

IMPACTUR ALGARVE

Plataforma de monitorização, previsão e simulação da competitividade turística do Algarve no âmbito territorial nacional e da bacia mediterrânica de Espanha.

SAICT-ALG/39547/2018

Atividade 1: New trends and needs in tourism competitiveness measurement and evaluation at the regional level

Relatório 02: Inquérito aos agentes do setor do turismo no Algarve e Andaluzia com identificação dos indicadores mais relevantes para o apoio à gestão e desenvolvimento de estratégias de competitividade turística.

Equipa de I&D Responsável pelo Relatório:

Prof. Doutor Fernando Perna (Investigador Responsável)
Prof^a Doutora Maria João Custódio (Direção de Projeto)

Equipa de I&D do Projeto

Prof. Doutor Fernando Perna (Investigador Responsável)
Prof. Doutor Luís Pereira (Co-Investigador Responsável)
Prof^a Doutora Maria João Custódio (Direção de Projeto)
Prof^a Doutora Marisol Correia
Prof^a Doutora Célia Ramos
Mestre Pedro Cascada

Faro, 10 de julho de 2020

Cofinanciado por:



ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
2. PROCESSO DE INQUIRIÇÃO	5
3. RESULTADOS	6
4. CONCLUSÃO	12
BIBLIOGRAFIA	14
ANEXOS	15
ANEXO I	16
ANEXO II	19

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – MONITORIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA: SEIS ÁREAS TEMÁTICAS	3
FIGURA 2 – 10 INDICADORES PRIORITÁRIOS NO IMPACTUR ALGARVE: ABORDAGEM INICIAL PELOS AGENTES	7
FIGURA 3 – MILESTONES DA ATIVIDADE 1 DO IMPACTUR ALGARVE	12

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – ALOJAMENTO: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA	8
GRÁFICO 2 – ECONOMIA E EMPRESA: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA	9
GRÁFICO 3 – ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA	10
GRÁFICO 4 – PRODUTOS: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA .	11
GRÁFICO 5 – AMBIENTE: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA ..	11

1. Introdução

A primeira atividade planeada do projeto IMPACTUR consiste na elaboração do relatório “**New trends and needs in tourism competitiveness measurement and evaluation at the regional level**”, a qual tem por base o levantamento das variáveis consideradas mais pertinentes pelos agentes regionais do setor do turismo, tendo por critério o apoio que o seu conhecimento pode induzir à decisão através da medição, comparabilidade de dados e acesso dinâmico a cenários de previsão e simulação. A montante deste levantamento esteve a inventariação das fontes e metodologias de monitorização disponíveis em Portugal, Espanha e União Europeia (e.g. Eurostat).

A importância da monitorização nas variáveis corretas é uma tarefa crucial para o apoio à gestão de um fenómeno social e económico com padrões de desenvolvimento globalizados, os quais são importantes conhecer para suportar um planeamento e desenvolvimento eficiente, tanto a nível nacional como regional (Yazdi & Khanalizadeh, 2017). Com a crescente importância do turismo, estes autores também referem que sendo o motor de grande parte das economias do mundo, o turismo permanece com um grande potencial de progressão para gerar rendimento, investimento, emprego e exportações. De acordo com a World Travel & Tourism Council (WTTC, 2020) em 2019 os impactos gerados de forma direta e indireta pelo setor do turismo representavam 10,3% do PIB mundial.

Com a importância do turismo para a estabilidade e prosperidade dos países e regiões, sistema onde o Algarve é claramente sensível, os recentes acontecimentos centrados nas causas e consequências da Pandemia COVID 19, são eles próprios por um lado a demonstração da importância do setor e, por outro lado, a necessidade de medidas excecionais de gestão e recuperação pós-crise Pandemia COVID 19. Sem comparação histórica análoga, o conhecimento do passado de fenómenos com algum grau de proximidade demonstram esse facto, isto é, que a par da sua importância, o turismo possui uma acentuada suscetibilidade e vulnerabilidade a eventos de crise/desastre (Mair et al., 2016), o que induz o alerta sobre a importância da gestão da crise/desastre como vital para reduzir os potenciais impactos negativos e melhorar as perspetivas de recuperação.

É considerando a importância e vulnerabilidade do setor que Andraz & Rodrigues (2016) reforçam a importância da criação de ferramentas de monitorização que permitam conhecer e

compreender tendências essenciais aos gestores do setor para adaptar e corrigir estratégias. É hoje ainda mais crítico que “if the post-crisis stage is not handled correctly then it becomes a crisis in and of itself” (Tarlow, 2019: 1). Mais do que um impulso localizado no tempo, a monitorização deve incluir a análise dos mesmo indicadores em tempo anterior, durante e após crises (e.g. Financeira 2007-2009, Pandemia Covid-19), pois só assim é possível monitorizar em espaço, volume e tempo a forma como o setor do turismo é afetado e reage a situações extremas (Cascio et al., 2019).

Paradoxalmente a realidade do sucesso do setor do turismo tem sido assente na sobreposição das noções de diversificado e de globalizado, gerando uma nuvem de relações nos territórios e entre eles com absoluta necessidade de cooperação entre os diversos intervenientes, sejam públicos ou privados. De acordo com Wanagos et al. (2018), a gestão destas relações carece de um sistema de monitorização eficiente, o qual necessariamente deverá reunir as seguintes características:

- Dados disponíveis com uma amplitude temporal elevada;
- Metodologia consistente;
- Ter em conta as especificidades do local/região;
- Ser abrangente e potenciar a cooperação dos diversos intervenientes.

Assumindo estes critérios, foi efetuada pesquisa de literatura científica e acesso a bases de dados relevantes para o *design* de sistemas de indicadores específicos com as condições acima resumidas. A monitorização do setor que se pretenda eficaz, resiliente e adaptada à mudança terá de ser suportada em:

- Utilidade dos indicadores,
- Existência/possibilidade de obter ou criar informação fidedigna e comparável em diferentes regiões;
- Continuidade da monitorização no tempo.

Interiorizando as características e critérios anteriores e face ao âmbito geográfico do IMPACTUR ALGARVE, são em seguida realizadas consultas à disponibilidade da informação com estes atributos em entidades oficiais de Portugal, Espanha e outras regionais & internacionais. Destacam-se as pesquisas efetuadas nos Institutos Nacionais de Estatística de ambos os países (INE España e INE Portugal) e a Associação Bandeira Azul da Europa. No caso do Algarve, recorre-se também a indicadores disponibilizados pelo Turismo de Portugal e Registo Nacional de Alojamento Local. Para a Andaluzia (como proxy metodológica das demais NUT II de Espanha a considerar) inclui-se ainda a Real Federación Española de Golf, AENA, Agencia Pública de Puertos de Andalucía e o Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Daqui resultou um conjunto de indicadores relacionados de forma direta ou indireta com o turismo e cujo conhecimento poderá ser relevante para o apoio à gestão e desenvolvimento de estratégias de recuperação/competitividade da atividade no cenário pós-pandemia. São identificadas 5 áreas temáticas para a monitorização integrada, representada na Figura 1.

