

## FATORES DE COMPETITIVIDADE DOS DESTINOS: VISÃO GLOBAL E O CASO DO TURISMO DESPORTIVO OPORTUNIDADES E LIMITES

**Prof. Doutor Fernando Perna**

Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR)  
Universidade do Algarve

*fperna@ualg.pt*



Cofinanciado por:



Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve

Faro, 12 de dezembro de 2019

1

## Factores Chave de Competitividade de um Destino

**“Have something (different) to sell and let  
the world know you have that.”**

Prof. Larry Dwyer

*In* COMPETITIVTUR Workshop and Conference:

**TOURISM COMPETITIVENESS ON MATURE DESTINATIONS: AN  
EMPIRICAL APPROACH. FARO AND VILAMOURA: OCTOBER, 29/30, 2010**

2

## Principais Vectores da Competitividade dos Destinos

Poon (1993) in Dwyer and Kim (2003: 375)

Colocar o ambiente em primeiro lugar

Fazer do turismo o sector líder

Construir um sector privado dinâmico

Fortalecer os canais de distribuição no mercado



Fonte: Junta de Freguesia da Fuzeta



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO DE TURISMO E TURISMO  
INTERNATIONAL CENTER OF TOURISM AND TOURISM RESEARCH

CompetitivTUR

Fernando Perna, Maria João Custódio,  
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2011)

3

## Principais Vectores da Competitividade dos Destinos

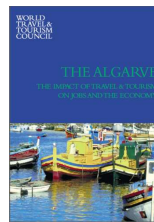
Poon (1993) in Dwyer and Kim (2003: 375)

Colocar o ambiente em primeiro lugar

Fazer do turismo o sector líder

Construir um sector privado dinâmico

Fortalecer os canais de distribuição no mercado



	2003		
	€ mn	% of Total	Growth*
Personal Travel & Tourism	407.2	14.3	10.8
Business Travel	7.6	—	2.6
Government Expenditures	96.9	8.6	1.9
Capital Investment	251.7	20.4	3.7

T&T Industry GDP  
**47,4%**

T&T Industry Employment*	65.3	37.1	-2.7
T&T Economy Employment*	105.4	59.9	-2.1

\*2003 Real Growth Adjusted for Inflation (%); \*\*2004-2013 -- Annualized Real Growth Adjusted for Inflation (%); \*Employment in '000 Jo



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO DE TURISMO E TURISMO  
INTERNATIONAL CENTER OF TOURISM AND TOURISM RESEARCH

CompetitivTUR

Fernando Perna, Maria João Custódio,  
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2011)

4

## Principais Vectores da Competitividade dos Destinos

Poon (1993) in Dwyer and Kim (2003: 375)

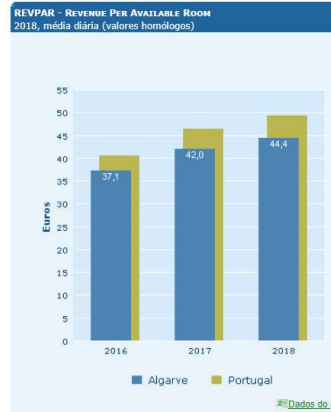
Colocar o ambiente em primeiro lugar

Fazer do turismo o sector líder

Construir um sector privado dinâmico

Fortalecer os canais de distribuição no mercado

IMPACTUR Algarve



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

CompetitivTUR

Fernando Perna, Maria João Custódio,  
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2011)

5

## Principais Vectores da Competitividade dos Destinos

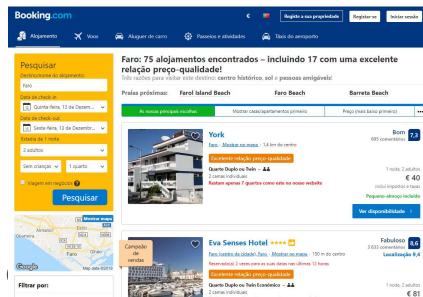
Poon (1993) in Dwyer and Kim (2003: 375)

