradiva*, 289.
- Rádio ONU. (2016). “Cidade que não é boa para seus cidadãos, não é boa para turistas.” Acedido em 07 Março 2018, em <https://news.un.org/pt/story/2016/11/1568161-cidade-que-nao-e-boa-para-seus-cidadaos-nao-e-boa-para-turistas>
- Rádio ONU. (2017). ONU celebra Dia Mundial do Turismo focando em sustentabilidade. Acedido em 07 Março 2018, em <https://news.un.org/pt/story/2017/09/1595901-onu-celebra-dia-mundial-do-turismo-focando-em-sustentabilidade>
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.
- Rosa, P. (2014). *Desporto, Recreação e Turismo em Áreas Protegidas - modelo de gestão participada para o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros*. Universidade da Madeira. Acedido em 06 Novembro 2015, em <http://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/1014/1/DoutoramentoPauloRosa.pdf>
- Sales, S. D. (2015). *Rip Curl Pro: análise do impacto económico, financeiro e social no concelho de Peniche*. ISEG. Acedido em 10 Maio 2017, em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/9981/1/DM-SDS-2015.pdf>

- Silva, F. (2013). *Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores. Dissertação de Doutoramento*. Universidade de Lisboa.
- Towner, N. (2016). How to manage the perfect wave: Surfing tourism management in the Mentawai Islands, Indonesia. *Ocean and Coastal Management, 119*, 217–226.
- Travel BI. (2019a). Alojamento Local - Oferta. Acedido em 24 Junho 2019, em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/rnal-registo-nacional-de-alojamento-local.aspx>
- Travel BI. (2019b). Estada Média. Acedido em 24 Junho 2019, em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/Sustentabilidade/estada-media.aspx>
- Travel BI. (2019c). Proveito Médio por Dormida. Acedido em 24 Junho 2019, em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/Sustentabilidade/proveito-medio-por-dormida.aspx>
- Travel BI. (2019d). RevPar. Acedido em 24 Junho 2019, em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/revpar.aspx>
- Tung, V., & Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research, 38*(4), 1367–1386.
- Turismo de Portugal. (2006). *Turismo Náutico*. Acedido em 26 Novembro 2015, em [http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/Documents/Turismo Náutico.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/Documents/Turismo%20Náutico.pdf)
- Turismo de Portugal. (2013). *Animação Turística em Portugal 2013*. Lisboa. Acedido em 06 Novembro 2017, em <http://www.turismodeportugal.pt/Português/AreasAtividade/desenvolvimentoinovacao1/Documents/caraterizacao-animacao-turistica-2013.pdf>
- Turismo de Portugal. (2014). *Turismo 2020, Plano de Ação para o*

Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020. Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal. (2015a). *Animação Turística em Portugal 2014 - Caracterização das Empresas e da Procura. Turismo de Portugal.* Acedido em 06 Novembro 2017, em <http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/competitividadeinovacao/setoresdeatividade/animaçãoturística/Documents/Caraterização da Animação Turística 2014.pdf>

Turismo de Portugal. (2015b). *Turismo 2020 - Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal.* Guimarães. Acedido em 06 Junho 2017, em <http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/apresentacoes/Documents/Turismo-2020-Norte.pdf>

Turismo de Portugal. (2016). *Estratégia Turismo 2027. Laboratório Estratégico Norte.* Peso da Régua. Acedido em 22 Fevereiro 2018, em <http://www.museudodouro.pt/museu-douro-missao-objetivos>

Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia 2027. Estratégia 2027.* Acedido em 22 Fevereiro 2018, em http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf

Turismo de Portugal. (2019). Consulta do registo - Agentes de Animação Turística. Acedido em 06 Fevereiro 2019, em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAAT/ConsultaRegisto.aspx?FiltroVisivel=True>

UNEP, FAO, IMO, UNDP, IUCN, G.-A. (2012). Blue Economy concept paper. (Junho 2012), 20–22. Acedido em 15 Novembro 2017, em <http://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&nr=603&type=13&menu=203>

UNWTO. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008. MDG Report 2010* (Vol. M No. 83/R). Nova Iorque.