FIGURA 1 – MONITORIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA: SEIS ÁREAS TEMÁTICAS



Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Cada uma destas áreas temáticas contém seis indicadores, para um total de 30, de acordo com a seguinte listagem:

I. Alojamento:

- N.º de hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico por mercado de origem;
- N.º de noites nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico por mercado de origem;
- Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Estabelecimentos de Alojamento Turístico;
- Taxa de Ocupação nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico;
- Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Alojamento Local e de noites em Alojamento Local por mercado de origem;
- N.º de noites em Alojamento Local por mercado de origem.

II. Economia e Empresa:

- Proveitos Totais dos meios de Alojamento Turístico;
- REVPAR médio dos meios de Alojamento Turístico;
- Gasto médio por turista;
- % de reservas de alojamento efetuadas via online;
- N.º de População Empregada em Alojamento, Restauração e Similares;
- % do Emprego no Alojamento, Restauração e Similares.

III. Acessibilidade e Mobilidade:

- N.º Total de Passageiros Desembarcados no Aeroporto;
- N.º de Passageiros Desembarcados no Aeroporto por país de origem;
- N.º Total de Passageiros Embarcados no Aeroporto;
- N.º de Aeronaves aterradas;
- N.º de total de alugueres de viaturas Rent-a-car;
- Tempo médio em dias de aluguer de viaturas rent-a-car.

IV. Produtos

- N.º Total de Praias;
- N.º de Buracos em Campos de Golfe;

-
- Nº de Voltas vendidas em Campos de Golfe;
 - Nº de Amarrações em Marinas, Portos e Docas de Recreio;
 - Nº de Movimentos em Marinas, Portos e Docas de Recreio;
 - Nº de visitantes em monumentos classificados.

V. Ambiente

- % de Praias com Bandeira Azul;
- % de Campos de Golfe com certificação ambiental;
- % de Marinas, Portos e Docas de Recreio com Bandeira Azul;
- Volume de água fornecido aos Utilizadores Municipais;
- % de Resíduos com recolha selectiva face ao total de resíduos produzidos;
- Pegada Ecológica do Transporte Aéreo e Rent-a-car.

2. Processo de Inquirição

Reunida a informação secundária (áreas temáticas e indicadores), estes indicadores são apresentados aos agentes através de questionário *online*, no qual é solicitado que hierarquizem os mesmos (informação primária) em função de um determinado critério. Resumidamente, é solicitado aos inquiridos que em função da utilidade pelo conhecimento dos indicadores como suporte à gestão das respetivas atividades, coloquem os mesmos em cada grupo por ordem hierárquica de importância, do mais importante para o menos importante).

O questionário foi aplicado em formato bilingue (português/castelhano), sobre uma base de dados com mais de 1.800 registos de empresas/entidades tanto com cariz público como privado dos mais diversos setores da fileira do turismo da região do Algarve e da comunidade autónoma da Andaluzia. Sem prejuízo da possível auscultação posterior presencial de especialistas do setor no formato de entrevista semiestruturada e/ou workshop, este processo de recolha de dados primários foi opção da investigação face à sobreposição da investigação com o período de confinamento e pós-confinamento e de encerramento da maioria da atividade económica do turismo e das suas empresas.

Com recurso a esta base de dados e utilizando como ferramenta de comunicação a plataforma eletrónica *LymeSurvey*, uma das principais plataformas eletrónicas de aplicação de

questionários *online*, são enviados cerca de 1.800 convites entre o dia 27 de abril e 28 de maio de 2020 e subsequente reforço cerca de duas semanas depois. Deste processo resultou a validação de um total de 202 respostas de participantes, dos quais 41 referem-se à província de Andaluzia e 161 à região do Algarve. A taxa de respostas próxima dos 11,2% pode ser considerada positiva, quer pela percentagem quer sobretudo por esta ocorrer num momento muito crítico para a maioria das empresas envolvidas, encerradas ou com atividade mínima em função da não circulação de pessoas como medida de combate à pandemia.

Porém, é ainda assumido o critério mais exigente de apenas considerar os inquéritos preenchidos na totalidade, de onde resultou a validação de 70 inquéritos completos, 18 na província de Andaluzia e 52 na região do Algarve. Concluindo, no conjunto é considerada a uma amostra total de 70 participantes com influência direta no setor do turismo na região do Algarve e na província de Andaluzia, consubstanciando uma situação de estudo exploratório.

3. Resultados

Cada uma das 5 áreas temáticas contém 6 indicadores propostos, os quais constituem a primeira base de aproximação aos indicadores a incorporar no IMPACTUR ALGARVE. O filtro seguinte resulta da hierarquização dos mesmos em função da importância atribuída a cada indicador enquanto informação crítica no apoio à decisão para a competitividade da sua entidade e do setor.

Fruto do inquérito aplicado através da plataforma e amostra definida, são apresentados os resultados por área temática, colocando em evidência a percentagem com que cada indicador foi eleito como primeira opção, isto é, a frequência com que foi escolhido o indicador mais relevante e necessário para fornecer inputs aos referidos processos de decisão para a competitividade. Todo o projeto é centrado na região do Algarve, sendo essa a área geográfica que irá determinar a escolha e utilização.

Os resultados globais estão detalhados no Anexo I. Assume-se como critério de seleção para a explicitação dos principais resultados os dois indicadores que com maior frequência em cada área temática foram eleitos como primeira opção pelos agentes. Esta aproximação garante a transversalidade da monitorização (todas as áreas estão presentes) e a eficiência da mesma aos fatores específicos (os indicadores mais pertinentes em cada área).

Por conseguinte, numa primeira aproximação, os seguintes 10 indicadores identificados na Figura 2 serão considerados os prioritários a incluir na plataforma IMPACTUR ALGARVE para apoio à gestão e planeamento da competitividade na região.

