

Isabel Norte de Sequeira Duarte

As motivações do turista para a prática de Turismo
Náutico na Região Centro de Portugal

Tese de Mestrado

Mestrado em Gestão Turística

Professora Doutora Cristina Barroco

Professora Doutora Margarida Vicente



Julho 2017

À minha avó (*in memoriam*) que procurou deixar-me um mundo melhor.

RESUMO

O Turismo Náutico mundial está em crescente e franca expansão e em Portugal integra a lista dos 10 produtos estratégicos do Plano Estratégico Nacional do Turismo. Apesar de existirem condições propícias à prática de atividades náuticas em todas as regiões de Portugal, escolheu-se a Região Centro como principal foco de estudo por ainda ser pouco conhecida e explorada enquanto um destino turístico náutico.

Para a elaboração deste estudo, realizou-se uma vasta revisão da literatura sobre os principais temas: o Turismo Náutico, evidenciando as suas diferentes tipologias e o comportamento do consumidor, abordando as motivações e a imagem do destino. Esta análise teve por objetivos avaliar a importância do Turismo Náutico em Portugal e identificar o seu posicionamento estratégico enquanto destino de Turismo Náutico. Ao focar o estudo na Região Centro, procurou-se compreender quais são os seus fatores críticos de sucesso associados ao Turismo Náutico, de forma a poder desmistificar a ideia que o Turismo Náutico de Recreio e Desportivo só pode ser praticado em regiões do Litoral.

Como forma de identificar o perfil do praticante de atividades náuticas e a averiguar quais são os atributos e motivações mais valorizados quando se desloca para a Região Centro, considerou-se fundamental a elaboração de um inquérito por questionário. Participaram neste estudo duzentos e cinquenta e oito indivíduos com diferentes perfis, praticantes de diversas atividades náuticas em diferentes zonas da Região Centro. Através da análise dos resultados foi possível concluir-se que as principais motivações do turista náutico estão relacionadas com o divertimento, com a experiência na prática das atividades náuticas, com o conhecimento do destino, com o relaxamento e com o potencial do local. Relativamente à perceção que têm sobre a Região Centro como um destino turístico, atribuem valor a esta região por ser um bom destino de férias no qual têm confiança, onde a natureza está bastante presente e onde existem várias oportunidades de entretenimento.

Por último, concluiu-se que por ser um estudo pioneiro em Portugal, poderá revelar-se bastante importante para as entidades responsáveis dinamizarem o Turismo Náutico na Região Centro bem como para a possível elaboração de estudos futuros.

ABSTRACT

Nautical tourism in Portugal is one of the ten strategical products belonging to the National Strategical Plan of Tourism. Even though most Portuguese regions have natural conditions fit to practice nautical activities, the Center Region was chosen as the subject of this study because is still very unknown and ill-explored as a nautical touristic destination.

A vast review of the literature was made, regarding the main themes of this study: Nautical Tourism, its different types and the consumer's behavior; the consumer's motivations and the destination image. The objectives were the following: evaluate the importance of the Nautical Tourism in Portugal and identify its strategic position as a nautical touristic destination. Regarding the Center region, it was important to fully understand the critical factors of success so that it becomes possible to demystify the idea that the Nautical Tourism can only be practiced in the coast regions.

In order to design a profile of the nautical activities practitioner and to investigate the major characteristics and motivations for the practitioner to go to the Center Region, it was essential to make an inquiry by questionnaire. Two hundred and fifty-eight people answered it: individuals with different profiles, different nautical activities taken in different areas of the Region. Its conclusions, with support of factorial analysis, were the following: the major motivations of the nautical tourist are related with the fun/amusement, the experience in these activities, the knowledge of the destination, the relaxation and the place's potential. Regarding the perception about the Center region as a touristic destination, they value this region as a pleasant and trustworthy destination, surrounded by nature and filled with entertainment.

Lastly, it was possible to conclude that, being a pioneer study in Portugal, it can help improve and boost the nautical tourism of the Center Region and facilitate future studies.

PALAVRAS- CHAVE

Turismo Náutico

Região Centro

Atividades Náuticas

Motivações

Imagem do destino

KEY WORDS

Nautical Tourism

Center Region

Nautical Activities

Motivation

Destination Image

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar queria agradecer às minhas orientadoras, Professora Doutora Cristina Barroco e Professora Doutora Margarida Vicente, pela colaboração, disponibilidade e incentivo que me deram ao longo desta etapa, bem como por todas as críticas e ensinamentos que me ajudaram a concluir este trabalho. Um agradecimento particular à Professora Doutora Cristina Barroco por nunca ter deixado de me apoiar, por ter acreditado em mim e pelo incessante apoio que nunca me fez desistir.

Gostaria de agradecer aos meus pais por toda a compreensão, paciência, ânimo e amizade que me dão todos os dias para que eu seja uma pessoa melhor. Obrigada por me ajudarem a ser capaz de ultrapassar as barreiras da vida e a ser alguém melhor a cada dia.

Um agradecimento muito especial à minha irmã Catarina que desde o primeiro dia esteve sempre do meu lado, por ter acreditado sempre em mim e por sempre me aconselhar durante o meu crescimento enquanto pessoa.

Ao meu namorado por compreender os momentos de maior pressão e por me ajudar a seguir em frente.

Resumo	v
Abstract	vii
Palavras- Chave.....	ix
Key Words	xi
Agradecimentos.....	xiii
Índice	xvi
Índice de Tabelas	xix
Índice de Figuras.....	xxi
Índice de Gráficos	xxii
Abreviaturas e Siglas.....	xxiii
1. Introdução.....	1
1.1. Apresentação do tema.....	1
1.2. Objetivos da investigação	3
1.3. Metodologia do trabalho.....	4
1.4. Estrutura do trabalho.....	5
2. Enquadramento teórico	7
2.1. Conceito de Turismo Náutico	7
2.1.1. O Turismo Náutico de Recreio e Desportivo	10
2.2. A importância do Turismo Náutico em Portugal	12
2.2.1. Dados estatísticos do Turismo em Portugal.....	13
2.2.2. Dados estatísticos do Turismo Náutico em Portugal.....	16
2.2.3. O posicionamento estratégico de Portugal como destino de Turismo Náutico.....	18
2.3. Comportamento do Consumidor de Turismo Náutico	22
2.3.1. Motivação	22
2.3.2. Imagem do destino.....	27
3. Turismo Náutico na Região Centro.....	31
3.1. A Região Centro.....	31
3.1.1. Oferta Turística da Região Centro	33
3.1.2. Oferta de Alojamento na Região Centro	37

3.1.3. Dados da Procura Turística na Região Centro	39
3.2. A oferta de Turismo Náutico na Região Centro	41
3.2.1. Análise SWOT	53
4. Metodologias de investigação	56
4.1. Objeto da investigação	56
4.2. Questões de investigação	56
4.3. Método de investigação	57
4.3.1. Método de Recolha de Informação: Questionário	58
4.3.1.1. Estrutura do questionário: Parte I. “Prática de atividades náuticas”	59
4.3.1.2. Estrutura do questionário: Parte II. “Relevância dos atributos no processo de decisão”	60
4.3.1.3. Estrutura do questionário: Parte III. “Caracterização do inquirido”	61
4.3.1.4. Pré-teste	62
4.4. Definição da amostra e recolha de dados	63
4.4.1. Processo de amostragem	63
5. Análise dos resultados	65
5.1. Amostra efetiva	66
5.2. Caracterização da amostra	66
5.2.1. Análise sociodemográfica	66
5.2.2. Análise da experiência da prática de Turismo Náutico	68
5.2.3. Caracterização da experiência de Turismo Náutico na Região Centro	71
5.3. Relevância da variável motivação no processo de decisão	73
5.3.1. Análise descritiva	73
5.3.2. Análise fatorial	75
5.4. Relevância da variável imagem do destino no processo de decisão	79
5.4.1. Análise descritiva	79
5.4.2. Análise fatorial	80
6. Conclusões e contribuições	84
6.1. Principais conclusões da investigação	84

6.2. Principais contributos da investigação.....	87
6.3. Limitações da investigação	88
6.4. Recomendações para investigações futuras	89
Bibliografia	92
Anexos	100
Anexo I – Identificação das praias da Região Centro com bandeira azul e de ouro	101
Anexo II – Inquérito em português.....	104
Anexo III – Inquérito em inglês	108
Anexo IV – Listagem das lojas, empresas, clubes e federações contactadas via <i>email</i>	112

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Modalidades náuticas e respetiva descrição	12
Tabela 2 – Principais indicadores da atividade turística em Portugal nos anos 2014, 2015 e 2016.....	14
Tabela 3 – Dormidas de estrangeiros em Portugal em 2016.....	15
Tabela 4 – Receitas turísticas – Top 10 em 2016.....	16
Tabela 5 – Número de praticantes desportivos federados por federação desportiva nos anos de 2013, 2014 e 2015.....	18
Tabela 6 – Propostas de crescimento do Turismo Náutico em Portugal	20
Tabela 7 – Linhas de atuação para a valorização do território para o ano de 2027	21
Tabela 8 – Revisão da literatura das principais variáveis e construtos sobre as motivações.....	26
Tabela 9 – Revisão da literatura das principais variáveis e construtos sobre a imagem do destino.....	29
Tabela 10 – Estâncias termais existentes na Região Centro	34
Tabela 11 – Parques e reservas naturais existentes na Região Centro	35
Tabela 12 – Gastronomia da Região Centro	36
Tabela 13 – Vinhos da Região Centro.....	37
Tabela 14 – Principais indicadores de turismo na Região Centro em 2014, 2015 e 2016	39
Tabela 15 – Top 5 das dormidas do estrangeiro na Região Centro	40
Tabela 16 – Taxa de ocupação-quarto na Região Centro.....	40
Tabela 17 – Oferta de locais para a prática de atividades náuticas existentes na Região Centro.....	42
Tabela 18 – Identificação das praias costeiras e fluviais existentes na Região Centro....	45
Tabela 19 – Identificação dos rios e ribeiras existentes na Região Centro	46
Tabela 20 – Identificação das barragens existentes na Região Centro	47
Tabela 21 – Identificação dos cais de acostagem existentes na Região Centro	48
Tabela 22 – Diferentes modalidades de desportos náuticos praticadas na Região Centro	50
Tabela 23 – Listagem de eventos de desportos náuticos realizados na Região Centro entre 2016 e 2017	53
Tabela 24 – Identificação das questões do questionário e sua medida.....	59

Tabela 25 – Escalas utilizadas para o estudo da variável motivação	60
Tabela 26 – Escalas utilizadas para o estudo da variável imagem do destino	61
Tabela 27 – Características sociodemográficas do inquirido	62
Tabela 28 – Ficha técnica do questionário	64
Tabela 29 – Caracterização da amostra de praticantes náuticos na Região Centro	67
Tabela 30 – Caracterização da amostra de praticantes náuticos na Região Centro	69
Tabela 31 – Caracterização da amostra de praticantes náuticos na Região Centro	72
Tabela 32 – Análise descritiva aos atributos da variável motivação	74
Tabela 33 – Testes de Kmo e Bartlett para a variável motivação	75
Tabela 34 – Dimensões retidas e variância total explicada da variável motivação	76
Tabela 35 – Matriz das componentes após rotação ortogonal da variável motivação ...	77
Tabela 36 – Dimensões, descrição dos itens e coeficiente Alfa de <i>Cronbach</i> da variável motivação.....	78
Tabela 37 – Número de itens e coeficiente Alfa de <i>Cronbach</i> para as dimensões da variável motivação.....	79
Tabela 38 – Análise descritiva aos atributos da variável imagem do destino	80
Tabela 39 – Testes de KMO e Bartlett para a variável imagem do destino.....	81
Tabela 40 – Dimensões retidas e variância total explicada da variável imagem do destino	81
Tabela 41 – Matriz das componentes após rotação ortogonal da variável imagem do destino.....	82
Tabela 42 – Dimensões, descrição dos itens e coeficiente Alfa de <i>Cronbach</i> da variável imagem do destino	82
Tabela 43 – Número de itens e coeficiente Alfa de <i>Cronbach</i> para as dimensões da variável imagem do destino	83

Índice de Figuras

Figura 1 – Mapa de Portugal com a identificação da Região Centro.....	32
Figura 2 – Comunidades Intermunicipais pertencentes às NUTS III.....	33
Figura 3 – Mapa da capacidade de empreendimentos turísticos presentes por cada NUTS III.....	38

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Oferta de alojamento na Região Centro – Estabelecimentos em 2014, 2015 e 2016.....	38
Gráfico 2 – Praias da Região Centro em 2017	45
Gráfico 3 – Principais atividades Náuticas praticadas na Região Centro.....	69
Gráfico 4 – Estação do ano preferencial dos praticantes náuticos na Região Centro ...	70
Gráfico 5 – Ambiente preferencial do turista náutico na Região Centro	70
Gráfico 6 – Zonas da Região Centro escolhidas como as principais para a prática de atividades náuticas	71
Gráfico 7 – Forma de praticar atividades náuticas na Região Centro.....	72
Gráfico 8 – Tipo de alojamento escolhido pelo inquirido na Região Centro.....	73

Abreviaturas e Siglas

CIM	Comunidades Intermunicipais
CSM	Conta Satélite do Mar
INE	Instituto Nacional de Estatística
KM	Quilómetros
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
NUTS	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OMT	Organização Mundial de Turismo
P.P.	Pontos Percentuais
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo
PWC	Price Waterhouse Coopers
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TvH	Taxa de Variação Homóloga
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

1. Introdução

Neste capítulo pretende-se fazer uma apresentação do tema de investigação, explicar alguns dos fatores que justificam a sua importância, bem como identificar os objetivos que se pretendem alcançar. É também, neste capítulo, abordada a metodologia utilizada e é identificada a forma como o trabalho está estruturado.

1.1. Apresentação do tema

O Turismo Náutico está integrado como um dos 10 produtos estratégicos do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), sendo um dos mais praticados pelo país fora (Turismo de Portugal, 2007). É graças ao seu potencial e rápido desenvolvimento que é considerado como um produto estratégico, sendo através destes fatores que se pretende reforçar a firmeza da oferta na perceção externa do destino. É avaliado como um tipo de turismo atrativo e apelativo, mas de baixa competitividade quando comparado com outros produtos turísticos (Jovanovic, Dragin, & Pavic, 2013). Por ser um produto turístico estratégico, um dos seus principais objetivos passa por estimular todas as atividades associadas à água e relacionadas com a prática de lazer e desporto (Sousa, Fonseca, Fernandes, & Galiau, 2011).

Como acréscimo a esta informação, foi desenvolvido um documento que pretende ser uma evolução do PENT, criando estratégias para o desenvolvimento e crescimento do turismo em Portugal – Estratégia para o Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017a). Com a Estratégia para o Turismo 2027 pretende-se, no caso do

Turismo Náutico, criar estratégias que permitam a sua valorização através de recursos e de planos dinamizadores que possibilitem melhorias e ações de requalificação das infraestruturas, locais ou equipamentos.

Um estudo feito pelo Turismo de Portugal (2013) permitiu conhecer os principais países emissores de Turismo Náutico e os países concorrentes para Portugal. Como países emissores destacavam-se a Alemanha, os Países Escandinavos, o Reino Unido, Holanda, França, Rússia, Itália e Áustria, sendo a Espanha, França, Reino Unido e Irlanda os principais concorrentes de Portugal. Comparando esta análise com a ênfase dada pelo documento Estratégia para o Turismo 2027, os mercados externos prioritários continuam a ser os principais países emissores de Turismo Náutico, sendo fundamental criar estratégias individuais e detalhadas consoante as suas realidades regionais e de acordo com os diferentes segmentos de turistas existentes (Turismo de Portugal, 2017a). Num estudo desenvolvido pela Travel BI (2017e) foram identificados como principais concorrentes de Portugal, para além da Espanha e da França, anteriormente referidos, a Itália, a Turquia, a Grécia e Croácia.

Para Carrasco (2001), o Turismo Náutico é um segmento costeiro, relacionado com a prática de atividades de lazer e desporto que estejam em contacto com o mar, o rio, barragens ou marinas, sendo possível estabelecer uma relação com o produto sol e mar e dando a possibilidade de oferecer variados atrativos ao turista, que ao originar muita diversificação e especialização ao turismo pode também atrair outro tipo de atividades. É também por estes motivos que o Turismo Náutico é explorado em regiões de interior que possuam as condições necessárias à prática destas atividades. Para além das praias fluviais, a existência de barragens e rios possibilita que sejam praticados variadíssimos desportos náuticos e se conheçam os encantos do interior. Assim, o Turismo Náutico é considerado como uma das áreas com maior potencial de desenvolvimento e crescimento, contribuindo para a criação de emprego e riqueza para um país, quer a nível nacional, quer internacional (Zamith, 2012).

Qual a relação e importância entre o Turismo Náutico e a Região Centro? A Região Centro possui um património natural com diversificados recursos e locais propícios à prática de atividades náuticas, tais como: uma linha de costa de 280 km,

inúmeras praias, quer costeiras quer fluviais, e ainda diversos rios, barragens e marinas. Todas estas condições geram um imenso potencial de exploração do produto Turismo Náutico, constituindo uma crescente oportunidade de desenvolvimento e dinamismo para as regiões do interior Centro.

Assim, este trabalho irá abordar como tema central o Turismo Náutico na Região Centro do país, e permitirá conhecer quais os principais fatores que levam o turista a deslocar-se a esta região para praticar atividades náuticas.

1.2. Objetivos da investigação

Procura-se com este trabalho a elaboração de um estudo sobre o Turismo Náutico, direcionado para a Região Centro de Portugal. Ao proceder ao levantamento das variáveis do consumidor, relacionadas com este produto turístico – as motivações e a imagem do destino – pretende-se alcançar o objetivo principal deste estudo: conhecer quais são as motivações do turista para a prática de Turismo Náutico na Região Centro de Portugal.

Para a sua contextualização, será analisado o mercado turístico generalizado e turístico náutico, de acordo com dados mundiais, da Europa e de Portugal, na tentativa de compreender, pormenorizadamente, o posicionamento do Turismo Náutico na Região Centro de Portugal. Devido à grande procura e ao crescimento deste produto estratégico, é necessário então dinamizar e promover a Região Centro, que possui variados locais para a prática deste tipo de atividades.

Pretende-se assim:

- Caracterizar o conceito de Turismo Náutico, distinguindo as tipologias adjacentes;
- Canalizar o estudo para o Turismo Náutico de Recreio e Desportivo;
- Identificar a importância do Turismo Náutico em Portugal com dados estatísticos;
- Compreender o comportamento do turista náutico;

- Analisar o potencial da Região Centro enquanto destino turístico para a prática destas atividades;
- Identificar a oferta de atividades náuticas existente na Região Centro;
- Conhecer as limitações e oportunidades da Região Centro como destino de Turismo Náutico;
- Identificar o perfil do turista náutico;
- Apurar quais as motivações e percepções que o turista tem acerca da Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas.

Conhecer o perfil do turista, as suas motivações e os atributos principais da Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas, torna-se fundamental para conseguir desenvolver um estudo mais estruturado e eficaz, permitindo compreender quais os aspetos positivos que contribuem para um melhor desenvolvimento da região nesta área. Avaliar detalhadamente o tipo de turistas que visita a Região Centro para praticar estas atividades, sabendo o género, a idade, o país de residência, a nacionalidade, o nível de educação, a atividade profissional e o rendimento líquido mensal, bem como os principais motivos e fatores que o levaram a deslocar-se até esta Região é fundamental para as empresas, que poderão desenvolver e adaptar os seus produtos, prestando assim um melhor serviço. Quer a região, quer as empresas poderão desta forma pôr em prática estratégias capazes de criar melhores serviços e melhores condições, que possam contribuir para que a Região Centro se assuma como um destino de Turismo Náutico.

1.3. Metodologia do trabalho

Para conseguir alcançar os objetivos propostos neste estudo, após a elaboração da revisão da literatura, optou-se por se utilizar como instrumento de pesquisa o inquérito por questionário. Segundo alguns artigos científicos, o inquérito por questionário é o instrumento de pesquisa usado com maior frequência para estudos

associados ao turismo e/ou lazer, pois é considerado um método fácil para ser entendido e respondido, conseguindo obter informações quantificáveis (Veal, 1994).

A população-alvo é composta unicamente por praticantes náuticos que já tenham praticado desportos náuticos na Região Centro de Portugal, sendo que se conseguiram 258 questionários válidos, aplicados no período de 22 de março a 12 de maio de 2017, presencialmente e através da via *online*.

A informação obtida através dos questionários foi analisada e tratada através dos *softwares IBM SPSS Statistics 21 e Microsoft Excel*.

1.4. Estrutura do trabalho

O trabalho realizado foi estruturado de forma sequencial com o intuito principal de atingir os objetivos propostos, tendo sido dividido em 6 capítulos centrais.

O capítulo da introdução apresenta o tema escolhido, justificando a sua escolha e enfatizando a sua importância, levando a uma posterior explicação dos objetivos da investigação, da metodologia e da estrutura de trabalho utilizada.

O segundo capítulo é destinado à revisão da literatura sobre o Turismo Náutico, sendo um dos tópicos fundamentais deste trabalho. É neste capítulo que se pretende caracterizar esta tipologia de turismo, analisar a importância do Turismo Náutico para Portugal e compreender o comportamento do consumidor deste tipo de turismo, com base nos estudos científicos existentes, a nível mundial e nacional.

No capítulo terceiro é feita uma abordagem aprofundada à Região Centro, em que se enfatiza a prática de Turismo Náutico nesta região e se caracteriza a oferta existente. Posteriormente, é feita uma análise aos pontos fortes e fracos da Região Centro enquanto destino turístico, bem como uma identificação das oportunidades e ameaças que possam existir.

O capítulo da metodologia é o quarto deste estudo, em que se pretende fundamentar toda a parte científica através da implementação de um inquérito. Este foi desenvolvido por questionário direcionado unicamente a praticantes náuticos na Região Centro de Portugal, tendo sido aplicado em plataformas digitais, via *email* para diversos clubes e associações náuticas desportivas e presencialmente a praticantes, em ginásios e escolas secundárias da Região.

O quinto capítulo é destinado à apresentação dos resultados obtidos com base no questionário aplicado. É feita, primeiramente, uma avaliação ao perfil sociodemográfico do praticante náutico e uma análise às características dos inquiridos enquanto turistas náuticos. Posteriormente será possível estudar a amostra com base nas suas experiências, hábitos e comportamentos e compreender as suas motivações e perceções sobre a imagem do destino.

O capítulo das conclusões será desenvolvido como forma de responder aos objetivos propostos, apresentando os contributos e as limitações do estudo e ainda a indicação de linhas futuras de investigação.

2. Enquadramento teórico

2. Enquadramento teórico

Neste capítulo é feita a revisão da literatura sobre o Turismo Náutico, explorando o seu conceito, a sua origem e oferta enquanto produto turístico, avaliando simultaneamente o seu potencial inserido no Plano Estratégico Nacional do Turismo. Posteriormente é feita uma abordagem às variáveis de comportamento do consumidor: motivação e imagem do destino.

2.1. Conceito de Turismo Náutico

O Turismo é a atividade humana que implica uma deslocação para fora da residência, assim como a pernoita num certo destino e a não remuneração nesse mesmo local. Ou seja, é um conjunto de relações feito através de uma viagem a um determinado destino (Turismo de Portugal, 2006).

Existem referências de autores que consideram o turismo como “as atividades de pessoas que viajam para locais que estejam fora do seu ambiente rotineiro, em lazer, negócios ou por outros motivos, e que neles permaneçam por não mais de um ano consecutivo” (Sousa & Xavier, 2015; OMT, 1999).

Após esta definição geral de turismo, introduz-se uma das suas tipologias, o Turismo Náutico, que de acordo com a OMT (1999), está relacionado com a prática de desportos no meio aquático no contexto de férias, permitindo ao turista a atividade náutica de lazer e a apreciação da natureza. É caracterizado por se enquadrar num

contexto de viagens ativas de forma a haver um complemento de descanso e lazer, interagindo permanentemente com o meio aquático.

Compreende-se que o Turismo Náutico é uma atividade que pressupõe o uso de embarcações náuticas com o objetivo de movimentação turística. Desta forma, é considerada como uma atividade de navegação praticada em embarcações, motas de água ou insufláveis, sobre água, sejam águas paradas ou correntes, praias fluviais, lagos, mares ou oceanos (Ministério do Turismo do Brasil, 2010).

O facto de ser um segmento de prática de um turismo costeiro, relacionado com atividades de lazer e desporto em contacto com o mar ou rio, barragens ou marinas, permite fazer a relação com o produto sol e mar e possibilita ao turista a oferta de variadíssimos atrativos, pois gera muita diversificação e especialização ao turismo, atraindo assim outro tipo de atividades (Carrasco, 2001).

O Turismo Náutico pode ser distinguido em três diferentes tipologias, diferenciadas graças ao nível de propagação num território ou aos efeitos económicos que têm nos locais de destino (Sousa & Xavier, 2015; Turismo de Portugal, 2006; Ministério do Turismo do Brasil, 2010; Carrasco, 2001):

- [Turismo Náutico de Cruzeiros](#) – é caracterizado pela utilização de grandes navios ou iates para o transporte de passageiros. São denominados de turistas náuticos por embarcarem numa espécie de “cruzeiro-empresa”, que lhes proporciona todos os serviços de lazer dentro de uma embarcação (Carrasco, 2001).
- [Turismo Náutico de Recreio](#) – engloba todo o tipo de experiências associadas aos desportos náuticos, como forma de entretenimento ou lazer. Este segmento engloba todo o tipo de atividades que incluem uma embarcação, tais como: vela, *windsurf*, *kitesurf*, mergulho, entre outras (Turismo de Portugal, 2006).
- [Turismo Náutico Desportivo](#) – inclui todas as experiências associadas a viagens realizadas com o objetivo de participar em competições náutico-desportivas e é um mercado com características e regras muito específicas, com um carácter de

cumprimento muito acentuado (Turismo de Portugal, 2006). Esta tipologia turística está dividida na vertente de lazer e de competição, dependendo da escolha do praticante, e o seu sucesso estará dependente das infraestruturas existentes, das condições disponibilizadas e dos apoios criados para a prática dos mesmos.

Verifica-se que o Turismo Náutico tem um efeito multiplicador mais intenso do que se esperava, prevendo-se que se possa tornar um produto bastante competitivo em todo o mundo. É garantido o funcionamento em, aproximadamente, todo o ano e o retorno do capital investido é muito rápido, pois a maioria das atividades poderá ser feita no mesmo sítio e em qualquer altura do ano (Kovacic, Grzetic & Boskovic, 2011).

Esta tipologia de turismo é distinguida como uma ferramenta essencial à promoção das atividades relacionadas com o meio aquático de um país ou região e verifica-se que “a náutica contribui para uma identificação das camadas mais jovens com o mar, criando uma consciencialização coletiva” (Zamith, 2012, p.1).

Para Jovanovic, Dragin e Pavic (2013), esta tipologia de turismo é atrativa e apelativa, contudo apresenta uma baixa competitividade quando é comparada com outros produtos turísticos. De acordo com Sousa, Fonseca, Fernandes e Galiau (2011), o objetivo principal do Turismo Náutico, enquanto produto estratégico, é estimular as atividades de lazer e desporto que estejam relacionadas com a água. É também fulcral porque se tornou um dos principais catalisadores de uma boa economia de um espaço turístico, contudo é necessário que haja uma integração nas instalações já existentes, para que se torne um produto promotor e que consiga captar a atenção do turista. A existência de políticas e técnicas definidas e aprovadas é essencial para se conseguir satisfazer as necessidades dos turistas e superar as suas expectativas, atingindo sempre o maior benefício para as entidades detentoras do Turismo Náutico (Carrasco, 2002).

Para Zamith (2012) o Turismo Náutico pode contribuir para a revitalização dos recursos existentes, para a atração de novos mercados e para a consequente atenuação da sazonalidade e aumento do volume de negócios.

2.1.1. O Turismo Náutico de Recreio e Desportivo

Foi no século XX que o Turismo Náutico começou a ganhar importância e passou a ser considerado como um objeto de estudo. Os países com conhecimento e tradição no desenvolvimento náutico passaram a especializar-se em programas capazes de gerir os portos náuticos existentes e a apostar numa construção controlada baseada no desenvolvimento sustentável (Luck, 2007; Cooper, 2010).

Este tipo de turismo é distinguido em três tipologias, conforme referido anteriormente, no entanto só existem dados estatísticos relativos ao Turismo Náutico de Cruzeiros, não estando disponíveis dados sobre as restantes tipologias de turismo.

Segundo um estudo realizado pelo Turismo de Portugal (2015a) relativo aos cruzeiros e portos marítimos existentes em Portugal, foi possível verificar-se que houve um aumento em 2015 de 15,4% do total de passageiros nos portos marítimos relativamente a 2014, bem como um aumento de 16% dos passageiros em trânsito nos mesmos anos. Em 2015 registaram-se 24 259 passageiros embarcados e 25 056 passageiros desembarcados nos portos portugueses, contudo foram valores que representaram grandes variações relativamente ao ano anterior. É conclusivo que, em Portugal, o turismo de cruzeiros está em franca expansão, que existe capacidade de amarração possível para o turismo de iates e que há fatores bastante positivos para tornar o turismo marítimo como um potencial para o mercado turístico português (Turismo de Portugal, 2015a).

Apesar da importância que o Turismo de Cruzeiros assume no nosso país, este estudo tem como objetivo a análise da Região Centro como recetora de praticantes de atividades náuticas de recreio e desportivas e, por isso, o foco desta investigação é o turismo de recreio e desportivo. Segundo o INE, a atividade de recreio, desporto, cultura e turismo *“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”* (Instituto Nacional de Estatística, 2016d, p. 18).