- UNWTO. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. Madrid.
- UNWTO. (2017a). *Edición 2017 Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid.
- UNWTO. (2017b). *Implementation of the General Programme of Work for 2016-2017*. Madrid. Acedido em 22 Fevereiro 2018, em http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/item_4-implementation_of_the_general_programme_of_work_for_2016-2017_rev_final.pdf
- Ventura, M. M. (2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *Revista SOCERJ*, 20(5), 383–386. Acedido em 29 Março 2019, em http://www.polo.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf
- Viana Beach Center. (n.d.). Viana Beach Center. Acedido em 02 Maio 2019, em <http://www.vianabeachcenter.com/#>
- Viren, P., Murray, A., & Vogt, C. (2017). *The New Adventure Traveler*. ATTA. Acedido em 23 Junho 2019, em <https://cdn.adventuretravel.biz/research/ATTA-New-Adventure-Traveler-Web.pdf>
- Visit Esposende. (2019). Museu Marítimo de Esposende. Acedido em 02 Maio 2019, em <https://www.visitesposende.com/pt/fazer/monumentos/museu-maritimo-de-esposende>
- WTTC. (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016*. Londres. Acedido em 11 Maio 2017, em https://www.tourism-generis.com/_res/file/4659/52/0/Portugal-Travel-Tourism-Economic-impact-2016.pdf
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. (2018). Tourist's Motivations to Travel: A Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 1–15.

Apêndice I

Tabela 34. Praias com potencial de ondas em Portugal

Norte 14	Caminha	Moledo do Minho Vila Praia de Âncora	
	Viana do Castelo	Afife/ Praia da Arda Cabedelo	
	Esposende	Praia de Ofir	
	Póvoa do Varzim	Aguçadoura Póvoa do Varzim	
	Vila do Conde	Vila do Conde/ Praia Azul Azurara	
	Matosinhos	Perafita Leça da Palmeira Porto/ Matosinhos/ Praia Internacional	
	Vila Nova de Gaia	Miramar	
	Espinho	Direita do Casino	
	Centro 12	Ovar	Cortegaça Furadouro
		Ílhavo	Praia da Barra Costa Nova
Mira		Praia de Mira	
Figueira da Foz		Praias da Figueira da Foz (7)	
Lisboa e Vale do Tejo	Leiria	Pedrogão	
	Marinha Grande	Praia da Vieira S. Pedro de Moel	
77	Alcobaça	Paredes da Vitória	
	Nazaré	Praia do Norte Praia da Vila Praia do Sul	
	Caldas da Rainha	Foz do Arelho	
	Peniche	Praias de Peniche (13)	

	Lourinhã	Areia Branca Areal Sul Peralta
	Torres Vedras	Santa Rita Santa Cruz/ Praia do Navio Santa Cruz/ Praia do Mirante Santa Cruz/ Praia do Pisão Praia Azul
	Mafra	Praias da Ericeira (12)
	Sintra	Magoito Praia da Aguda Azenhas do Mar Praia das Maçãs Praia Pequena Praia Grande Praia da Adraga
	Cascais	Praias de Cascais (11)
	Oeiras	Torre Inatel Santo Amaro Paço de Arcos Caxias
	Barreiro	Gasoline
	Almada	Praias da Costa da Caparica (8)
	Sesimbra	Lagoa de Albufeira Praia das Bicas Sesimbra
Alentejo	Grândola	Melides
10	Sines	S. Torpes/ Pontão/ Trinca Espinhas S. Torpes/ Pico Louco Oliveirinha/ L-Point Porto Covo/ Praia Grande

	Odemira	Aivados Malhão Vila Nova de Milfontes Zambujeira do Mar Alteirinhos
Algarve 23	Aljezur	Praia de Odeceixe Amoreira Aljezur/ Monte Clérigo
	Sagres	Praias de Sagres (15)
	Lagos	Porto Mós Meia Praia
	Loulé	Quarteira/ Forte Novo
	Faro	Praia de Faro/ Ilha
	Tavira	Tavira
Açores 34	Santa Maria	Praia Formosa Anjos
	São Miguel – Ribeira Grande	Monte Verde Santa Bárbara (Areais) Rabo de Peixe Santa Iria Maia Praia da Viola Calhetas
	São Miguel – Ponta Delgada	Porto dos Mosteiros Praia dos Mosteiros Pópulo
	São Miguel – Nordeste	Fajã do Araújo
	São Miguel – Povoação	Ribeira Quente Direita Ribeira Quente Esquerda
	São Miguel – Vila Franca do Campo	Ponta Garça Vila Franca do Campo Água d'Alto