Colocar o território em primeiro lugar

Fazer do turismo o sector líder

Construir um sector privado dinâmico

Fortalecer os canais de distribuição no mercado



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

CompetitivTUR

Fernando Perna, Maria João Custódio,  
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2011)

6

## COMO CRIAR UMA ILHA/CIDADE DE TURISMO DESPORTIVO, QUE IMPACTOS?

**Prof. Doutor Fernando Perna**

Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR)  
 Universidade do Algarve

*fperna@ualg.pt*

XX CONGRESSO NACIONAL DE GESTÃO DE DESPORTO - APOGESD

Funchal, 29 de novembro de 2019

7

## Equipa, Metodologia e Estudos

### Equipa



Fernando Perna

Maria J. Custódio



Elsa Pereira

Vanessa Oliveira

### Metodologia

- "Avaliação do Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal na Economia do Turismo e Imagem dos Destinos", financiado pelo Automóvel Club de Portugal, (2007, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 20145, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020);
- "Estudo Sobre a Importância do Setor do Desporto na Economia e Imagem do Concelho de Braga: A Influência da Cidade Europeia do Desporto 2018", Universidade do Algarve / In4Sport, financiado por C.M.Braga
- "Avaliação do Impacto da Maratona do Porto EDP na Economia do Turismo e Imagem do Destino: Edições de 2018, 2019 e 2020, financiado pela RunPorto, 2018/2021.
- "Importância do Setor do Desporto na Economia e Imagem do Concelho de Guimarães", financiado pelo Município de Guimarães, 2017/18;
- "Avaliação do impacto económico e imagem do destino gerado pelo ERC Azores Airlines Rallye", financiado pela Associação de Turismo dos Açores, (2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018);
- "Estimativa do impacto na economia do turismo dos apoios financeiros concedidos às entidades desportivas da Região dos Açores", financiado pelo Governo Regional dos Açores, (2014, 2015)
- "Algarve: Perfil e Potencial Económico e Social do Turismo Náutico", financiado por CCDRALgarve, 2009.
- "Evaluation of the UEFA EURO 2004 Final Phase of the European Championship of Football in Portugal: Tourism and Image", financiado pela Direção-Geral do Turismo / Ministério da Economia, (2004/2005)
- "IMPACTUR – Indicadores de Monitorização e Previsão da Atividade Turística", disponível em [www.impactur.pt](http://www.impactur.pt), Protocolo com o Turismo de Portugal, (2004 a 2018 / ...)
- International Journal of Tourism Research
- University of Ulster
- Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research
- Place Management & Development
- EJTHR - European Journal of Hospitality and Tourism Research (EJHTR) -
- Revista Gestão de Desporto – APOGESD
- (...)

8

## Objectivos do Turismo Desportivo

### Objectivos

- Criar uma imagem favorável do destino;
- Reforçar a identidade do destino;
- Aumentar a procura turística no destino;
- Atrair visitantes domésticos e internacionais;
- Expandir a época turística tradicional;
- Aumentar os ganhos económicos no destino.



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



9

## 1. Criar uma imagem favorável do destino

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



10

## ESTUDO DO IMPACTO DO WRC VODAFONE RALLY DE PORTUGAL NA ECONOMIA DO TURISMO E FORMAÇÃO DA IMAGEM DOS DESTINOS REGIÃO NORTE DE PORTUGAL - 2018



Coordenação: Prof. Doutor Fernando Perna (IR) [fperna@ualg.pt](mailto:fperna@ualg.pt)  
Profª Doutora Maria João Custódio (Co-IR) [mjcusto@ualg.pt](mailto:mjcusto@ualg.pt)

Matosinhos, 9 de janeiro de 2019

11

## Imagem Percecionada do Destino Norte: Top 4

*Adeptos Residentes e Não Residentes (Visitantes)*



Clima: 4,75  
[ADEPTOS ESTRANGEIROS]  
(Mínimo 1 - Máximo 5)

Créditos: Automóvel Club de Portugal

@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

12

### Imagem Percecionada do Destino Norte: Top 3


*Adeptos Residentes e Não Residentes (Visitantes)*

Paisagem: 4,33 – 4,66

(Mínimo 1 – Máximo 5)