A prática de atividades náuticas em Portugal é cada vez mais comum e há desportos que começam a estar na moda e a ser muito procurados em território nacional. Apesar de ainda haver muitas atividades pouco praticadas, por ainda serem pouco conhecidas e promovidas, existem outras bastante usuais e escolhidas pelos praticantes.

Cada vez mais é possível fazer referência aos desportos náuticos mais praticados em Portugal, sendo eles a vela e o mergulho, cujo somatório é superior a 1 milhão de praticantes com licença federativa na Europa (Sousa et al., 2011).

Graças ao grande desenvolvimento tecnológico e cultural verificado na Europa, foram surgindo novos segmentos de procura e de oferta, motivados essencialmente pela existência dos novos produtos emergentes, como é o caso da pesca desportiva. A pesca desportiva caracteriza-se por ser uma atividade que consegue conciliar o desporto ao lazer e é cada vez mais procurada, tornando-se um excelente contributo para o desenvolvimento de locais ou recursos naturais pouco conhecidos (Associação Regional do Centro de Pesca Desportiva, 2016).

Através da tabela 1, é possível referenciar-se as diferentes modalidades que integram o Turismo Náutico de Recreio e Desportivo, fazendo uma pequena explicação de cada uma:

MODALIDADE	DESCRIÇÃO
<i>Bodyboard</i>	Um desporto praticado à superfície das ondas, naturais ou artificiais, com a utilização de uma prancha <i>bodyboard</i> , de forma a conseguir deslizar-se pelas ondas em direção à areia.
<i>Kitesurf</i>	Com o recurso a um <i>kite</i> e a uma prancha, o objetivo é o cruzamento entre o equilíbrio sobre a água e o impulso feito pelo vento, que deverá permitir a deslocação sobre as ondas e a realização de saltos no ar.
<i>Windsurf</i>	É um desporto praticado sobre a superfície da água, sempre com recurso a uma prancha e a uma vela que necessitam da propensão do vento para se moverem.
<i>Surf</i>	Uma modalidade praticada à superfície da água, cujo objetivo principal é aliar o equilíbrio em cima de uma prancha com manobras e acrobacias em função das ondas.
<i>Ski Náutico</i>	Apesar de ser muito semelhante ao ski na neve, são necessárias, no mínimo, duas pessoas para que se desempenhe corretamente. Uma pessoa conduz a lancha ou o barco enquanto a outra pessoa, em cima da prancha, é puxada por uma corda, tendo de manter sempre o corpo em equilíbrio.

MODALIDADE	DESCRIÇÃO
<i>Wakeboard</i>	É um dos desportos aquáticos com mais praticantes a nível de lazer, semelhante ao snowboard, em que o desportista está em cima de uma prancha específica e é puxado por um barco.
<i>Paddle</i>	Uma modalidade que teve muito impacto para o praticante por ser uma atividade nova e inovadora, que consiste na movimentação em cima de uma prancha com a ajuda de um <i>paddle</i> .
<i>Vela</i>	Um desporto que envolve barcos específicos que são movidos graças à ação do vento sobre a vela existente. Pode ser praticado como forma de lazer ou de competição, em que, consoante a direção e velocidade do vento, o objetivo é guiar o barco numa certa direção para que se consiga completar o circuito, no menor tempo possível.
<i>Mergulho</i>	O mergulho é uma prática muito antiga que consiste na exploração subaquática e que pode ser distinguida em mergulho livre ou apneia. O primeiro tipo implica o uso de uma botija de oxigénio, barbatanas e óculos próprios para a exploração subaquática; o segundo tipo consiste em sustentar a respiração, controlando o tempo e desfrutando do ambiente debaixo de água.
<i>Canoagem</i>	Com o recurso de uma canoa ou um <i>kayak</i> é considerado um desporto de lazer, de transporte ou de competição.
<i>Canyoning</i>	Um desporto que consiste na plena exploração do rio, transpondo os obstáculos existentes através de diferentes técnicas e equipamentos.
<i>Rafting</i>	Uma modalidade baseada na descida rápida em águas vivas, com o recurso de barcos insufláveis e equipamentos de segurança.
<i>Remo</i>	Um desporto de velocidade, praticado em barcos com remos cujo objetivo dos participantes é moverem-se o mais depressa possível.
<i>Pesca Desportiva</i>	A atividade pesca enquanto atividade de puro lazer, sem ter fins de subsistência para o pescador.
<i>Mota de Água</i>	É uma modalidade com recurso a um veículo aquático pessoal, tal como uma mota mas adequada à água, que pode ser utilizada para desfrutar por lazer ou em competições desportivas.

TABELA 1 – MODALIDADES NÁUTICAS E RESPECTIVA DESCRIÇÃO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS WEBSITES DE CADA TIPO DE MODALIDADE

2.2. A importância do Turismo Náutico em Portugal

“Portugal está a afirmar-se como destino turístico de excelência” (Turismo de Portugal, 2007, p.3). Portugal é cada vez mais procurado a nível turístico graças à sua história, à sua localização geográfica, às condições climatéricas e a todos os recursos naturais e culturais que possui (Lopes, 2009).

Assim, para que se compreenda corretamente a importância do turismo em Portugal, irá fazer-se uma análise estatística ao turismo generalizado nos anos de 2014, 2015 e 2016 e posteriormente será feita uma análise aos dados do Turismo Náutico no

país, no entanto, por esta última informação ser ainda muito escassa e difícil de obter, os dados são referentes aos anos de 2013 e 2015.

2.2.1. Dados estatísticos do Turismo em Portugal

De forma a ser feita uma análise mais abrangente e comparativa ao turismo em Portugal, foram analisados os vários estudos desenvolvidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) feitos à atividade turística em Portugal nos anos de 2014, 2015 e 2016.

De acordo com o INE (2015b), registou-se uma evolução positiva na atividade turística em Portugal no ano de 2014. Verificaram-se 48,8 milhões de dormidas e 17,3 milhões de hóspedes na globalidade dos estabelecimentos de alojamento em Portugal. Conforme a tabela 2, no ano de 2014, é possível verificar que o mercado interno foi responsável por 6,1 milhões de hóspedes e 12,6 milhões de dormidas, o que corresponde a um aumento de 13,1% e 14,1% respetivamente, em relação a 2013. O mercado externo proporcionou 8,8 milhões de hóspedes (+12,2% face a 2013) e 30,6 milhões de dormidas (+9,8% face a 2013). Também importa referir que os proveitos totais neste ano fixaram-se em 2,1 mil milhões de euros e os proveitos de aposento em 1,5 mil milhões de euros – aumentos de 12,9% e 13,7% face a 2013, respetivamente.

Em 2015 (INE, 2016b) registou-se uma evolução positiva na atividade turística em Portugal. A hotelaria, o turismo no espaço rural e o alojamento local registaram 19,2 milhões de hóspedes e 53,2 milhões de dormidas, representando um aumento, face a 2014, de 10,9% e 9,1% respetivamente. Conforme a tabela 2 é possível analisar que o mercado interno foi responsável por 6,5 milhões de hóspedes e 13,4 milhões de dormidas, uma variação de 7,1% e 5,7% face a 2014, respetivamente. O mercado externo proporcionou 9,6 milhões de hóspedes (+9,7% face ao ano anterior) e 32,9 milhões de dormidas (+7,5% face a 2014). Também os proveitos totais foram analisados, sendo que atingiram 2,4 mil milhões de euros e os proveitos de aposento 1,7 mil milhões de euros, o correspondente a aumentos de 13,5% e 15,3% relativamente a 2014. Verifica-se que houve um aumento de 1,4 mil milhões de euros nas receitas do turismo do ano de 2014 para 2015, mas relativamente às despesas no turismo não há informação disponível para o ano de 2014.

INDICADORES DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM PORTUGAL NOS ANOS 2014, 2015 E 2016
REGISTADOS EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS, ALDEAMENTOS, APARTAMENTOS TURÍSTICOS E OUTROS

	2014	2015	2016
Hóspedes (milhões)			
Nacionais – Mercado Interno	6,1	6,5	7,6
Estrangeiros – Mercado Externo	8,8	9,6	11,4
Dormidas (milhões)			
Nacionais – Mercado Interno	12,6	13,4	15,2
Estrangeiros – Mercado Externo	30,6	32,9	38,3
Proveitos (milhões €)			
Proveitos Totais	2 095 552	2 378 429	2 900 400
Proveitos Aposento	1 476 405	1 701 710	2 096 500
Taxas de Ocupação			
Cama	45,5% (+2% p.p.)	48,6% (+3,1% p.p.)	50,9% (+2,4% p.p.)
Quarto	56,6% (+3,4% p.p.)	60,7% (+4,1% p.p.)	63,5% (+3% p.p.)
Receitas Turísticas (mil milhões €)			
Receitas do Turismo	10	11,4	8
Despesas do Turismo	s.i.	3,8	12,6

TABELA 2 – PRINCIPAIS INDICADORES DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM PORTUGAL NOS ANOS 2014, 2015 E 2016

FONTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2015B), (2016B) E TRAVEL BI (2017A) COM BASE EM INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

Com o estudo realizado pelo Travel BI (2017a) foi também possível analisar a atividade turística de Portugal em 2016, conforme ainda indicado na tabela 2. O mercado interno proporcionou 7,6 milhões de hóspedes (+5,8% face a 2015) e 15,2 milhões de dormidas (+5,2% face a 2015). O mercado externo foi responsável por 11,4 milhões de hóspedes e 38,3 milhões de dormidas, o correspondente a uma variação positiva de 5,2% e 11,4%, respetivamente, face a 2015. Apesar de não haver registos da estada média do turista em Portugal nos anos de 2014 e 2015, foi possível registar para o ano de 2016 que a estada média do mercado interno correspondeu a 2 noites e do mercado externo a 3,4 noites.

Este estudo ainda possibilitou conhecer que os proveitos totais em 2016 rondaram os 2,9 mil milhões de euros e os proveitos de aposento cerca de 2,1 mil milhões de euros, o equivalente a um aumento de 17% e 18%, respetivamente, face ao ano anterior. A taxa de ocupação-cama aumentou 2,4 p.p. e a taxa de ocupação-quarto aumentou 3 p.p., face a 2015. Relativamente às receitas turísticas, foi possível verificar que em 2016 se registaram 12 680,6 milhões de euros em receitas do turismo (um aumento de 10,7% face a 2015) e cerca de 3 849,9 milhões de euros em despesas do turismo (um aumento de 6,6% relativamente a 2015).

Conforme os dados obtidos através do Travel BI (2017a) de Janeiro de 2016, a posição de Portugal no *ranking* do turismo tem sido cada vez melhor. Foi possível fazer uma análise à posição de Portugal face ao turismo, tendo-se verificado que em 2016 o Algarve estava no 1º lugar no *ranking* regional de turismo, com um registo de 18,1 milhões de dormidas; Lisboa obteve o 2º lugar com cerca de 13,1 milhões de dormidas – correspondendo a um aumento de 882,7 mil dormidas relativamente ao ano de 2015.

Neste estudo verificou-se que pertencem ao TOP 5 nacional de dormidas: o Reino Unido, a Alemanha, a Espanha, a França e a Holanda, representando, no seu total, cerca de 24,7 milhões de dormidas – o que corresponde a 65% dos estrangeiros, conforme indica a tabela 3.

DORMIDAS DO ESTRANGEIRO (TOP 10 PORTUGAL) - 2016				
REGISTADOS EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS, ALDEAMENTOS, APARTAMENTOS TURÍSTICOS E OUTROS (MILHARES)				
DADOS PROVISÓRIOS (15/03/2017)				
	2016	2016/15		2016
	Jan-dez	Var. %	Var. Abs.	Quota
Total	38 276,2	11,4	3 908,3	100,0
Reino Unido	9 154,4	9,8	814,4	23,9
Alemanha	5 257,9	9,7	466,9	13,7
Espanha	3 962,2	8,3	302,6	10,4
França	3 928,6	18,0	599,8	10,3
Holanda	2 395,5	13,3	281,2	6,3
Brasil	1 483,8	13,6	178,0	3,9
Irlanda	1 355,3	11,1	135,4	3,5
EUA	1 169,6	20,8	201,3	3,1
Itália	1 161,3	11,6	120,8	3,0
Bélgica	883,6	9,4	75,9	2,3
Outros	7 524,0	10,8	732,1	19,7

TABELA 3 – DORMIDAS DE ESTRANGEIROS EM PORTUGAL EM 2016
 FONTE: TRAVEL BI (2017A) COM BASE EM INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

Relativamente ao TOP 10 de receitas turísticas, este representou aproximadamente 12,7 mil milhões de receitas turísticas no ano de 2016 (um aumento de 10,7% relativamente ao ano de 2015), sendo que se registou que a França e o Reino Unido representaram, cada um, 2,3 mil milhões de euros nas receitas turísticas de Portugal, consoante apresentado na tabela 4.

RECEITAS TURÍSTICAS TOP 10 - 2016
RUBRICA "VIAGENS E TURISMO" DA BALANÇA DE PAGAMENTOS (MILHÕES €)
DADOS PROVISÓRIOS (20/02/2017)

	2016 Jan-dez	2016/15		2016 Quota
		Var. %	Var. Abs.	
Total	12 680,6	10,7	1 229,5	100,0
França	2 277,3	13,5	270,9	18,0
Reino Unido	2 266,8	12,9	259,5	17,9
Espanha	1 640,8	12,6	183,9	12,9
Alemanha	1 482,2	17,6	222,0	11,7
EUA	593,4	11,9	62,9	4,7
Holanda	585,7	15,0	76,6	4,6
Brasil	399,8	6,4	24,0	3,2
Bélgica	388,1	9,6	34,1	3,1
Suíça	352,7	20,6	60,2	2,8
Irlanda	313,0	16,0	43,1	2,5
Outros	2 380,8	-0,3	-7,7	18,8

TABELA 4 – RECEITAS TURÍSTICAS – TOP 10 EM 2016

FONTE: TRAVEL BI (2017A) COM BASE EM INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

2.2.2. Dados estatísticos do Turismo Náutico em Portugal

Devido à quase inexistência de dados estatísticos sobre o Turismo Náutico em Portugal, foi possível, através da análise de vários estudos, apurar que a procura do produto Turismo Náutico pode ser dividida em primária e secundária. No caso da primária, a procura de atividades náuticas constitui a principal motivação da viagem. A procura secundária corresponde a todos os turistas que viajam por outras motivações e posteriormente realizam atividades náuticas, ou seja, turistas que viajam, maioritariamente, à procura do sol e mar e praticam, secundariamente, desportos aquáticos ou excursões em barcos – esta procura engloba cerca de 7 milhões de viagens por ano (Turismo de Portugal, 2006).

Num estudo realizado em 2015 (INE, 2016a, p. 26), foi possível registar um aumento de 7,5% na entrada de navios nos portos nacionais, uma diferença de 3,8% face ao ano de 2014, sendo possível confirmar que o desenvolvimento marítimo em Portugal passou a ter uma grande importância para a economia do país. Relativamente ao ano de 2015, houve um aumento de 16% do número de passageiros em trânsito e um aumento de 6,9% do número de passageiros desembarcados face a 2014 (Turismo de Portugal, 2015a).

Segundo um estudo desenvolvido pela consultora *Price Waterhouse Coopers* (PWC), é necessário que os recursos do mar que Portugal possui sejam valorizados pois “a Náutica de Recreio tem elevada importância para o desenvolvimento económico e para o desenvolvimento de uma forte cultura marítima” (PWC, 2016, p.7). Através deste estudo é possível concluir-se que Portugal contempla em território nacional cerca de 12,9 milhares de lugares para amarração, no entanto percebe-se que estes locais estão distribuídos de forma muito discrepante, havendo regiões com muitas amarrações e outras com um número muito reduzido. Com este estudo estatístico foi possível registar que são maioritariamente portugueses (21%), franceses (21%) e ingleses (16%) que usufruem destas marinas e portos, sendo os espanhóis, apesar da proximidade, pouco frequentadores destes locais de amarração portugueses (6%).

É possível, através de um estudo da Intercampus (Travel BI, 2015b), obter a informação de que os turistas, durante a sua estadia em Portugal, têm interesse em determinadas atividades turísticas, sendo as atividades náuticas uma delas, com uma procura de 14%. Ainda num inquérito feito a turistas em 2015 (Travel BI, 2015a), direcionado exclusivamente para o desporto Surf, é possível verificar-se que cerca de 67% dos indivíduos inquiridos deslocaram-se a Portugal com o propósito de assistir a eventos de Surf, indicando que as suas principais motivações para se deslocarem ao nosso país neste sentido se justificava pelos surfistas presentes nos eventos (64%), por serem eventos de renome e bastante conhecidos (61%) e por Portugal ter excelentes condições para a prática deste tipo de atividades (43%).

Num estudo apresentado pelo INE (2016d, pp. 10-11) relativo ao ano de 2013 é feita a referência às atividades de recreio, desporto, cultura e turismo como atividades com um grande valor económico para o país. De acordo com este estudo, as atividades de recreio, desporto, cultura e turismo são as atividades de mar mais procuradas entre 2010 e 2013, representando cerca de 73,8% das 60 mil unidades escolhidas para a Conta Satélite do Mar (CSM). Este grupo de atividades foi responsável por 35,5% do valor acrescentado bruto da CSM, tendo correspondido a um crescimento de 5,4%, neste mesmo período. Este segmento de atividades de recreio, desporto, cultura e

turismo representaram, entre 2010-2013, cerca de 28,6% do emprego equivalente a tempo completo.

Um estudo desenvolvido pela PORDATA (2017) registou o número de praticantes desportivos federados por federação desportiva, conforme se pode verificar pela tabela 5, no entanto só existem dados até ao ano de 2015.

FEDERAÇÃO DESPORTIVAS	ANOS		
	2013	2014	2015
Atividades Subaquáticas	1093	1110	1520
Canoagem	2322	2304	2577
Motonáutica	355	287	178
Pesca desportiva	2892	2841	2652
Remo	1632	1479	1575
Surf	1501	1693	2144
Vela	1874	1841	2225
Jet Ski	Últimos dados registados em 2012 com 462 praticantes		
Ski Náutico	Últimos dados registados em 2004 com 302 praticantes		

TABELA 5 – NÚMERO DE PRATICANTES DESPORTIVOS FEDERADOS POR FEDERAÇÃO DESPORTIVA NOS ANOS DE 2013, 2014 E 2015
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS DA PORDATA (2017)

Através desta tabela é possível verificar-se que com o passar dos anos algumas das federações desportivas têm diminuído o seu número de praticantes, no entanto as Federações de Atividades Subaquáticas, de Canoagem, de Surf e Vela têm tido aumentos significativos no número de atletas federados.

2.2.3. O posicionamento estratégico de Portugal como destino de Turismo Náutico

O Turismo Náutico é considerado como um dinamizador do destino turístico porque consegue apoiar positivamente o melhoramento das áreas turísticas já existentes e predefinidas e, também, fortalecer os recursos dos destinos que eram pouco frequentados pelos turistas (Carrasco, 2002). A aposta no Turismo Náutico em Portugal é cada vez mais fortalecida graças à longa costa e às praias de qualidade existentes, no entanto ainda existem deficiências nas infraestruturas e nas acessibilidades que deverão ser adequadas a esta tipologia de turismo (Turismo de

Portugal, 2007). Deve-se ter em conta, ao apostar no Turismo Náutico, que as praias fluviais, os rios e as barragens existentes no interior do país, apesar de serem pouco reconhecidas, são ambientes bastante diferenciadores para este tipo de produto turístico.

Assim, importa fazer referência ao Plano Estratégico Nacional de Turismo (2007) desenvolvido pelo Governo de Portugal com o principal objetivo de servir de guia à concretização de várias ações a serem implementadas para o crescimento sustentado a longo prazo do Turismo de Portugal. É desta forma que o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) define 10 produtos estratégicos para Portugal, sendo o Turismo Náutico um deles, com a reformulação deste nome para Turismo Náutico e Cruzeiros. É graças ao seu potencial e ao rápido desenvolvimento que é considerado como um produto estratégico, sendo que é através destes fatores que se pretende reforçar a firmeza da oferta na perceção externa do destino.

O PENT avalia o Turismo Náutico como um modelo concetual para o desenvolvimento e fortalecimento das infraestruturas e equipamentos necessários à prática das atividades náuticas de desporto, recreio e lazer (Sousa et al., 2011). A estratégia de desenvolvimento para a náutica de recreio propõe uma concentração do investimento no cumprimento de um conjunto de fatores de competitividade e valorização do Turismo Náutico (Turismo de Portugal, 2007). Isto é, o desenvolvimento competitivo deste setor poderá ser segmentado em fatores básicos, em que se referem as condições mínimas e necessárias que um destino tem de cumprir para se inserir no mercado, assim como os fatores críticos de sucesso que combinem todas as condições que este setor deve reunir para garantir um valor diferencial em relação a todos os seus concorrentes e assim conseguir obter vantagem competitiva (Turismo de Portugal, 2006).

O PENT fez uma abordagem promissora ao desenvolvimento do Turismo Náutico em Portugal num espaço temporal de 2006 a 2015 num contexto direcionado para o crescimento desta tipologia de turismo, no entanto não foram criados planos para este tipo de turismo na Região Centro de Portugal, conforme a tabela 6.

PLANO ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO

ESPAÇO TEMPORAL 2006 - 2015

VISÃO A 10 ANOS	CONTEXTO
<ul style="list-style-type: none"> • Aproveitar as potencialidades de Lisboa e do Algarve para serem recetores de turistas náuticos provenientes do norte da Europa, durante o verão e inverno; • Permitir a navegação marítima ao longo da costa portuguesa; • Tornar Portugal como um destino de preferência para os cruzeiros europeus; • Criar variadas atividades náuticas desportivas oferecidas no Algarve, Lisboa, Madeira, Açores e Alentejo; • Haver um crescimento de 8% ao ano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do produto nas regiões consideradas prioritárias contemplando as carências e <i>gaps</i> de competitividade; • Criar infraestruturas de nível internacional para a náutica de recreio e infraestruturas de apoio de cruzeiros; • Aumentar e incentivar as rotas de cruzeiros; • Desenvolver excursões e visitar os principais portos de cruzeiro; • Promover os eventos náuticos; • Definir indicadores de qualidade e prioridades de intervenção; • Definir objetivos e linhas de orientação para promover o Turismo Náutico.

TABELA 6 – PROPOSTAS DE CRESCIMENTO DO TURISMO NÁUTICO EM PORTUGAL

FONTE: ADAPTADO DE PLANO ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO (TURISMO DE PORTUGAL, 2007)

No entanto, surge em 2017 um novo documento que visa redefinir as estratégias implementadas com o PENT para o turismo em 2027 – *Estratégia Turismo 2027* (Turismo de Portugal, 2017a). Tal como o PENT, este guia pretende criar e desenvolver melhorias para o Turismo Náutico, podendo ser feita uma comparação com as ideias propostas e analisando se existiram alterações significativas.

É ainda um dos principais objetivos do Turismo de Portugal, conseguir pôr em prática as estratégias previstas para o Turismo Náutico em Portugal, considerando-o como um ativo diferenciador.

“Mar – Orla costeira de excelência, com potencial para a prática de Surf – com reconhecimento mundial – e outros desportos e atividades náuticas: biodiversidade marinha vasta; condições naturais e infraestruturais para cruzeiros turísticos. A combinação sol e mar permite oferecer praias (579) e marinas, portos e docas de recreio em Portugal (52) de reconhecida qualidade” (Turismo de Portugal, 2017a, p. 48).

Portugal e o Turismo Náutico têm os atributos-âncora necessários, que são a base da oferta turística nacional e que englobam características endógenas, não transacionáveis e geradores de fluxos (Turismo de Portugal, 2017a).

O documento *Estratégia Turismo 2027* (Turismo de Portugal, 2017a) desenvolveu linhas de atuação para um espaço temporal de 2017-2027, sendo o Turismo Náutico inserido na valorização do território, conforme indicado na tabela 7.

LINHAS DE ATUAÇÃO PARA 2027	
VALORIZAÇÃO DO TERRITÓRIO – GARANTIR O TURISMO NA ECONOMIA DO MAR	
	<ul style="list-style-type: none">• Posicionar Portugal como um destino de surf, conhecido internacionalmente pelas suas atividades náuticas praticadas por toda a costa portuguesa;• Valorizar e dinamizar as infraestruturas, os equipamentos técnicos e todos os centros náuticos, portos e marinas;• Desenvolver e rentabilizar as atividades que permitam a sustentabilidade da cultura náutica como a vela, o mergulho, a canoagem, a pesca e a observação de espécies, bem como os passeios marítimo-turísticos;• Criar e promover uma “rota de experiências” com a oferta de atividades turísticas em torno dos desportos náuticos;• Requalificar e valorizar as marginais e praias do litoral do país;• Desenvolver projetos de turismo de saúde e bem-estar que se relacionem com os contributos terapêuticos do mar;• Promover os produtos do mar em torno da dieta mediterrânica.

TABELA 7 – LINHAS DE ATUAÇÃO PARA A VALORIZAÇÃO DO TERRITÓRIO PARA O ANO DE 2027
FONTE: ADAPTADO DE *ESTRATÉGIA TURISMO 2027* (TURISMO DE PORTUGAL, 2017A)

Pretende-se também com a *Estratégia Turismo 2027* (Turismo de Portugal, 2017a) desenvolver e adaptar melhorias nos sistemas de navegabilidade, ou seja, criar condições favoráveis à navegação fluvial, promovendo a melhoria dos cais e a criação de plataformas de acostagem de embarcações de recreio ou de outras infraestruturas de apoio às águas da região interior do país.

Comparando estes dois documentos com períodos temporais tão distintos, é possível perceber que as estratégias impostas eram essencialmente as mesmas, dando ênfase à melhoria das infraestruturas, à requalificação dos espaços e à criação de eventos náuticos. No entanto, apesar de se terem notado algumas melhorias nesse sentido, é necessário reforçar todos estes processos e essencialmente dinamizar e promover o conceito de Turismo Náutico, vendendo as potencialidades do país, quer

nas zonas de costa, quer nas regiões de interior do país, pois ainda é dada maior importância ao litoral do país, sendo fundamental desmistificar que o Turismo Náutico é só possível de se usufruir em destinos de sol e mar.

2.3. Comportamento do Consumidor de Turismo Náutico

Conseguir avaliar o consumidor e determinar o motivo que o leva a optar por um certo tipo de turismo ou o porquê de se deslocar a um determinado destino, é um trabalho essencial para compreender o seu comportamento.

O perfil do consumidor pode ser analisado consoante um perfil sociodemográfico e diferenciado entre consumidores de desportos náuticos e de turismo de cruzeiros. De acordo com estudos já realizados, os desportos náuticos são sobretudo praticados por jovens e adultos, com idades compreendidas entre os 25 e os 35 anos, maioritariamente homens, profissionais médios ou estudantes. Já os adeptos do turismo de cruzeiros são mais seletos, isto é, são em grande parte adultos, com 30 a 50 anos, principalmente homens, profissionais independentes e empresários (Turismo de Portugal, 2006).

A opinião ou motivação do turista sobre um destino náutico irá sempre variar consoante o seu género, a sua etapa de vida, a idade, entre outros fatores, o que por vezes poderá ser um aspeto negativo ou um fator favorável na decisão de escolha de um destino (Jovanovic et al, 2013).

2.3.1. Motivação

A existência de estudos sobre as motivações do turismo começa a ser cada vez maior e com especificidades próprias relacionadas com diversas tipologias de turismo. Desta forma, as motivações podem ser caracterizadas como forças maiores que levam uma pessoa a direcionar as suas ações, de forma a conseguir satisfazer por completo a sua necessidade (Crandall, 1980).

O conceito de motivação tem vindo a ser muito explorado no contexto de turismo de lazer, para que se consiga perceber de que forma é que esta tem implicação para a realização de uma viagem por parte do turista. A motivação é abordada como sendo um impulso que faz com que as pessoas ajam de determinada forma para atingir os seus objetivos, relacionando as características do indivíduo com os seus comportamentos. É algo que submete o consumidor a pôr em prática uma certa ação que o satisfaça (Shiffman & Kanuk, 2004).

As motivações estão inseridas em todos os comportamentos do indivíduo e é impossível não serem postas em prática, contudo podem ser diferenciadas consoante o que se pretende. No caso do turismo, as motivações dos indivíduos poderão ser semelhantes nos variados tipos de segmentos de mercado, devendo ser estimuladas e complementadas de acordo com a vontade do consumidor (Turismo de Portugal, 2006).

A relação das motivações com o indivíduo é um fator fulcral para a tomada de decisão quando, neste caso, se pretende fazer uma viagem turística e se tem de decidir o local a visitar. Completam o indivíduo, pois são o seu motor e o seu foco de energia para a realização de algo que pretende. Mas é necessário fazer uma abordagem aos fatores críticos que estão subjacentes ao comportamento dos turistas e conseguir questioná-los (Pearce & Lee, 2005).

Importa referir que há fatores intrínsecos associados às motivações, ou seja, os fatores *push* – fatores psicológicos – e *pull* – fatores culturais.

Os fatores *push* incorporam todas as motivações do foro psicossocial que têm influência na provocação de um certo desejo no turista, abrangendo, também, os aspetos emocionais e próprios de cada indivíduo, estimulando a pessoa a fazer uma viagem (Fluker & Turner, 2000). Como exemplos de fatores *push* podem-se considerar as relações familiares, o relaxamento, a novidade, o prestígio, entre outros (Mohammad & Som, 2010). Num estudo desenvolvido por Hanqin e Lam (1999) foram identificados os seguintes fatores *push*: ver algo diferente, visitar a família ou os amigos, aumentar o conhecimento sobre um destino, o descanso e o relaxamento físico, a partilha de experiências no regresso a casa, a experiência de um estilo de vida diferente, visitar

atrações históricas e culturais, visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza e ir a locais onde os amigos também querem ir. A opinião de diversos autores (Gartner, 1993; Dann, 1996; Baloglu & Brinberg, 1997; Mohammad & Som, 2010) indica que o turista desenvolve as suas próprias percepções mas que podem ser diferentes dos verdadeiros atributos, dependendo da forma como o turista recebe e processa a informação.