	São Miguel – Lagoa	Santa Cruz
	Terceira – Praia da Vitória	Salga Contendas Ponta Negra Santa Catarina Praia da Vitória Vila Nova Quatro Ribeiras/ Alagoa da Fajãzinha
	Terceira – Angra do Heroísmo	Terreiro de São Mateus
	São Jorge - Calheta	Fajã dos Vimes Fajã dos Cubres Fajã do Belo Fajã da Caldeira de Santo Cristo/ Direita do Passo Fajã da Caldeira de Santo Cristo/ Canto das Feiticeiras Fajã da Caldeira de Santo Cristo/ Esquerda da Igreja Fajã da Caldeira de Santo Cristo/ Lagoa do Linho
Madeira 13	Machico	Machico Porto da Cruz
	São Vicente	Fajã da Areia São Vicente
	Porto Moniz	Contreiras/ As Bruxas Ribeira das Janelas Achadas da Cruz
	Calheta	Ponta do Pargo Paúl do Mar Ponta Pequena Jardins do Mar

Ponta do Sol

Ponta do Paúl

Madalena do Mar

Fonte: Elaboração própria com base em Leal & Cipriano (2012)

Apêndice II

Tabela 35. Número de Embarcações e passageiros, por ano, por porto

		Cascais	Figueira da Foz	Funchal	Leixões	Lisboa	Porto Santo	Portos dos Açores	Portimão	Setúbal	Viana do Castelo
2009	Nº Embarcações	4	0	277	38	294	0	67	38	0	1
	Nº Passageiros	1391	0	435821	17624	415758	0	50526	23595	0	319
2010	Nº Embarcações	0	1	294	49	299	0	60	52	0	0
	Nº Passageiros	0	50	495323	27494	448497	0	61756	33843	0	0
2011	Nº Embarcações	0	0	303	56	330	6	94	59	1	1
	Nº Passageiros	0	0	540180	41829	502644	2609	87009	44841	144	358
2012	Nº Embarcações	1	0	336	70	314	3	122	39	2	0
	Nº Passageiros	700	0	592935	75613	522604	615	102881	18506	169	0
2013	Nº Embarcações	0	0	286	67	353	3	92	42	0	1
	Nº Passageiros	0	0	475826	46620	558040	799	87437	20141	0	303
2014	Nº Embarcações	0	0	283	78	319	2	90	34	0	1
	Nº Passageiros	0	0	476634	64440	500872	679	95765	14634	0	191
2015	Nº Embarcações	1	2	308	85	306	4	138	47	0	2
	Nº Passageiros	163	187	578492	78499	512128	1856	141847	14786	0	362
2016	Nº Embarcações	1	1	294	84	311	3	121	43	0	0
	Nº Passageiros	154	91	520174	71799	522497	2307	125904	19520	0	0
2017	Nº Embarcações	0	0	289	100	330	4	152	71	0	1
	Nº Passageiros	0	0	539197	95562	521042	1396	135783	29859	0	216

Fonte: Elaboração própria com base em Porto de Lisboa (2010-2018)

Apêndice III

Tabela 36. *Marinas registadas na DGRM*

Localização	Nº de Amarrações	Entidade Gestora
Marina da Póvoa de Varzim	241	Clube Naval Povoense
Marina Porto Atlântico – Leça da Palmeira	240	Marina Porto Atlântico SA
Viana Marina	307	APDL
Marina Angra do Douro – Covelo, Gondomar	275	Sogontur SA
Polo Fluvial do Freixo - Porto	76	Sport Club do Porto
Doca de Recreio das Fontainhas	150	APSS
Doca de Recreio de Alcântara	442	APL
Doca de Recreio de Belém	194	APL
Doca de Recreio de Santo Amaro	331	APL
Doca de Recreio de Bom Sucesso	163	APL
Marina da Torreira	150	Associação Náutica da Torreira
Marina da Ribeira – Peniche	140	IPTM
Marina de Cascais	650	Marcascais SA
Marina de Troia	187	Troiamarina
Marina Parque das Nações	602	Marina Parque das Nações
Núcleo de Recreio do Porto da Nazaré	128	IPTM