FIGURA 2 – 10 INDICADORES PRIORITÁRIOS NO IMPACTUR ALGARVE: ABORDAGEM INICIAL PELOS AGENTES

<p>I. Alojamento</p> <ul style="list-style-type: none">– Taxa de ocupação nos estabelecimentos de alojamento turístico;– Número de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico por mercado de origem & Capacidade de alojamento total (camas) em estabelecimentos de alojamento turístico. <p>II. Economia e Empresa</p> <ul style="list-style-type: none">– REVPAR médio dos meios de Alojamento Turístico;– Proveitos Totais dos meios de Alojamento Turístico & Gasto médio por turista; <p>III. Acessibilidade e Mobilidade</p> <ul style="list-style-type: none">– Nº de Passageiros Desembarcados no Aeroporto por país de origem;– Nº Total de Passageiros Desembarcados no Aeroporto; <p>IV. Produtos</p> <ul style="list-style-type: none">– Nº Total de Praias;– Nº de Voltas vendidas em Campos de Golfe; <p>V. Ambiente</p> <ul style="list-style-type: none">– % de Praias com Bandeira Azul;– Volume de água fornecido aos Utilizadores Municipais;

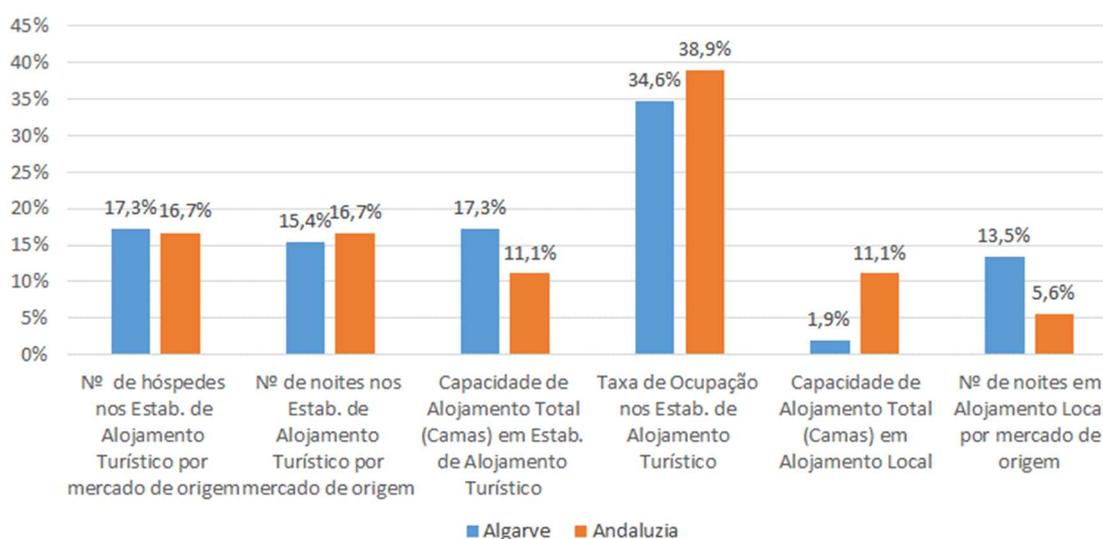
Esta primeira aproximação valida, regra geral, um aspeto essencial dos critérios e características identificadas para a boa monitorização, estando disponíveis ou passíveis de disponibilização com regularidade e continuidade metodológica (Anexo II). O principal obstáculo reside na diversidade de fontes públicas e privadas, estas últimas passíveis de restrições no acesso por

questões de informação e políticas de gestão empresarial. A diversidade de fontes poderia ser evitada caso existisse, por exemplo ao nível do Eurostat, uma agregação temática em torno da competitividade setorial e regionalizada por NUT II do setor do turismo e/ou outros.

A análise mais detalhada da distribuição das primeiras opções no interior de cada área pode ser aferida através dos Gráficos 1 a 5, os quais incluem também idêntica hierarquização efetuada de acordo com as opções expressas pelos agentes da Andaluzia. De facto, visando a deteção de semelhanças e/ou disparidades nas escolhas entre as regiões, não foi perdida a oportunidade de realizar uma análise análoga na ótica dos agentes do setor andaluzes, assumindo-a como possível proxy das demais comunidades autónomas de Espanha com que o Algarve será comparado e posicionado.

Numa leitura transversal deteta-se que em duas áreas temáticas – Alojamento e Ambiente – existe um grau de proximidade razoável na escolha das variáveis mais importantes (primeiras opções) entre as duas regiões. Nas restantes três áreas – Economia e empresa, Acessibilidade e mobilidade, e Produtos – a diferenciação é notória. No limite, este facto poderá ter implicações numa fase posterior do projeto (atividade 2 - *System architecture analysis and design*), com as variáveis de competitividade eleitas pelos agentes do Algarve a diferirem da Andaluzia (ou outras comunidades), o que dependerá da perspetiva do utilizador da plataforma.

GRÁFICO 1 – ALOJAMENTO: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA

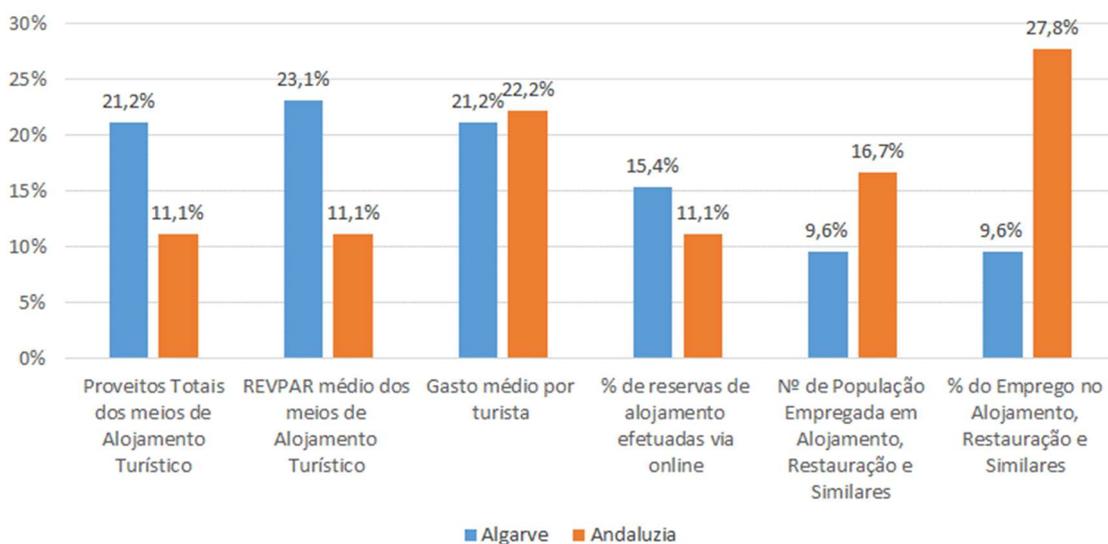


Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Em termos da área temática Alojamento, o Gráfico 1 evidencia a relativa sobreposição entre as escolhas e ambas as regiões, diferindo apenas nos indicadores dedicados ao alojamento local, o que, eventualmente, pode ter origem em diferenciações de classificação estatística dos alojamentos (“apartamentos y viviendas de uso turístico”, de acordo com a designação utilizada no caso de Espanha).