Quanto aos fatores *pull*, são todos aqueles que incentivam a escolha de um determinado destino turístico, através da relação de todas as componentes culturais que caracterizam o turista, sendo que são os que deixam o turista motivado e excitado pela sua escolha (Fluker & Turner, 2000; Mohammad & Som, 2010). Hanqin e Lam (1999) identificam os seguintes fatores *pull*: a atitude positiva dos residentes e o serviço do *staff* para com os turistas, a conveniência dos transportes, a qualidade do serviço dos transportes locais, a qualidade dos serviços turísticos, a facilidade de organizar a viagem e, por último, o clima ameno.

São muitas as opiniões acerca das motivações, sendo que Carrasco (2001) considera que a principal motivação do turista náutico é realizar as atividades náuticas de forma a que possam ser feitas em diversos sítios e de diferentes formas – no destino escolhido, durante toda a viagem. Mohammad e Som (2010) indicam que a motivação é uma das variáveis que explicam a razão de preferência pela escolha de um determinado destino. Assim, pode-se concluir que as motivações são as principais fontes que promovem o desejo de viajar e que guiam o turista até um determinado destino.

Segundo o Turismo de Portugal (2006) as principais motivações do turista no que toca ao Turismo Náutico, passam por querer desfrutar ao máximo de uma viagem ativa em contacto constante com a água, de forma a que consiga praticar todo o tipo de atividades náuticas, em lazer ou em competição.

Pode-se considerar que a prática de desportos náuticos, exclusivamente, seja também uma motivação para o turista, mas pode haver outros que ao optarem pelo turismo sol e mar, por exemplo, tenham como motivação, unicamente, a realização da viagem. Contudo, independentemente da motivação, o turista praticante de Turismo

Náutico, tem em vista usufruir do turismo com a complementação desportiva (Carvalho & Lourenço, 2009).

No entanto pode-se referir que existem motivações que levam o turista a repetir a viagem para o mesmo destino turístico. Estas ligam-se ao fator de satisfação e à lealdade do turista perante um determinado destino, apesar de este último ainda não ter sido muito abordado em estudos científicos (Yoon & Uysal, 2005). A causa da possível repetição da viagem é devida às experiências positivas passadas pela primeira vez pelo turista, sendo esta potenciada pelos efeitos positivos do serviço ou do produto turístico, que rapidamente podem ser transmitidos boca a boca pelos turistas.

Num estudo desenvolvido por Buckley (2007), uma revisão de cerca de 50 estudos sobre as motivações em desportos de aventura, também a posição social do indivíduo é identificada como um fator importante, em termos motivacionais, aquando da prática deste tipo de desportos. Torna-se relevante para o indivíduo partilhar as atividades com os outros como forma de satisfação, sendo um elemento que pode melhorar a forma como se é visto pelos outros. Também a mudança da rotina de casa e do trabalho e a competição com os outros são motivações que influenciam o indivíduo.

Através da revisão da literatura sobre as distintas abordagens à variável motivação foi elaborada a tabela 8, que indica as variáveis e as escalas utilizadas nesses estudos. Estes estudos permitiram compreender que as motivações estão relacionadas com diferentes construtos como, por exemplo, o relacionamento, o relaxamento, o realce, a compreensão, a autoestima, entre outros. Nesses mesmos estudos foram aplicadas escalas que permitem classificar as variáveis como pouco importantes ou muito importantes, consoante o tipo de escala escolhido e conforme a perceção do consumidor. Esta tabela pretende consolidar as variáveis que foram úteis para o estudo da variável motivação, sendo possível compreender de uma forma mais sucinta quais são os fatores e atributos mais importantes que motivam, neste caso, um turista para a prática de desportos náuticos.

CONSTRUTO	VARIÁVEIS	ESCALAS	AUTORES
RELACIONAMENTO	Oportunidade de desenvolver novas amizades Desenvolver amizades próximas Usufruir de bons momentos com os amigos Fortalecer amizades Manter amizades existentes	Escala <i>Likert</i> 7 pontos: 1 – Nada importante; 7 – Muito importante	Ryan & Glendon (1998)
RELAXAMENTO	Relaxar mentalmente Relaxar fisicamente Estar num ambiente calmo Afastamento do <i>stress</i> diário		
MOTIVAÇÕES PARA AS ATIVIDADES DE AVENTURA	Ter uma experiência de aventura Experienciar novas emoções Experienciar o perigo Descobrir se gosto de atividades no rio Porque me pareceu aventureiro Para ter um momento de adrenalina Para me desafiar fisicamente Para me divertir Desfrutar de experiências em grupo Gosto de correr riscos	Escala <i>Likert</i> 6 pontos: 1 – Nada importante; 6 – Muito importante	Fluker & Turner (2000)
MOTIVAÇÕES DE VIAGEM	Ver algo diferente Visitar família ou amigos Aumentar o conhecimento sobre um destino Descanso/relaxamento físico Ser capaz de partilhar as experiências da viagem no regresso a casa Experienciar um estilo de vida diferente Visitar atrações históricas e culturais Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia Ir a sítios onde os meus amigos querem ir	Escala <i>Likert</i> 5 pontos: 1 – Nada importante; 5 – Extremamente importante	Hanqin & Lam (1999)
REALCE	Desenvolvimento pessoal Interesse próprio Aumentar o prestígio Aumentar a autoconfiança	Escala <i>Likert</i> 5 pontos: 1 – Nada importante; 5 – Muito importante	Jarvis & Blank (2011)
COMPREENSÃO	Nova experiência de aprendizagem Ganhar novas experiências Satisfazer o interesse		
AUTOESTIMA	Desenvolver novas aprendizagens Desenvolver novas competências Recompensas externas		
CONHECIMENTO	Experienciar novos e diferentes estilos de vida Experimentar novas comidas Visitar sítios históricos Conhecer novas pessoas	Escala <i>Likert</i> 4 pontos: 1 – Nada importante; 4 – Muito importante	Yoon & Uysal (2005)
PROPÓSITO	Ir a locais que os amigos não foram Relatar a viagem aos amigos Redescobrir boas memórias		
SEGURANÇA DIVERTIMENTO	Sentir-me seguro Estar entretido e divertir-me		

TABELA 8 – REVISÃO DA LITERATURA DAS PRINCIPAIS VARIÁVEIS E CONSTRUTOS SOBRE AS MOTIVAÇÕES
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

A análise destes estudos e a escolha destas variáveis será essencial para a elaboração do inquérito, permitindo a formulação de questões com o uso das escalas já testadas nos estudos efetuados por estes autores.

2.3.2. Imagem do destino

Também a imagem do destino é um tema estudado por diferentes autores, com interpretações distintas. A imagem do destino é considerada como um tema muito versátil (Pearce, 1988) mas também é vista como um tema que foi construído de forma fragmentada e que tem enfoques muito diferentes (Kim & Richardson, 2003).

De acordo com o Instituto Geográfico Português (2005), Portugal *“possui excelentes condições para as atividades do turismo e lazer graças à sua grande diversidade paisagística – que possibilita a satisfação de um vasto leque de motivações num pequeno espaço geográfico – ao clima ameno e também à estabilidade social que, no mundo atual, é um fator cada vez mais relevante na escolha dos destinos turísticos.”*

O conceito de imagem do destino é desenvolvido através do que se considera uma imagem orgânica, isto é, uma ideia do destino criada através do que se ouve ou vê, sem efetivamente se ter ido ao local (Gunn, 1988). Considera-se que se desenvolve uma determinada opinião por um destino baseada em muita informação recebida através de anúncios publicitários, opiniões de amigos e familiares ou da comunicação social (Reynolds, 1965). Os fatores internos de um indivíduo têm bastante influência na criação da opinião acerca de um destino, para além da personalidade do indivíduo, as características demográficas como o género, a idade ou o local de residência têm muita importância na avaliação de um destino (Gartner, 1993).

Pode-se considerar que o principal contributo para o estudo deste tema foi dado por Echtner e Ritchie (1993), pois consideraram que a imagem do destino é suportada por três principais dimensões:

- Funcional-psicológico – uma distinção feita entre as características de um destino que são facilmente observáveis e quantificadas pelo turista e as características que são difíceis de identificar e de classificar;

- [Comum-único](#) – quando se distinguem as características funcionais (clima, preço, atividades existentes) das características psicológicas (segurança, hospitalidade) e das características que são automaticamente percebidas pelo turista;
- [Atributo-holístico](#) – quando a imagem de um destino é constituída pelas características próprias e naturais do destino como o clima, as paisagens ou os alojamentos existentes.

Pode-se afirmar que a opinião do turista, o que ele pensa e sente acerca de um determinado destino turístico, depende da sua própria maneira de ser e das suas características pessoais. Contudo, é uma opinião que pode ser facilmente alterada devido aos valores e à visão criados pelo ambiente onde as pessoas vivem. As percepções que um indivíduo tem acerca de um determinado destino podem ser alteradas pelas suas expectativas, as experiências por que passa, pelos seus próprios interesses ou pelos interesses da sociedade que o rodeia (Reisinger & Turner, 2003). São, assim, considerados três tipos de percepção:

- [Percepção sobre terceiros](#) – uma relação criada entre as percepções que o turista tem sobre os residentes do destino e vice-versa;
- [Autopercepção](#) – a percepção que os turistas têm sobre si mesmos;
- [Metapercepções](#) – as percepções que os turistas têm acerca da opinião que os residentes têm sobre si.

Alguns autores (Buhalis, 2000; Baloglu & McCleary, 1999; Castro, Armario & Ruiz, 2007; Chon, 1992; Etcher & Ritchie, 1993; Beerli & Martín, 2004) consideram que a imagem do destino pode ser influenciada por dez principais dimensões: alojamento, gastronomia, acessibilidades, agências de turismo, serviços culturais, comércio, preços, recreação e lazer, ambiente natural, hospitalidade e acolhimento. A imagem de um destino é construída e suportada quer pela imagem cognitiva, quer pela imagem afetiva do indivíduo. A imagem cognitiva é criada através das avaliações cognitivas, baseadas no conhecimento e nas crenças que o indivíduo tem acerca de um determinado tema. Já a imagem afetiva é criada pelos sentimentos do indivíduo (Baloglu & Brinberg, 1997).

Um destino que comporte o Turismo Náutico pode ter mais sucesso graças à paisagem que o rodeia, ou seja, se o espaço geográfico circundante tiver características visuais específicas e únicas, tornará o espaço especial e cativante para o turista, podendo mesmo ser um aspeto diferenciador de todos os outros (Jovanovic et al, 2013).

Para a elaboração deste trabalho foi feita uma revisão de literatura a diversos estudos realizados por diferentes autores sobre a imagem do destino. A tabela 9 engloba as escalas aplicadas pelos autores a cada variável, sendo possível concluir que a imagem do destino está diretamente relacionada com o ambiente natural e atrativo do destino, bem como com as atrações naturais, as acessibilidades, as atividades existentes e a gastronomia, entre outros.

CONSTRUTO	VARIÁVEIS	ESCALAS	AUTORES
AMBIENTE NATURAL	Grande variedade de fauna e flora Paisagens e beleza natural Maneiras e costumes incomuns	Escala <i>Likert</i> 5 pontos: 1- Discordo totalmente 5- Concordo totalmente	Buhalis (2000)
DESTINO ATRATIVO	Destino turístico atraente Entretenimento e animação noturna da região Oportunidade de prática de atividades ao ar livre Segurança do local	Escala <i>Likert</i> 5 pontos: 1 – Discordo totalmente; 5 – Concordo totalmente	Plog Research (1999a, 1999b)
IMAGEM AFETIVA	Agradável Relaxante Excitante	Escala 8 pontos: 1 – Extremamente impreciso; 8 – Extremamente preciso	Russell & Pratt (1980)
AMBIENTE DE VIAGEM	Ambiente seguro Ambiente limpo e agradável Hospitalidade e acolhimento Atmosfera tranquila Clima agradável	Escala <i>Likert</i> 7 pontos: 1 – Discordo totalmente; 7- Concordo totalmente	Baloglu & McCleary (1999); Castro, Armario, & Ruiz (2007); Chon, (1992); Echtner & Ritchie (1993); Milman & Pizam (1995); Woodside & Lysonsk (1989)
ATRAÇÕES NATURAIS	Paisagens e atrações naturais deslumbrantes Jardins floridos bonitos Parques, lagos e rios fantásticos Vida selvagem fascinante		
INFRAESTRUTURAS	Vasta seleção de bares e restaurantes Grande variedade de lojas Grande variedade de alojamentos	Escala <i>Likert</i> 7 pontos: 1 – Discordo totalmente; 7- Concordo totalmente	Baloglu & McCleary (1999); Castro, Armario, & Ruiz (2007); Chon, (1992); Echtner & Ritchie (1993); Milman & Pizam (1995); Woodside & Lysonsk (1989)
ACESSIBILIDADES	Boa sinalização dos locais e dos parques de estacionamento Parques de estacionamento disponíveis nos centros Boas acessibilidades		
ATIVIDADES AO AR LIVRE	Atividades e desportos náuticos excitantes Locais fantásticos para piqueniques, campismo e caça Oportunidades de atividades ao ar livre Facilidades para a prática de golfe		
GASTRONOMIA	Boa qualidade dos restaurantes Grande variedade de restaurantes	Escala <i>Likert</i> 7 pontos: 1 – Discordo totalmente; 7- Concordo totalmente	Beerli & Martin (2004)

TABELA 9 – REVISÃO DA LITERATURA DAS PRINCIPAIS VARIÁVEIS E CONSTRUTOS SOBRE A IMAGEM DO DESTINO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

A análise destes estudos e a seleção destas variáveis é importante para a elaboração do inquérito, permitindo o desenvolvimento de questões com o uso das escalas já testadas nos estudos realizados por estes autores, podendo selecionar as variáveis que mais se adequam ao estudo pretendido de acordo com o destino e o turista que se quer atingir.

3. Turismo Náutico na Região Centro

3. Turismo Náutico na Região Centro

O principal objetivo deste capítulo passa por fazer uma caracterização da Região Centro, abordando a sua posição geográfica, as suas principais características naturais, patrimoniais e históricas. É feita uma análise estatística à procura turística e é evidenciada a oferta de Turismo Náutico na Região Centro, considerando a importância que tem para a região e explorando os principais locais onde se praticam desportos náuticos. Ainda neste capítulo é elaborada a análise *SWOT*, com base na revisão da literatura feita ao Turismo Náutico, de forma a conseguir compreender o potencial da Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas.

3.1. A Região Centro

As viagens turísticas estão cada vez mais a ser influenciadas pelas necessidades demonstradas pelo turista e pela importância que o turista lhes atribui, sendo o turismo considerado como uma satisfação para o próprio consumidor (Turismo de Portugal, 2007). Diversos fatores influenciam a escolha de um destino, podendo-se considerar que as infraestruturas e as condições inerentes são uma das principais razões influenciadoras para o turista náutico. O desenvolvimento do Turismo Náutico é, no entanto, um fator estratégico para as regiões, quer a nível económico, quer a nível diferenciador (Turismo de Portugal, 2017a).

O Centro de Portugal, denominado de Região Centro, está delimitado a norte pela Região Norte – composta pela Área Metropolitana do Porto, pelo Tâmega, Sousa e Douro – a leste pela vizinha Espanha, a sul pelo Alentejo, a sudoeste por Lisboa e a oeste pelo grandioso Oceano Atlântico. A sua localização geográfica torna-se assim um aspeto fundamental no que toca ao posicionamento estratégico, conforme a figura 1.



FIGURA 1 – MAPA DE PORTUGAL COM A IDENTIFICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO
FONTE: AICEP (AICEP PORTUGAL GLOBAL, 2010)

A Região Centro, a seguir ao Alentejo (sul de Portugal), é a segunda maior área territorial de Portugal, com uma linha de costa de 280km e uma fronteira terrestre internacional de 270km.

Compreende 8 Comunidades Intermunicipais (CIM) que constituem as NUTS III¹: Beira Baixa, Beiras e Serra da Estrela, Médio Tejo, Oeste, Região de Aveiro, Região de Coimbra, Região de Leiria, Viseu Dão Lafões, conforme indica a figura 2. Com a inclusão de todas estas NUTS, a Região Centro passa a preencher 31,3% do território de Portugal e 23,7% da sua população.

¹ NUTS III - Nomenclaturas estatísticas das unidades territoriais nível III

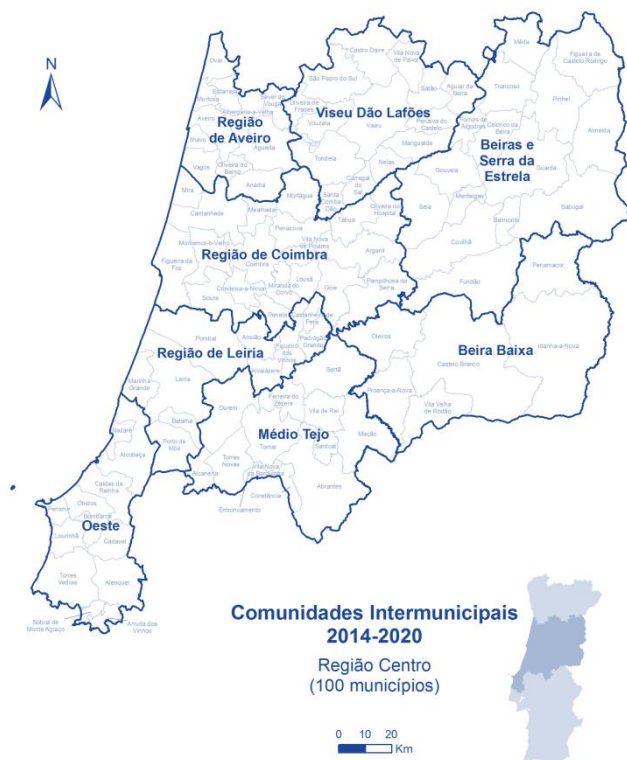


FIGURA 2 – COMUNIDADES INTERMUNICIPAIS PERTENCENTES ÀS NUTS III
 FONTE: COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO CENTRO (CCDRC, 2015)

3.1.1. Oferta Turística da Região Centro

Apesar de ser uma região muito extensa, mas com uma densidade demográfica considerada baixa, a Região Centro é caracterizada por ter uma assinatura muito própria devido às suas diferenças significativas com o resto do país. É reconhecida pelas suas esplendorosas montanhas e aldeias tradicionais na zona interior, e junto ao mar por ter diversas localidades piscatórias, praias deslumbrantes e na “moda”. Não é à toa que a Região Centro é conhecida pelo seu milenar património e pela sua nobre história.

A Região Centro é a região com maior concentração de património mundial classificado pela UNESCO² (Fundação Calouste Gulbenkian, 2016), como é o caso do Mosteiro de Alcobaça e do Mosteiro da Batalha, assim como a Universidade de Coimbra. Também as Aldeias Históricas e as Aldeias de Xisto são encaradas como locais de grande história, sendo pontos de grande atração para quem visita esta região.

² United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Apesar da história antiga, a modernidade tem-se associado a várias localidades, como é o caso de Coimbra, Aveiro, Viseu, Castelo Branco e Guarda. As grandes paisagens desta região podem-se visualizar a partir da Serra da Estrela, da Serra da Lousã e Caramulo, onde o contacto com a natureza está aliado à aventura e aos desportos.

A Região Centro possui locais que são cada vez mais visitados pela sua extrema beleza e pelos benefícios que têm para o bem-estar do visitante, como é o caso das estâncias termais. Desde as Termas de São Pedro do Sul às Termas de Unhais da Serra, poderá encontrar-se nesta região inúmeras termas com excelentes qualidades terapêuticas que prometem ao turista usufruir de momentos de relaxamento onde pode cuidar do seu corpo e da mente. Na tabela 10, é feita uma referência às estâncias termais existentes na Região Centro.

ESTÂNCIAS TERMAIS DA REGIÃO CENTRO	
TERMAS	NUTS III
Termas de Monfortinho	Beira Baixa
Termas de Almeida – Fonte Santa Termas de Unhais da Serra Termas Caldas de Manteigas Longroiva Termas Termas do Cró	Beiras e Serra da Estrela
Malo Clinic Termas Luso – Thermal & Medical	Região de Coimbra
Termas de Monte Real	Região de Leiria
Termas do Vimeiro	Oeste
Termas da Curia Termas de Vale da Mó	Região de Aveiro
Termas de Sangemil Caldas da Felgueira Termas & Spa Caldas da Cavaca Termas de Alcafache e Spa Termal Centro Termal de São Pedro do Sul Termas do Carvalhal	Viseu Dão/Lafões

TABELA 10 – ESTÂNCIAS TERMAIS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NA INFORMAÇÃO DO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017)

Também nesta Região existem parques e reservas naturais classificados como áreas protegidas cada vez mais procurados pelo seu esplendor que ocupam cerca de 16% do território regional. Estes parques e reservas dão a possibilidade ao turista de poder realizar percursos pedestres, conhecendo a sua história e património natural e cultural. É feita, na tabela 11, referência aos parques e reservas naturais da Região Centro.

PARQUES E RESERVAS NATURAIS DA REGIÃO CENTRO	
PARQUES/RESERVAS	NUTS III
Parque Natural do Tejo Internacional Serra da Gardunha Monumento Natural das Portas de Ródão	Beira Baixa
Mata Nacional do Buçaco Reserva Natural Paul de Arzila	Região de Coimbra
Parque Natural das Serras de Aires e Candeeiros Grutas de Mira de Aire Gruta dos Alvados Grutas de Santo António Grutas da Moeda	Região de Leiria
Reserva da Biosfera das Berlenga Reserva Natural Local Paul da Tornada Serra do Socorro e Archeira	Oeste
Reserva Natural das Dunas de S. Jacinto	Região de Aveiro
Parque Natural da Serra da Estrela Serra do Açor	Beiras e Serra da Estrela
Serra do Caramulo	Viseu Dão/Lafões

TABELA 11 – PARQUES E RESERVAS NATURAIS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NA INFORMAÇÃO DO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017E) E INSTITUTO DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DAS FLORESTAS (2017)

Também as praias costeiras e fluviais, barragens e rios da Região Centro são pontos atrativos para os turistas, onde a prática de desportos náuticos está cada vez mais ativa, no entanto serão abordados no ponto 3.2. sobre a oferta de Turismo Náutico na Região Centro.

A Região Centro possui um património natural muito vasto, com um valor ambiental importantíssimo, sendo um dos principais objetivos do Turismo do Centro, a proteção, preservação e conservação de todo o território (Turismo Centro de Portugal, 2017d).

Para além das paisagens dos lugares, há também outros aspetos caracterizadores desta região, como é o caso da gastronomia que é tão marcada que já se tornou bastante reconhecida graças à sua complexidade e primor. Conhecida por ser muito variada, diversificada e elaborada com produtos regionais e sazonais, a gastronomia da Região Centro é uma das mais procuradas pelos turistas (Turismo do Centro de Portugal, 2017c). Cada localidade pertencente à região tem as suas denotadas características que vão desde os pratos fartos típicos à doçaria tradicional, conforme alguns exemplos presentes na tabela 12.

GASTRONOMIA DA REGIÃO CENTRO	
GASTRONOMIA TÍPICA	NUTS III
Chanfana Estufado de Cabra Leitão da Bairrada Pastéis de Tentúgal Mel da Serra da Lousã	Região de Coimbra
Cabrito assado Tigelada Beirã de Castelo Branco Queijo amarelo da Beira Baixa	Beira Baixa
Torresmos da Serra da Estrela Queijo Serra da Estrela	Beiras e Serra da Estrela
Caldeirada Peixe grelhado Sopa de peixe Aguardente da Lourinhã	Oeste
Lampreia à Bordalessa Ovos-moles de Aveiro Pão-de-ló de Ovar	Região de Aveiro
Caldo Verde Polvo à Lagareiro Vitela Assada à moda de Lafões Pastéis de Vouzela Pastéis do Patronato	Viseu Dão/Lafões

TABELA 12 – GASTRONOMIA DA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NA INFORMAÇÃO DO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017c)

A acompanhar a gastronomia não podem ficar esquecidos os vinhos de alta qualidade da Região Centro, considerados como o acompanhamento perfeito para estes pratos típicos (Turismo do Centro de Portugal, 2017c). Também as zonas vinhateiras têm sido um ponto distintivo da região e cada vez ganham maior importância para o turista, como é o caso da zona do Dão, da Bairrada e da Beira Interior, conforme a tabela 13.

VINHOS DA REGIÃO CENTRO	
COMISSÃO VITIVINÍCOLA	ROTA
Comissão Vitivinícola Regional do Dão	Rota do Vinho do Dão
Comissão Vitivinícola da Bairrada	Rota da Bairrada
Comissão Vitivinícola Regional do Tejo	Rota dos Vinhos do Tejo
Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa	Rota da Vinha e do Vinho do Oeste
Comissão Vitivinícola Regional da Beira Interior	Rota dos Vinhos da Beira Interior

TABELA 13 – VINHOS DA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NA INFORMAÇÃO DO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017c, 2017g, 2017j, 2017k, 2017l) E INFOVINI – O PORTAL DO VINHO PORTUGUÊS (2009)

Para além de todos estes aspetos positivos, pode-se considerar que é uma região com um desenvolvimento bastante eficaz quer nas acessibilidades, quer nas infraestruturas existentes, tornando-se assim numa região com bastantes potencialidades geoestratégicas. Composta por variadas infraestruturas rodoviárias, ferroviárias, marítimas e aeroportuárias, a Região Centro consegue dar, aos seus habitantes e aos visitantes, fáceis acessos que lhes permite entrar e sair facilmente e em boas condições.

A extensa faixa Atlântica com cerca de 275km e a existência dos portos marítimos em Aveiro e na Figueira da Foz, permite a circulação de mercadorias, assim como bens e serviços, conseguindo facilmente, estabelecer ligação entre Portugal Continental e o resto do mundo. Também as vias aéreas estão presentes nesta região, sendo que conta com 7 aeródromos: Coimbra, Viseu, Lousã, Leiria, Seia, Castelo Branco e Torres Vedras.

3.1.2. Oferta de Alojamento na Região Centro

Importa também referir a oferta de alojamento existente na Região Centro e a sua evolução durante os anos 2014, 2015 e 2016. É possível fazer uma análise aos estabelecimentos existentes na Região Centro, conforme indicado no gráfico 1. Verifica-se que existem 122 hotéis de 3 estrelas e 104 hotéis de 2 e 1 estrelas. Nesta região ainda é possível contar com 6 hotéis de 5 estrelas, 72 hotéis de 4 estrelas e 11 apartamentos turísticos. É de notar uma evolução positiva no número de hotéis de 4, 3, 2 e 1 estrelas assim como de apartamentos turísticos nesta região. A oferta de alojamento na Região Centro ainda conta com 9 hotéis-apartamento, 8 pousadas e 2

aldeamentos turísticos, onde o turista pode pernoitar quando se desloca à região (Travel BI, 2016a).

Oferta de alojamento na Região Centro

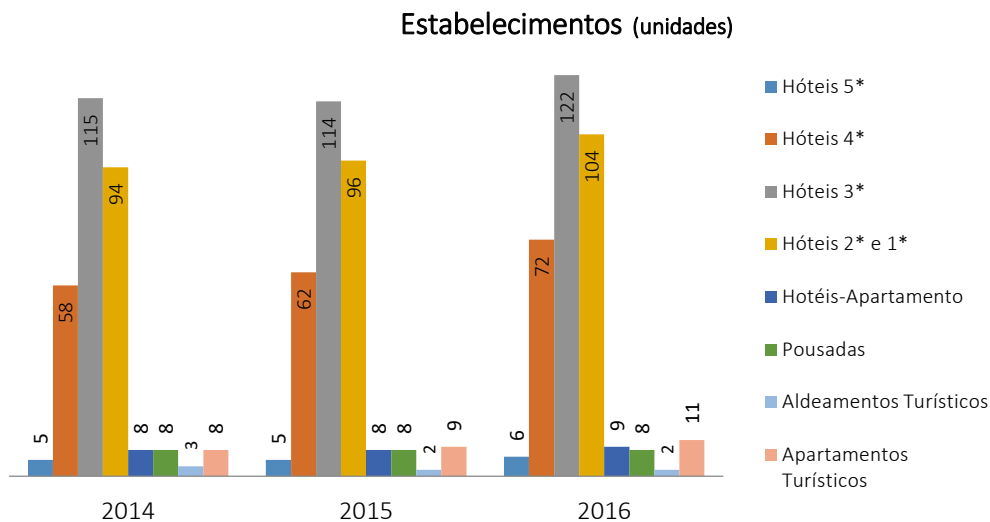


GRÁFICO 1 – OFERTA DE ALOJAMENTO NA REGIÃO CENTRO – ESTABELECIMENTOS EM 2014, 2015 E 2016
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS OBTIDOS DO TRAVEL BI (2016A)

Através da figura 3 é possível analisar a capacidade de empreendimentos e o número de camas existentes por NUTS III, sendo o Oeste, o Médio Tejo e Dão-Lafões as zonas com maior capacidade de alojamento.