Porto de Recreio da Figueira da Foz	200	APFF
Porto de Recreio de Oeiras	274	Empresa Municipal Oeirasviva
Porto de Recreio de Sesimbra	234	Clube Naval de Sesimbra
Porto de Recreio do Carregal - Ovar	183	Náutica Desportiva Ovarense – NADO
Doca de Recreio de Faro	501	Ginásio Clube Naval de Faro
Marina de Albufeira	475	Sociedade Gestora de Marinas SA
Marina de Lagos	462	Marlagos – Iniciativas Turísticas SA
Marina de Portimão	620	Marina de Portimão
Marina de Vilamoura	953	Marina de Vilamoura SA
Porto de Recreio Boca do Rio	96	Empreendimento Boca do Rio Resort
Porto de Recreio de Olhão	320	IPTM
Porto de Recreio de Sines	230	APS
Porto de Recreio de Tavira	70	Clube Náutico de Tavira
Porto de Recreio do Guadiana – VR Sto. António	360	Associação Naval do Guadiana
Marina de Porto Santo	139	Marina Quinta do Lorde SA
Marina Quinta do Lorde	264	Marina Quinta do Lorde SA
Marina do Funchal	260	Associação Marina Funchal
Horta Marina	240	APTGO
Marina d’Angra	260	APTG

Marina da Vila	159	Clube Naval Vila Franca do Campo
Marina Pêro de Teive (PONTA DELGADA)	190	APSM
Marina Praia da Vitória	210	CM Praia da Vitoria
Total de Amarrações	10976	

Fonte: Elaboração própria com base em Direção-Geral de Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos

Apêndice IV

Inquérito por Questionário:

- Português;
- Inglês;
- Castelhana.

Inquérito nº _____ Município: _____



Este questionário faz parte de um estudo académico no âmbito do Mestrado em Desporto Natureza, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo. O estudo visa analisar o potencial das atividades náuticas para a dinamização turística dos territórios nos Municípios do Alto Minho e Esposende.

O questionário é anónimo. As suas respostas serão apresentadas de forma agregada e não podem ser identificados individualmente. Os resultados serão disseminados em artigos científicos, conferências e seminários. Muito obrigado pela sua participação.

Os municípios da região em estudo são: Arcos de Valdevez, Caminha, Esposende, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira.

1. É residente neste município? Sim Não

Se respondeu "Sim", agradecemos a colaboração, contudo, e porque o questionário se destina a visitantes, o seu questionário termina aqui. Muito obrigado.

2. Já visitou outros municípios do Alto Minho e Esposende, no último ano, com o objetivo de realizar atividades náuticas (em rio e/ou mar)? Sim Não

3. Encontra-se a visitar este município tendo como objetivo a realização de atividades náuticas (em rio e/ou mar)?
Sim passe, por favor, para a pergunta 5 Não passe, por favor, para a pergunta 4

4. Indique por favor a principal motivação: (selecione, por favor, apenas a mais importante):

Natureza Cultura e Paisagem Saúde e Bem-Estar Turismo Religioso
Gastronomia e Vinhos Negócios Golfe Sol e Mar

5. Indique, por favor, a principal razão para a prática de atividades náuticas:

Participar em competições Assistir a competições Adquirir conhecimentos
Desfrutar da Natureza Acompanhar atletas em competição Relaxar
Conhecer novas culturas Viver novas experiências Desfrutar com a família
Desfrutar com os amigos Outro, qual? _____

6. Por favor, indique todas as modalidades que praticou durante a visita a este município:

Caça Submarina Cruzeiros Moto Náutica Stand Up Paddle Vela
Canyoning Kitesurf Pesca Snorkelling Windsurf
Canoagem Mergulho Rafting Surf Outra: _____

7. Utilizou equipamento próprio? Sim Não

8. Durante essa visita, recorreu aos serviços de Empresas de Animação Turística para a realização de alguma das atividades náuticas referidas anteriormente? Sim Não

9. Encontrando-se acompanhado, o que fizeram as pessoas enquanto praticava atividades náuticas? _____

10. Refira por favor, qual o aspeto que gostou mais: _____

11. Refira por favor, qual o aspeto que gostou menos: _____

12. Globalmente, como avalia a sua experiência náutica no Alto Minho e Esposende?

Muito Fraca Fraca Aceitável Boa Muito Boa Não Sabe

13. Além de atividades náuticas, que outras atividades realizou?

Visitar museus e monumentos Participar em festas e romarias Participar em festivais de música
Participar em workshops Fazer compras Fazer praia
Praticar atividades desportivas Usufruir de serviços termais
Outras: _____