Sobre a área temática Economia e Empresa, Gráfico 2, a preocupação com o gasto médio por turista comum. Porém, nos restantes indicadores é evidente a diferenciação de perspetivas, sendo que no Algarve os agentes colocam maior foco nas dimensões económicas e empresariais associadas aos proveitos totais e REVPAR, enquanto na Andaluzia o foco recai sobre a dimensão emprego no setor, quer em termos absolutos quer em termos relativos. A elevada taxa de desemprego na Andaluzia que tem persistido ao longo dos anos, o dado mais recente de 21,2% no primeiro trimestre de 2020 (2020, INE España) estará certamente a influenciar este posicionamento e preocupação.

GRÁFICO 2 – ECONOMIA E EMPRESA: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA

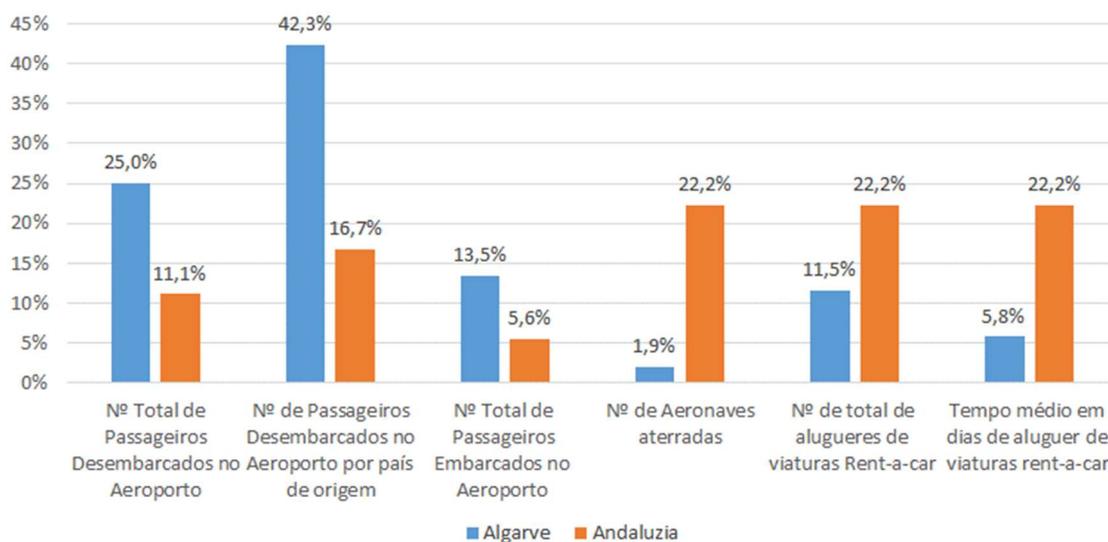


Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Na terceira área temática Acessibilidade e mobilidade, Gráfico 3, acentua-se a disparidade de opções entre os agentes do Algarve e da Andaluzia. Se no Algarve é evidente a preocupação com o detalhe sobre os passageiros desembarcados no aeroporto (total e por país de origem), na região da Andaluzia a atividade de rent-a-car ganha dimensão e, simultaneamente, o

movimento aeroportuário concentra-se mais no número de aeronaves e menos na quantidade de passageiros. Neste conjunto, uma nota particular para a questão do rent-a-car, o qual com mais de 10% de primeiras opções quer no Algarve quer na Andaluzia (número total de alugures) será um dos principais pontos de contacto das regiões na área temática em causa e um dos desafios da análise das dimensões económicas e ambientais no IMPACTUR ALGARVE.

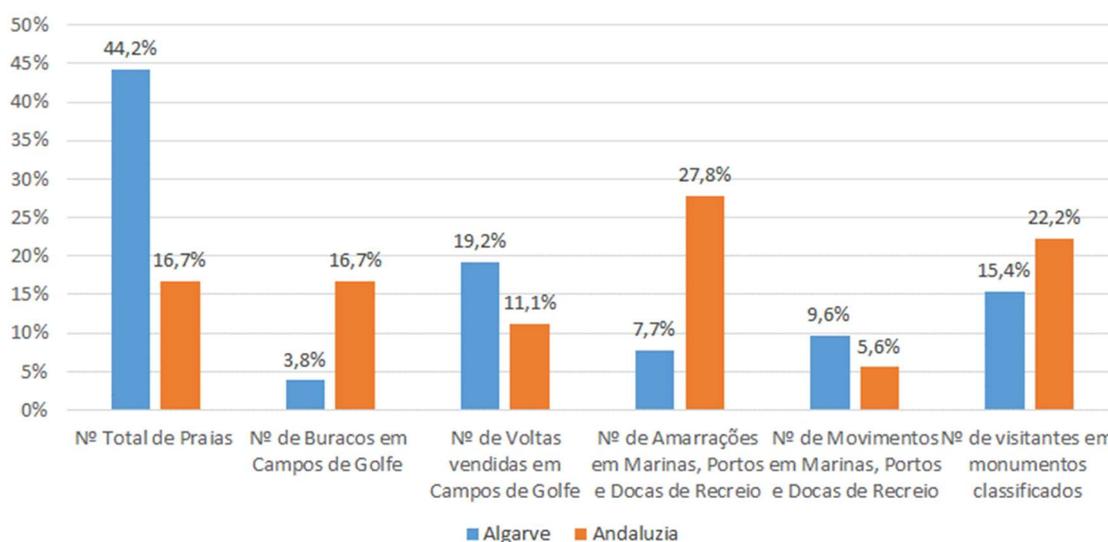
GRÁFICO 3 – ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA



Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Acerca dos Produtos, quarta área temática cujos resultados estão expressos no Gráfico 4, a dispersão de opiniões é regra. Ambas as regiões colocam o foco em indicadores de oferta, opção que se compreende face ao volume de investimento das regiões nos produtos mas que, simultaneamente, levanta a questão da eventual não consideração da maior elasticidade da procura como fator determinante da competitividade. A discussão deste aspeto será retomada. Em detalhe, a Andaluzia elege como prioritário o conhecimento da oferta de turismo náutico através do número de amarrações em marinas e portos de recreio, o Algarve o turismo balnear através do número total de praias. Assinale-se a diferenciação de produtos náutico / balnear, ambos no domínio da gestão costeira integrada. No Algarve o relevo seguinte está na procura de golfe através do número de voltas vendidas, e em terceiro na procura de património representada através do número de visitantes em monumentos classificados. Na Andaluzia esta hierarquia é diferente, com a procura de património em segundo, seguido das ofertas balnear e golfe.