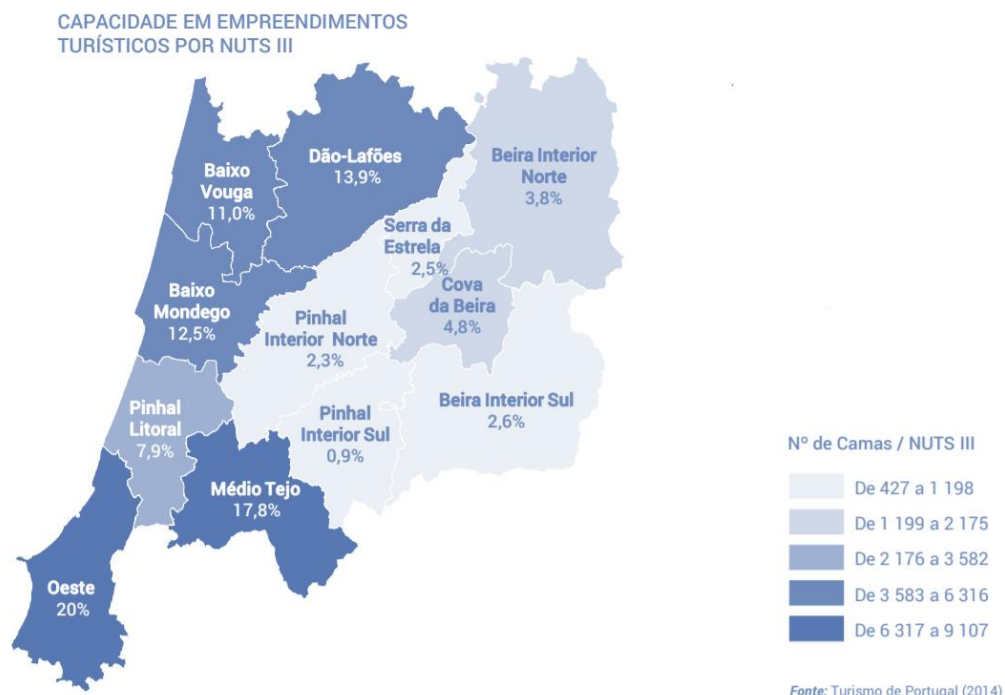


FIGURA 3 – MAPA DA CAPACIDADE DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS PRESENTES POR CADA NUTS III
 FONTE: (TURISMO DE PORTUGAL, 2015B)

3.1.3. Dados da Procura Turística na Região Centro

Para observar a evolução da procura turística na Região Centro foram analisados dados de 2014, 2015 e 2016 referentes aos estabelecimentos hoteleiros e aos principais indicadores registados nos meios de alojamento.

Segundo os estudos feitos pela plataforma Travel BI (2016a, 2017a), a procura turística da Região Centro tem registado aumentos significativos com o passar dos anos. Na tabela 14 é possível verificarem-se os principais indicadores nestes três períodos distintos, podendo ser feita a respetiva comparação. Conclui-se que os residentes em Portugal representaram em 2014 cerca de 1 281,5 milhares de hóspedes, tendo em 2016 aumentado para 1 724,9 milhares; também os estrangeiros, em 2014, representaram 785,9 milhares de hóspedes, passando para 1 110,4 milhares de hóspedes em 2016. Também as dormidas do mercado interno e do mercado externo tiveram aumentos de 2014 para 2016, sendo representados por 2 129,8 milhares de dormidas nacionais em 2014 e 2 809,1 em 2016, bem como 1 618,2 milhares de dormidas de estrangeiros em 2014 e 2 132,9 milhares em 2016. Ainda é possível extrair deste estudo que no ano de 2014 os proveitos totais rondaram os 160,7 milhões de euros aumentando para 228,5 milhões de euros em 2016.

PRINCIPAIS INDICADORES			
EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS, ALDEAMENTOS E APARTAMENTOS TURÍSTICOS E OUTROS			
DADOS DE 2014 E 2015 DEFINITIVOS; DADOS DE 2016 PROVISÓRIOS			
	2014	2015	2016
Hóspedes (milhões)			
Nacionais	1,3	1,4 (+143,8)	1,7 (+299,6)
Estrangeiros	0,8	0,9 (+120,4)	1,1 (+204,1)
Dormidas (milhões)			
Nacionais	2,1	2,3 (+189,7)	2,8 (+489,6)
Estrangeiros	1,6	1,7	2,1
Proveitos (milhões €)			
Globais	160,7	184,2 (+23,5)	228,5 (+44,3)
Aposento	110,1	124,6 (+14,5)	155,1 (+30,5)

TABELA 14 – PRINCIPAIS INDICADORES DE TURISMO NA REGIÃO CENTRO EM 2014, 2015 E 2016
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS EXTRAÍDOS DE TRAVEL BI (2016A, 2017A)

Ainda neste estudo conseguiu-se obter o TOP 5 das dormidas de estrangeiros, nestes 3 anos apresentados, conforme a tabela 15. Este top, durante os anos de 2014 e de 2016, manteve os mesmos países pela mesma ordem, mas com um aumento significativo, sendo representado pela Espanha, França, Brasil, Alemanha e Itália.

TOP 5 DAS DORMIDAS DO ESTRANGEIRO NA REGIÃO CENTRO			
EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS, ALDEAMENTOS E APARTAMENTOS TURÍSTICOS E OUTROS			
DADOS DE 2014 E 2015 DEFINITIVOS; DADOS DE 2016 PROVISÓRIOS			
	2014	2015	2016
Dormidas do Estrangeiro TOP 5 (milhares)	Espanha – 458.8	Espanha – 495.2	Espanha – 589.7
	França – 209.1	França – 253.8	França – 333.0
	Brasil – 114.2	Alemanha – 119.7	Brasil – 145.4
	Alemanha – 105.3	Brasil – 115.4	Alemanha – 138.7
	Itália – 101.1	Itália – 108.4	Itália – 125.9
	Outros – 154.6	Outros – 172.6	Outros – 468.1

TABELA 15 – TOP 5 DAS DORMIDAS DO ESTRANGEIRO NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS EXTRAÍDOS DE TRAVEL BI (2016A, 2017A)

Relativamente à taxa de ocupação-quarto na Região Centro também se conseguiu obter dados para os anos de 2014, 2015 e 2016 (Travel BI, 2016a; 2017a). Através da tabela 16 é possível verificar-se que esta taxa tem aumentado com o passar dos anos, representando assim uma evolução positiva na procura turística nesta região.

TAXA DE OCUPAÇÃO-QUARTO NA REGIÃO CENTRO			
EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS, ALDEAMENTOS E APARTAMENTOS TURÍSTICOS E OUTROS			
DADOS DE 2014 E 2015 DEFINITIVOS; DADOS DE 2016 PROVISÓRIOS			
	2014	2015	2016
Taxa de ocupação – Quarto	37,6%	40,3% (+2,7 p.p.)	43,5% (+3,2 p.p)

TABELA 16 – TAXA DE OCUPAÇÃO-QUARTO NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS EXTRAÍDOS DE TRAVEL BI (2016A, 2017A)

No entanto, um estudo realizado em junho de 2017 pelo Travel BI (2017b) permite fazer uma pequena abordagem comparativa aos dados do segundo trimestre de 2017 referente ao mesmo período do ano anterior. A estada média na região, registada em abril de 2017, manteve-se comparativamente a 2016, sendo representada por 1,5 noites para o mercado interno e 1,9 noites para o mercado externo. Em relação aos hóspedes e às dormidas em 2017 houve um aumento de 28% do mercado interno e de 26% do mercado externo face ao ano anterior. Considerando o TOP 5 das dormidas de 2016 relativamente a 2017, é de destacar o aumento neste grupo por parte do Brasil (+59%) e da Itália (+44%), tendo a Espanha e o Brasil contribuído com mais de 38 mil dormidas para a Região Centro neste período.

É através de todos estes dados que se pode afirmar que a procura turística na Região Centro tem vindo a aumentar com o passar dos anos, graças ao desenvolvimento turístico que se tem vindo a pôr em prática na região. Para além da

proximidade existente dos aeroportos de Lisboa e Porto e das infraestruturas rodoviárias que a região possui, tem-se cada vez mais vindo a qualificar e a requalificar a oferta turística, apostando nas tipologias de turismo mais procuradas pelos turistas - Turismo Médico, de Bem-Estar, Gastronómico, Desportivo, entre outros (Turismo de Portugal, 2015b).

Após a análise à Região Centro e à procura turística, será fundamental fazer referência à oferta de Turismo Náutico existente na região, de forma a que seja possível caracterizar e enfatizar o seu potencial relativamente a este produto turístico.

3.2. A oferta de Turismo Náutico na Região Centro

Pode-se considerar a Região Centro como uma das principais regiões do país para praticar atividades náuticas por ter diversificados recursos hídricos superficiais. O território da Região Centro inclui as maiores bacias hidrográficas como Mondego, Vouga e Liz e possui as consideradas reservas estratégicas de águas superficiais: a albufeira da Aguieira e a albufeira de Castelo de Bode, sendo que ambas conseguem garantir às populações o abastecimento de água e a produção de energia.

A riqueza da Região Centro é também justificada pela vasta existência de águas minerais naturais e de recursos termais, com o considerado poder curativo que sempre atraiu os mais curiosos e devotos nesta área. Nos últimos anos, tem-se assistido a um crescente desenvolvimento das albufeiras na Região Centro-Norte do país, possibilitando que seja considerada como um potencial destino turístico.

Conforme referido anteriormente nos propósitos do Estratégia Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017a, p. 21), deverá promover-se na Região Centro melhorias nas infraestruturas de apoio às águas do interior, bem como serem criadas plataformas de acostagem de embarcações e melhorias nos cais da região. Graças à participação de associações públicas e privadas, empresas privadas, clubes e federações desportivas na construção de infraestruturas de excelente qualidade, tem-se vindo a verificar um grande desenvolvimento no Turismo Náutico na Região Centro, possibilitando aos

desportistas e aos turistas praticantes de atividades náuticas uma crescente motivação para usufruir desta experiência oferecida.

Em Coimbra e na Ria de Aveiro estão localizadas as infraestruturas necessárias à recuperação e construção dos moliceiros³, dos barcos à vela, a motor e dos ancoradouros – os denominados Estaleiros de Náutica Tradicional e Estaleiros de Náutica de Recreio, respetivamente. Também se concentram nestas zonas do Centro Litoral as empresas qualificadas de suporte náutico e variadíssimas associações de clubes locais e regionais de diversas modalidades náuticas. De acordo com a Fundação Calouste Gulbenkian (2016) existem na Região Centro cerca de 42 empresas marítimo-turísticas que possibilitam ao turista a prática de Turismo Náutico e turismo de aventura, estando distribuídas entre o litoral e o interior da região – Ria de Aveiro (16 empresas), Coimbra (15 empresas), Castelo Branco (7 empresas) e Viseu/Dão Lafões (4 empresas).

Assim, a Região Centro de Portugal contempla diversos locais com características fundamentais à prática de Turismo Náutico. As zonas da costa atlântica, as praias fluviais, os lagos artificiais, os rios e as barragens, proporcionam ao turista uma escolha única, onde existem condições extraordinárias para a prática de atividades náuticas.

Para ilustrar a oferta existente na região, serão apresentadas tabelas com os diferentes tipos de locais onde é possível serem praticadas atividades náuticas na Região Centro.

A tabela 17 demonstra o número de locais, por categoria, com as condições favoráveis à prática de atividades náuticas.

PRAIAS COSTEIRAS	PRAIAS FLUVIAIS	RIOS	RIBEIRAS	BARRAGENS	CAIS DE ACOSTAGEM
52	29	11	18	37	13

TABELA 17 – OFERTA DE LOCAIS PARA A PRÁTICA DE ATIVIDADES NÁUTICAS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO COM BASE NO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017f) E AGÊNCIA PORTUGUESA DO AMBIENTE (2017)

³ **Moliceiro** - Barco característico da Região de Aveiro, usado para os passeios turísticos realizados na Ria de Aveiro.

Considera-se essencial identificar as praias costeiras e as praias fluviais existentes na Região Centro, pois é uma informação importante acerca dos variadíssimos locais com as condições necessárias para praticar atividades náuticas ao longo de todo o ano. Na tabela 18 estão indicadas as praias costeiras e as praias fluviais localizadas na Região Centro.

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA
Praia de Monte Branco	Murtosa - Aveiro	Costeira
Praia da Torreira	Murtosa - Aveiro	Costeira
Praia do Bico	Murtosa - Aveiro	Costeira
Praia da Costa Nova	Ílhavo - Aveiro	Costeira
Praia da Barra	Ílhavo - Aveiro	Costeira
Praia do Areão	Vagos - Aveiro	Costeira
Praia do Labrego	Vagos - Aveiro	Costeira
Praia da Vagueira	Vagos - Aveiro	Costeira
Praia de São Jacinto	Aveiro	Costeira
Praia de Cortegaça	Ovar - Aveiro	Costeira
Praia de Esmoriz	Ovar - Aveiro	Costeira
Praia do Furadouro	Ovar - Aveiro	Costeira
Praia do Torrão do Lameiro/ Marreta	Ovar - Aveiro	Costeira
Praia de São Pedro da Maceda	Ovar - Aveiro	Costeira
Praia de Buarcos	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia da Costa de Lavos	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia da Cova Gala	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia da Figueira da Foz	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia da Murtinheira	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia de Quiaios	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia de Leirosa	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia da Tamargueira	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira
Praia de Mira	Mira - Coimbra	Costeira
Praia do Poço da Cruz	Mira - Coimbra	Costeira
Praia do Palheirão	Cantanhede - Coimbra	Costeira
Praia da Tocha	Cantanhede - Coimbra	Costeira
Praia do Salgado	Nazaré - Oeste	Costeira
Praia da Nazaré	Nazaré - Oeste	Costeira
Reserva da Biosfera das Berlengas	Peniche - Leiria	Costeira
Praias do Baleal Norte / Sul / Campismo	Peniche - Leiria	Costeira
Praia da Gamboa	Peniche - Leiria	Costeira
Praia de Peniche de Cima	Peniche - Leiria	Costeira
Praia de S. Bernardino	Peniche - Leiria	Costeira
Praia da Consolação / Norte	Peniche - Leiria	Costeira

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA
Praia da Cova de Alfarroba	Peniche - Leiria	Costeira
Praia do Medão - Supertubos	Peniche - Leiria	Costeira
Praia do Porto da Areia Sul	Peniche - Leiria	Costeira
Praia de Água de Madeiros	Alcobaça - Leiria	Costeira
Praia de Légua	Alcobaça - Leiria	Costeira
Praia da Pedra do Ouro	Alcobaça - Leiria	Costeira
Praia de Paredes de Vitória	Alcobaça - Leiria	Costeira
Praia da Polvoeira	Alcobaça - Leiria	Costeira
Praia de São Pedro de Moel	Marinha Grande - Leiria	Costeira
Praia de Pedras Negras	Marinha Grande - Leiria	Costeira
Praia Velha	Marinha Grande - Leiria	Costeira
Praia do Osso da Baleia	Pombal - Leiria	Costeira
Praia da Foz do Arelho - Lagoa	Caldas da Rainha - Leiria	Costeira
Praia do Mar	Caldas da Rainha - Leiria	Costeira
Praia de Pedrogão Centro/Sul	Coimbrão - Leiria	Costeira
Praia do Bom Sucesso	Óbidos - Leiria	Costeira
Praia do Rei do Cortiço	Óbidos - Leiria	Costeira
Praia D'el Rei	Óbidos - Leiria	Costeira
Praia da Quinta do Barco	Sever do Vouga - Aveiro	Fluvial
Praia do Alvôco das Várzeas	Oliveira do Hospital - Coimbra	Fluvial
Praia da Senhora da Graça	Lousã - Coimbra	Fluvial
Praia da Bogueira	Lousã - Coimbra	Fluvial
Praia dos Olhos da Fervença	Cantanhede - Coimbra	Fluvial
Praia de Canaveias	Góis - Coimbra	Fluvial
Praia de Peneda	Góis - Coimbra	Fluvial
Praia do Pego Escuro	Góis - Coimbra	Fluvial
Praia do Reconquinho	Penacova - Coimbra	Fluvial
Praia do Vimieiro	Penacova - Coimbra	Fluvial
Praia de Piódão	Arganil - Coimbra	Fluvial
Praia de Peneda Cascalheira - Secarias	Arganil - Coimbra	Fluvial
Praia do Pessegueiro	Pampilhosa da Serra - Coimbra	Fluvial
Praia da Barragem de Santa Luzia	Pampilhosa da Serra - Coimbra	Fluvial
Praia de Palheiros e Zorro	Coimbra	Fluvial
Praia Lapa dos Dinheiros	Seia - Guarda	Fluvial
Praia de Loríga	Seia - Guarda	Fluvial
Praia do Vale do Rossim	Gouveia - Guarda	Fluvial
Praia de Valhelhas	Guarda	Fluvial
Praia do Castanheiro ou Lago Azul	Ferreira do Zêzere - Santarém	Fluvial
Praia do Carvoeiro	Mação - Santarém	Fluvial
Praia do Vergancinho	Mação - Santarém	Fluvial

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA
Praia de Fróia	Proença-a-Nova - Castelo Branco	Fluvial
Praia de Fernandaires	Vila de Rei - Castelo Branco	Fluvial
Praia de Zaboeira	Vila de Rei - Castelo Branco	Fluvial
Praia de Alverangel	Barragem de Castelo de Bode - Tomar	Fluvial
Praia de Montes	Barragem de Castelo de Bode - Tomar	Fluvial
Praia da Folgosa	Castro Daire - Viseu	Fluvial

TABELA 18 – IDENTIFICAÇÃO DAS PRAIAS COSTEIRAS E FLUVIAIS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017F)

No gráfico 2 pode-se verificar que num total de 81 praias existentes na Região Centro, em que 52 são praias costeiras e 29 são praias fluviais, muitas foram premiadas pela Quercus em 2017. É de destacar que foram galardoadas com bandeira azul⁴ 22 praias costeiras e 14 praias fluviais, não esquecendo que 20 praias fluviais e 46 praias costeiras foram classificadas com qualidade de ouro⁵ em 2017 (Quercus, 2017b), no entanto esta informação poderá ser analisada detalhadamente no anexo I.

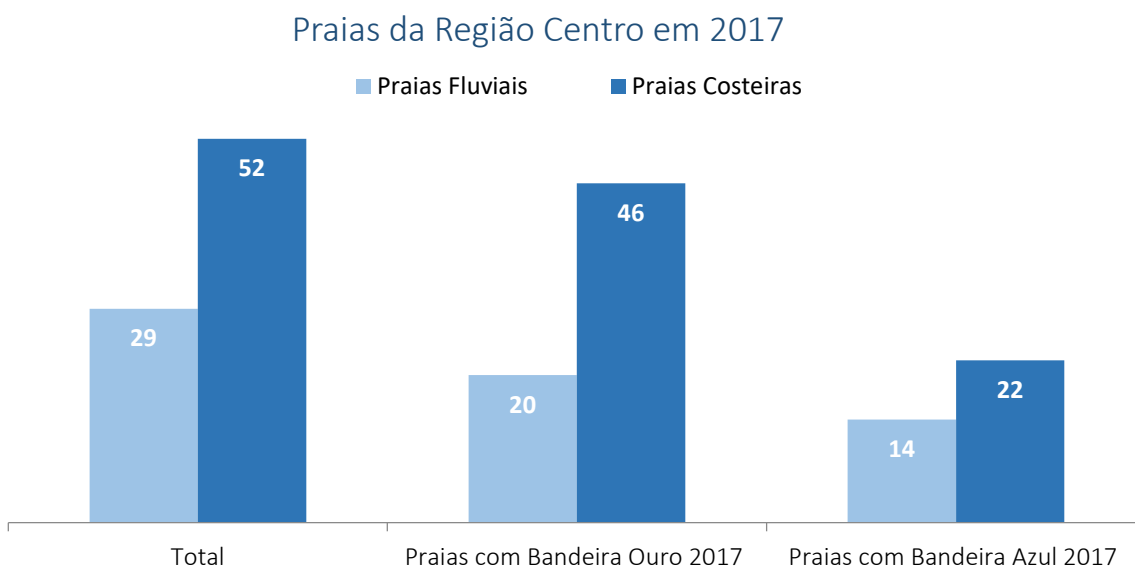


GRÁFICO 2 – PRAIAS DA REGIÃO CENTRO EM 2017

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE EM QUERCUS (2017B)

⁴ **Bandeira Azul** – Símbolo de qualidade ambiente que é atribuído todos os anos às praias, marinas e portos de recreio que cumprem os critérios de informação e educação ambiental, qualidade da água, gestão ambiental e equipamentos, segurança e serviços.

⁵ **Qualidade de Ouro** – Uma atribuição mais limitada feita às águas balneares que cumprem com os critérios de uma qualidade de água excelente nas últimas cinco épocas balneares e com análises positivas conforme os valores definidos pela Quercus.

Importa ainda fazer referência aos rios e às ribeiras existentes na Região Centro que possuem as condições necessárias à prática de atividades náuticas, sendo identificado também onde estão localizados, conforme a tabela 19.

RIOS DA REGIÃO CENTRO		
RIOS	NASCENTE	LOCAL
Rio Alva	Serra da Estrela	Coimbra
Rio Arnóia	Serra de Todo o Mundo	Óbidos
Rio Ceira	Serra do Açor	Coimbra
Rio Côa	Serra das Mesas	Guarda
Rio Dão	Eirado, Aguiar da Beira	Guarda
Rio Isna	Serra do Cabeço da Rainha	Santarém
Rio Mondego	Serra da Estrela	Coimbra
Rio Ocreza	Serra da Gardunha	Castelo Branco
Rio Pônsul	Serra do Ramiro	Castelo Branco
Rio Unhais	Serra do Açor	Pampilhosa da Serra
Rio Zêzere	Serra da Estrela	Serra da Estrela

RIBEIRAS DA REGIÃO CENTRO	
RIBEIRAS	LOCAL
Ribeira da Fervença	Coimbra
Ribeira de Frades	Coimbra
Ribeira da Lagoa	Guarda
Ribeira da Nave ou Loriga	Guarda
Ribeira da Toulica	Castelo Branco
Ribeira da Várzea	Viseu
Ribeira das Meimoas	Castelo Branco
Ribeira das Poldras	Fundão
Ribeira das Reveladas	Portalegre
Ribeira de Alforfa	Castelo Branco
Ribeira de Alvorninha	Leiria
Ribeira de Nisa	Portalegre
Ribeira de S. Domingos	Leiria
Ribeira de S. Vicente	Castelo Branco
Ribeira do Açafal	Castelo Branco
Ribeira do Caldeirão	Guarda
Ribeira do Covão do Urso	Guarda
Ribeira do Paúl	Tondela
Ribeira dos Poios Brancos	Castelo Branco

TABELA 19 – IDENTIFICAÇÃO DOS RIOS E RIBEIRAS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017D) E ASSOCIAÇÃO BANDEIRA AZUL DA EUROPA (2017)

Para além de todos estes locais, também a maioria das barragens da Região Centro possui condições favoráveis à prática de atividades náuticas, aliando assim funções de contributo ambiental com a possibilidade de atividades de recreio, conforme se pode verificar com a tabela 20.

IDENTIFICAÇÃO DA BARRAGEM	CONCELHO - DISTRITO	CATEGORIA
Barragem de S. Domingos	Peniche – Leiria	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem de Óbidos	Óbidos – Leiria	Rega / Recreio
Barragem de Alvorninha	Caldas da Rainha – Leiria	Rega / Recreio
Barragem de Castelo de Bode	Tomar – Santarém	Abastecimento / Energia / Defesa contra cheias / Recreio
Barragem de Pracana	Mação – Santarém	Energia / Recreio
Barragem de Belver	Gavião – Portalegre	Energia / Recreio
Barragem de Apartadura	Marvão – Portalegre	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem da Póvoa	Castelo de Vide – Portalegre	Energia / Recreio
Barragem do Poio	Nisa – Portalegre	Energia / Recreio
Barragem de Fratel	Nisa – Portalegre	Energia / Recreio
Barragem do Cabril	Sertã – Castelo Branco	Energia / Recreio
Barragem do Açafal	Vila Velha do Rodão – Castelo Branco	Energia / Recreio
Barragem de Corgas	Proença-A-Nova – Castelo Branco	Abastecimento / Recreio
Barragem da Toulica	Idanha-A-Nova – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem de Penha Garcia	Idanha-A-Nova – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem Marechal Carmona	Idanha-A-Nova – Castelo Branco	Rega / Energia / Recreio
Barragem da Mareteca ou Barragem da Santa Águeda	Castelo Branco – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem do Pisco	Castelo Branco – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem do Penedo Redondo	Castelo Branco – Castelo Branco	Abastecimento / Recreio
Barragem de Capinha	Fundão – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem da Meimoa	Penamacor – Castelo Branco	Abastecimento / Rega / Recreio
Barragem do Covão do Ferro	Covilhã – Castelo Branco	Energia / Recreio
Barragem de Cova de Viriato	Covilhã – Castelo Branco	Abastecimento / Recreio
Barragem de Santa Luzia	Pampilhosa da Serra – Coimbra	Energia / Recreio
Barragem do Alto Ceira	Pampilhosa da Serra – Coimbra	Energia / Derivação / Recreio
Barragem de Fronhas	Arganil – Coimbra	Energia / Derivação / Recreio
Barragem da Aguieira	Penacova – Coimbra	Abastecimento / Energia / Defesa contra cheias / Rega / Recreio
Barragem do Covão do Meio	Seia - Guarda	Energia / Derivação / Recreio
Barragem da Lagoa Comprida	Seia – Guarda	Energia / Recreio
Barragem do Sabugal	Sabugal – Guarda	Abastecimento / Energia / Recreio
Barragem de Alfaiates	Sabugal – Guarda	Rega / Recreio
Barragem do Caldeirão	Guarda – Guarda	Abastecimento / Energia / Recreio
Barragem do Lagoacho	Gouveia – Guarda	Energia / Derivação / Recreio
Barragem do Vale do Rossim	Gouveia – Guarda	Energia / Derivação / Recreio
Barragem de Fagilde	Viseu – Viseu	Abastecimento / Recreio
Barragem da Ribeira do Paúl	Tondela – Viseu	Abastecimento / Recreio
Barragem de Várzea de Calde	Viseu – Viseu	Rega / Energia / Recreio

TABELA 20 – IDENTIFICAÇÃO DAS BARRAGENS EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE EM AGÊNCIA PORTUGUESA DO AMBIENTE (2017)

Por último é feita referência aos cais de acostagem localizados na Região Centro e que são bastante usados pelos adeptos de Turismo Náutico - tabela 21.

CAIS DE ACOSTAGEM DA REGIÃO CENTRO
Clube Náutico de São Martinho do Porto
Cais de Acostagem do Clube AVELA – Associação Aveirense de Vela de Cruzeiro
Porto de Recreio da Figueira da Foz
Porto de Recreio da Associação Náutica da Gafanha da Encarnação ANGE
Porto de Recreio do Clube de Vela da Costa Nova CVCN
Doca de Recreio da Marina Clube da Gafanha
Ancoradouro de Recreio do Jardim Oudinot de Ílhavo
Marina Montebelo Lake Resort & Spa em Mortágua
Porto de Recreio da Associação Náutica da Torreira ANT
Porto de Recreio e de Pesca da Nazaré
Porto de Recreio do Carregal – Nado
Porto de Recreio de Peniche
Ancoradouro do Posto Náutico de Vila Velha de Ródão

TABELA 21 – IDENTIFICAÇÃO DOS CAIS DE ACOSTAGEM EXISTENTES NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE EM TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017d)

Cada vez mais a Região Centro é escolhida como uma das principais zonas para a prática de modalidades náuticas desportivas (Turismo do Centro de Portugal, 2017b), sendo as principais zonas do Centro Litoral, Coimbra e a Ria de Aveiro, consideradas um alvo de notoriedade internacional como um destino reconhecido pela possibilidade da prática de desportos náuticos (Fundação Calouste Gulbenkian, 2016).

É em Peniche que está localizada a Praia de Supertubos - Praia do Medão, considerada como uma das melhores praias para a prática de surf, *bodyboard*, *ski-náutico*, *kitesurf* e *windsurf*. Devido às suas características únicas, com ondas que atingem mais de 3 metros e com a forma ideal para o uso de pranchas, a zona de Peniche recebe diversos torneios mundiais e nacionais bastante reconhecidos durante todo o ano, como é o caso do *Rip Curl Pro* e *World Surf League*. Também na zona de Peniche é possível visitar-se o Arquipélago das Berlengas e pôr em prática uma das atividades náuticas mais deslumbrantes – o mergulho – e conhecer um dos ecossistemas marinhos mais rico das nossas águas.

A cerca de 60 km de Peniche está localizada a Nazaré, igualmente conhecida para a prática de modalidades náuticas. É na Praia do Norte que se pode admirar o efeito do conhecido “canhão da Nazaré” e ondas com mais de 30 metros de altura, onde Garrett McNamara alcançou o recorde de maior onda surfada.

Ainda nesta região e a uma hora de distância, está localizada a Figueira da Foz, onde se pode ver a considerada “maior onda direita da Europa” na Praia de Buarcos, cada vez mais procurada para a prática de surf e *bodyboard*.

Também a Ria de Aveiro e o Estuário do Mondego são cada vez mais procurados para a prática de atividades como o *windsurf*, a vela ou o *kitesurf* – atividades náuticas que necessitam da combinação mar e vento.

Entre Coimbra e Viseu, em Mortágua, juntou-se um *resort* de luxo a uma das maiores barragens da região – o Hotel Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa e a Barragem da Aguieira. Em 2009, o Grupo Visabeira abriu ao público um dos seus melhores hotéis do país, que estrategicamente situado na envolvente da barragem, oferece ao seu público um novo conceito turístico, habitacional e de lazer. A sua localização estratégica privilegiada reúne as condições necessárias para a prática de atividades náuticas na Região Centro de Portugal. O Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa tem uma marina com capacidade para 400 embarcações e é o Centro de Estágios Oficial de Canoagem, considerado o melhor a nível mundial.