14. Além de atividades náuticas, que outras atividades gostaria de ter realizado? Por favor, indique 2 no máximo: _____

15. Já visitou algum dos seguintes espaços?

Aquamuseu de V.N. Cerveira Navio Gil Eannes de Viana do Castelo Museu Marítimo de Esposende Não visitei nenhum

16. No futuro, consideraria regressar a qualquer um dos municípios do Alto Minho e Esposende para a prática de atividades náuticas? Sim Não

17. Porquê? _____

18. Que tipo de informação considera relevante que esteja disponível nos meios digitais, caso quisesse visitar o Alto Minho e Esposende para praticar atividades náuticas, onde: 1- Nada Importante; 2- Pouco Importante; 3- Moderadamente Importante; 4- Importante; 5- Muito Importante; 0- Não Sabe

	1	2	3	4	5	0
Informação de empresas de animação turística						
Pontos de interesse						
Acessibilidade						
Lojas de artigos para a prática desportiva náutica						
Caracterização de spots desportivos						
Oferta hoteleira						
Informações úteis (farmácia, hospital, polícia)						
Restaurantes						
Monumentos						
Praias						
Marinas						
Calendário de eventos desportivos						
Condições meteorológicas (p. ex.: temperatura, vento, ondas)						
Condições de segurança dos spots desportivos						
Infraestruturas/ equipamentos para a prática desportiva						
Outro: _____						

19. Conhece a aplicação móvel "Alto Minho, Náutica & Natureza"? Sim Não

20. Recomendaria o município para a prática de atividades náuticas? Sim Não

21. Porquê? _____

Perfil

22. Género: Masculino Feminino Prefiro não responder

23. Idade: _____ Nacionalidade: _____ Município: _____

24. Estado Civil: Casado/a Solteiro/a Divorciado/a União de Facto Viúvo/a

25. Instrução: Até o 9º ano 12º ano Licenciatura Mestrado Doutoramento Outro: _____

26. Situação Profissional:

Desempregado/a Estudante Reformado/a Trabalhador/a p/ conta de outrem Trabalhador/a p/ conta própria

27. Com que frequência semanal pratica desporto? Até 2 vezes 3 a 4 vezes 5 vezes ou mais

28. Qual a modalidade que mais vezes pratica? _____

29. Indique, por favor, se realizou a última atividade:

Sozinho(a) Com cônjuge/companheiro(a)

Em família: total de pessoas _____ Crianças no grupo? Quantas? _____

Com amigos: total de pessoas _____ Crianças no grupo? Quantas? _____

30. Indique, por favor: nº de noites passou na região _____ ou nº de horas _____

31. Indique, por favor o tipo de alojamento utilizado:

Acampamento Turismo Rural Hotel Caravana Aluguer de Apartamento ou Moradia
Hostel Pousada Casa de Familiares ou Amigos Outro: _____

32. Por favor, indique em média, por pessoa, quanto é que gastou no total, em atividades náuticas:

Até 50€ 51€-100€ 101€-150€ 151€-200€ 201€-250€ 251€-300€ 301€-350€ Mais de 351€

Muito obrigado pela sua colaboração!

Filipe Taveira

Questionnaire nr. _____ Municipality: _____



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo



Escola Superior
de Desporto e Lazer



Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão

This questionnaire is part of an academic study in the context of the Master in Sports Nature, at the Polytechnic Institute of Viana do Castelo. The study aims to analyse the potential of nautical activities for the dynamization of tourism experiences in the Municipalities of Alto Minho and Esposende.

The questionnaire is anonymous. Your responses will only be reported in aggregate form and cannot be identified individually. The results will be disseminated in scientific papers, conferences and seminars. Thank you very much for your collaboration.

The municipalities of the region are: Arcos de Valdevez, Caminha, Esposende, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo, and Vila Nova de Cerveira.

1. Do you live in this Municipality? Yes No

If you answered "Yes", thank you for your cooperation, however, this questionnaire is aimed at visitors, and for this reason, your questionnaire ends here. Thank you very much.