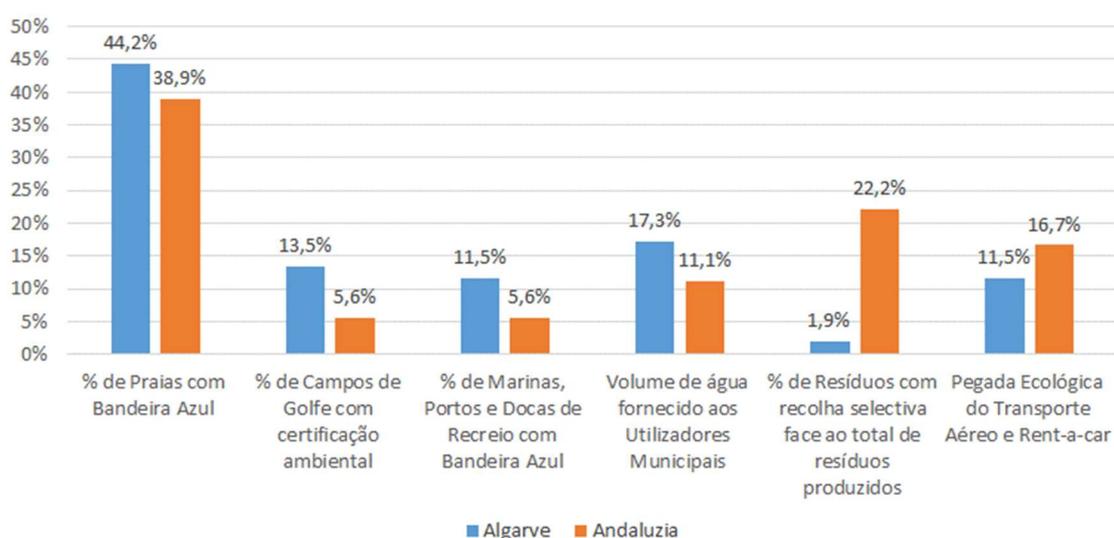
GRÁFICO 4 – PRODUTOS: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA



Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Na quinta área temática, dedicada ao Ambiente e resumida no Gráfico 5, regressa a alguma nota de coincidência das escolhas entre as regiões, sobretudo na prioridade em termos de qualidade ambiental – e não só - das praias através do indicador percentagem de praias com Bandeira Azul. Se no Algarve a preocupação seguinte está no consumo de água, na Andaluzia esta recai sobre a percentagem de recolha seletiva de resíduos, o que no entanto não deixa de ser uma preocupação comum sobre dois dos principais serviços prestados pelas municipalidades.

GRÁFICO 5 – AMBIENTE: FREQUÊNCIA DE INDICADORES POR 1ª OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA



Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Fica desta forma completo o cruzamento com que o IMPACTUR ALGARVE se comprometeu, onde partindo da informação disponível nas fontes estatísticas oficiais – mas não se restringindo a estas – chega a uma lista de indicadores prioritários para o apoio à decisão focada na competitividade, lista esta proveniente da opinião manifesta pelos agentes do setor e não de reflexão fechada sem validação externa. O design final do IMPACTUR ALGARVE não será restrito a esta lista, pois as dimensões a que se obriga e que passam pela economia, ambiente, marketing, gestão e social, a tal aconselham. No entanto, o primeiro passo fundamental está completo e assente na realidade o mais atualizada possível.

4. Conclusão

No conjunto dos resultados, os indicadores assinalados reúnem – mas não esgotam - as condições de base para de um desejado sistema de monitorização eficiente. É expectável que estes indicadores adicionados aos que serão identificados nas entrevistas semiestruturadas aos agentes, venham a gerar dados disponíveis com uma amplitude temporal elevada, metodologia consistente, atentos às especificidades do local/região, abrangentes e potenciadores da cooperação entre os diversos intervenientes. É esperado que seja maximizada a utilidade do sistema suportada em informação fidedigna e comparável entre as diferentes regiões e passível de continuidade no tempo.

Com a edição do presente relatório, em conjunto com o anterior motivado pela reação aos impactos da pandemia COVID-19 sobre o setor do turismo, está formalizado o primeiro *milestone* previsto da atividade 1 “*New trends and needs in tourism competitiveness measurement and evaluation at the regional level*” do IMPACTUR ALGARVE, tendo a inquirição online efetuada atuado como substituto do *stakeholders workshop* previsto, dada a situação contingencial da região e do setor em que a investigação está a decorrer nos três primeiros trimestres de 2020.

FIGURA 3 – MILESTONES DA ATIVIDADE 1 DO IMPACTUR ALGARVE

Designação
→ <i>Six semi-structured interviews administrated and one stakeholders workshop completed. Report edition.</i>
<i>One paper submission – SCOPUS (Q1 and Q2).</i>

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Os dados agora sistematizados serão ponderados pelas entrevistas semiestruturadas que se seguirão – presenciais ou não – dando origem à dupla validação ou correção da lista e hierarquização dos indicadores. As entrevistas também serão fundamentais para captar e fundamentar a incorporação de outros indicadores que o presente formado fechado de inquirição não permite captar, nomeadamente o conjunto de questões a formalizar no âmbito dos dados primários a recolher na inquirição presencial prevista a turistas nacionais e estrangeiros sobre a perceção da qualidade e imagem da região. Esta ação foi, compreensivelmente, adiada para uma fase onde seja compatível com as novas regras de sanitárias e simultaneamente onde estes fluxos existam de facto de forma consistente nos mercados prioritários.

Note-se que face a esta restrição, por precaução, o Relatório 1 do IMPACTUR ALGARVE já incorporou a recolha de dados sobre a imagem do Algarve na estratégia de recuperação pós Pandemia COVID 19. A submissão de *paper* está a ser preparada, estando prevista a sua entrega até ao final do terceiro trimestre, output com o qual se dará por completa a atividade 1.

Bibliografia

Andraz, J. & Rodrigues, P. (2016) Monitoring tourism flows and destination management: Empirical evidence for Portugal, *Tourism Management*, 56, 1-7. DOI : <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.019>.

Cascio, I., Mazzola, F. & Epifanio, R. (2019). Territorial determinants and NUTS 3 regional performance: A spatial analysis for Italy across the crisis, *Papers in Regional Science*, 98:2. DOI: <https://doi.org/10.1111/pirs.12372>.

Instituto Nacional de Estadística – España (2020). Tasas de paro por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma. Consultado em 14 Jul. 2020. Disponível em: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247#ltab=tabla>.

Mair, J., Ritchie, B. & Walters, G. (2016). Towards a research agenda for post-disaster and post-crisis recovery strategies for tourist destinations: a narrative review, *Current Issues in Tourism*, 19:1, 1-26. DOI: 10.1080/13683500.2014.932758.