Através da tabela 22 é possível sintetizar o que foi referido anteriormente, identificando os diferentes tipos de desportos náuticos que se podem praticar na Região Centro:

MODALIDADE	PRÁTICA NA REGIÃO CENTRO
<i>Bodyboard</i>	Uma modalidade de excelência na Região Centro, atraindo muitos praticantes internacionais. O <i>Miss Sumol Cup - Campeonato Europeu de Bodyboard Feminino</i> é um dos principais concursos desportivos realizados nas <u>praias de Ílhavo</u> .
<i>Kitesurf</i>	É um desporto cada vez mais praticado no Centro do país, quer na <u>Ria de Aveiro</u> , quer no <u>Rio Mondego</u> , devido às suas características naturais.
<i>Windsurf</i>	É na Região Centro que os apaixonados pelo <i>windsurf</i> encontram as melhores condições para a prática desta modalidade, quer seja nos mares, nas barragens, nos rios ou nas lagoas da região, como por exemplo na <u>Praia de Buarcos da Figueira da Foz</u> ou na <u>Barragem da Aguieira</u> .
<i>Surf</i>	Tem sido cada vez mais praticada na <u>Praia do Furadouro em Ovar</u> , na <u>Praia de Buarcos na Figueira da Foz</u> , na <u>Praia de São Jacinto</u> ou na <u>Praia da Torreira em Aveiro</u> , na <u>Praia do Norte de Nazaré</u> e na <u>Praia de Peniche</u> .
<i>Ski Náutico</i>	É uma modalidade cada vez mais praticada nas barragens do interior do país, como é o caso da <u>Barragem da Aguieira</u> .

MODALIDADE	PRÁTICA NA REGIÃO CENTRO
<i>Wakeboard</i>	A sua prática em lagos artificiais ou barragens da Região Centro começa a ser cada vez mais comum, como por exemplo a <u>Barragem de Castelo de Bode</u> .
<i>Paddle</i>	A <u>Ria de Aveiro</u> é um dos locais cada vez mais procurados devido às ótimas condições que proporciona aos praticantes.
<i>Vela</i>	Foram criados na Região Centro os principais eventos de vela no país – Cruzeiro da Ria, Regata Internacional das Rias Baixas e Campeonato Europeu de Sharpie. Devido à sua importância e ao grande número de participantes, quer por lazer, quer por competição, a existência de clubes e associações na Região Centro é cada vez maior – na <u>Praia de São Martinho do Porto em Alcobaca</u> , em <u>Aveiro</u> , em <u>Ovar</u> , na <u>Nazaré</u> , na <u>Figueira da Foz</u> e em <u>Coimbra</u> .
<i>Mergulho</i>	Devido às excelentes condições oferecidas, a Região Centro é cada vez mais procurada para a prática desta atividade. O <u>Arquipélago das Berlengas</u> tem sido cada vez mais procurado para a prática deste desporto.
<i>Canoagem</i>	A canoagem para além de ser muito praticada em águas interiores, pode ainda ser realizada em percursos no mar, como é caso do <u>Kayak Mar</u> ou <u>Surf Ski</u> . É cada vez mais praticada em <u>Coimbra</u> , na <u>Praia de Mira</u> , <u>Castelo Branco</u> , <u>Aveiro</u> , <u>Figueira da Foz</u> e na <u>Praia de São Martinho do Porto em Alcobaca</u> .
<i>Canyoning</i>	Devido às particularidades de alguns rios e excelentes paisagens, a Região Centro tem vindo a ser muito procurada para a prática desta modalidade, como é o caso do <u>Rio de Frades</u> ou o <u>Rio Teixeira</u> .
<i>Rafting</i>	São cada vez mais as empresas da Região Centro que se especializam na prática desta atividade em locais da região, como por exemplo no <u>Rio Paiva</u> .
<i>Remo</i>	Para além de ser uma modalidade em ascensão nos rios da Região Centro, foi criado em <u>Montemor-o-Velho</u> um Centro de Alto Rendimento ⁶ com uma pista de 2200m, sendo considerada uma das melhores pistas da Europa.
<i>Pesca Desportiva</i>	A Região Centro é cada vez mais procurada para esta prática graças às inúmeras espécies piscícolas existentes, sendo que possui cerca de 30% das concessões de pesca desportiva. É possível praticar esta atividade em <u>Coimbra</u> , na <u>Figueira da Foz</u> ou em <u>Ílhavo</u> .
<i>Mota de Água</i>	Os grandes planos de águas calmas existentes na Região Centro, têm permitido a realização de inúmeras competições nacionais e internacionais. A <u>Barragem da Agueira</u> é um excelente local para a prática desta atividade, assim como as <u>praias da Figueira da Foz</u> ou de <u>Ílhavo</u> .

TABELA 22 – DIFERENTES MODALIDADES DE DESPORTOS NÁUTICOS PRATICADAS NA REGIÃO CENTRO

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS *WEBSITES* DE CADA TIPO DE MODALIDADE E EM *TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL (2017B, 2017H)*

Após a caracterização da oferta náutica na Região Centro, é feito um levantamento dos eventos náuticos existentes na região, elaborado por categoria de atividade de forma a ter uma leitura mais prática de acordo com cada modalidade,

⁶ **Centro de Alto Rendimento de Montemor-o-Velho** – Inaugurado em 2010, tem as condições necessárias para que sejam praticadas as modalidades: canoagem, remo, triatlo e natação em águas livres. Incorpora um Centro Náutico e, por ter como objetivo principal a internacionalização das atividades desportivas náuticas nacionais de caráter olímpico, é cada vez mais procurado por atletas alemães, húngaros, russos, polacos e ucranianos (Fundação Calouste Gulbenkian, 2016).

incluindo os eventos ocorridos em 2016 e no início de 2017, conforme indicado na tabela 23.

EVENTOS NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO POR CATEGORIA DESPORTIVA EM 2016-2017			
CATEGORIA	EVENTO	LOCAL	DATA
CANOAGEM	Batismo de Canoagem – Sporting Clube de Aveiro	Aveiro	Julho 2016
	V Estágio Equipa Nacional de Velocidade Sub23	Montemor-o-Velho	
	V Estágio Equipa Nacional Velocidade <i>Kayaks</i> Femininos e Canoas	Montemor-o-Velho	
	V Estágio Equipa Nacional Velocidade <i>Kayaks</i> Masculinos	Montemor-o-Velho	
	III Estágio Equipa Nacional de Velocidade Júnior	Montemor-o-Velho	
	<i>International Canoe Federation - Canoe Sprint World Cup I 2017</i>	Montemor-o-Velho	Maio 2017
	II Estágio Equipa Nacional Paracanoagem	Montemor-o-Velho	
	Campeonato Regional de Esperanças CENTRO	Cacia	
	Circuito da Torreira	Torreira	
Campeonato Regional de Maratona CENTRO	Torreira		
VELA	Regata Internacional das Rias Baixas	Aveiro	Anual
	Batismo de Vela – Sporting Clube de Aveiro	Aveiro	Julho 2016
	1º Circuito Regatas da Ria 2ª Prova	Ílhavo	
	Campeonato Nacional Universitário	Aveiro	
	1ª Prova do Campeonato Regional	Coimbra	Outubro 2016
	Regata de Outono	Figueira da Foz	
	2ª Prova de Apuramento Regional	Ílhavo	
	Regata de São Martinho	Ovar	Novembro 2016
	Regata de São Martinho	Figueira da Foz	
	10ª Regata do Pai Natal	Ovar	Dezembro 2016
	<i>Christmas Race</i>	Figueira da Foz	
	Regata de Carnaval	Figueira da Foz	Fevereiro 2017
	<i>World Paddle Awards – Óscares Mundiais de Canoagem</i>	Barragem da Aguieira	Fevereiro 2017
<i>I Sharpie Cup</i>	Ílhavo		
Regata Primavera	Figueira da Foz	Março 2017	
1º Circuito de Regatas da Ria 3ª Prova	Ílhavo		
I Prova de Apuramento Nacional	Ílhavo		
Prova de abertura	Ovar		
Campeonato Ibérico	Figueira da Foz	Abril 2017	
Regata 33º Aniversário Clube Náutico Figueira da Foz (CNAFF)	Figueira da Foz		
II Prova de Apuramento Nacional	Aveiro		
1º Troféu Norte da Associação Portuguesa da Classe Internacional <i>Optimist</i> (APCIO)	Ílhavo		
<i>II Sharpie Cup</i>	Ílhavo		
1º Circuito Regatas da Ria 4ª Prova	Ílhavo	Maio 2017	
2º Troféu Norte da Associação Portuguesa da Classe Internacional <i>Optimist</i> (APCIO)	Figueira da Foz		
Regata Dia da Marinha	Figueira da Foz		

EVENTOS NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO POR CATEGORIA DESPORTIVA EM 2016-2017

CATEGORIA	EVENTO	LOCAL	DATA
VELA	Regata Santa Joana Princesa / Universidade de Aveiro II Prova de Apuramento Nacional 1º Circuito Regatas da Ria 5ª Prova Regatas Ramada / 40ª Edição Regata de São João 1ª Etapa do Campeonato Regional Norte Taça Lugrade	Aveiro Torreira Ílhavo Ovar Figueira da Foz Coimbra	Junho 2017
	Regata Cidade de Aveiro Campeonato Nacional – <i>Sharpie</i> Final Campeonato Regional Norte 1º Circuito Regatas da Ria 6ª Prova 4 Horas da Costa Nova Festival Náutico da Torreira 54ª Cruzeiro da Ria 4ª Regata Costeira	Aveiro Ílhavo Ílhavo Ílhavo Ílhavo Torreira Ovar Figueira da Foz	Julho 2017
	4ª Clube Náutico Boca da Barra (CNBB) Laser Slalom CUP - Cruzeiro da Ria III Regata Solidária – Rotary Clube de Aveiro Campeonato Nacional Campeonato Regional Regata de São Paio XII Subida do Mondego	Aveiro Aveiro Ílhavo Ílhavo Torreira Figueira da Foz	Setembro 2017
BODYBOARD	1ª Etapa do Circuito Regional de <i>Bodyboard</i> do Centro	Peniche	Fevereiro 2017
	2ª Etapa do Circuito Regional de <i>Bodyboard</i> do Centro	Nazaré	Março 2017
	1ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodyboard</i> Esperanças	Nazaré	
	2ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodyboard</i> Esperanças	Figueira da Foz	Abril 2017
	3ª Etapa do Circuito Nacional <i>Bodyboard</i> Esperanças	Peniche	
	3ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodyboard</i> Feminino	Ílhavo	Agosto 2017
	<i>Miss Sumol CUP</i> – Campeonato Europeu de <i>Bodyboard</i> Feminino	Ílhavo	Agosto 2017 - Anual
4ª Etapa do Circuito Regional de <i>Bodyboard</i> do Centro	Figueira da Foz	Outubro 2017	
SURF	4ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodyboard Dropknee</i> 5ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodyboard</i> Masculino	Peniche Peniche	Novembro 2017
	<i>Surf At Night</i> 2015	Cortegaça – Ovar	Agosto 2015
	1ª Etapa do Circuito Regional de Surf do Centro	Peniche	Março 2017
	2ª Etapa do Circuito Regional de Surf do Centro	Nazaré	Abril 2017
	3ª Etapa do Circuito Regional de Surf do Centro	Santa Cruz – Torres Vedras	
	1ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodysurf</i>	Peniche	
	3ª Etapa do Campeonato Nacional de Surf Open Masculino – Liga Meo 2017	Figueira da Foz	Junho 2017
	4ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodysurf</i>	Santa Cruz – Torres Vedras	
	Taça de Portugal de <i>Surfing</i>	Figueira da Foz	Setembro 2017
	5ª Etapa do Circuito Nacional de <i>Bodysurf</i>	Vagos – Aveiro	
<i>Rip Curl Pro</i> Portugal	Peniche	Outubro 2017	
STAND UP PADDLE	Iniciação ao <i>Stand UP Paddle</i>	Aveiro	Julho 2016
	3ª Etapa do Circuito Nacional de <i>SUP WAVE</i>	Praia D’el Rey – Óbidos	Agosto 2017

EVENTOS NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO POR CATEGORIA DESPORTIVA EM 2016-2017			
CATEGORIA	EVENTO	LOCAL	DATA
STAND UP PADDLE	4ª Etapa do Circuito Nacional de SUP Wave	Nazaré	Agosto 2017
	4ª Etapa do Circuito Nacional de SUP Maratona	Nazaré	Setembro 2017
	5ª Etapa do Circuito Nacional de SUP Maratona	Óbidos	
	5ª Etapa do Circuito Nacional de Sup Race Técnico	Óbidos	
REMO	Iniciação ao Remo – Clube dos Galitos	Aveiro	Julho 2016
VARIADO	10ª Edição Ocean Spirit – Desporto de Ondas	Santa Cruz – Torres Vedras	Julho 2017

TABELA 23 – LISTAGEM DE EVENTOS DE DESPORTOS NÁUTICOS REALIZADOS NA REGIÃO CENTRO ENTRE 2016 E 2017

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA COM BASE NOS CALENDÁRIOS DAS FEDERAÇÕES DESPORTIVAS CORRESPONDENTES E DAS CÂMARAS MUNICIPAIS

NOTA: OS EVENTOS INDICADOS A CINZENTO OCORRERAM EM ANOS ANTERIORES A 2017.

É notório que, cada vez mais, a Região Centro é o palco de vários eventos de carácter nacional e internacional em diversas modalidades náuticas. Várias zonas da Região Centro acolhem campeonatos regionais e nacionais, por exemplo os Campeonatos de Ílhavo, bem como eventos anuais que ocorrem há já muitos anos como é o caso do Cruzeiro da Ria em Ovar ou do *Ocean Spirit* em Torres Vedras. A existência deste tipo de eventos potencia a atratividade de um determinado destino e o facto de haver eventos náuticos recorrentes na mesma zona evidencia a qualidade dos serviços que o destino oferece, possibilitando a visita de um maior número de praticantes e turistas.

3.2.1. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de gestão importantíssima para analisar um determinado produto ou destino, sendo que neste caso foi elaborada de forma a se compreender e definir a situação do Turismo Náutico na Região Centro. O principal objetivo desta análise é sintetizar a informação recolhida, com base na revisão da literatura, sobre as características da Região Centro enquanto um destino turístico atrativo para os turistas náuticos. Com base na revisão da literatura feita ao Turismo Náutico, tornou-se possível de identificar os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças para o desenvolvimento desta atividade turística na Região Centro de Portugal.

→ **Pontos Fortes:**

- Posicionamento estratégico – proximidade e facilidade de acesso a outras regiões;
- Oferta de boas infraestruturas;
- Património natural bastante diversificado, com qualidade paisagística e boas condições de acesso;
- Condições naturais atrativas para a prática de desportos náuticos e atividades marítimo turísticas;
- Clima favorável à prática de atividades náuticas durante quase todo o ano;
- Boa gastronomia regional e excelentes vinhos de Denominação de Origem Protegida;
- Património histórico, cultural e arquitetónico muito marcado;
- Hospitalidade dos nativos para com os turistas;
- Existência de produtos regionais de qualidade, com tradição e identidade cultural;
- Reconhecimento de empresas da Região Centro como as mais importantes e melhores nesta área do desporto náutico;
- Recursos humanos bastante qualificados;
- Diversidade dos meios de alojamento, de elevada qualidade;
- Oferta cultural, gastronómica e de lazer muito variada que se pode complementar com outras atividades e experiências diversificadas;
- Instalações desportivas de extrema qualidade e reconhecimento;
- Integração de clubes e ou associações na gestão dos centros náuticos;
- Prática de diversas modalidades náuticas no mesmo local;
- Grande número de eventos desportivos que se realizam na Região Centro, por praticantes e desportistas nacionais e internacionais.

→ **Pontos Fracos:**

- Inexistência ou escassez de ligações ferroviárias ou portuárias suficientes que facilitem as ligações entre as regiões;

- Insuficiência de meios de transporte – aeroportos ou boas condições em algumas estradas de grande afluência;
- Inexistência de rotas turísticas que englobem a prática de atividades náuticas;
- Escassez de estratégias de promoção do Turismo Náutico na região.

→ **Oportunidades:**

- Turismo Náutico como um produto estratégico para Portugal;
- História de Portugal relacionada com a tradição marítima e com os descobrimentos;
- Portugal considerado como um destino turístico de excelência e com muita exposição internacional;
- Nível de segurança que caracteriza o país;
- Sistema de incentivos e financiamento a novas iniciativas e reestruturações;
- Forte apelo institucional ao desenvolvimento da economia da barragem e das atividades associadas;
- Oportunidade de novos modelos de negócio;
- Desenvolvimento de segmentos de qualidade;
- Potencial de crescimento a nível turístico;
- Condições naturais que permitem a captação de eventos internacionais e a exploração de serviços de aluguer de embarcações.

→ **Ameaças:**

- Alterações climáticas que provocam cenários de destruição como secas, incêndios ou cheias;
- Tendência para o aumento da procura dos destinos exóticos;
- Preferência por regiões da costa portuguesa e destinos sol e mar;
- Escassez de estudos e dados estatísticos sobre o Turismo Náutico na Região Centro e sobre o perfil do turista náutico.

4. Metodologias de Investigação

4. Metodologias de investigação

Neste capítulo pretende-se encontrar respostas para as questões que fundamentam este estudo e que foram surgindo ao longo da fase de revisão da literatura sobre o Turismo Náutico. Analisa-se o objeto e as respetivas questões que suportam a investigação, o método de recolha de informação utilizado, a estrutura do questionário e são apresentados os métodos estatísticos usados para a análise de dados.

4.1. Objeto da investigação

A metodologia é um processo usado para se atingir um determinado fim ou objetivo, de forma a, ao aplicar diferentes métodos, se consiga alcançar um dado conhecimento, traçando objetivos e encontrando erros que deverão ser corrigidos e ultrapassados (Carvalho, 2009).

Os principais objetivos deste estudo centram-se na caracterização do perfil do turista náutico e na identificação das motivações e dos atributos da imagem do destino que o levam a escolher a Região Centro como um destino turístico.

4.2. Questões de investigação

Pretende-se com esta investigação, atingir um conjunto de respostas a partir das questões elaboradas através da revisão da literatura feita ao Turismo Náutico e ao

comportamento do turista náutico. É fundamental compreender quais são os principais aspetos que motivam o turista e aos quais atribui maior importância quando escolhe a Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas. Para esse efeito foram elaboradas as seguintes questões:

Questão 1 – Que tipo de motivações atraem um turista náutico?

Questão 2 – Quais são os principais atributos que o turista náutico valoriza na imagem de um destino?

Questão 3 – Porque é que o turista náutico escolhe a Região Centro?

Questão 4 – Qual é o perfil do turista náutico que visita a Região Centro?

4.3. Método de investigação

A metodologia deste estudo foi suportada por toda a revisão da literatura ao Turismo Náutico e pelo enquadramento das variáveis de comportamento do consumidor – motivação e imagem do destino.

Iniciou-se este estudo com uma exaustiva revisão da literatura a estudos sobre o Turismo Náutico de um modo generalizado e, posteriormente analisaram-se estudos realizados especificamente em Portugal. De uma forma complementar, analisaram-se os estudos realizados sobre as variáveis motivação e imagem do destino, de modo a identificar quais as que já foram usadas previamente na literatura e que poderiam assim ser utilizadas neste estudo.

Posteriormente, considerou-se importante realizarem-se abordagens exploratórias ao Diretor da empresa Cankay, Atividades de Animação Turística, Unip. Lda, uma das principais empresas de desportos de aventura e desportos náuticos da Região Centro e ao Presidente da Federação Portuguesa de Canoagem. O contacto feito com ambos permitiu compreender a importância deste tipo de atividades realizadas na Região Centro e ajudou a clarificar e focar o tipo de perguntas a serem colocadas no questionário.

Foi utilizado o método de inquérito por questionário tendo sido desenvolvido e destinado unicamente a praticantes náuticos na Região Centro, com o principal objetivo de compreender quais as motivações e aspetos que os levam a escolher esta região como um destino turístico para a prática das atividades náuticas.

4.3.1. Método de Recolha de Informação: Questionário

Após ser feita a revisão da literatura sobre o tema, é necessário obter o máximo de informação que seja capaz de responder às questões principais. A realização de um questionário é fundamental na recolha de informação, pois os dados recolhidos só são fiáveis se este tiver qualidade e for eficaz (Vicente, Reis, & Ferrão, 1996).

A elaboração do questionário, apresentado no anexo II, foi baseada em toda a revisão da literatura realizada sobre o Turismo Náutico e sobre duas variáveis de comportamento do consumidor – a motivação e a imagem do destino. Usaram-se escalas pré-estabelecidas por autores, que foram aplicadas ao turista náutico de forma a compreender quais são as suas motivações e qual a importância dada à imagem do destino, quando optam pela Região Centro como um destino turístico.

O questionário foi realizado em português e em inglês, conforme indicado no anexo III, de forma a que também pudesse abranger os turistas estrangeiros que se deslocam à Região Centro. Está organizado de uma forma sequencial e começa com uma pequena introdução sobre a implementação do inquérito, explicando a razão da sua aplicação, dizendo que se destina unicamente a praticantes náuticos na Região Centro e reforçando o carácter confidencial da informação recolhida.

O inquérito por questionário é composto por três principais grupos, com questões maioritariamente fechadas, elaboradas consoante os objetivos que se pretendem identificar:

1. O primeiro grupo diz respeito à prática das atividades náuticas, tendo como objetivo caracterizar o praticante náutico, conhecer a sua experiência, os seus hábitos e comportamentos;

2. Com o segundo grupo pretende-se compreender as motivações do turista náutico e as suas perceções sobre a imagem da Região Centro como um destino turístico;
3. O terceiro grupo abrange um conjunto de questões relativas às características sociodemográficas dos inquiridos.

4.3.1.1. Estrutura do questionário: Parte I. “Prática de atividades náuticas”

A primeira secção do questionário, intitulada por “Prática de atividades náuticas”, é composta por 9 questões de seleção de opções e uma de escala numérica, conforme se pode verificar pela tabela 24. Todas estas questões são fundamentais para conhecer as características do inquirido enquanto turista náutico, conseguindo obter-se respostas relativas às principais atividades que são praticadas, ao grau de formação do turista e à frequência com que se praticam estas atividades. Também é possível conhecer qual a estação do ano preferida, o tipo de ambiente para a prática destas atividades, qual a zona da Região Centro onde se praticam estas atividades e quanto tempo se permanece num determinado local. Adicionalmente é questionado ao inquirido qual é a forma como realiza este tipo de atividades e qual o tipo de alojamento que usa.

Nº QUESTÃO	QUESTÃO	MEDIDA
1.1	Quais os tipos de atividades náuticas que pratica	15 possibilidades de resposta + resposta outra
1.2	Qual o grau de formação	3 possibilidades de resposta
1.3	Qual a regularidade na prática destas atividades	5 possibilidades de resposta + resposta outra
1.4	Qual a estação do ano preferida	4 possibilidades de resposta
1.5	Qual o tipo de ambiente preferencial	4 possibilidades de resposta + resposta outra
1.6	Quais as zonas da Região Centro para a prática das atividades	12 possibilidades de resposta + resposta outra
1.7	Qual o tempo de permanência num local	4 possibilidades de resposta
1.8	Qual a forma de praticar	4 possibilidades de resposta + resposta outra
1.9	Utilização de algum tipo de alojamento	Escala numérica de 1 a 5 (1- Nunca; 5- Sempre)
1.10	Qual o tipo de alojamento usado	8 possibilidades de resposta + resposta outra

TABELA 24 – IDENTIFICAÇÃO DAS QUESTÕES DO QUESTIONÁRIO E SUA MEDIDA
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

4.3.1.2. Estrutura do questionário: Parte II. “Relevância dos atributos no processo de decisão”

O segundo grupo de questões pretende obter a informação necessária para a realização do estudo, ou seja, pretende-se compreender quais são as principais motivações que levam o turista náutico a deslocar-se para a Região Centro para praticar as atividades náuticas.

Esta secção é composta por 25 atributos, onde se pretende decifrar respostas relacionadas com as motivações, através de uma escala de *Likert* de 5 pontos em que 1 representa “nada importante” e 5 representa “muito importante”, adaptadas de diferentes autores que aplicaram estas mesmas variáveis, conforme indicado na tabela 25.

Nº DA QUESTÃO	ATRIBUTOS	ESCALA	AUTOR
1	Oportunidade de desenvolver novas amizades Usufruir de bons momentos com os amigos Fortalecer amizades Relaxar psicologicamente Relaxar fisicamente Afastamento do <i>stress</i> diário Conhecer novos locais	Escala <i>Likert</i> 5-pontos 1 – Nada importante 5 – Extremamente importante	Ryan & Glendon (1998)
	Ter uma experiência de aventura Experienciar novas emoções Divertir-me Desfrutar de experiências em grupo		Fluker & Turner (2000)
	Aumentar o conhecimento sobre um destino Experienciar um estilo de vida diferente Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia Qualidade dos serviços turísticos Bom destino para ir com amigos ou família Existência de Eventos Náuticos Proximidade relativa à área de residência		Hanqin & Lam (1999)
	Ambiente dos locais para a prática das atividades náuticas Diversidade de locais para a prática de atividades náuticas		Mohammad & Som (2010)
	Desenvolvimento pessoal Aumentar autoconfiança Desenvolver novas aprendizagens Desenvolver novas competências Relatar a viagem aos amigos		Jarvis & Blank (2011); Yoon & Uysal (2005)

TABELA 25 – ESCALAS UTILIZADAS PARA O ESTUDO DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Tal como para a motivação, os atributos presentes na tabela 26 foram baseados nos estudos de autores e estão relacionados com a imagem do destino, sendo que se pretende que os inquiridos respondam consoante o que é para eles mais importante na tomada de decisão para a escolha da Região Centro como um destino turístico.

Nº DA QUESTÃO	ATRIBUTOS	ESCALA	AUTOR
2	Grande variedade de fauna e flora Paisagens e beleza natural	Escala <i>Likert</i> 5-pontos 1 – Nada importante 5 – Muito importante	Buhalis (2000)
	Destino turístico atraente Entretenimento na região Animação noturna Oportunidade de prática de atividades ao ar livre Segurança do local		Plog Research (1999a, 1999b)
	Ambiente limpo e agradável Hospitalidade e acolhimento Clima agradável Parques, lagos e rios fantásticos Boas acessibilidades Vasta seleção de bares e restaurantes Grande variedade de alojamentos		Baloglu & McCleary (1999); Castro e Ruiz (2007); Chon (1990), (1992); Echtner & Ritchie (1993); Milman & Pizam (1995); Woodside & Lysonski (1989)
	Boa gastronomia		Berli & Martin (2004)

TABELA 26 – ESCALAS UTILIZADAS PARA O ESTUDO DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Este grupo é fundamental para o estudo, uma vez que é com base nestas respostas que se irá conseguir compreender o tipo de motivações e características do destino que constituem a razão da escolha da Região Centro como um destino turístico. Conseguir-se-á perceber o que é que o turista valoriza e aprecia nesta região enquanto pratica as atividades náuticas.

4.3.1.3. Estrutura do questionário: Parte III. “Caracterização do inquirido”

Este último grupo do questionário diz respeito às características sociodemográficas dos turistas náuticos, permitindo traçar o perfil do turista. Pretende-se conhecer o país de residência e localidade, a nacionalidade, o género, a idade, o nível de educação e a atividade profissional, bem como o rendimento líquido mensal de cada inquirido, consoante a tabela 27.

Nº DA QUESTÃO	QUESTÃO	MEDIDA
3.1	País de Residência e localidade	Resposta aberta
3.2	Nacionalidade	Resposta aberta
3.3	Género	Variável dicotómica
3.4	Idade	Numérica de escala
3.5	Nível de educação	5 Possibilidades de resposta
3.6	Atividade Profissional	6 Possibilidades de resposta
3.7	Rendimento líquido mensal	6 Possibilidades de resposta

TABELA 27 – CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DO INQUIRIDO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

4.3.1.4. Pré-teste

De forma a se poder avaliar a adequação do inquérito e conseguir corrigir erros existentes, foi realizado um pré-teste do questionário no dia 18 de fevereiro de 2017, no Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa, situado em Mortágua. Esta unidade hoteleira foi anfitriã da cerimónia anual dos *World Paddle Awards* e foram distribuídos os “Óscares Mundiais de Canoagem”. Como já é habitual, o centro de treino da Aguieira em parceria com o Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa e com a empresa Nelo-Mar-Kayaks⁷, recebeu mais de três centenas de personalidades ligadas ao desporto náutico vindas de todo o mundo e realizaram-se provas náuticas de canoagem durante todo o dia.

O pré-teste do questionário foi aplicado neste evento, conseguindo que 3 atletas federados e 3 praticantes com formação respondessem às questões, bem como o Diretor da empresa Cankay, o Presidente da Federação Portuguesa de Canoagem e 2 praticantes sem formação. Através deste pré-teste conseguiu-se determinar que o primeiro inquérito desenvolvido estava extenso e que não era clara a distinção entre as questões relacionadas com a motivação e a imagem do destino. Este pré-teste também foi fundamental para perceber que existe uma grande diferença entre os aspetos valorizados por um turista/praticante náutico e por um atleta federado.

⁷ **Nelo Mar-Kayaks** – Criada em 1978 por Manuel Ramos, primeiro campeão nacional de canoagem em 1979, a Nelo-Mar-Kayaks é uma marca portuguesa de produção de caiaques que já arrecadou 93 medalhas nas edições dos Jogos Olímpicos. Os caiaques produzidos são de alta qualidade, feitos em matéria plástica reforçada com fibra de carbono e com capacidade de produzir barcos personalizados graças ao feedback recebido dos clientes. Atualmente 98% da produção tem como destino o Reino Unido.

4.4. Definição da amostra e recolha de dados

Neste estudo, a população alvo é constituída por indivíduos que já tenham praticado ou pratiquem atividades náuticas na Região Centro de Portugal, tendo sido conseguida uma amostra de 258 indivíduos. Os critérios de validação dos questionários basearam-se na análise extensa dos mesmos com o objetivo final de eliminar inquéritos em que a coerência era questionável.