2. Have you visited other municipalities of Alto Minho and Esposende, during the last year, for the practice of nautical activities (in river and/ or sea)? Yes No

3. Are you visiting this municipality for the practice of nautical activities (in river and/ or sea)?

Yes please, go to question 5 No please, go to question 4

4. Please, indicate your main motivation for visiting this municipality: (please, select the most important only):

Nature Culture and Sightseeing Health and Well Being Religious Tourism
Gastronomy and Wines Business Golf Sun, sand and sea

5. Please, indicate your main reason for the practice of the nautical activities:

To participate in competitions To assist competitions To acquire knowledge
To enjoy Nature To accompany athletes in competition To relax
To know different cultures To live new experiences To have a time with family
To have a time with friends Other, which? _____

6. Please, indicate all nautical sports/activities you have practiced during your visit:

Deep sea Fishing Cruises Jet Ski Stand Up Paddle Sail
Canyoning Kitesurf Fishing Snorkelling Windsurf
Canoeing Diving Rafting Surf Other: _____

7. Have you used your own equipment? Yes No

8. During this visit, have you practiced any of the nautical activities previously referred through the services of a Leisure Business? Yes No

9. Finding yourself accompanied, what people did while you were doing nautical activities? _____

10. Please, refer which aspect you liked the most: _____

11. Please, refer which aspect you liked the least: _____

12. Overall, how do you evaluate your nautical experience in Alto Minho and Esposende?

Very Poor Poor Acceptable Good Very Good Do not answer

13. Besides nautical activities, which other activities have you done?

Visiting museums and monuments Participating in traditional festivities Participating in music festivities
Participating in workshops Shopping Going to sun, sand and sea
Practicing sport activities Using thermal services
Others, which ones: _____

14. Besides nautical activities, which other activities would you like to have done? Please, indicate up to 2 only: _____

15. Have you visited any of the following places?

Aquamuseu in V.N. Cerveira Ship Gil Eannes in Viana do Castelo Maritime Museum of Esposende None of them

16. In the future, would you consider to return to any of the municipalities of Alto Minho and Esposende for the practice of nautical activities? Yes No

17. Why? / Why not?

18. Which information do you consider important to be available in the digital media, in case that you would like to look for information and visit Alto Minho and Esposende for the practice nautical activities, where 1- Not Important; 2- Slightly Important; 3- Moderately Important; 4- Important; 5- Very Important; 0- Do not Know

	1	2	3	4	5	0
Information about leisure companies						
Interesting places						
Accessibility						
Shops with nautical sport products/equipment						
Description of sport spots						
Hotel offer						
Useful information (pharmacy, hospital, police)						
Restaurants						
Monuments						
Beaches						
Marinas						
Sport events schedule						
Meteorological information (e.g.: temperature, wind, waves)						
Safety conditions in sport spots						
Infrastructures/ equipment for the practice of sport activities						
Other: _____						

19. Do you know the mobile application "Alto Minho, Nautic & Nature"? Yes No

20. Would you recommend the municipality for the practice of nautical activities? Yes No

21. Why? / Why not?

Profile

22. Gender: Male Female Rather do not answer

23. Age: ____ Nationality: _____ Municipality: _____

24. Marital Status: Married Single Divorced Living with partner Widower

25. Education: Until Medium School High School Bachelor Master PhD Other: _____

26. Professional situation: Unemployed Student Retired Employed worker Self-employed

27. How many times in the week do you practice sports? Until 2 times 3 to 4 times 5 times or more

28. Which is the sport that you practice the most? _____

29. Regarding the last activity, please, indicate if you have practiced the activity:

Alone With partner

In family: total of people ____ Children in group? How many? ____

With friends: total of people ____ Children in group? How many? ____

30. Please, indicate: number of nights that you spent in the region _____ or number of hours _____

31. Please, indicate which type of accommodation used:

Camping Rural Tourism Accommodation Hotel Caravan Renting apartment or house

Hostel Friends or relatives houses Pousada Other: _____

32. Please, indicate, on average, per person, how much did you spend in total, in nautical activities:

Until 50€ 51€-100€ 101€-150€ 151€-200€ 201€-250€ 251€-300€ 301€-350€ 351€ or more

Thank you very much for your cooperation!

Filipe Taveira

Este cuestionario es parte de un estudio académico del Máster en Deporte Naturaleza, del Instituto Politécnico de Viana do Castelo. El estudio busca analizar el potencial de las actividades náuticas para la dinamización turística de los territorios en las Comarcas del Alto Miño Portugués y Esposende.