Créditos: Automóvel Club de Portugal

@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino 

13

### Imagem Percecionada do Destino Norte: Top 3


*Adeptos Residentes e Não Residentes (Visitantes)*

Hospitalidade: 4,41 – 4,43

(Mínimo 1 – Máximo 5)



Créditos: Automóvel Club de Portugal

@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino 

14

## Imagem Percecionada do Destino Norte: Top 3

*Adeptos Residentes e Não Residentes (Visitantes)*



Polvo à lagareiro



Polvo à lagareiro

Gastronomia

Pista Mirandesa

Fonte: www.portoenorte.pt

**Gastronomia: 4,38 – 4,65**

(Mínimo 1 – Máximo 5)



© Direitos Reservados Autoral (C) R.V. Nº1-2017

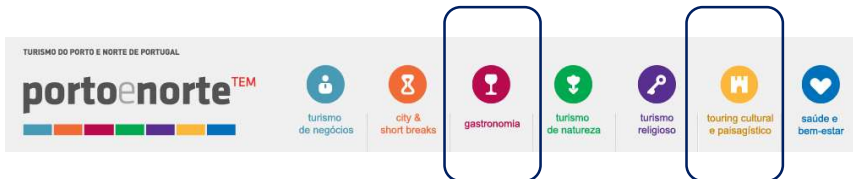
@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

15

## Imagem Percecionada do Destino Norte: Top 3

*Adeptos Residentes e Não Residentes (Visitantes)*

	Residentes	Visitantes
<b>Avaliação Global da Região</b> (1...5)	<b>4,03</b>	<b>4,12</b>
1º Atributo	Paisagem	Paisagem
2º Atributo	Gastronomia	Hospitalidade da População
3º Atributo	Hospitalidade da População	Gastronomia



@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

16

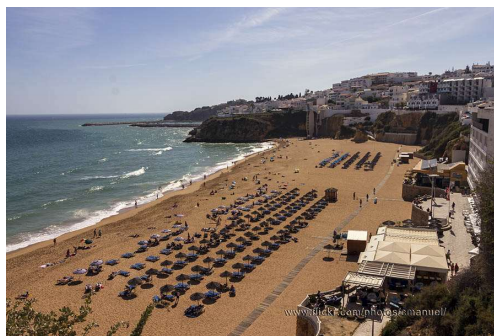


## 2. Reforçar a Identidade do Destino: Território

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



17



Qual Território ?



18

## Os Eventos e a Atratividade



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



19

## Qual a Capacidade de Carga ?



Crédito: Peniche Surfing Club

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



20

**LAZER VENHA DAÍ**  
POR PAULO FONTE

**ao Algarve**

**O SUL DE PORTUGAL VENCEU GALARDÃO A NÍVEL MUNDIAL, APÓS VOTAÇÃO DE 700 OPERADORES TURÍSTICOS DE MAIS DE 60 PAÍSES. A REGIÃO É O LOCAL PREFERIDO PARA 2020. DEPOIS DE TER ALCANÇADO O TÍTULO EUROPEU EM 2006 E 2014**

**M**ais de 700 operadores turísticos provenientes de 60 países decidiram eleger o Algarve como o Melhor Destino de Golfe do Mundo para 2020. A distinção foi atribuída pela Associação Internacional de Operadores de Turismo de Golfe (IAGTO), no âmbito da 20.ª edição dos IAGTO Awards, que decorreu em Marraqueix, Marrocos. Esta é a terceira vez que a região é distinguida pela Associação, tendo em 2006 e 2014 alcançado o título de Melhor Destino de Golfe da Europa. Segundo a Associação de Turismo do Algarve, "entre os diversos fatores que permitiram chegar ao topo da votação contam-se a qualidade e a diversidade das infraestruturas que o Algarve oferece para a prática de golfe, a facilidade de acesso ao destino através da existência de ligações frequentes com o aeroporto de Faro e a relação custo/benefício".