A análise estatística do questionário foi feita através dos *softwares SPSS 21* e do *Microsoft Excel* e foram aplicadas técnicas estatísticas, de maneira a sintetizar a informação capaz de sustentar a discussão de resultados. Para analisar o perfil do turista e as suas características foi utilizada a estatística descritiva, enquanto que para determinar os fatores motivacionais e imagem do destino usou-se a análise multivariada, em que se pretende estudar as relações de correlação existentes num conjunto de variáveis – neste caso a motivação e a imagem do destino.

4.4.1. Processo de amostragem

O questionário foi realizado entre o período de 22 de março e 12 de maio de 2017. Foram aplicados presencialmente cerca de 50 inquéritos – em escolas, ginásios e a praticantes náuticos, bem como a turistas e praticantes no Montebelo Agueira Lake Resort & Spa - e através do método *online* cerca de 208 inquéritos, enviados a uma base de dados criada de forma a conseguir abranger um público-alvo maior e mais diferenciado. O inquérito foi desenvolvido na plataforma *Google Docs* e de forma a conseguir uma maior divulgação do questionário, foram usadas as seguintes plataformas:

- Rede social *Facebook* – Página pessoal: Publicação no mural a solicitar a resposta aos inquéritos bem como a sua divulgação; envio de mensagens privadas; publicação em grupos de atividades náuticas;
- *Email*: envio de *emails* a empresas especializadas em desportos náuticos com o intuito de enviarem o inquérito *online* às suas bases de dados; para lojas de material náutico; para escolas, associações, clubes e federações de atividades ou desportos náuticos – conforme a tabela no anexo IV;

A tabela 28 apresenta a ficha técnica elaborada para a amostra obtida:

POPULAÇÃO	Todos os indivíduos que tenham praticado ou que pratiquem atividades náuticas na Região Centro
TAMANHO DA AMOSTRA	258 Indivíduos
TIPO DE QUESTIONÁRIO	<i>Online</i> e Presencial
TIPO DE AMOSTRAGEM	Por conveniência
PERÍODO DO TRABALHO DE CAMPO	22 de março a 12 de maio de 2017

TABELA 28 – FICHA TÉCNICA DO QUESTIONÁRIO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

5. Análise dos resultados

5. Análise dos resultados

Este capítulo destina-se à análise de todos os resultados obtidos através dos questionários e caracteriza a amostra obtida, tendo em consideração a análise sociodemográfica do inquirido e a experiência obtida com a prática das atividades náuticas. Na primeira parte serão analisados dados como o género, a idade, o país de residência, a nacionalidade, o nível de educação, a atividade profissional e o rendimento líquido mensal do inquirido. Na segunda parte serão analisados os dados relativos à atividade náutica praticada, ao grau de formação, à frequência da prática das atividades, à estação do ano preferencial e ao ambiente escolhido para praticar os desportos náuticos. Na terceira e última parte da caracterização do inquirido enquanto turista náutico são analisadas quais as zonas da Região Centro que são visitadas para a prática de atividades náuticas, o tempo de permanência e o tipo de alojamento utilizado quando o turista se desloca à Região Centro para fazer desportos náuticos.

Ainda neste capítulo, analisa-se a prática do Turismo Náutico na Região Centro de Portugal e posteriormente explora-se a importância das motivações e da imagem do destino para o turista quando escolhe um destino turístico. Esta parte da investigação é feita em duas secções: a primeira em que se apresentam os valores obtidos através de uma análise estatística descritiva e a segunda através da análise fatorial.

5.1. Amostra efetiva

A amostra efetiva que serviu de base para este estudo é constituída por 258 inquiridos e os dados foram recolhidos entre 22 de março e 12 de maio de 2017, através da via presencial e da internet. No entanto, por haver perguntas que não são de resposta obrigatória, o número de respostas em alguns casos não corresponde ao número total de inquiridos.

5.2. Caracterização da amostra

De forma a analisar a amostra do estudo com o maior rigor possível, é feita uma caracterização dos três grandes pontos:

- [Análise sociodemográfica](#) – através do género, idade, país de residência, nacionalidade, nível de educação, atividade profissional e rendimento líquido mensal;
- [Experiência na prática das atividades náuticas](#) – relativamente às principais atividades náuticas praticadas, ao seu grau de formação enquanto praticante náutico, à frequência da prática das atividades, à estação do ano e ao tipo de ambiente prediletos;
- [Experiência de Turismo Náutico vivida pelo turista na Região Centro](#) – análise das zonas da Região Centro visitadas pelo turista para a prática destas atividades, do tempo de permanência na região e do tipo de alojamento utilizado.

5.2.1. Análise sociodemográfica

Será feita a análise às características sociodemográficas dos inquiridos, ou seja, com base nas variáveis género, idade, país de residência, nacionalidade, nível de educação, atividade profissional e rendimento líquido mensal. As variáveis analisadas para os praticantes náuticos são expostas através das estatísticas descritivas de frequência absoluta (Nº) e relativa (%) conforme indicado na tabela 29.

ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS	Nº	%
Género (N=258)		
Masculino	143	55,4
Feminino	115	44,6
Idade (N=258)		
Até 18 anos	23	8,9
19 – 25 anos	72	27,9
26 – 35 anos	56	21,7
36 – 55 anos	89	34,5
Mais de 55 anos	18	7,0
País de Residência (N=258)		
Portugal	246	95,3
Reino Unido	1	0,4
Brasil	1	0,4
França	4	1,6
China	1	0,4
Rússia	1	0,4
Austrália	4	1,6
Nacionalidade (N=258)		
Portuguesa	234	90,7
Brasileira	1	0,4
Francesa	8	3,1
Inglesa	5	1,9
Australiana	4	1,6
Espanhola	3	1,2
Cabo Verdiana	1	0,4
Russa	1	0,4
Irlandesa	1	0,4
Nível de Educação (N=255)		
Básico	7	2,7
Secundário	40	15,7
Superior	110	43,1
Pós-graduação	32	12,5
Mestrado	55	21,6
Doutoramento	11	4,3
Atividade Profissional (N=253)		
Trabalhador por conta de outrem	138	54,5
Profissional liberal/empresário	40	15,8
Estudante	61	24,1
Atleta federado/profissional	1	0,4
Desempregado	7	2,8
Reformado	6	2,4
Rendimento líquido mensal (N=221)		
Menos de 500€	39	17,6
Entre 500€ e 1000€	50	22,6
Entre 1000€ e 1500€	58	26,2
Entre 1500€ e 2000€	48	21,7
Mais de 2500€	11	5,0

TABELA 29 – CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA DE PRATICANTES NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Consoante a informação da tabela é possível identificar que o grupo de praticantes náuticos inquiridos é representado por 143 (55,4%) do género masculino e

115 (44,6%) do género feminino, estando de acordo com o que maioria dos estudos revela, que as atividades náuticas são praticadas maioritariamente por homens (Turismo de Portugal, 2006).

Da amostra total analisada, verifica-se que os principais grupos etários são compostos por praticantes dos 36 aos 55 anos (89 indivíduos), seguido dos 19 aos 25 anos (72 indivíduos) e dos 26 aos 35 anos (56 indivíduos), sendo que a amostra obtida é constituída maioritariamente por turistas residentes em Portugal (246 inquiridos). Dos indivíduos que responderam ao questionário, 234 têm nacionalidade portuguesa e os restantes (24 inquiridos) distribuem-se pelas seguintes nacionalidades: brasileira, francesa, inglesa, australiana, espanhola, caboverdiana, russa e irlandesa.

Ainda através da tabela é possível extrair que a maioria dos inquiridos possui formação superior (208 indivíduos), é trabalhador por conta de outrem (138 inquiridos) e possui um rendimento líquido mensal entre os 1000€ e 1500€ (58 indivíduos).

5.2.2. Análise da experiência da prática de Turismo Náutico

De forma a conhecer melhor o turista náutico, é necessário saber quais as principais atividades náuticas que pratica, qual o grau de formação que possui enquanto praticante náutico, a frequência com que pratica, a estação do ano e o tipo de ambiente que prefere para a sua prática.

Relativamente à atividade náutica praticada, obteve-se que as atividades que mais se destacam são a canoagem (32,6%), o remo (15,5%), o *canyoning* (12%), o surf (11,6%) e o mergulho (10,1%), conforme o gráfico 3.

Principais Atividades Náuticas

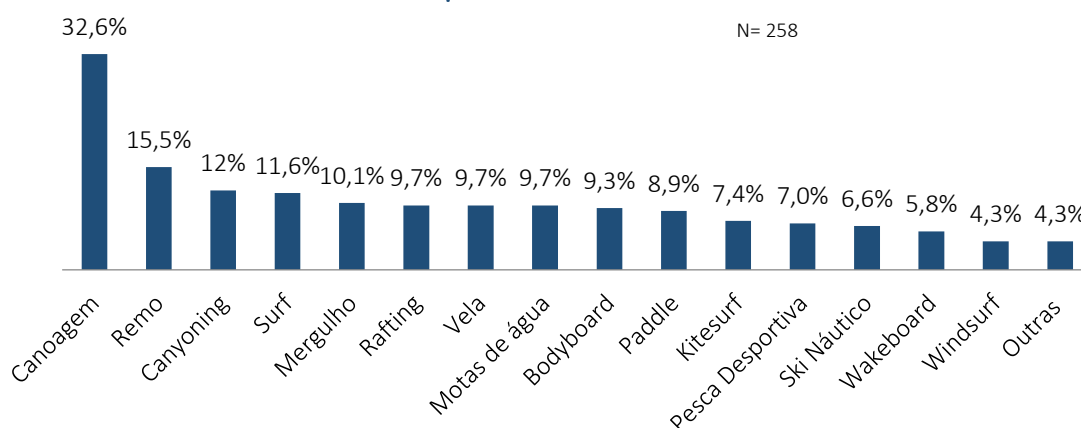


GRÁFICO 3 – PRINCIPAIS ATIVIDADES NÁUTICAS PRATICADAS NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Relativamente ao grau de formação dos inquiridos no que toca à prática de atividades náuticas é possível identificar, através da tabela 30, que cerca de 104 indivíduos (40,3%) não possuem qualquer tipo de formação, 100 indivíduos têm formação nas atividades que praticam e 54 indivíduos são atletas federados. Nesta tabela ainda se pode analisar que estas atividades são praticadas com maior frequência nas férias (140 praticantes).

ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS	Nº	%
Grau de formação (N=258)		
Atleta federado	54	20,9
Praticante com formação	100	38,8
Praticante sem formação	104	40,3
Frequência (N=239)		
1 ou 2 vezes por mês	33	13,8
2 ou 3 vezes por semana	26	10,9
1 vez por semana	11	4,6
Nas férias	140	58,6
Todos os dias	29	12,1

TABELA 30 – CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA DE PRATICANTES NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Através deste inquérito, foi possível perceber-se que o verão é a estação do ano preferida para a prática das atividades náuticas, seguindo-se da primavera, do outono e do inverno.

Estação do Ano Preferencial

N=258

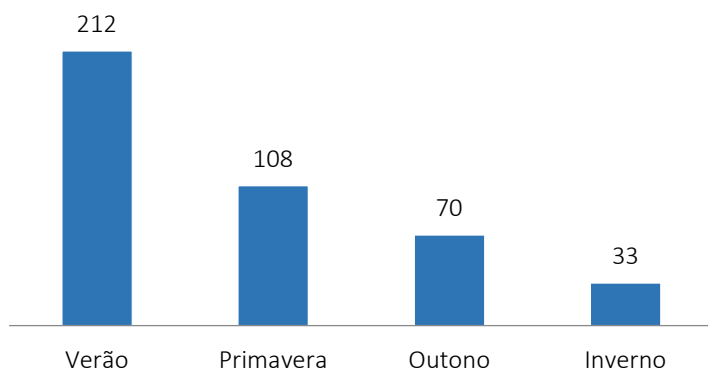


GRÁFICO 4 – ESTAÇÃO DO ANO PREFERENCIAL DOS PRATICANTES NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Esta amostra permitiu ainda perceber qual é o tipo de ambiente que o turista náutico prefere para praticar estas atividades na Região Centro, consoante o gráfico 5. A maioria dos inquiridos prefere praticar este tipo de atividades no rio, seguindo-se o mar, a barragem e o lago.

Ambiente Preferencial

N=258

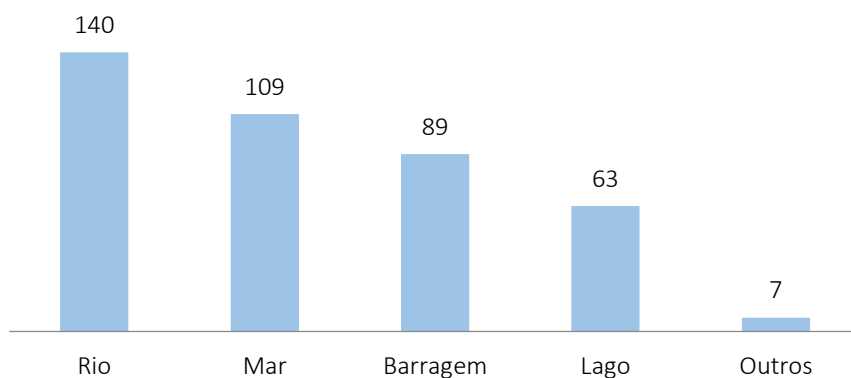


GRÁFICO 5 – AMBIENTE PREFERENCIAL DO TURISTA NÁUTICO NA REGIÃO CENTRO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

5.2.3. Caracterização da experiência de Turismo Náutico na Região Centro

Depois de feita a caracterização do turista náutico, é necessário analisar a experiência vivida na Região Centro onde se praticam as atividades. É nesta secção que se identificam quais as zonas da Região Centro visitadas para a prática dos desportos náuticos, qual a forma como se praticam as atividades, quanto tempo permanecem na região e qual o tipo de alojamento a que recorrem nesta região.

Os inquiridos na escolha da zona da Região Centro para a prática de atividades náuticas, de acordo com o gráfico 6, indicam que a zona preferencial é Aveiro (111 turistas) seguida de Coimbra (82 turistas), Viseu (77 turistas) e Figueira da Foz (57 turistas). No entanto, também Peniche (30 turistas) e a Nazaré (23 turistas) são zonas muito escolhidas pelos turistas inquiridos.

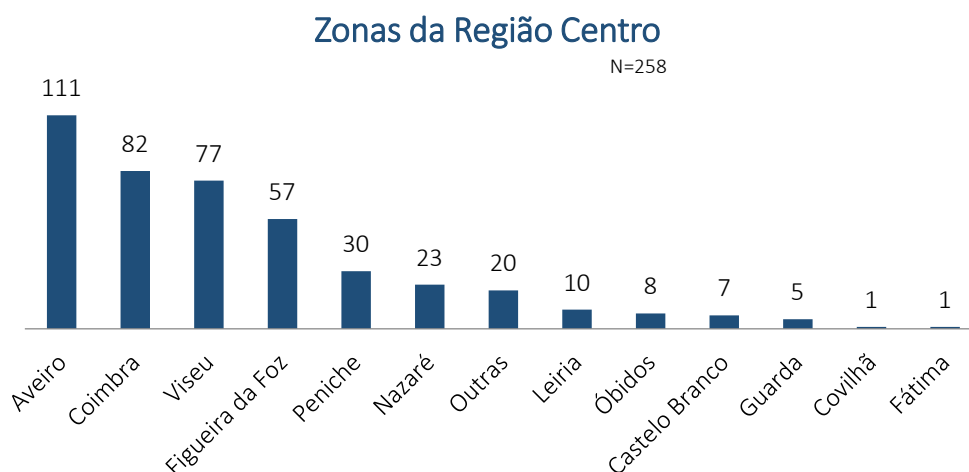


GRÁFICO 6 – ZONAS DA REGIÃO CENTRO ESCOLHIDAS COMO AS PRINCIPAIS PARA A PRÁTICA DE ATIVIDADES NÁUTICAS
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Tendo em conta a forma como são praticadas as atividades náuticas na Região Centro pelo inquirido, é possível verificar pelo gráfico 7, que 90 indivíduos praticam desportos náuticos de forma independente, 81 pessoas praticam-nos através de empresas especializadas, 81 inquiridos através de amigos e 57 indivíduos como forma de treino ou competição, pois esta era uma questão em que se poderia selecionar mais do que uma opção.

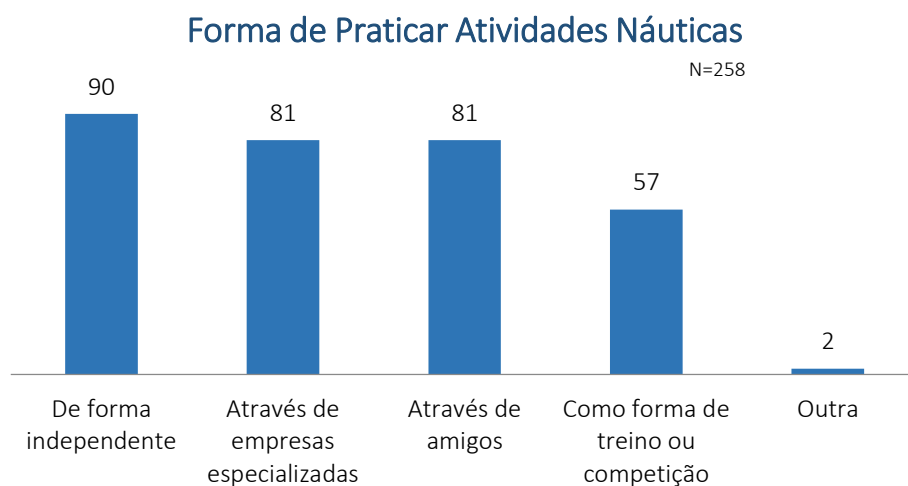


GRÁFICO 7 – FORMA DE PRATICAR ATIVIDADES NÁUTICAS NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Em relação ao tempo de permanência na Região Centro, conforme a tabela 31, os inquiridos optam por permanecer mais do que 1 semana na Região Centro (46,5%), seguindo-se de 1 dia (29,8%), 1 semana (12%) e 3 dias (11,6%). Ainda nesta tabela verifica-se que 31,8% dos inquiridos não utilizam nenhum alojamento quando se deslocam à Região Centro.

ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS	Nº	%
Permanência na Região (N=258)		
Mais do que 1 semana	120	46,5
1 semana	31	12,0
3 dias	30	11,6
1 dia	77	29,8
Alojamento (N=258)		
Nunca	82	31,8
Raramente	35	13,6
Às vezes	61	23,6
Muitas vezes	28	10,9
Sempre	52	20,2

TABELA 31 – CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA DE PRATICANTES NÁUTICOS NA REGIÃO CENTRO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Por a questão relacionada com a utilização de algum tipo de alojamento ser uma pergunta composta pelas respostas “Nunca”, “Raramente”, “Às vezes”, “Muitas vezes” e “Sempre”, os inquiridos que selecionaram as opções “Nunca” e “Raramente” não tinham de responder ao tipo de alojamento escolhido. A amostra para esta resposta era

de 141 indivíduos, no entanto poderia ser respondida mais do que uma opção de escolha.

Através do gráfico 8 é possível verificar-se que, para os turistas que utilizam alojamento na Região Centro, os principais tipos de alojamento escolhidos pelos inquiridos são a casa de amigos ou familiares (21,3%), seguindo-se os hotéis de 4 ou de 5 estrelas (15,9%), a casa própria na região (14,7%) e os parques de campismo (14%).

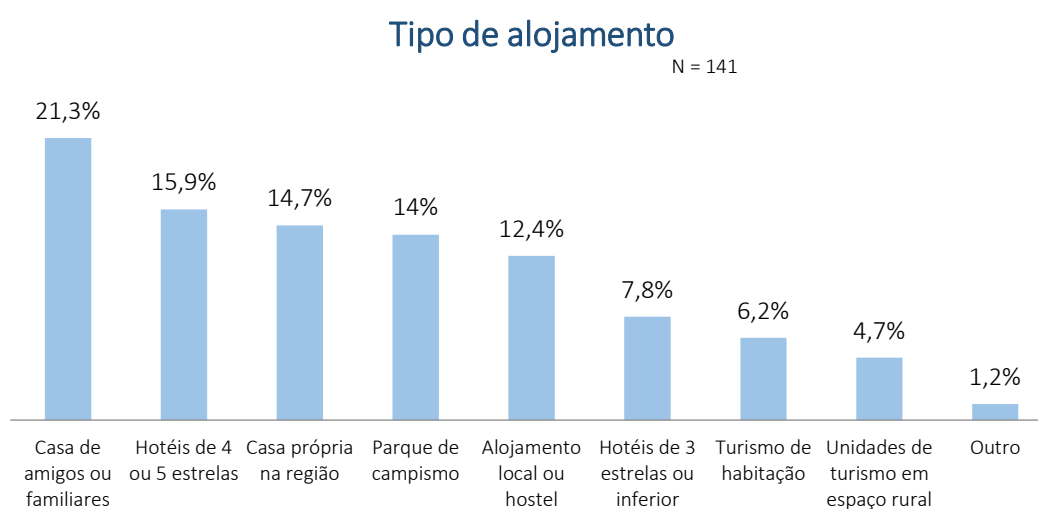


GRÁFICO 8 – TIPO DE ALOJAMENTO ESCOLHIDO PELO INQUIRIDO NA REGIÃO CENTRO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

5.3. Relevância da variável motivação no processo de decisão

De forma a determinar os fatores comuns ou as dimensões a que o turista atribui importância relativamente à escolha da Região Centro como destino náutico, utilizaram-se as técnicas de estatística descritiva e fatorial.

5.3.1. Análise descritiva

Através da elaboração da análise descritiva é possível determinar os dados da amostra, sintetizando-os através de valor único, ou seja, neste caso pretende-se

determinar quais foram as principais motivações escolhidas pelo inquirido, em conformidade com a média calculada.

Através da tabela 32 é possível verificar que há, efetivamente, algumas motivações que são mais valorizadas do que outras. Em conformidade com a escala utilizada de 1 a 5, em que 1 correspondia a “nada importante” e 5 a “muito importante”, determinam-se três variáveis com maior ênfase.

ATRIBUTOS		N	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
1	Oportunidade de desenvolver novas amizades	258	3,05	1,128
2	Usufruir de bons momentos com os amigos	258	3,91	0,950
3	Fortalecer amizades	258	3,50	1,074
4	Relaxar psicologicamente	258	4,18	0,819
5	Relaxar fisicamente	258	3,80	0,961
6	Afastamento do stress diário	258	4,11	0,846
7	Ter uma experiência de aventura	258	3,74	1,039
8	Experienciar novas emoções	258	3,67	0,995
9	Aumentar o conhecimento sobre um destino	258	3,17	1,073
10	Desfrutar de experiências em grupo	258	3,58	0,952
11	Ambiente dos locais para a prática de atividades náuticas	258	3,93	0,872
12	Diversidade dos locais para a prática de atividades náuticas	258	3,77	0,802
13	Experienciar um estilo de vida diferente	258	3,41	0,975
14	Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia	258	3,06	1,142
15	Divertir-me	258	4,35	0,745
16	Bom destino para ir com amigos ou família	258	3,90	0,977
17	Desenvolvimento pessoal	258	3,60	0,998
18	Aumentar autoconfiança	258	3,56	1,050
19	Desenvolver novas aprendizagens	258	3,67	0,995
20	Proximidade relativa à área de residência	258	3,68	1,120
21	Existência de Eventos Náuticos	258	3,09	1,217
22	Desenvolver novas competências	258	3,58	0,944
23	Conhecer novos locais	258	3,38	0,992
24	Qualidade dos serviços turísticos	258	3,33	1,960
25	Relatar a viagem aos amigos	258	2,76	1,234

TABELA 32 – ANÁLISE DESCRITIVA AOS ATRIBUTOS DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

O atributo com maior média (4,35) é “divertir-me”, seguido de “relaxar psicologicamente” (4,18) e “afastamento do stress diário” (4,11). Esta análise permite identificar que os fatores com maior média representam as características pessoais do inquirido e que são os mais valorizados quando o turista se desloca à Região Centro para a prática de atividades náuticas.

5.3.2. Análise fatorial

Este ponto baseia-se na análise fatorial de componentes principais da amostra, ou seja, pretende-se explicar a correlação existente entre as variáveis observáveis, simplificando os dados através da diminuição do número de variáveis necessárias para que seja possível descrevê-las (Pestana & Gageiro, 2003). De forma a se poder avaliar as qualidades das correlações entre as variáveis e conhecer a validade da aplicação desta análise, realizaram-se os testes de Kaiser-Meyer-Olkin e de esfericidade de Bartlett, de acordo com a tabela 33.

TESTE DE KMO E BARTLETT		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem		0,893
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	3776,624
	gl	300
	Sig.	0,000

TABELA 33 – TESTES DE KMO E BARTLETT PARA A VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

O Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) é uma medida de homogeneidade, variável entre zero e um, que compara as correlações de ordem zero com as correlações parciais que se observam entre as variáveis (Marôco, 2011). Assim, e de forma a ser possível a aplicação do modelo fatorial neste contexto, deverá existir uma correlação entre as variáveis. Após o seu cálculo, o teste KMO para as motivações de 0,893 mostra que há uma boa correlação entre as variáveis.

Para prosseguir com a análise fatorial é necessário calcular o teste de esfericidade de Bartlett que testa a hipótese da matriz das correlações ser a matriz da identidade, sendo que o seu determinante é igual a 1 (Pestana & Gageiro, 2003). Este é um método que usa os valores estimados dos *loadings*, ou pesos, e das singularidades considerando-os como valores populacionais (Marôco, 2011). De acordo com a tabela 33, o teste de esfericidade de Bartlett, com um nível de significância de 0,000, possibilita a rejeição da hipótese matriz de correlações ser a matriz identidade, indicando a existência de correlação entre as variáveis.

É então possível concluir-se que estes dois indicadores comprovam que o número de sujeitos e a matriz inicial de correlações entre as variáveis possibilitam o prosseguimento da análise fatorial, comprovando que a mesma é considerada boa.

Numa análise fatorial é necessário calcular os *loadings* e as variâncias de maneira a que, quer as covariâncias, quer as correlações previstas, sejam as mais próximas dos valores observados quanto possível. O método de extração das componentes principais é um procedimento estatístico multivariado, que possibilita a transformação de um conjunto de variáveis quantitativas iniciais correlacionadas entre si, noutro conjunto com um número de variáveis não correlacionadas inferior (Pestana & Gageiro, 2003). Assim, utiliza-se o critério de Kaiser em que se escolhem fatores com uma variância explicada superior a 1.

Neste caso, a soma dos valores próprios é igual ao número de componentes, correspondendo às 25 variáveis escolhidas. Conforme a tabela 34, foram retidas, através deste critério, 5 principais componentes que explicam 9,27%, 10,34%, 6,69%, 6,16% e 4,85% da variância, respectivamente, ou seja, estas 5 componentes explicam 65,1% da variância total.

Componentes	AUTOVALORES INICIAIS			SOMAS DE EXTRACÇÃO DE CARREGAMENTOS AO QUADRADO			SOMAS DE ROTAÇÃO DE CARREGAMENTO AO QUADRADO		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	9,266	37,066	37,066	37,066	9,266	37,066	4,292	17,166	17,166
2	2,585	10,339	47,405	2,585	10,339	47,405	3,361	13,442	30,608
3	1,671	6,684	54,089	1,671	6,684	54,089	3,272	13,089	43,697
4	1,540	6,159	60,248	1,540	6,159	60,248	3,020	12,079	55,777
5	1,213	4,851	65,099	1,213	4,851	65,099	2,331	9,322	65,099
6	0,961	3,843	68,942						
7	0,910	3,639	72,581						
8	0,822	3,288	75,869						
9	0,671	2,684	78,553						
10	0,605	2,421	80,975						
11	0,571	2,284	83,259						
12	0,478	1,914	85,173						
13	0,453	1,812	86,985						
14	0,433	1,730	88,715						
15	0,396	1,586	90,301						
16	0,344	1,376	91,677						
17	0,319	1,274	92,952						
18	0,285	1,138	94,090						
19	0,269	1,074	95,164						
20	0,255	1,022	96,186						
21	0,226	0,906	97,092						
22	0,200	0,800	97,892						
23	0,189	0,755	98,647						
24	0,182	0,727	99,374						
25	0,156	0,626	100,000						

TABELA 34 – DIMENSÕES RETIDAS E VARIÂNCIA TOTAL EXPLICADA DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Para facilitar a interpretação dos fatores são usados métodos de rotação das variáveis, sendo neste caso utilizado um método de rotação ortogonal, a rotação *Varimax*, em que são minimizados os números das variáveis com *loadings* elevados num determinado fator, conseguindo obter uma solução em que cada componente principal se aproxima de ± 1 se existir associação entre elas, ou 0 se não houver associação (Pestana & Gageiro, 2003).

Através da tabela 35 é possível obterem-se os resultados da rotação ortogonal, confirmando a existência de 5 dimensões não correlacionadas entre si, incluindo também os seus *loadings*.