El cuestionario es anónimo. Sus respuestas sólo serán reportadas en forma agregada y no pueden ser identificados individualmente. Los resultados se difundir en artículos científicos, conferencias y seminarios. Muchas gracias por su participación.

Las comarcas de la región en estudio son: Arcos de Valdevez, Caminha, Esposende, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo y Vila Nova de Cerveira.

1. ¿Es residente en la comarca? Si No

Si contestó "Si", le agradecemos la colaboración, pero, el cuestionario es destinado solamente a visitantes. Su cuestionario termina aquí.

2. ¿Ya visito otras comarcas del Alto Miño Portugués y Esposende, en el último año, con el objetivo de realizar actividades (en río y/ o mar)? Si No

3. ¿Se encuentra a visitar esta comarca con el objetivo realizar actividades náuticas (en río y/ o mar)?

Si pase, por favor, para la pregunta 5 No pase, por favor, para la pregunta 4

4. Señale, por favor, su principal motivación: (elijá, por favor, apenas la más importante):

Naturaleza Cultura y Paisaje Salud y Bienestar Turismo Religioso
Gastronomía y Vinos Negocios Golf Sol y Mar

5. Señale, por favor, su principal razón para la práctica de actividades náuticas:

Participar en competiciones Asistir a competiciones Obtener conocimientos
Desfrutar de la Naturaleza Acompañar atletas en competición Relajar
Conocer nuevas culturas Vivir nuevas experiencias Desfrutar con la familia
Desfrutar con los amigos Otro, ¿cuál? _____

6. Por favor, señale todas las modalidades que ha practicado durante su visita a esta comarca:

Caza Submarina Cruceros Motonáutica Stand Up Paddle Vela
Barranquismo Kitesurf Pesca Buceo Libre Windsurf
Piragüismo Buceo Rafting Surf Otra: _____

7. ¿Utilizó su propio equipo? Si No

8. ¿Durante su visita, ha recorrido a servicios de Empresas de Turismo Activo para la realización de alguna de sus actividades náuticas referidas anteriormente? Si No

9. Estando acompañado, ¿qué hicieron las personas mientras practicaba actividades náuticas? _____

10. Señale por favor, el aspecto que más le ha gustado: _____

11. Señale por favor, el aspecto que menos le ha gustado: _____

12. ¿En general, como evalúa su experiencia náutica en el Alto Miño Portugués y Esposende?

Muy Mala Mala Aceptable Buena Muy Buena No Sabe

13. Además de actividades náuticas, ¿qué otras actividades ha realizado?

Visitar museos y monumentos Participar en fiestas y romerías Participar en festivales de música
Participar en talleres Ir de compras Ir a la playa
Practicar actividades deportivas Disfrutar de servicios termales
Otras: _____

14. Además de las actividades náuticas, ¿qué otras actividades gustaría haber hecho? Por favor, señale como máximo 2: _____

15. ¿Ha visitado algún de los siguientes locales?

Aquamuseo de V.N. Cerveira Navio Gil Eannes de Viana do Castelo Museo Marítimo de Esposende No visite ninguno

16. ¿En el futuro, consideraría volver a cualquier una de las comarcas del Alto Miño Portugués y Esposende para practicar actividades náuticas? Si No

17. ¿Por qué? _____

18. Qué tipo de información es pertinente que esté disponible en los medios digitales, caso quiera visitar el Alto Miño Portugués y Esposende para practicar actividades náuticas: 1- Nada Importante; 2- Poco Importante; 3- Moderadamente Importante; 4- Importante; 5- Muy Importante; 0- No Sabe

	1	2	3	4	5	0
Información de empresas de turismo activo						
Puntos de interés						
Accesibilidad						
Tiendas de artículos para a práctica deportiva náutica						
Caracterización de spots deportivos						
Oferta hotelera						
Informaciones útiles (farmacia, hospital, policía)						
Restaurantes						
Monumentos						
Playas						
Marinas						
Calendario de eventos deportivos						
Condiciones meteorológicas (ej.: temperatura, viento, ondas)						
Condiciones de seguridad en locales deportivos						
Infraestructuras/ equipamientos para la práctica deportiva						
Otro, ¿cuál?: _____						