Jobo Fernandes, o presidente da entidade algarvia, acrescenta outros argumentos: "A ampla seleção de opções de alojamento, a beleza natural da região, o bom clima que permite jogar golfe ao longo de todo o ano e, ainda, a enorme variedade de atrações e motivações adicionais". Já Peter Watson, presidente da IAGTO, realçou que "o Algarve sempre colheu a reputação dos visitantes de golfe no topo da sua agenda".

**AO LONGO DO ANO**  
Os 40 campos de golfe da região, situados entre Lagos e o rio Guadiana, na fronteira com Espanha, permitem uma experiência ao longo de todo o ano, resultado de um clima ameno.

O início da prática da modalidade na região data da década de 1930, quando o primeiro percurso de nove buracos foi construído por alguns práticos de Portugal. Agora são quatro dezenas de campos à escoteira, com diferentes perfis e características. Muitos já foram palco de torneios internacionais PGA, do qual o Portugal Open ou o Portugal Masters são exemplo.

A Pénina, os campos da Quinta do Lago, Vale do Lobo e Vilamoura são dos mais conhecidos. Na lista anual da revista Golf World, que publica o ranking dos melhores campos na Europa, surge, classificando em quarto lugar, o Monte Rei Golf & Country Club. Fica em Vila Nova de Cacela.

**OPERADORES DE TURISMO DÃO PRÉMIO À REGIÃO**

**INGLESES TROUXERAM MODALIDADE**

O golfe foi introduzido em Portugal pela colónia inglesa que vivia no Porto e se dedicava à produção e comércio do vinho do Porto. Em 1890 foi criada, em Espinho, o Oporto Nelsick Club. Já em Lisboa, o Lisbon Sports Club foi fundado em 1902 por funcionários britânicos das companhias de telefones e dos transportes ferroviários. A vida destes dois clubes, bem como os de Miramar e de Vidago, inaugurados em 1934, definiram a vida da modalidade nos primeiros anos em Portugal.

21

**LAZER VENHA DAÍ**  
POR PAULO FONTE

**Melhor destino Golfe dá prémio ao Algarve**

**O SUL DE PORTUGAL VENCEU GALARDÃO A NÍVEL MUNDIAL, APÓS VOTAÇÃO DE 700 OPERADORES TURÍSTICOS DE MAIS DE 60 PAÍSES. A REGIÃO É O LOCAL PREFERIDO PARA 2020. DEPOIS DE TER ALCANÇADO O TÍTULO EUROPEU EM 2006 E 2014**

**M**ais de 700 operadores turísticos provenientes de 60 países decidiram eleger o Algarve como o Melhor Destino de Golfe do Mundo para 2020. A distinção foi atribuída pela Associação Internacional de Operadores de Turismo de Golfe (IAGTO), no âmbito da 20.ª edição dos IAGTO Awards, que decorreu em Marraqueix, Marrocos. Esta é a terceira vez que a região é distinguida pela Associação, tendo em 2006 e 2014 alcançado o título de Melhor Destino de Golfe da Europa. Segundo a Associação de Turismo do Algarve, "entre os diversos fatores que permitiram chegar ao topo da votação contam-se a qualidade e a diversidade das infraestruturas que o Algarve oferece para a prática de golfe, a facilidade de acesso ao destino através da existência de ligações frequentes com o aeroporto de Faro e a relação custo/benefício".

Jobo Fernandes, o presidente da entidade algarvia, acrescenta outros argumentos: "A ampla seleção de opções de alojamento, a beleza natural da região, o bom clima que permite jogar golfe ao longo de todo o ano e, ainda, a enorme variedade de atrações e motivações adicionais". Já Peter Watson, presidente da IAGTO, realçou que "o Algarve sempre colheu a reputação dos visitantes de golfe no topo da sua agenda".

**AO LONGO DO ANO**  
Os 40 campos de golfe da região, situados entre Lagos e o rio Guadiana, na fronteira com Espanha, permitem uma experiência ao longo de todo o ano, resultado de um clima ameno.