Tarlow, P. (2019). Tourism Tidbits: Crisis Recovery, *Hospitality Net*. Consultado em 10 Jul. 2020. Disponível em : <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4095298.html>. Hospitality Net.

Wanagos, M., Agnieszka, S. & Studzieniecki, T. (2018). Market monitoring and its importance in the development of tourism on a local scale, in Klímová, V., Žítek, V. (eds.) XXI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků. Brno: Masarykova univerzita, 2018. s. 530–535. ISBN 978-80-210-8969-3. DOI : 10.5817/CZ.MUNI.P210-8970-2018-70.

WTTC – World Travel & Tourism Council - Economic Impact Reports. (2020). Consultado em 6 jul. 2020. Disponível em: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. WTTC – World Travel & Tourism Council.

Yazdi, S. & Khanalizadeh, B. (2016). Tourism demand: a panel data approach, *Current Issues in Tourism*, 20 (8), 787 – 800. DOI: 10.1080/13683500.2016.1170772.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I: INDICADORES POR ÁREA TEMÁTICA: FREQUÊNCIA POR NÍVEL DE OPÇÃO NO ALGARVE E ANDALUZIA.....	16
ANEXO II: DISPONIBILIDADE, PERIODICIDADE, DESAGREGAÇÃO, ATUALIZAÇÃO E FONTE DOS INDICADORES POR ÁREA TEMÁTICA NO ALGARVE E ANDALUZIA.....	19

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1 – ÁREA TEMÁTICA DE ALOJAMENTO: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO	16
TABELA 2 – ÁREA TEMÁTICA DE ECONOMIA E EMPRESA: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO	16
TABELA 3 – ÁREA TEMÁTICA DE ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO	17
TABELA 4 – ÁREA TEMÁTICA DE PRODUTOS: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO	17
TABELA 5 – ÁREA TEMÁTICA AMBIENTE: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO	18
TABELA 6 – ÁREA TEMÁTICA ALOJAMENTO: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR	20
TABELA 7 – ÁREA TEMÁTICA ECONOMIA E EMPRESAS: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR	21
TABELA 8 – ÁREA TEMÁTICA ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR	22
TABELA 9 – ÁREA TEMÁTICA PRODUTOS: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR	23
TABELA 10 – ÁREA TEMÁTICA AMBIENTE: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR	24

Indicadores por área temática: Frequência por nível de opção no Algarve e Andaluzia

TABELA 1 – ÁREA TEMÁTICA DE ALOJAMENTO: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO

Variável 1		Algarve	Andaluzia	Variável 2		Algarve	Andaluzia
Nº de hóspedes nos Estab. de Alojamento Turístico por mercado de origem	1ª opção	17,3%	16,7%	Nº de noites nos Estab. de Alojamento Turístico por mercado de origem	1ª opção	15,4%	16,7%
	2ª opção	25,0%	5,6%		2ª opção	28,8%	33,3%
	3ª opção	13,5%	27,8%		3ª opção	30,8%	22,2%
	4ª opção	28,8%	22,2%		4ª opção	7,7%	11,1%
	5ª opção	11,5%	16,7%		5ª opção	5,8%	11,1%
	6ª opção	3,8%	11,1%		6ª opção	11,5%	5,6%
Variável 3		Algarve	Andaluzia	Variável 4		Algarve	Andaluzia
Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Estab. de Alojamento Turístico	1ª opção	17,3%	11,1%	Taxa de Ocupação nos Estab. de Alojamento Turístico	1ª opção	34,6%	38,9%
	2ª opção	13,5%	16,7%		2ª opção	13,5%	5,6%
	3ª opção	15,4%	0,0%		3ª opção	13,5%	33,3%
	4ª opção	17,3%	27,8%		4ª opção	23,1%	0,0%
	5ª opção	25,0%	16,7%		5ª opção	7,7%	11,1%
	6ª opção	11,5%	27,8%		6ª opção	7,7%	11,1%
Variável 5		Algarve	Andaluzia	Variável 6		Algarve	Andaluzia
Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Alojamento Local	1ª opção	1,9%	11,1%	Nº de noites em Alojamento Local por mercado de origem	1ª opção	13,5%	5,6%
	2ª opção	17,3%	11,1%		2ª opção	1,9%	27,8%
	3ª opção	9,6%	0,0%		3ª opção	17,3%	16,7%
	4ª opção	5,8%	16,7%		4ª opção	17,3%	22,2%
	5ª opção	28,8%	33,3%		5ª opção	21,2%	11,1%
	6ª opção	36,5%	27,8%		6ª opção	28,8%	16,7%

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

TABELA 2 – ÁREA TEMÁTICA DE ECONOMIA E EMPRESA: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO

Variável 1		Algarve	Andaluzia	Variável 2		Algarve	Andaluzia
Proveitos Totais dos meios de Alojamento Turístico	1ª opção	21,2%	11,1%	REVPAR médio dos meios de Alojamento Turístico	1ª opção	23,1%	11,1%
	2ª opção	19,2%	22,2%		2ª opção	13,5%	22,2%
	3ª opção	19,2%	33,3%		3ª opção	21,2%	22,2%
	4ª opção	17,3%	22,2%		4ª opção	7,7%	22,2%
	5ª opção	19,2%	11,1%		5ª opção	9,6%	16,7%
	6ª opção	3,8%	0,0%		6ª opção	25,0%	5,6%
Variável 3		Algarve	Andaluzia	Variável 4		Algarve	Andaluzia
Gasto médio por turista	1ª opção	21,2%	22,2%	% de reservas de alojamento efetuadas via online	1ª opção	15,4%	11,1%
	2ª opção	30,8%	22,2%		2ª opção	9,6%	0,0%
	3ª opção	19,2%	16,7%		3ª opção	9,6%	11,1%
	4ª opção	17,3%	5,6%		4ª opção	30,8%	33,3%
	5ª opção	7,7%	22,2%		5ª opção	15,4%	11,1%
	6ª opção	3,8%	11,1%		6ª opção	19,2%	33,3%
Variável 5		Algarve	Andaluzia	Variável 6		Algarve	Andaluzia
Nº de População Empregada em Alojamento, Restauração e Similares	1ª opção	9,6%	16,7%	% do Emprego no Alojamento, Restauração e Similares	1ª opção	9,6%	27,8%
	2ª opção	13,5%	16,7%		2ª opção	13,5%	16,7%
	3ª opção	17,3%	11,1%		3ª opção	13,5%	5,6%
	4ª opção	13,5%	11,1%		4ª opção	13,5%	5,6%
	5ª opção	25,0%	22,2%		5ª opção	23,1%	16,7%
	6ª opção	21,2%	22,2%		6ª opção	26,9%	27,8%