19. ¿Conoce la aplicación móvil "Alto Miño, Náutica & Naturaleza"? Si No

20. ¿Recomendaría la comarca para la práctica de actividades náuticas? Si No

21. ¿Por qué? _____

Perfil

22. Género: Masculino Femenino Prefiero no contestar

23. Edad: _____ Nacionalidad: _____ Comarca: _____

24. Estado Civil: Casado/a Soltero/a Divorciado/a Pareja de Hecho Viudo/a

25. Educación: Educación Secundaria Bachillerato Grado Master Doctorado Otro: _____

26. Situación Profesional:

En paro Estudiante Jubilado/a Trabajador/a p/cuenta ajena Trabajador/a p/ conta propia

27. ¿Con que frecuencia semanal practica deporte? Hasta 2 veces 3 a 4 veces 5 veces o más

28. ¿Cuál la modalidad que más veces practica? _____

29. Señale, por favor, se ha realizado la última actividad:

Solo (a) Con novio (a) /compañero(a)

En familia: total de personas _____ Niños en el grupo? Cuantos? _____

Con amigos: total de personas _____ Niños en el grupo? Cuantos? _____

30. Señale, por favor el número de noches pasadas en la región _____; o número de horas _____

31. Señale, por favor el tipo de alojamiento utilizado:

Campamiento Casa Rural Hotel Caravana Renta de Apartamento o Casa
Hostel Casa de Familiares o Amigos Parador Otro: _____

32. Por favor, señale en media, por persona, cuanto ha gastado en total, en actividades náuticas:

Hasta 50€ 51€-100€ 101€-150€ 151€-200€ 201€-250€ 251€-300€ 301€-350€ Más de 351€

¡Muchas gracias por su ayuda!

Filipe Taveira

Apêndice V

Entrevista Exploratória:

1. Na sua opinião e tendo em conta também o feedback dos seus clientes quais os aspetos mais positivos / fortes que identificam/caracterizam e que diferenciam o Alto Minho e Esposende para a prática de atividades náuticas?
2. Além das atividades náuticas, que outras atividades é que os seus clientes procuram?
3. E os acompanhantes, o que fazem enquanto esperam pelas pessoas que estão a fazer a atividade?
4. Considera que a região Alto Minho e Esposende tem condições para aumentar/diversificar/dinamizar a oferta turística tendo por base os recursos e atividades associadas à náutica?
5. Na sua opinião e tendo por base o feedback dos seus clientes, podem os recursos/ atividades náuticas ajudar na dinamização de outras atividades / experiências turísticas? Sim/não – porquê?
6. O que poderia ser desenvolvido em concreto (propostas/ ações)? E como poderia ser implementado?
7. Na sua perspetiva, quais seriam os benefícios desta dinamização para a sua empresa e para a região?
8. Qual a opinião sobre a promoção das atividades náuticas na região? E da promoção do território como um todo? Existem aspetos a melhorar? Considera a existência a app “Alto Minho, Náutica e Natureza” importante na comunicação e divulgação das atividades náuticas da região?
9. Qual o perfil dos seus clientes? Qual a época do ano em que a sua empresa tem uma maior procura de clientes? E menor? Porquê?
10. Tem algum comentário que gostaria de acrescentar para o presente estudo?

Anexo 1

Tabela 37. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, por localização geográfica

Localização geográfica		Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Local de residência (País - lista reduzida); Anual		
		Período de referência dos dados		
		2016		
		Local de residência (País - lista reduzida)		
		Total	Portugal	Estrangeiro
		N.º	N.º	N.º
Portugal	PT	59122640	17351738	41770902
Continente	1	49574211	15803542	33770669
Norte	11	7989922	3574797	4415125
Alto Minho	111	544477	345643	198834
Arcos de Valdevez	1111601	57117	43913	13204
Caminha	1111602	74069	47173	26896
Melgaço	1111603	32569	24995	7574
Monção	1111604	30187	22055	8132
Paredes de Coura	1111605	4789	2725	2064
Ponte da Barca	1111606	11622	6623	4999
Ponte de Lima	1111607	57411	27153	30258
Valença	1111608	35560	26560	9000
Viana do Castelo	1111609	175225	89093	86132
Vila Nova de Cerveira	1111610	65928	55353	10575
Cávado	112	795627	464901	330726
Amares	1120301	33183	23906	9277
Barcelos	1120302	35776	13175	22601
Braga	1120303	483956	267378	216578
Esposende	1120306	106735	39119	67616
Terras de Bouro	1120310	121252	112897	8355
Vila Verde	1120313	14725	8426	6299

Fonte: INE (2017)