O início da prática da modalidade na região data da década de 1930, quando o primeiro percurso de nove buracos foi construído por alguns práticos de Portugal. Agora são quatro dezenas de campos à escoteira, com diferentes perfis e características. Muitos já foram palco de torneios internacionais PGA, do qual o Portugal Open ou o Portugal Masters são exemplo.

A Pénina, os campos da Quinta do Lago, Vale do Lobo e Vilamoura são dos mais conhecidos. Na lista anual da revista Golf World, que publica o ranking dos melhores campos na Europa, surge, classificando em quarto lugar, o Monte Rei Golf & Country Club. Fica em Vila Nova de Cacela.

**OPERADORES DE TURISMO DÃO PRÉMIO À REGIÃO**

**INGLESES TROUXERAM MODALIDADE**

O golfe foi introduzido em Portugal pela colónia inglesa que vivia no Porto e se dedicava à produção e comércio do vinho do Porto. Em 1890 foi criada, em Espinho, o Oporto Nelsick Club. Já em Lisboa, o Lisbon Sports Club foi fundado em 1902 por funcionários britânicos das companhias de telefones e dos transportes ferroviários. A vida destes dois clubes, bem como os de Miramar e de Vidago, inaugurados em 1934, definiram a vida da modalidade nos primeiros anos em Portugal.

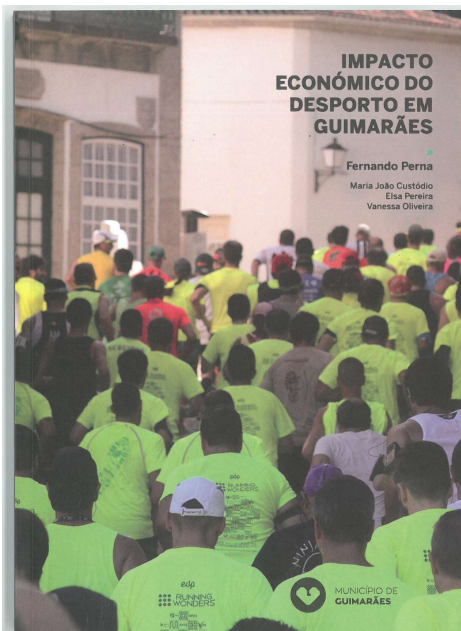
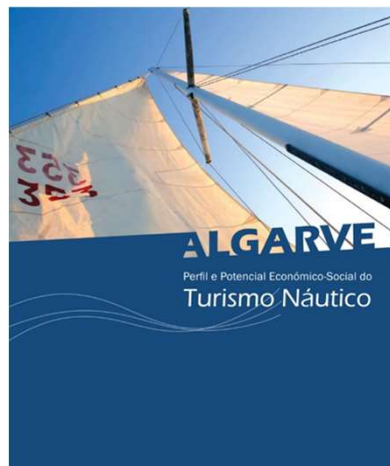
22

## 2. Reforçar a Identidade do Destino: Residentes

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



23



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



24

## Motivações para a Prática Desportiva

Top 3	Praticantes	
	Formais	Informais
1	Quero manter a minha saúde e bem-estar 4,73	Quero manter a minha saúde e bem-estar 4,44
2	Faz sentir-me feliz 4,69	Faz sentir-me feliz 4,30
3	É divertido 4,35	Quero estar bem para melhorar a minha atividade profissional 4,30
Satisfação Global	4,51	4,04

Saúde e Bem-estar dominam as motivações.  
Referência para os níveis superiores satisfação global no caso dos praticantes formais.  
Referência para a preocupação com a atividade profissional (presente no top 3) no caso dos praticantes informais.

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



25

## Atributos da Imagem do Desporto (exemplo)



Fonte: Elaboração própria.