		MATRIZ DE COMPONENTE ROTATIVA				
		1	2	3	4	5
7	Ter uma experiência de aventura	0,756				
8	Experienciar novas emoções	0,735				
10	Desfrutar de experiências em grupo	0,714				
15	Divertir-me	0,669				
2	Usufruir de bons momentos com os amigos	0,593				
3	Fortalecer amizades	0,571				
1	Oportunidade de desenvolver amizades	0,494				
18	Aumentar autoconfiança		0,781			
22	Desenvolver novas competências		0,722			
17	Desenvolvimento pessoal		0,672			
19	Desenvolver novas aprendizagens		0,646			
21	Existência de Eventos Náuticos		0,585			
20	Proximidade relativa à área de residência		0,549			
25	Relatar a viagem aos amigos			0,764		
24	Qualidade dos serviços turísticos			0,736		
14	Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia			0,651		
9	Aumentar o conhecimento sobre um destino			0,494		
16	Bom destino para ir com amigos ou família			0,478		
13	Experienciar um estilo de vida diferente			0,432		
23	Conhecer novos locais			0,416		
4	Relaxar psicologicamente				0,885	
6	Afastamento do <i>stress</i> diário				0,846	
5	Relaxar fisicamente				0,710	
11	Ambiente dos locais para a prática de atividades náuticas					0,832
12	Diversidade dos locais para a prática de atividades náuticas					0,823

TABELA 35 – MATRIZ DAS COMPONENTES APÓS ROTAÇÃO ORTOGONAL DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
 FONTE: ADAPTADO DOS RESULTADOS OBTIDOS DO SPSS

Ainda de forma a validar as dimensões obtidas e a conseguir-se avaliar a sua fiabilidade, foi feita uma análise à consistência interna, ou seja, a existência de respostas diferentes resultantes das diferentes opiniões dos inquiridos (Pestana & Gageiro, 2003). Assim, foi usada a medida *Alfa de Cronbach*, explicada como a

correlação que se espera obter entre a escala utilizada e as escalas hipotéticas com igual número de itens e que meçam a mesma característica, sendo que varia entre 0 e 1 (Pestana & Gageiro, 2003).

Através das tabelas 36 e 37 é possível identificar-se o uso deste indicador para as 25 variáveis, bem como para as dimensões obtidas.

ITEM	COMPONENTE	LOADING	ALFA DE CRONBACH SE O ITEM FOR EXCLUÍDO
Dimensão 1: Divertimento			
7	Ter uma experiência de aventura	0,756	0,837
8	Experienciar novas emoções	0,735	0,836
10	Desfrutar de experiências em grupo	0,714	0,840
15	Divertir-me	0,669	0,852
2	Usufruir de bons momentos com os amigos	0,593	0,844
3	Fortalecer amizades	0,571	0,842
1	Oportunidade de desenvolver novas amizades	0,494	0,854
Dimensão 2: Experiência na prática de atividades náuticas			
18	Aumentar autoconfiança	0,781	0,766
22	Desenvolver novas competências	0,722	0,776
17	Desenvolvimento pessoal	0,672	0,781
19	Desenvolver novas aprendizagens	0,646	0,781
21	Existência de Eventos Náuticos	0,585	0,817
20	Proximidade relativa à área de residência	0,549	0,849
Dimensão 3: Conhecimento do destino			
25	Relatar a viagem aos amigos	0,764	0,851
24	Qualidade dos serviços turísticos	0,736	0,854
14	Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia	0,651	0,841
9	Aumentar o conhecimento sobre um destino	0,494	0,843
16	Bom destino para ir com amigos ou família	0,478	0,865
13	Experienciar um estilo de vida diferente	0,432	0,856
23	Conhecer novos locais	0,416	0,848
Dimensão 4: Relaxamento			
4	Relaxar psicologicamente	0,885	0,690
6	Afastamento do <i>stress</i> diário	0,846	0,869
5	Relaxar fisicamente	0,710	0,729
Dimensão 5: Potencialidade do local			
11	Ambiente dos locais para a prática de atividades náuticas	0,832	0,000
12	Diversidade dos locais para a prática de atividades náuticas	0,823	0,000
<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items (25)</i>			0,925

TABELA 36 – DIMENSÕES, DESCRIÇÃO DOS ITENS E COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

A tabela 37 indica os valores obtidos através do coeficiente *Alfa de Cronbach* e conclui-se que, de acordo com a sua definição, todas as dimensões têm uma boa consistência interna (Pestana & Gageiro, 2003).

COMPONENTE	Nº DE ITENS	ALFA DE <i>CRONBACH</i>
Divertimento	7	0,863
Experiência na prática de atividades náuticas	6	0,824
Conhecimento do destino	7	0,870
Relaxamento	3	0,827
Potencialidade do local	2	0,813

TABELA 37 – NÚMERO DE ITENS E COEFICIENTE ALFA DE *CRONBACH* PARA AS DIMENSÕES DA VARIÁVEL MOTIVAÇÃO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

5.4. Relevância da variável imagem do destino no processo de decisão

Conforme realizado para a variável motivação, será importante determinar quais os fatores ou as dimensões a que o turista atribui maior importância relativamente ao método de escolha da Região Centro como um destino náutico, sendo também utilizadas as técnicas de estatística descritiva e fatorial.

5.4.1. Análise descritiva

Ao realizar a análise descritiva consegue-se determinar os dados da amostra, sintetizando-os através de um valor único, isto é, neste caso pretende-se determinar quais foram os principais atributos da imagem do destino valorizados pelo inquirido, em conformidade com a média calculada.

Através da tabela 38 é possível verificar que há alguns fatores relativos à imagem do destino que são mais valorizados do que outros. Em conformidade com a escala utilizada de 1 a 5, em que 1 correspondia a “nada importante” e 5 a “muito importante”, determinam-se quatro variáveis com maior ênfase.

	ATRIBUTOS	N	MÉDIA	DESVIO-PADRÃO
1	Grande variedade de fauna e flora	258	3,48	1,088
2	Paisagens e beleza natural	258	3,95	0,868
3	Destino turístico atraente	258	3,73	0,906
4	Entretenimento na região	258	3,41	0,995
5	Animação noturna	258	2,97	1,148
6	Oportunidade de prática de atividades ao ar livre	258	4,06	0,818
7	Segurança do local	258	4,16	0,755
8	Ambiente limpo e agradável	258	4,19	0,721
9	Hospitalidade e acolhimento	258	3,89	0,766
10	Clima agradável	258	4,11	0,844
11	Parques, lagos e rios fantásticos	258	3,91	0,886
12	Boa gastronomia	258	3,97	0,884
13	Vasta seleção de bares e restaurantes	258	3,41	1,048
14	Boas acessibilidades	258	3,86	0,869
15	Grande variedade de alojamentos	258	3,31	1,071

TABELA 38 – ANÁLISE DESCRITIVA AOS ATRIBUTOS DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

O fator com maior média (4,19) é “ambiente limpo e agradável”, seguido de “segurança do local” (4,16), “clima agradável” (4,11) e “oportunidade de prática de atividades ao ar livre” (4,06). Esta análise identifica que os fatores com maior média representam as características, neste caso, da Região Centro que são as mais valorizadas quando o turista se desloca à Região Centro para a prática de atividades náuticas.

5.4.2. Análise fatorial

À semelhança das motivações, para a variável imagem do destino foi feita uma análise fatorial de componentes principais.

Com base na tabela 39, o teste *KMO* apresenta um valor de 0,875 e o teste de esfericidade, com um nível de significância de 0,000, permite rejeitar a hipótese da matriz de correlações ser a matriz identidade, indicando assim a existência de correlação entre as variáveis. Estes dois indicadores permitem concluir que a análise fatorial é boa.

TESTE DE KMO E BARTLETT		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem		0,875
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	1887,268
	gl	105
	Sig.	0,000

TABELA 39 – TESTES DE KMO E BARTLETT PARA A VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Para a extração das componentes utilizou-se o critério de *Kaiser* e foram obtidas quatro componentes principais, como se pode analisar pela tabela 40, em que estas explicam 40,87%, 12,16%, 8,1% e 7,80% da variância, respetivamente, sendo que no seu conjunto, as quatro componentes explicam 68,92% da variância total composta por 15 variáveis.

Componentes	AUTOVALORES INICIAIS			SOMAS DE EXTRACÇÃO DE CARREGAMENTOS AO QUADRADO			SOMAS DE ROTAÇÃO DE CARREGAMENTO AO QUADRADO		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	6,130	40,869	40,869	6,130	40,869	40,869	2,873	19,154	19,154
2	1,824	12,158	53,027	1,824	12,158	53,027	2,728	18,187	37,341
3	1,214	8,096	61,123	1,214	8,096	61,123	2,706	18,042	55,383
4	1,169	7,795	68,918	1,169	7,795	68,918	2,030	13,535	68,918
5	0,765	5,100	74,019						
6	0,631	4,209	78,228						
7	0,547	3,644	81,872						
8	0,472	3,150	85,022						
9	0,446	2,970	87,992						
10	0,421	2,807	90,799						
11	0,351	2,342	93,140						
12	0,312	2,077	95,218						
13	0,264	1,762	96,980						
14	0,250	1,668	98,648						
15	0,203	1,352	100,000						

TABELA 40 – DIMENSÕES RETIDAS E VARIÂNCIA TOTAL EXPLICADA DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Relativamente aos resultados da rotação ortogonal *Varimax*, a tabela 41 indica a existência de quatro dimensões não correlacionadas entre si, incluindo os pesos de cada uma delas.

		MATRIZ DE COMPONENTE ROTATIVA			
		1	2	3	4
15	Grande variedade de alojamentos	0,797			
13	Vasta seleção de bares e restaurantes	0,796			
12	Boa gastronomia	0,783			
14	Boas acessibilidades	0,530			
1	Grande variedade de fauna e flora		0,834		
2	Paisagens e beleza natural		0,822		
11	Parques, lagos e rios fantásticos		0,647		
3	Destino turístico atraente		0,558		
6	Oportunidade de prática de atividades ao ar livre		0,518		
7	Segurança do local			0,818	
8	Ambiente limpo e agradável			0,809	
10	Clima agradável			0,736	
9	Hospitalidade e acolhimento			0,558	
5	Animação noturna				0,850
4	Entretenimento na região				0,831

TABELA 41 – MATRIZ DAS COMPONENTES APÓS ROTAÇÃO ORTOGONAL DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

De maneira a avaliar a credibilidade das dimensões obtidas foi desenvolvida a análise da consistência interna, novamente através do método *Alfa de Cronbach*, tendo este indicador sido calculado para as 15 variáveis e para as 4 dimensões obtidas, conforme se pode verificar pelas tabelas 42 e 43.

ITEM	COMPONENTE	LOADING	ALFA DE CRONBACH SE O ITEM FOR EXCLUÍDO
Dimensão 1: Destino de férias			
15	Grande variedade de alojamentos	0,797	0,717
13	Vasta seleção de bares e restaurantes	0,796	0,718
12	Boa gastronomia	0,783	0,763
14	Boas acessibilidades	0,530	0,814
Dimensão 2: Natureza			
1	Grande variedade de fauna e flora	0,834	0,780
2	Paisagens e beleza natural	0,822	0,734
11	Parques, lagos e rios fantásticos	0,647	0,787
3	Destino turístico atraente	0,558	0,790
6	Oportunidade de prática de atividades ao ar livre	0,518	0,808
Dimensão 3: Confiança no destino			
7	Segurança do local	0,818	0,784
8	Ambiente limpo e agradável	0,809	0,754
10	Clima agradável	0,736	0,817
9	Hospitalidade e acolhimento	0,558	0,803
Dimensão 4: Entretenimento			
5	Animação noturna	0,850	0,000
4	Entretenimento na região	0,831	0,000
<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items (15)</i>			0,889

TABELA 42 – DIMENSÕES, DESCRIÇÃO DOS ITENS E COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Com os valores obtidos para o coeficiente *Alfa de Cronbach* é possível comprovar-se que todas as dimensões têm uma boa consistência interna, pois todos os seus alfas estão compreendidos entre 0,8 e 0,9.

COMPONENTE	Nº DE ITENS	ALFA DE <i>CRONBACH</i>
Destino de férias	4	0,806
Natureza	5	0,817
Confiança no destino	4	0,834
Entretenimento e lazer	2	0,800

TABELA 43 – NÚMERO DE ITENS E COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH PARA AS DIMENSÕES DA VARIÁVEL IMAGEM DO DESTINO
FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

6. Conclusões e contribuições

6. Conclusões e contribuições

Este capítulo é destinado à apresentação das principais conclusões da investigação, tendo por base os resultados obtidos, dos principais contributos, das limitações e das recomendações para investigações futuras.

6.1. Principais conclusões da investigação

O turismo, por ser uma atividade que se articula em grande parte pelos recursos existentes num determinado território, torna-se um fator essencial e fundamental para o desenvolvimento económico de uma região. Este trabalho permite concluir que a Região Centro de Portugal tem criadas as condições naturais e patrimoniais para que seja praticado Turismo Náutico, disponibilizando uma variadíssima oferta para os praticantes deste tipo de atividade.

Assim, após ser feita uma análise abrangente ao Turismo Náutico, à Região Centro e à sua oferta náutica, foi necessário fazer uma revisão da literatura sobre o comportamento do consumidor, nomeadamente sobre as motivações e os atributos da imagem do destino que o turista mais valoriza.

A realização de um inquérito por questionário permitiu conhecer o perfil do turista náutico da Região Centro e quais são os fatores internos e externos que influenciam o turista, que condicionam e que são a condição determinante na tomada de decisão sobre a escolha de um destino turístico. Desta forma, conseguiu-se cumprir e alcançar o principal objetivo deste estudo indicado no seu próprio título: descobrir

quais são as motivações do turista para a prática do Turismo Náutico na Região Centro de Portugal.

Assim, conclui-se que o turista náutico é maioritariamente do sexo masculino, em idade ativa e com formação superior. Relativamente à nacionalidade dos inquiridos, o país com maior incidência é Portugal, havendo alguns inquiridos franceses e ingleses. Conclui-se que a maioria são praticantes de canoagem e sem formação, no entanto 20,9% dos inquiridos são atletas federados. Os participantes neste estudo praticam atividades náuticas durante as férias, sendo o verão a estação do ano preferencial e o rio o ambiente mais procurado para as praticar.

Durante as deslocações à Região Centro, o turista náutico escolhe Aveiro como principal destino turístico para fazer as atividades náuticas, praticando-as maioritariamente de forma independente; todavia muitos dos inquiridos praticam as atividades através de empresas especializadas ou através de amigos. Os inquiridos permanecem na Região Centro mais do que uma semana e na maioria das vezes recorrem a casa de amigos ou familiares ou a hotéis de 4 ou 5 estrelas como forma de alojamento.

De forma a concretizar o objetivo principal deste estudo, a identificação das motivações e da perceção da imagem do destino por parte do turista, usaram-se técnicas de estatística multivariada.

Assim, determinaram-se para a motivação cinco dimensões cujos fatores tiveram maior impacto para os turistas praticantes de atividades náuticas na Região Centro, tais como: o “Divertimento”, a “Experiência na prática de atividades náuticas”, o “Conhecimento do destino”, o “Relaxamento” e a “Potencialidade do local”. Identificou-se que o turista atribui maior importância a situações de **divertimento** caracterizado por todos os aspetos que lhe proporcionam um momento de diversão no contexto de férias, que englobam experiências de aventura e de novas emoções, experiências em grupo, divertimento, bons momentos com amigos, fortalecimento e criação de amizades. Relativamente à **experiência na prática de atividades náuticas** são importantes os fatores ligados à aprendizagem e ao conhecimento, através do desenvolvimento de

novas competências e aprendizagens quer a nível pessoal quer a nível do desporto praticado. O **conhecimento do destino**, baseia-se na perspetiva turística do destino em que são valorizados aspetos como a qualidade dos serviços turísticos, a importância de conhecer esse destino e poder dá-lo a conhecer a amigos e familiares, bem como ser um local diferente do habitual. Associados à importância dada ao **relaxamento** estão os fatores relacionados com o bem-estar do turista, sendo que englobam condições de relaxamento psicológico, físico e distanciamento do *stress* habitual. Por último o valor atribuído à **potencialidade do local**, ou seja, a importância dada ao potencial existente no destino para a prática de atividades náuticas, sendo consideradas como fatores decisivos para a escolha do local, como o ambiente e a diversidade dos locais para a prática de atividades náuticas.

Relativamente à imagem do destino foram obtidas quatro dimensões a que o turista atribui maior importância e valor quando escolhe a Região Centro como um destino turístico náutico. Desta forma identificam-se as dimensões “Destino de férias”, “Natureza”, “Confiança no destino” e “Entretenimento”. O turista atribui importância ao **destino de férias** que avalia consoante a variedade de alojamentos, a existência de variados bares e restaurantes, boa gastronomia e boas acessibilidades. A dimensão **natureza** é uma das mais importantes para o turista em que as suas características são determinantes da escolha do destino, como a variedade existente de fauna e flora, as paisagens e beleza natural, a existência de parques, lagos e rios fantásticos, bem como a atratividade do destino e da oportunidade existente para a prática de atividades ao ar livre. Também a **confiança no destino** cujas variáveis relacionadas com ser um ambiente limpo, ter um agradável clima, a hospitalidade e acolhimento, determinam a importância que o turista deposita no destino quando o escolhe. Por último o turista escolhe um destino com base no **entretenimento** existente, uma dimensão que agrega as variáveis animação noturna e entretenimento na região, o que explica o interesse do turista por atividades complementares.

Desta forma conclui-se que este estudo consegue responder claramente às questões de investigação que se propuseram, tendo sido obtida informação que permite determinar os tipos de motivação (questão 1) e os atributos valorizados na imagem do destino que atraem e influenciam o turista náutico (questão 2), as

justificações na escolha da Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas (questão 3) e ainda foi possível traçar o perfil do turista náutico que visita a Região Centro (questão 4).

6.2. Principais contributos da investigação

Em Portugal, a existência de estudos sobre o Turismo Náutico é muito reduzida, ainda mais quando se pretende obter informação sobre as regiões do interior, logo pretendeu-se que esta investigação pudesse contribuir para o aumento do conhecimento deste tema. Procurou-se que fosse um estudo que permitisse explorar o potencial natural de uma região, acabando com a ideia de que não é possível praticar atividades náuticas em regiões do interior do país. Curiosamente, este estudo mostrou que um número muito considerável de inquiridos (140) prefere praticar atividades náuticas em rios o que poderá ser uma grande oportunidade para as regiões não costeiras mas que são detentoras de rios, ribeiras e barragens perfeitamente capazes de receber estes turistas praticantes.

Pretendeu-se, ainda, conhecer o turista náutico, o seu perfil e os seus interesses na escolha de um destino turístico com condições para a prática destas atividades. O facto de este ser um estudo pioneiro e de ter sido aplicado pela primeira vez um instrumento de medida, poderá ser o ponto de partida para a criação de futuras investigações na área do comportamento do consumidor de Turismo Náutico.

Este estudo permitiu identificar os atributos motivacionais e fatores relacionados com a imagem de um destino que levam o turista náutico a deslocar-se para a Região Centro enquanto destino turístico náutico. Isto irá permitir valorizar as principais motivações do turista e identificar os aspetos menos valorizados de forma a atrair mais turistas náuticos para a região.

Através dos resultados obtidos neste estudo, os agentes económicos e a própria região deveriam posicionar-se de maneira a que a prática do Turismo Náutico fizesse parte de todas as atividades oferecidas pelos destinos. O facto de ser uma grande região, na qual existem em todos os distritos condições favoráveis à prática de

atividades náuticas, poderá tornar-se um factor competitivo e diferenciador em relação ao resto do país. Se a Região Centro posicionar a oferta de Turismo Náutico como competitiva, poderá atrair mais investimento proveniente de variados setores económicos, provocando o aumento das receitas locais. Pretende-se, também, que este estudo possa ajudar a responder às exigências do turista náutico tendo em conta a sua opinião relativamente ao alojamento, à gastronomia, à diversão, ao conhecimento do destino, entre outros.

Deverá ser, assim, um estudo que possa contribuir para a importância dada a esta região em termos do Turismo Náutico, possibilitando que os agentes que estejam envolvidos no desenvolvimento turístico possam clarificar, desenvolver e gerir a Região Centro como um destino recetor de Turismo Náutico, promovendo a região e indo ao encontro das necessidades dos turistas, de forma a que a experiência lhes seja satisfatória.

Com base neste estudo, pode-se afirmar que o Turismo Náutico na Região Centro deverá ser visto com seriedade e importância, pois poderá tornar-se uma grande oportunidade para o desenvolvimento da região em termos turísticos e económicos.

6.3. Limitações da investigação

Ao longo deste estudo foram aparecendo algumas dificuldades que se tornaram uma limitação para o desenvolvimento aprofundado deste tema, designadamente a falta de literatura acerca do Turismo Náutico quer em Portugal, quer na Região Centro do país. Outra dificuldade sentida foi o facto de existirem poucos dados estatísticos sobre o Turismo Náutico ou sobre os desportos náuticos praticados em Portugal. Os dados acerca do turismo ainda são muito gerais, não havendo informação que seja focada numa tipologia de turismo como esta. A falta de dados estatísticos relativos ao número de praticantes náuticos no país e na região, à procura de atividades náuticas por categoria ou por região e à evolução do Turismo Náutico em Portugal, tornou-se a maior adversidade encontrada ao longo deste estudo.

Também o facto de haver pouca informação ou estudos acerca do comportamento do consumidor na área do Turismo Náutico, nomeadamente sobre as motivações e a imagem do destino, tornou difícil o desenvolvimento deste tema nesta perspetiva.

Outra dificuldade sentida foi o facto de a amostra poder não ser representativa da população que pratica atividades náuticas na Região Centro, e o facto de não haver dados estatísticos sobre o número de praticantes náuticos em Portugal e nesta região, tornando impossível detetar o erro da amostra.

Também é um obstáculo a ideia que as pessoas ainda têm acerca deste tipo de turismo, pois quando se fala em Turismo Náutico ainda se associa este tipo de turismo a zonas costeiras, como o Algarve ou Lisboa.

6.4. Recomendações para investigações futuras

Em futuros trabalhos poderá ser interessante fazer uma abordagem mais aprofundada acerca deste tema, no que toca ao desenvolvimento de entrevistas exploratórias, de forma a obter uma perspetiva mais concreta acerca da opinião do turista enquanto praticante náutico. Seria também uma grande vantagem para este estudo conseguir entrevistar empresas do ramo náutico-turístico e a entidade Turismo do Centro, para compreender que melhorias seriam importantes para o crescimento da Região Centro enquanto região recetora de turistas náuticos.

Seria importante conseguir perceber o que é mais relevante para o turista no que toca às diferenças entre os destinos costeiros e os destinos de interior relativamente à prática de atividades náuticas, conseguindo compreender qual a importância que é dada a este tipo de turismo nestes destinos.

Também seria interessante analisar qual o valor despendido pelo turista na prática de atividades náuticas na Região Centro, percebendo de que forma contribuem para a economia da região. Determinar se existem diferenças entre o atleta federado e o praticante náutico sem formação poderão ser uma mais-valia para se criarem

condições adequadas para estes dois tipos de turistas. Seria, igualmente, importante alargar o estudo no sentido de perceber que meios de informação influenciaram o turista para se deslocar à Região Centro e analisar se tencionam voltar à região, a sua satisfação e a possibilidade de recomendarem a Região Centro como um destino turístico para a prática de atividades náuticas.

Através deste estudo foi possível verificar que, apesar da proximidade, há uma pequena percentagem de turistas espanhóis que são pouco frequentadores dos cais de amarração da Região Centro. Assim, seria interessante tentar compreender a causa deste fator e arranjar soluções que potenciem a proximidade existente entre Portugal e Espanha, de maneira a que haja mais turistas espanhóis a utilizar e a frequentar os cais de amarração e a praticar atividades náuticas na Região Centro.

Por último, considera-se que em futuras investigações possa ser efetuada a comparação entre as motivações e a imagem do destino para os turistas portugueses e para os estrangeiros, perceber se as dimensões encontradas podem ser replicadas para outros países recetores de Turismo Náutico e compreender se estas dimensões têm alguma relação com fatores económicos ou com as características de cada região.

- Agência Portuguesa do Ambiente (2017). *As barragens em Portugal*. Obtido de <https://www.apambiente.pt/index.php?ref=16&subref=7&sub2ref=31&sub3ref=1285>
- Aicep Portugal Global (2010). Fundo de Apoio à Internacionalização e Exportação (FAIE). Aicep Portugal Global
- Associação Bandeira Azul da Europa (2017). *Bandeira Azul*. Obtido de <https://bandeiraazul.abae.pt/plataforma/index.php?p=awarded>
- Associação Regional de Vela da Madeira (2015). *Regulamento Desportivo 2014-2015*. Obtido de <http://www.arvm.pt/%C3%89poca%202014.15/Documentos%20-%20PDF/Documenta%C3%A7%C3%A3o%20T%C3%A9cnica%20-%20CRJOR/Regulamento%20Desportivo%202014-15%20ARVM.pdf>
- Associação Regional do Centro de Pesca Desportiva (2016). *ARCPD*. Obtido de <http://www.arcpd.net/oficial/>
- Baloglu, S., & Brinberg, D. (1997). Affective images of tourism destination. *Journal of Travel Research, 35*(4), pp. 11-15.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research, 26*(4), pp. 868-897.
- Banco de Portugal (2014). *Análise do Setor do Turismo - Estudos da Central de Balanços*.
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research, 31*(3), pp. 657-681.
- Buckley, R. C. (2007). Adventure tourism products: price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management, 28*(6), pp. 1428-1433.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21*(1), pp. 97-116.
- Câmara Municipal de Ílhavo (2017). *Agenda Desporto Municipal*. Obtido de Câmara Municipal de Ílhavo: <http://www.cm-ilhavo.pt>
- Câmara Municipal de Torres Vedras (2017). *Santa Cruz Ocean Spirit - Festival Internacional de Desportos de Ondas*. Obtido de <http://www.oceanspirit.pt/>
- Carrasco, S. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Cuadernos de Turismo, 7*, pp. 67-80.
- Carrasco, S. (2002). El turismo náutico en el mediterráneo. *Cuadernos de Turismo, 9*, pp. 19-32.
- Carvalho, J. E. (2009). *Metodologia do Trabalho Científico*. Lisboa: E. Editora, Ed.

- Carvalho, P., & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Port Cien Desp*, 9, pp. 122-132.
- Castro, C. B., Armario, E. M., & Ruiz, D. M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behaviour. *Tourism Management*, 28(1), pp. 175-187.
- CCDRC (2015). *Mapas da Região Centro*. Obtido de Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro: http://www.ccdrc.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=367&Itemid=249
- Chon, K. S. (1992). The role of destination image in tourism: An extension. *Tourist Review*, 47(1), pp. 2-8.
- Clube Náutico Boca da Barra (2016). *Calendário de Regatas - Região Norte 2016/2017*. Obtido de Associação Regional de Vela do Norte: <http://www.cnbb.pt/wp-content/uploads/2016/10/Calendario-Reg-2016-2017-final.pdf>
- Clube Náutico Boca da Barra (2017). *CNBB*. Obtido de <http://www.cnbb.pt/>
- Clube Náutico da Figueira da Foz (2017). *CNAFF - Clube Náutico da Figueira da Foz*. Obtido de <http://www.cnaff.pt>
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2013). *Plano de Ação Regional 2014-2020*.
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2014). *Programa Operacional Regional do Centro 2014-2020: CRER 2020*.
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2017). *CCDRC*. Obtido de <http://www.ccdrc.pt/>
- Cooper, W. (2010). *Yachts and Yachting being a treatise on building, sparing, canvassing, sailing and the general management of yachts*. Memphis, Tennessee, USA: General Books.
- Crandall, R. (1980). Motivations for Leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), pp. 45-54.
- Dann, G. (1996). Tourist Images of a Destination: An Alternative Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(1), pp. 41-55.
- Deloitte (2014). *Atlas da Hotelaria 2014*. Obtido de Deloitte: <http://atlasdahotelaria.com/2014/#nav-analise-regional>
- Echtner, C., & Ritchie, J. (1993). The measurement of destination image: an empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), pp. 3-13.
- Entidade Regional de Turismo Centro (2013). *Projeto: Plano de Marketing da Turismo Centro de Portugal*.

- Federação Portuguesa de Canoagem (2017). *Calendário 2017*. Obtido de Federação Portuguesa de Canoagem: <http://www.fpcanoagem.pt/eventos>
- Federação Portuguesa de Canoagem (2017). *FPCanoagem*. Obtido de <http://www.fpcanoagem.pt/>
- Federação Portuguesa de Motonáutica - UPD (2017). *FPMotonautica*. Obtido de <http://www.fpmotonautica.org/site/>
- Federação Portuguesa de Natação (2017). *FPNatação*. Obtido de <http://www.fpnatacao.pt/>
- Federação Portuguesa de Remo (2017). *Calendário Nacional*. Obtido de Federação Portuguesa de Remo: <http://www.fpremo.pt/competicoes-calendario>
- Federação Portuguesa de Surf (2017). *Calendário*. Obtido de Portuguese Surfing Federation : <http://www.surfingportugal.com>
- Federação Portuguesa de Vela (2017). *Calendário Anual de Provas - Época 2016/2017*. Obtido de <http://www.fpvela.pt/portal/page/portal/FPV>
- Fluker, M. R., & Turner, L. W. (2000). Needs, motivations and expectations of a commercial whitewater rafting experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), pp. 380-389.
- Fundação Calouste Gulbenkian (2016). *Portugal no Centro*. Lisboa.
- Gartner, W. (1993). Image formation process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), pp. 191-215.
- Gunn, C. (1988). *Vacationscape: designing tourist regions*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Hanqin, Z. Q., & Lam, T. (1999). An analysis of Mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), pp. 587-594.
- Infovini (2009). *Infovini - O portal do vinho português*. Obtido de <http://www.infovini.com>
- Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (2017). *ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas*. Obtido de <http://www.icnf.pt>
- Instituto Geográfico Português (2005). *Atlas de Portugal*. IGP: Lisboa: ISBN:972-8867-14-X., p.275.
- Instituto Nacional de Estatística (2015a). *Anuário Estatístico da Região Centro*. Lisboa: INE.
- Instituto Nacional de Estatística (2015b). *Atividade Turística manteve resultados positivos -2014*. Obtido de: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=224678651&DESTAQUESmodo=2.