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

TABELA 3 – ÁREA TEMÁTICA DE ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO

Variável 1		Algarve	Andaluzia	Variável 2		Algarve	Andaluzia
Nº Total de Passageiros Desembarcados no Aeroporto	1ª opção	25,0%	11,1%	Nº de Passageiros Desembarcados no Aeroporto por país de origem	1ª opção	42,3%	16,7%
	2ª opção	28,8%	27,8%		2ª opção	28,8%	16,7%
	3ª opção	25,0%	38,9%		3ª opção	11,5%	33,3%
	4ª opção	13,5%	11,1%		4ª opção	7,7%	16,7%
	5ª opção	1,9%	5,6%		5ª opção	5,8%	16,7%
	6ª opção	5,8%	5,6%		6ª opção	3,8%	0,0%
Variável 3		Algarve	Andaluzia	Variável 4		Algarve	Andaluzia
Nº Total de Passageiros Embarcados no Aeroporto	1ª opção	13,5%	5,6%	Nº de Aeronaves aterradas	1ª opção	1,9%	22,2%
	2ª opção	7,7%	16,7%		2ª opção	7,7%	16,7%
	3ª opção	25,0%	5,6%		3ª opção	13,5%	22,2%
	4ª opção	15,4%	44,4%		4ª opção	21,2%	27,8%
	5ª opção	19,2%	5,6%		5ª opção	19,2%	11,1%
	6ª opção	19,2%	22,2%		6ª opção	36,5%	0,0%
Variável 5		Algarve	Andaluzia	Variável 6		Algarve	Andaluzia
Nº de total de alugueres de viaturas Rent-a-car	1ª opção	11,5%	22,2%	Tempo médio em dias de aluguer de viaturas rent-a-car	1ª opção	5,8%	22,2%
	2ª opção	7,7%	16,7%		2ª opção	19,2%	5,6%
	3ª opção	17,3%	0,0%		3ª opção	7,7%	0,0%
	4ª opção	21,2%	0,0%		4ª opção	21,2%	0,0%
	5ª opção	26,9%	33,3%		5ª opção	26,9%	27,8%
	6ª opção	15,4%	27,8%		6ª opção	19,2%	44,4%

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

TABELA 4 – ÁREA TEMÁTICA DE PRODUTOS: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO

Variável 1		Algarve	Andaluzia	Variável 2		Algarve	Andaluzia
Nº Total de Praias	1ª opção	44,2%	16,7%	Nº de Buracos em Campos de Golfe	1ª opção	3,8%	16,7%
	2ª opção	5,8%	33,3%		2ª opção	21,2%	5,6%
	3ª opção	11,5%	11,1%		3ª opção	19,2%	22,2%
	4ª opção	9,6%	16,7%		4ª opção	17,3%	16,7%
	5ª opção	7,7%	16,7%		5ª opção	21,2%	11,1%
	6ª opção	21,2%	5,6%		6ª opção	17,3%	27,8%
Variável 3		Algarve	Andaluzia	Variável 4		Algarve	Andaluzia
Nº de Voltas vendidas em Campos de Golfe	1ª opção	7,7%	11,1%	Nº de Amarrações em Marinas, Portos e Docas de Recreio	1ª opção	19,2%	27,8%
	2ª opção	13,5%	5,6%		2ª opção	19,2%	11,1%
	3ª opção	9,6%	16,7%		3ª opção	32,7%	16,7%
	4ª opção	26,9%	11,1%		4ª opção	9,6%	22,2%
	5ª opção	23,1%	44,4%		5ª opção	7,7%	11,1%
	6ª opção	19,2%	11,1%		6ª opção	11,5%	11,1%
Variável 5		Algarve	Andaluzia	Variável 6		Algarve	Andaluzia
Nº de Movimentos em Marinas, Portos e Docas de Recreio	1ª opção	9,6%	5,6%	Nº de visitantes em monumentos classificados	1ª opção	15,4%	22,2%
	2ª opção	25,0%	16,7%		2ª opção	15,4%	27,8%
	3ª opção	15,4%	27,8%		3ª opção	11,5%	5,6%
	4ª opção	21,2%	22,2%		4ª opção	15,4%	11,1%
	5ª opção	23,1%	5,6%		5ª opção	17,3%	11,1%
	6ª opção	5,8%	22,2%		6ª opção	25,0%	22,2%

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

TABELA 5 – ÁREA TEMÁTICA AMBIENTE: INDICADORES POR NÍVEL DE OPÇÃO

Variável 1		Algarve	Andaluzia	Variável 2		Algarve	Andaluzia
% de Praias com Bandeira Azul	1ª opção	44,2%	38,9%	% de Campos de Golfe com certificação ambiental	1ª opção	13,5%	5,6%
	2ª opção	17,3%	11,1%		2ª opção	25,0%	16,7%
	3ª opção	9,6%	11,1%		3ª opção	25,0%	38,9%
	4ª opção	15,4%	16,7%		4ª opção	13,5%	11,1%
	5ª opção	9,6%	11,1%		5ª opção	13,5%	5,6%
	6ª opção	3,8%	11,1%		6ª opção	9,6%	22,2%
Variável 3		Algarve	Andaluzia	Variável 4		Algarve	Andaluzia
% de Marinas, Portos e Docas de Recreio com Bandeira Azul	1ª opção	11,5%	5,6%	Volume de água fornecido aos Utilizadores Municipais	1ª opção	17,3%	11,1%
	2ª opção	19,2%	16,7%		2ª opção	7,7%	22,2%
	3ª opção	25,0%	22,2%		3ª opção	9,6%	5,6%
	4ª opção	21,2%	27,8%		4ª opção	15,4%	16,7%
	5ª opção	13,5%	27,8%		5ª opção	19,2%	11,1%
	6ª opção	9,6%	0,0%		6ª opção	30,8%	33,3%
Variável 5		Algarve	Andaluzia	Variável 6		Algarve	Andaluzia
% de Resíduos com recolha selectiva face ao total de resíduos produzidos	1ª opção	1,9%	22,2%	Pegada Ecológica do Transporte Aéreo e Rent-a-car	1ª opção	11,5%	16,7%
	2ª opção	13,5%	11,1%		2ª opção	17,3%	22,2%
	3ª opção	19,2%	5,6%		3ª opção	11,5%	16,7%
	4ª opção	25,0%	11,1%		4ª opção	9,6%	16,7%
	5ª opção	21,2%	16,7%		5ª opção	23,1%	27,8%
	6ª opção	19,2%	33,3%		6ª opção	26,9%	0,0%