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



26

**Funchal**  
"Atividade Física, Saúde e Bem-Estar para a população +50"



**O desporto / turismo é a negação do ambiente *bubble***



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



27

### 3. Aumentar a Procura Turística no Destino

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



28

**TABELA 4.1 – MOTIVAÇÕES MAIS VALORIZADAS PARA PARTICIPAR NA EDP MARATONA DO PORTO:**  
**RESIDENTES, VISITANTES NACIONAIS E ESTRANGEIROS**

TOP 3 - MOTIVAÇÕES			
	RESIDENTES	VISITANTES NACIONAIS	VISITANTES ESTRANGEIROS
<b>1ª</b>	Porque gosto de desafios 4,76	Porque gosto de desafios 4,67	Porque me faz feliz 4,45
<b>2ª</b>	Porque me faz feliz 4,67	Porque me faz feliz 4,52	Porque gosto de desafios 4,43
<b>3ª</b>	Porque quero manter a minha saúde e bem-estar 4,28	Porque quero manter a minha saúde e bem-estar 4,17	Porque permite visitar locais diferentes / fazer turismo 4,43

Fonte: Elaborado por [CITUR/UAlg](#)

#### **PERFIL DO PARTICIPANTE VISITANTE ESTRANGEIRO**

“Ao deslocarem-se desde os seus países para participar na Maratona, a caracterização destes visitantes estrangeiros incorpora variáveis típicas do comportamento enquanto turistas, entre as quais se destacam:

- **94,2% deslocam-se propositadamente ao Porto para participar na Maratona**, sendo esta inequivocamente a principal motivação de visita;
- **45,3% decidem a deslocação com uma antecedência superior a 1 mês**, 30,4% entre 15 dias a 1 mês antes, e 17,4% entre 7 a 15 dias.
- Para 73,5% destes visitantes estrangeiros a participação na Maratona constitui a **primeira visita ao Porto**.
- A **estada média** atinge o significativo valor de 3,9 noites.”

## 4. Atrair Visitantes Domésticos e Internacionais

Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019



31

## Adeptos Não Residentes

Nacionalidades e Origem por Comunidade Autónoma de Espanha



@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino



32

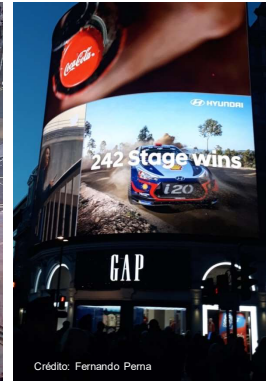


**Marcas e Promoção**

**LONDON PLACES: 10 FACTS AND FIGURES ABOUT PICCADILLY CIRCUS IN LONDON THAT YOU PROBABLY DIDN'T KNOW**

**THE ADVERTISING IS INCREDIBLY VALUABLE**

While exact numbers are not available, the value of advertising on the new electronic billboards in Piccadilly Circus is worth many millions of dollars. Why is this? Well, 100 million tourists pass through it every year, which leads to billions of pictures being shared with the ads in them.



@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

33



@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

34

## 5. Aumentar os Ganhos Económicos no Destino

35

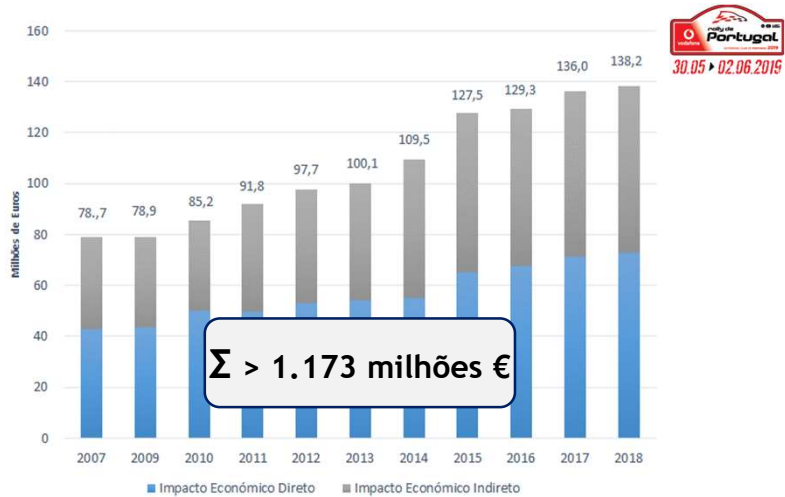
### Guimarães: Estimativa do Gasto Anual das Famílias em Atividades Desportivas (Residentes)