- Instituto Nacional de Estatística (2016a). *Estatísticas do Turismo: 2015*. Obtido de INE: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOEspub_boui=265858123&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística (2016b). *Atividade Turística manteve resultados positivos - 2015*. Obtido de: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=249991832&DESTAQUESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística (2016c). *Anuário Estatístico da Região Centro 2015*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Instituto Nacional de Estatística (2016d). *Conta Satélite do Mar 2010-2013*. Obtido de INE: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=261965629&DESTAQUESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística (2017). *Região Centro em Números 2015*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Jarvis, N., & Blank, C. (2011). The Importance of Tourism Motivations Among Sport Event Volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), pp. 129-147.
- Jornal de Negócios (2017). *Supercampeão Nelo investe 10 milhões para produzir caiaques na ex-Qimonda*. Obtido de Jornal de Negócios: Empresas: <http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/supercampeao-nelo-investe-10-milhoes-para-produzir-caiaques-na-ex-qimonda>
- Jovanovic, T., Dragin, A. A., & Pavic, D. (2013). What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8), pp. 858-872.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp. 216-237.
- Kovacic, M., Grzetic, Z., & Boskovic, D. (2011). Selecting the location of a nautical tourism port by applying Promethee and Gaia Methods - Case study - croatian northern adriatic. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), pp. 221-232.
- Lopes, E. (2009). *O Hypercluster da Economia do Mar. Um domínio de potencial estratégico para o desenvolvimento da economia portuguesa*. Lisboa: Saer/ACL.
- Luck, M. (2007). *Nautical Tourism: Concepts and issues*. New York, USA: Cognizant Communication Corporation.
- Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com Utilização do SPSS (5ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: the central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), pp. 21-27.

- Ministério do Turismo do Brasil (2010). *Turismo Náutico: orientações básicas, 3ª Edição*. Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação.
- Miss Sumol Cup (2016). Obtido de <http://misssumolcup.com/>
- Mohammad, B., & Som, A. (2010). An analysis of push and pull travel motivation of foreign tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), pp. 41-50.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York : Springer-Verlag.
- Pearce, P. L., & Lee, U.I. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), pp. 226-237.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2003). *Análise de Dados para Ciências Sociais - A complementariedade do SPSS (3ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Plog Research, Incorporation (1999a). *The 1999 American traveler survey: Oklahoma as a destination*.
- Plog Research, Incorporation (1999b). *Traveler's awareness and perception of Oklahoma as a leisure destination*.
- Pordata (2015). *Números dos municípios e regiões de Portugal - Quadro Resumo: Centro*. Obtido de www.pordata.pt.
- Pordata (2017). *Praticantes desportivos federados: total e por todas as federações desportivas*. Obtido de Fundação Francisco Manuel dos Santos: <http://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>
- PWC (2014). *Desafios do Turismo em Portugal 2014*. Obtido de https://www.pwc.pt/pt/publicacoes/imagens/2014/pwc_desafios_do_turismo.pdf
- PWC (2016). *Náutica de Recreio em Portugal - Uma Perspetiva da Procura*. Obtido de www.pwc.pt.
- Quercus (2016a). *Listagem das praias com qualidade de ouro 2016*. Obtido de Associação Nacional de Conservação da Natureza: <http://www.quercus.pt/images/PDF/Praias/Listagem%202016.pdf>
- Quercus (2016b). *Quercus classifica 382 praias com Qualidade de Ouro em 2016*. Obtido de Associação Nacional de Conservação da Natureza: <http://www.quercus.pt/comunicados/2016-col-150/maio/4754-quercus-classifica-382-praias-com-qualidade-de-ouro-em-2016>
- Quercus (2017a). *Associação Nacional de Conservação da Natureza*. Obtido de www.quercus.pt

- Quercus (2017b). *Listagem das praias com qualidade de ouro 2017*. Obtido de Associação Nacional de Conservação da Natureza: <http://www.quercus.pt/images/PDF/Listagem%202017.pdf>
- Reisinger, Y., & Turner, L. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Reynolds, W. (1965). The role of the consumer in image building. *California Management Review*, 7(3), pp. 69-76.
- Russell, J. A., & Pratt, G. (1980). A Description of the Affective Quality Attributed to Environments, 38(2). *Journal of Personality and Social Psychology*, pp. 311-322.
- Ryan, C., & Glendon, I. (1998). Application of Leisure Motivation Scale to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(1), pp. 169-184.
- Shiffman, L. G., & Kanuk, L. I. (2004). *Consumer behaviour (8th ed.)*. New York: Prentice Hall.
- Sousa, A. L., & Xavier, L. M. (2015). O Turismo Náutico e o desenvolvimento do turismo em Brasília: O estudo do evento F1H20. *Destarte*, 5(1), pp. 43-71.
- Sousa, J. F., Fonseca, M., Fernandes, A., & Galiaú, S. (2011). *A náutica de recreio como factor de desenvolvimento local: o caso do estuário do Tejo*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Surf at Night (2017). *Surf at Night*. Obtido de <http://www.surfatnight.org/>
- Travel BI (2015a). *Estudo de Satisfação dos Turistas - Eventos de Surf*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/estudodesatisfacaodosturistaseventosdesurf.aspx>
- Travel BI (2015b). *Inquérito a Turistas*. Turismo de Portugal.
- Travel BI (2016a). *Anuário das Estatísticas do Turismo - 2015*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/Anuariodasestat%C3%ADsticasdoturismo2015.aspx>
- Travel BI (2016b). *Portugal 2016: Atividade Turística*. Obtido de <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/atividade-turistica-2016.aspx>.
- Travel BI (2017a). *Análise Regional: 2016*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/analiserregional2016.aspx>
- Travel BI (2017b). *Análise Regional: Abril 2017*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/analiserregionalabril2017.pdf>
- Travel BI (2017c). *Oferta Hoteleira Série - 2010/2017*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/BI/paginas/default.aspx?datasetId=BAA80293F41C4668A233A922966D65DD>

Travel BI (2017d). *Turismo de Portugal*. Obtido de <http://travelbi.turismodeportugal.pt>

Travel BI (2017e). *Análise Comparativa - Portugal e Países da Bacia do Mediterrâneo*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Mercados/analisedosprincipaismercadosconcorrentesfevereiro2017.pdf>

Turismo de Portugal (2006). *Turismo Náutico*. Lisboa: Turismo de Portugal, ip.

Turismo de Portugal (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo - Para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo - Revisão e Objetivos 2013-2015*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal (2015a). *Cruzeiros e Portos Marítimos*. Obtido de Turismo de Portugal: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/Cruzeiroseportosmaritimos2015.aspx>

Turismo de Portugal (2015b). *Turismo 2020 - Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal (2017a). *Estratégia Turismo 2027*. Obtido de Turismo de Portugal, I.P.: <http://estrategia.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal (2017b). *Visit Portugal*. Obtido de Turismo de Portugal: <https://www.visitportugal.com>

Turismo do Centro de Portugal (2017a). *Apoio ao Investidor*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/apoio-ao-investidor/>

Turismo do Centro de Portugal (2017b). *Desportos Náuticos*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/um-mar-de-desportos-nauticos-para-descobrir/>

Turismo do Centro de Portugal (2017c). *Gastronomia e Vinhos do Centro de Portugal*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/gastronomia-e-vinhos-do-centro-de-portugal/>

Turismo do Centro de Portugal (2017d). *O Centro*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/>

Turismo do Centro de Portugal (2017e). *Os Encantos Protegidos do Centro de Portugal*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/os-encantos-protegidos-do-centro-de-portugal/>

Turismo do Centro de Portugal (2017f). *Praias oceânicas*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/praias-oceanicas/>

Turismo do Centro de Portugal (2017g). *Rota do Vinho - Percursos do Oeste*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/rota-do-vinho-percursos-do-oeste/>

Turismo do Centro de Portugal (2017h). *Surf no Centro de Portugal*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/surf-no-centro-de-portugal/>

- Turismo do Centro de Portugal (2017i). *Termas: além do relaxamento*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/termas-alem-do-relaxamento/>
- Turismo do Centro de Portugal (2017j). *Vinhos da Bairrada*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/vinhos-da-bairrada/>
- Turismo do Centro de Portugal (2017k). *Vinhos da Beira Interior*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/vinhos-da-beira-interior/>
- Turismo do Centro de Portugal (2017l). *Vinhos do Dão*. Obtido de <http://turismodocentro.pt/artigo/vinhos-do-dao/>
- Veal, A. (1994). *Research Methods for Leisure and Tourism (4ª ed.)*. Logman Information and Reference.
- Vicente, P., Reis, E., & Ferrão, F. (1996). *Sondagens - A amostragem como factor decisivo da qualidade*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A general model of travel destination choice. *Journal of Travel Research*, 27(4), pp. 8-14.
- World Tourism Organization (1999). *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: World Tourism.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), pp. 45-56.
- Zamith, J. (2012). Turismo náutico português em destaque na Rede Atlântica. Intercéltica - Associação cultural, desportiva e turística: Press release: ref.ª 8 de Março 2012.

Anexos

ANEXO I – IDENTIFICAÇÃO DAS PRAIAS DA REGIÃO CENTRO COM BANDEIRA AZUL E DE OURO

• Identificação das Praias Costeiras na Região Centro com Bandeira Azul e Bandeira de Ouro em 2017

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA	BANDEIRA AZUL 2017	BANDEIRA OURO 2017
Praia de Monte Branco	Murtosa - Aveiro	Costeira	X	X
Praia da Torreira	Murtosa - Aveiro	Costeira	X	X
Praia do Bico	Murtosa - Aveiro	Costeira	X	
Praia da Costa Nova	Ílhavo - Aveiro	Costeira	X	X
Praia da Barra	Ílhavo - Aveiro	Costeira	X	X
Praia do Areão	Vagos - Aveiro	Costeira	X	X
Praia do Labrego	Vagos - Aveiro	Costeira		X
Praia da Vagueira	Vagos - Aveiro	Costeira	X	X
Praia de São Jacinto	Aveiro	Costeira	X	X
Praia de Cortegaça	Ovar - Aveiro	Costeira	X	X
Praia de Esmoriz	Ovar - Aveiro	Costeira	X	
Praia do Furadouro	Ovar - Aveiro	Costeira	X	X
Praia do Torrão do Lameiro/ Marreta	Ovar - Aveiro	Costeira	X	X
Praia de São Pedro da Maceda	Ovar - Aveiro	Costeira	X	
Praia de Buarcos	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira	X	X
Praia da Costa de Lavos	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira		X
Praia da Cova Gala	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira	X	X
Praia da Figueira da Foz	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira	X	X
Praia da Murtinheira	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira		X
Praia de Quiaios	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira	X	X
Praia de Leirosa	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira	X	X
Praia da Tamargueira	Figueira da Foz - Coimbra	Costeira		X
Praia de Mira	Mira - Coimbra	Costeira	X	X
Praia do Poço da Cruz	Mira - Coimbra	Costeira	X	X
Praia do Palheiro	Cantanhede - Coimbra	Costeira		X
Praia da Tocha	Cantanhede - Coimbra	Costeira	X	X
Praia do Salgado	Nazaré - Oeste	Costeira		X
Praia da Nazaré	Nazaré - Oeste	Costeira		X
Reserva da Biosfera das Berlengas	Peniche - Leiria	Costeira		
Praias do Baleal Norte / Sul / Campismo	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia da Gamboa	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia de Peniche de Cima	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia de S. Bernardino	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia da Consolação / Norte	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia da Cova de Alfarroba	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia do Medão - Supertubos	Peniche - Leiria	Costeira		X

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA	BANDEIRA AZUL 2017	BANDEIRA OURO 2017
Praia do Porto da Areia Sul	Peniche - Leiria	Costeira		X
Praia de Água de Madeiros	Alcobaça - Leiria	Costeira		X
Praia de Légua	Alcobaça - Leiria	Costeira		X
Praia da Pedra do Ouro	Alcobaça - Leiria	Costeira		X
Praia de Paredes de Vitória	Alcobaça - Leiria	Costeira		X
Praia da Polvoeira	Alcobaça - Leiria	Costeira		X
Praia de São Pedro de Moel	Marinha Grande - Leiria	Costeira		
Praia de Pedras Negras	Marinha Grande - Leiria	Costeira		X
Praia Velha	Marinha Grande - Leiria	Costeira		X
Praia do Osso da Baleia	Pombal - Leiria	Costeira	X	X
Praia da Foz do Arelho - Lagoa	Caldas da Rainha - Leiria	Costeira		X
Praia do Mar	Caldas da Rainha - Leiria	Costeira		X
Praia de Pedrogão Centro/Sul	Coimbrão - Leiria	Costeira	X	X
Praia do Bom Sucesso	Óbidos - Leiria	Costeira		X
Praia do Rei do Cortiço	Óbidos - Leiria	Costeira		X
Praia D'el Rei	Óbidos - Leiria	Costeira		X

- Identificação das Praias Fluviais na Região Centro com Bandeira Azul e Bandeira de Ouro em 2017

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA	BANDEIRA AZUL 2017	BANDEIRA OURO 2017
Praia da Quinta do Barco	Sever do Vouga - Aveiro	Fluvial	X	X
Praia do Alvôco das Várzeas	Oliveira do Hospital - Coimbra	Fluvial	X	
Praia da Senhora da Graça	Lousã - Coimbra	Fluvial	X	
Praia da Bogueira	Lousã - Coimbra	Fluvial	X	
Praia dos Olhos da Fervença	Cantanhede - Coimbra	Fluvial		X
Praia de Canaveias	Góis - Coimbra	Fluvial	X	
Praia de Peneda	Góis - Coimbra	Fluvial	X	X
Praia do Pego Escuro	Góis - Coimbra	Fluvial		X
Praia do Reconquinho	Penacova - Coimbra	Fluvial	X	X
Praia do Vimieiro	Penacova - Coimbra	Fluvial	X	
Praia de Piódão	Arganil - Coimbra	Fluvial	X	
Praia de Peneda Cascalheira - Secarias	Arganil - Coimbra	Fluvial	X	X
Praia do Pessegueiro	Pampilhosa da Serra - Coimbra	Fluvial		X
Praia da Barragem de Santa Luzia	Pampilhosa da Serra - Coimbra	Fluvial		X
Praia de Palheiros e Zorro	Coimbra	Fluvial	X	X
Praia Lapa dos Dinheiros	Seia - Guarda	Fluvial	X	

IDENTIFICAÇÃO DA PRAIA	LOCAL - DISTRITO	CATEGORIA	BANDEIRA AZUL 2017	BANDEIRA OURO 2017
Praia de Loriga	Seia - Guarda	Fluvial	X	X
Praia do Vale do Rossim	Gouveia - Guarda	Fluvial		X
Praia de Valhelhas	Guarda	Fluvial		X
Praia do Castanheiro ou Lago Azul	Ferreira do Zêzere - Santarém	Fluvial		X
Praia do Carvoeiro	Mação - Santarém	Fluvial		X
Praia do Vergancinho	Mação - Santarém	Fluvial		
Praia de Fróia	Proença-a-Nova - Castelo Branco	Fluvial		X
Praia de Fernandaires	Vila de Rei - Castelo Branco	Fluvial		X
Praia de Zaboeira	Vila de Rei - Castelo Branco	Fluvial		X
Praia de Alverangel	Barragem de Castelo de Bode - Tomar	Fluvial		X
Praia de Montes	Barragem de Castelo de Bode - Tomar	Fluvial		X
Praia da Folgosa	Castro Daire - Viseu	Fluvial		X

ANEXO II

ESTGV – ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE VISEU – MESTRADO EM
GESTÃO TURÍSTICA

“As motivações do turista para a prática de Turismo Náutico na Região Centro de Portugal”.

Este questionário é realizado no âmbito de uma dissertação do mestrado em Gestão Turística da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, com o tema “As motivações do turista para a prática de Turismo Náutico na Região Centro de Portugal”. Os dados serão usados unicamente para fins científicos e são de natureza confidencial.

Pretende-se que seja respondido exclusivamente por praticantes de desportos náuticos.

Obrigado pela sua colaboração.

QUESTIONÁRIO

Local: _____

Data: ____ - ____ - ____

PARTE I – Prática de atividades náuticas

As seguintes questões têm como objetivo caracterizar o praticante náutico, conhecendo a sua experiência, os seus hábitos e comportamentos.

1.1. Quais são as principais atividades náuticas que pratica?

- | | | |
|------------------------------------|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Canoagem | <input type="checkbox"/> Kitesurf | <input type="checkbox"/> Rafting |
| <input type="checkbox"/> Canyoning | <input type="checkbox"/> Motas de Água | <input type="checkbox"/> Ski Náutico |
| <input type="checkbox"/> Bodyboard | <input type="checkbox"/> Paddle | <input type="checkbox"/> Vela |
| <input type="checkbox"/> Mergulho | <input type="checkbox"/> Wakeboard | <input type="checkbox"/> Outra: _____ |
| <input type="checkbox"/> Remo | <input type="checkbox"/> Surf | |
| <input type="checkbox"/> Windsurf | <input type="checkbox"/> Pesca Desportiva | |

1.2. Qual o seu grau de formação neste tipo de atividades?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Atleta federado | <input type="checkbox"/> Praticante com formação | <input type="checkbox"/> Praticante sem formação |
|--|--|--|

1.3. Qual a frequência com que pratica atividades náuticas?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ou 2 vezes por mês | <input type="checkbox"/> Nas férias |
| <input type="checkbox"/> 2 ou 3 vezes por semana | <input type="checkbox"/> Todos os dias |
| <input type="checkbox"/> 1 vez por semana | <input type="checkbox"/> Outra: _____ |

1.4. Qual a estação do ano em que prefere praticar estas atividades?

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Primavera | <input type="checkbox"/> Verão | <input type="checkbox"/> Outono | <input type="checkbox"/> Inverno |
|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|

1.5. Que tipo de ambiente prefere para a prática destas atividades?

- Mar
- Lago
- Rio
- Barragem
- Outro: _____

1.6. Em que zonas da Região Centro costuma praticar estas atividades?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Aveiro | <input type="checkbox"/> Óbidos | <input type="checkbox"/> Leiria |
| <input type="checkbox"/> Fátima | <input type="checkbox"/> Coimbra | <input type="checkbox"/> Viseu |
| <input type="checkbox"/> Nazaré | <input type="checkbox"/> Figueira da Foz | <input type="checkbox"/> Outras: _____ |
| <input type="checkbox"/> Castelo Branco | <input type="checkbox"/> Peniche | |
| <input type="checkbox"/> Guarda | <input type="checkbox"/> Covilhã | |

1.7. Quanto tempo permanece na Região Centro para a prática destas atividades?

- Mais do que 1 semana
- 1 semana
- 3 dias
- 1 dia

1.8. De que maneira pratica as atividades náuticas?

- Como forma de treino/competição
- Através de empresas especializadas
- Através de amigos
- De forma independente
- Outros: _____

1.9. Quando se desloca para a prática de atividades náuticas, utiliza algum tipo de alojamento?

(1= Nunca; 5= Sempre)

- 1 | 2 | 3 | 4 | 5

1.10. Que tipo de alojamento costuma utilizar?

- Casa de amigos ou familiares
- Hotéis de 4 ou 5 estrelas
- Hotéis de 3 estrelas ou inferior
- Alojamento Local ou Hostel
- Turismo de Habitação
- Unidades de Turismo em Espaço Rural
- Parque de Campismo
- Casa própria na Região
- Outro: _____

PARTE II – Relevância dos atributos no processo de decisão

As questões deste grupo pretendem ser úteis para compreender quais as motivações do praticante náutico e quais as suas percepções sobre a imagem da Região Centro como um destino turístico.

2.1. Qual a importância dos seguintes atributos na sua decisão quando escolhe a Região Centro como um destino para a prática de desportos náuticos? Classifique de 1 a 5 (1- Nada importante; 5- Muito importante).

		1	2	3	4	5
1	Oportunidade de desenvolver novas amizades					
2	Usufruir de bons momentos com os amigos					
3	Fortalecer amizades					
4	Relaxar psicologicamente					
5	Relaxar fisicamente					
6	Afastamento do <i>stress</i> diário					
7	Ter uma experiência de aventura					
8	Experienciar novas emoções					
9	Aumentar o conhecimento sobre um destino					
10	Desfrutar de experiências em grupo					
11	Ambiente dos locais para a prática das atividades náuticas					
12	Diversidade de locais para a prática das atividades náuticas					
13	Experienciar um estilo de vida diferente					
14	Visitar um destino que a maioria das pessoas valoriza ou aprecia					
15	Divertir-me					
16	Bom destino para ir com amigos ou família					
17	Desenvolvimento pessoal					
18	Aumentar autoconfiança					
19	Desenvolver novas aprendizagens					
20	Proximidade relativa à área de residência					
21	Existência de Eventos Náuticos					
22	Desenvolver novas competências					
23	Conhecer novos locais					
24	Qualidade dos serviços turísticos					
25	Relatar a viagem aos amigos					

2.2. A que características da Região Centro atribui maior importância enquanto destino turístico? Classifique de 1 a 5 (1- Nada importante; 5- Muito importante).

		1	2	3	4	5
1	Grande variedade de fauna e flora					
2	Paisagens e beleza natural					
3	Destino turístico atraente					
4	Entretenimento na região					
5	Animação noturna					
6	Oportunidade de prática de atividades ao ar livre					

7	Segurança do local					
8	Ambiente limpo e agradável					
9	Hospitalidade e acolhimento					
10	Clima agradável					
11	Parques, lagos e rios fantásticos					
12	Boa gastronomia					
13	Vasta seleção de bares e restaurantes					
14	Boas acessibilidades					
15	Grande variedade de alojamentos					

PARTE III – Caracterização do inquirido:

Estas questões são referentes aos dados sociodemográficos do inquirido e são unicamente utilizados como variáveis estatísticas de controlo e segmentação.

3.1. País de Residência: _____ Localidade: _____

3.2. Nacionalidade: _____

3.3. Género:

F

M

3.4. Idade:

Até 18 anos

19 – 25 anos

26 – 35 anos

36 – 55 anos

Mais de 55 anos

3.5. Nível de educação:

Básico

Secundário

Superior

Pós-graduação

Mestrado

Doutoramento

3.6. Atividade profissional:

Trabalhador por conta de outrem

Profissional liberal/empresário

Estudante

Atleta federado/profissional

Desempregado

Reformado

3.7. Rendimento líquido mensal:

Menos de 500€

Entre 500€ e 1000€

Entre 1000€ e 1500€

Entre 1500€ e 2000€

Entre 2000€ e 2500€

Mais de 2500€

Muito obrigada!

ANEXO III

ESTGV – ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE VISEU – MESTRADO EM
GESTÃO TURÍSTICA***“The tourists motivations for the practice of Nautical Tourism in the Center Region of Portugal.”***

This survey is part of a masters dissertation in Touristic Management, made in Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu. The theme is the following: The tourists motivations for the practice of Nautical Tourism in the Center Region of Portugal. The data will be only used for scientific purposes and will be under confidentiality.

It should be answered only by nautical sports practitioners.

Thank you for your collaboration.

SURVEY

Place: _____ Date: ____-____-____

PART I – Practice of nautical sports

The following questions are meant to characterize the nautical sportsman, by knowing his/her experience, habits and behaviors.

1.1. What are the main nautical activities that you practice?

- | | | |
|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Canoeing | <input type="checkbox"/> Kitesurf | <input type="checkbox"/> Rafting |
| <input type="checkbox"/> Canyoning | <input type="checkbox"/> Sea Scooters | <input type="checkbox"/> Nautical Ski |
| <input type="checkbox"/> Bodyboard | <input type="checkbox"/> Paddle | <input type="checkbox"/> Sailing |
| <input type="checkbox"/> Diving | <input type="checkbox"/> Wakeboard | <input type="checkbox"/> Other: _____ |
| <input type="checkbox"/> Rowing | <input type="checkbox"/> Surf | |
| <input type="checkbox"/> Windsurf | <input type="checkbox"/> Sport Fishing | |

1.2. What kind of formation do you have regarding these activities?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Federated athlete | <input type="checkbox"/> Practitioner with formation | <input type="checkbox"/> Practitioner untrained |
|--|--|---|

1.3. How often do you practice nautical activities?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 or 2 times per month | <input type="checkbox"/> On vacation |
| <input type="checkbox"/> 2 or 3 times per week | <input type="checkbox"/> Everyday |
| <input type="checkbox"/> 1 time per week | <input type="checkbox"/> Other: _____ |

1.4. What is your favorite season to practice these activities?

- | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Spring | <input type="checkbox"/> Summer | <input type="checkbox"/> Fall | <input type="checkbox"/> Winter |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|

1.5. What kind of environment do you prefer for practicing these activities?

- Sea
- Lake
- River
- Dam
- Other: _____

1.6. Where in the Center Region do you usually practice these activities?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Aveiro | <input type="checkbox"/> Óbidos | <input type="checkbox"/> Leiria |
| <input type="checkbox"/> Fátima | <input type="checkbox"/> Coimbra | <input type="checkbox"/> Viseu |
| <input type="checkbox"/> Nazaré | <input type="checkbox"/> Figueira da Foz | <input type="checkbox"/> Outras: _____ |
| <input type="checkbox"/> Castelo Branco | <input type="checkbox"/> Peniche | |
| <input type="checkbox"/> Guarda | <input type="checkbox"/> Covilhã | |

1.7. How long do you stay in the Center Region for the practice of these activities?

- More than a week
- 1 week
- 3 days
- 1 day

1.8. How do you practice nautical sports?

- As a way of training/competition
- Through specialized enterprises
- Through friends
- Independently
- Others: _____

1.9. Do you search accommodation when you travel to practice nautical activities? (1= Never; 5= Always)

- 1 | 2 | 3 | 4 | 5

1.10. What kind of accommodation do you prefer?

- Family or friends houses
- 4 or 5 stars hotels
- 3 or lower stars hotels
- Local accommodation or hostels
- Tourist Villages
- Youth Hostels
- Camping
- Self-accommodation
- Other: _____

PART II – Importance of the attributes in the decision making process

The following questions are meant to understand the nautical practitioner’s motivations to choose the center region as a touristic destination.

2.1. How important are the following characteristics when you choose the Center Region as a destination? Classify on a scale of 1 to 5 (1- Not important; 5- Very important).

		1	2	3	4	5
1	Build friendships with others					
2	Have a good time with friends					
3	Enlarge existing relationships					
4	Relax Mentally					
5	Relax Physically					
6	Avoid the Hustle and Bustle of Daily Life					
7	To have an adventure experience					
8	To experience a thrill					
9	Increasing knowledge about a foreign destination					
10	To enjoy the group experience					
11	Environment of places to practice nautical activities					
12	Diversity of places to practice nautical sports					
13	Experiencing a different lifestyle					
14	Visiting a destination which most people value and/or appreciate					
15	I will have fun					
16	Good destination to go with friends or family					
17	Personal development					
18	Increasing self-confidence					
19	Develop new skills					
20	Proximity to the area of residence					
21	Existence of Nautical Events					
22	Develop your competencies					
23	Meeting new places					
24	Quality of tourist services					
25	Talking about the trip					

2.2. What characteristics of the center region as a tourist destination do you think are more important? Classify on a scale of 1 to 5 (1- Not important; 5- Very important).

		1	2	3	4	5
1	Great variety of phauna and flora					
2	Spectacular landscape					
3	Appealing as a travel destination					
4	Entertainment					
5	Nightlife					
6	A wide choice of outdoor activities					

7	Safe and secure environment					
8	Clean and tidy environment					
8	Friendly and helpful local people					
10	Pleasant weather					
11	Picturesque parks/lakes/ivers					
12	Good gastronomy					
13	Wide selection of restaurants/cuisine					
14	Easy access to the area					
15	Wide choice of accommodations					

PART III – Characterization of the practitioner:

The following questions refer to social and demographic data of the practitioner. It will only be used as statistical variables of control and segmentation.

3.1. Country of residence: _____ Place: _____

3.2. Nationality: _____

3.3. Gender:

- F
 M

3.4. Age:

- Up to 18 years
 19 – 25 years
 26 – 35 years
 36 – 55 years
 Over 55 years

3.5. Education:

- Until 9th grade
 High School
 Graduate
 Bachelor
 Master
 PhD

3.6. Professional activity:

- Employee
 Self-employed
 Student
 Professional Athlete
 Unemployed
 Retired

3.7. Monthly salary:

- Under 500€
 Between 500€ and 1000€
 Between 1000€ and 1500€
 Between 1500€ and 2000€
 Between 2000€ and 2500€
 Over 2500€

Thank You!

ANEXO IV

LISTA DE ENTIDADES CONTACTADAS VIA EMAILS	
ENTIDADE	TIPOLOGIA
CANKAY – Aventura e Lazer	Atividades de Animação Turística
Trans Serrano, Lda	Atividades Desportivas
<i>PaddleYoga</i>	Desportos Náuticos
Núcleo de Desportos Náuticos – AAUAv	Desportos Náuticos
Coimbra Stand Up <i>Paddle</i>	Desportos Náuticos
<i>Paddle and Surf Co</i>	Desportos Náuticos
Douro Academy – Stand Up Paddle & <i>Kayak/Surfski</i>	Desportos Náuticos
<i>Bodyboard.pt</i>	Desportos Náuticos
Nelo – M.A.R. <i>Kayaks</i> Lda	Material para desportos náuticos
Federação Portuguesa de Canoagem	Associações Regionais / Clubes
Federação Portuguesa de Vela	Associações Regionais / Associações de Classe / Clubes
Federação Portuguesa de Remo	Clubes
Federação Portuguesa de Surf	Escolas / Clubes
Federação Portuguesa de Pesca Desportiva	Associações Regionais
Federação Portuguesa de Motonáutica	Clubes
Associação Portuguesa de <i>Windsurf</i>	Associações Regionais
Associação Portuguesa de <i>Kitesurf</i>	Associações Regionais