	Prática Formal		Prática Informal		Total
	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo	
<b>Atual</b>	44.198.894 €	46.465.504 €	22.017.197 €	23.146.284 €	67.913.939 €
<b>Crescimento Moderado</b>	46.408.838 €	48.788.779 €	23.118.057 €	24.303.599 €	71.309.636 €
<b>Crescimento Otimista</b>	48.618.782 €	51.112.054 €	24.218.917 €	25.460.913 €	74.705.333 €

36

## Impacto Económico Total do WRC Rally de Portugal Acumulado 2007 – 2018: Residentes e Visitantes

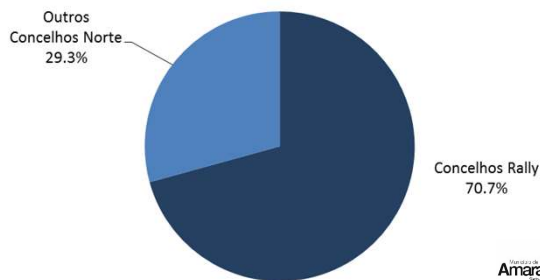


@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

37

## Impacto Económico Direto à Escala Municipal

*Efeitos Locais e Difusão Regional*



Impacto Direto gerado pelos Concelhos		
	Mínimo	Máximo
Σ 13 Concelhos Rally	48 741 377€	54 318 817€



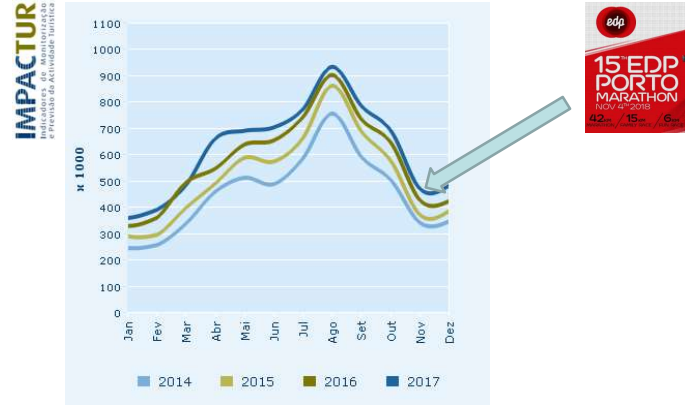
@ F. Perna, M. Custódio, V. Oliveira (2018), Estudo de Impacto do WRC Vodafone Rally de Portugal 2018 na Economia e Imagem do Destino

38

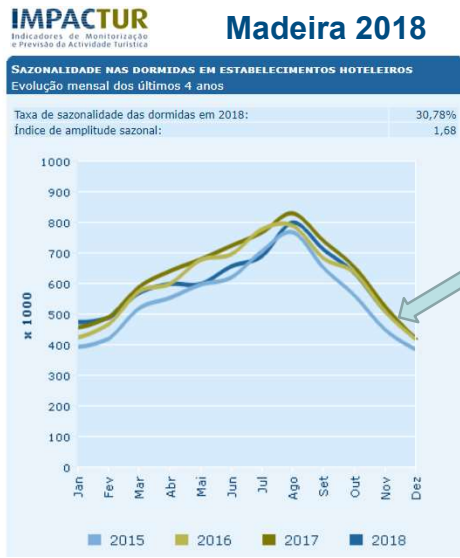
**RELATÓRIO**  
**IMPACTO DA EDP MARATONA DO PORTO 2018 NA ECONOMIA DO**  
**TURISMO E PROMOÇÃO DA CIDADE DO PORTO E REGIÃO NORTE DE**  
**PORTUGAL**



**Dormidas em Estabelecimentos Hoteleiros no Norte de Portugal 2014 a 2017: distribuição mensal**



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019 CITUR - CENTRE FOR TOURISM RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION



Prof. Fernando Perna / Universidade do Algarve / XX Congresso Nacional de Gestão de Desporto – APOGESD, Funchal 29/Nov/2019 CITUR - CENTRE FOR TOURISM RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION

Cofinanciado por:






## IMPACTUR-ALGARVE project:

Development of a platform to monitor, predict and simulate the tourism competitiveness of the Algarve within the national territory and Spanish Mediterranean Basin

**Fernando Perna and Maria João Custódio**

fperna@ualg.pt      mjcusto@ualg.pt



**CiTUR**  
Algarve

CENTRE FOR TOURISM  
RESEARCH, DEVELOPMENT  
AND INNOVATION



XI International Tourism Congress  
*The Image and Sustainability of Tourism Destinations*

DAY 1 | Tuesday, 5<sup>th</sup> November 2019

Universidade da Madeira, CiTUR, Funchal

41

## IMPACTUR ALGARVE

**Research Team:**

Fernando Perna *IR*

Luís Nobre Pereira *Co-IR*

Maria João Custódio

Célia Ramos

Marisol Correia

Pedro Cascada

(...)

**Previous Projects (last five years):**

**IMPACTUR**  
*Indicators for the Monitoring and Forecast of Tourism Activity*


**COMPETITIVTUR**  
*Tourism Destination Competitiveness Model for the Algarve vs. Spanish Mediterranean Coastal Areas*

**SHAPETOURISM**  
*New shape and drives for the tourism sector: supporting decision, integrating plans and ensuring sustainability.*

**TOURMEDASSETS**  
*Enhancing the growth potential of coastal tourism concentration through an innovative, green and inclusive mobilisation of Med area local assets.*

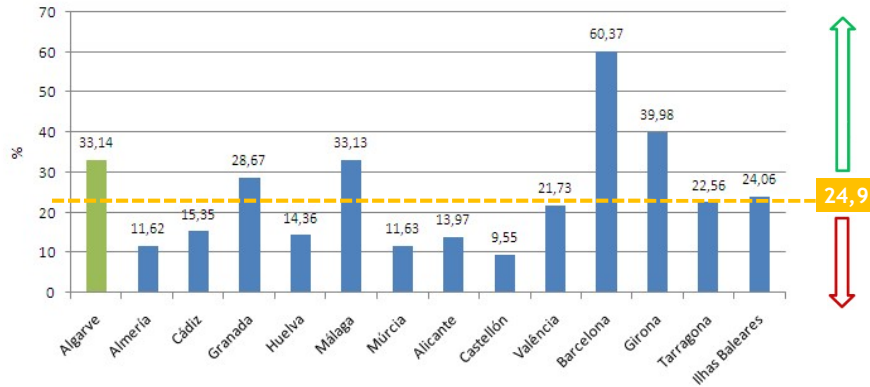
**ESPOMAR**  
*Cooperation Network Engaged to the Design of a Sustainable and Cross boarder Maritime Transport in the Cadiz Gulf, as an option to reduce environmental risks and improve natural resources management*

IMPACTUR ALGARVE  
Fernando Perna, Luís Nobre Pereira, Maria João Custódio, Célia Ramos, Marisol Correia, Pedro Cascada  
CiTUR Algarve



42

## DSS OUTPUT EXAMPLE: Algarve vs. Mediterranean Spain Provinces: Market Diversity



IMPACTUR ALGARVE  
Fernando Perna, Luís Nobre Pereira, Maria João Custódio, Célia Ramos, Marisol Correia, Pedro Cascada  
CITUR Algarve



43

## DSS OUTPUT EXAMPLE: Algarve's Impact Forecast Model

**Market Changes by Country of Origin**  
*Independent Variable: Visitor demand*

### Algarve Territory Impact *Dependent variables*

- Economic: occupancy rate
- Management: RevPAR
- Environment: air transport footprint
- Marketing: Image or quality perception
- Social: Social intensity

IMPACTUR ALGARVE  
Fernando Perna, Luís Nobre Pereira, Maria João Custódio, Célia Ramos, Marisol Correia, Pedro Cascada  
CITUR Algarve



44