Fonte: Elaborado por CiTUR Algarve

Anexo II

Disponibilidade, periodicidade, desagregação, atualização e fonte dos indicadores por área temática no Algarve e Andaluzia

TABELA 6 – ÁREA TEMÁTICA ALOJAMENTO: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR

	Indicadores	Disponível	Periodicidade dos dados (desagregação)	Desagregação por Mercado	Disponibilidade dos dados	Atualização dos dados	Fonte
Algarve	Taxa de Ocupação nos Estab. de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Não (desagregação por tipologia)	Janeiro de 2014 - Setembro 2019	Atualizado em Setembro de 2019	INE - Portugal
	Nº hóspedes nos Estab. Alojamento Turístico por mercado de origem	Sim	Anual e mensal	Sim (15 principais mercados)	Janeiro 2015 - Novembro 2019	Trimestral	INE - Portugal
	Capacidade Alojamento Total (Camas) em Estab. de Alojamento Turístico	Sim	Anual	Não (desagregação por tipologia)	2014 - 2018	Anual	INE - Portugal
	Nº de noites nos Estab. de Alojamento Turístico por mercado de origem	Sim	Anual e mensal	Sim (17 principais mercados + outros e tipoloaia)	Janeiro de 2014 - Setembro 2019	Trimestral	INE - Portugal
	Nº de noites em Alojamento Local por mercado de origem	Sim	Anual e mensal	Sim (10 principais mercados)	Janeiro de 2005 - Fevereiro de 2019	Mensal	RNAL (Registo Nacional de Alojamento Local)
	Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Alojamento Local	Sim	Anual e mensal	Não (Camas/Quartos)	Janeiro de 2005 - Fevereiro de 2019	Mensal	RNAL (Registo Nacional de Alojamento Local)
Andaluzia	Taxa de Ocupação nos Estab. de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Não (desagregação por tipologia e fim de semana)	Janeiro de 1999 - Dezembro de 2019	Provisórios de 2019 publicados em Janeiro 2020	INE - Espanha
	Nº de hóspedes nos Estab. de Alojamento Turístico por mercado de origem	Sim	Anual e mensal	Sim (25 mercados)	Janeiro de 1999 - Dezembro de 2019	Janeiro de 2020	INE - Espanha
	Nº de noites nos Estab. de Alojamento Turístico por mercado de origem	Sim	Anual e mensal	Sim (25 mercados)	Janeiro de 1999 - Dezembro de 2019	Provisórios de 2019 publicados em Janeiro 2020	INE - Espanha
	Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Estab. de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Sim (25 mercados)	Janeiro de 1999 - Dezembro de 2019	Provisórios de 2019 publicados em Janeiro 2020	INE - Espanha
	Capacidade de Alojamento Total (Camas) em Alojamento Local	Sim	Anual e mensal	Sim (25 mercados)	Janeiro de 1999 - Dezembro de 2019	Provisórios de 2019 publicados em Janeiro 2020	INE - Espanha
	Nº de noites em Alojamento Local por mercado de origem	Não					

TABELA 7 – ÁREA TEMÁTICA ECONOMIA E EMPRESAS: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR

	Indicadores	Disponível	Periodicidade dos dados (desagregação)	Desagregação por Mercado	Disponibilidade dos dados	Atualização dos dados	Fonte
Algarve	REVPAR médio dos meios de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Não (desagregação por tipologia)	Janeiro de 2014 - Setembro 2019	Atualizado em Setembro de 2019	INE - Portugal/Turismo de Portugal
	Proveitos Totais dos meios de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Não (desagregação por tipologia)	Janeiro de 2015 - Novembro de 2019	Trimestral	INE - Portugal
	Gasto médio por turista	Não					
	% de reservas de alojamento efetuadas via online	Não					
	Nº de População Empregada em Alojamento, Restauração e Similares	Não					
	% do Emprego no Alojamento, Restauração e Similares	Não					
Andaluzia	REVPAR médio dos meios de Alojamento Turístico	Não					
	Proveitos Totais dos meios de Alojamento Turístico	Sim	Anual e mensal	Não	Janeiro de 2008 - Dezembro de 2019	Trimestral	INE - Espanha
	Gasto médio por turista	Sim	Anual	Sim (5 principais mercados + taxa de variação anual)	2016 -2019	Atualizado em Fevereiro de 2020	INE - Espanha
	% de reservas de alojamento efetuadas via online	Não					
	Nº de População Empregada em Alojamento, Restauração e Similares	Sim	Trimestral e Anual	Não	2001 - 2020	Trimestral	Turespaña
	% do Emprego no Alojamento, Restauração e Similares	Não					

TABELA 8 – ÁREA TEMÁTICA ACESSIBILIDADE E MOBILIDADE: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR

	Indicadores	Disponível	Periodicidade dos dados (desagregação)	Desagregação por Mercado	Disponibilidade dos dados	Atualização dos dados	Fonte
Algarve	Nº de Passageiros Desembarcados no Aeroporto por país de origem	Não					
	Nº Total de Passageiros Desembarcados no Aeroporto	Sim	Anual e mensal	Não (por tipo de trafego)	Janeiro 1963 - Novembro 2019	Mensal	INE - Portugal
	Nº Total de Passageiros Embarcados no Aeroporto	Sim	Anual e mensal	Não (por tipo de trafego)	Janeiro 1963 - Novembro 2019	Mensal	INE - Portugal
	Nº de total de alugueres de viaturas Rent-a-car	Não					
	Tempo médio em dias de aluguer de viaturas rent-a-car	Não					
	Nº de Aeronaves aterradas	Sim	Anual	Sim (Nacionalidade da transportadora)	2004 - 2018	Julho de 2019	INE - Portugal
Andaluzia	Nº de Passageiros Desembarcados no Aeroporto por país de origem	Não					
	Nº Total de Passageiros Desembarcados no Aeroporto	Sim	Anual e mensal	Não (por aeroporto de escala)	2004-2019	Mensal	AENA
	Nº Total de Passageiros Embarcados no Aeroporto	Sim	Anual e mensal	Não (por aeroporto de escala)	2004-2019	Mensal	AENA
	Nº de total de alugueres de viaturas Rent-a-car	Não					
	Tempo médio em dias de aluguer de viaturas rent-a-car	Não					
	Nº de Aeronaves aterradas	Não					

TABELA 9 – ÁREA TEMÁTICA PRODUTOS: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR

	Indicadores	Disponível	Periodicidade dos dados (desagregação)	Desagregação por Mercado	Disponibilidade dos dados	Atualização dos dados	Fonte
Algarve	Nº Total de Praias	Não					
	Nº de Voltas vendidas em Campos de Golfe	Não					
	Nº de visitantes em monumentos classificados	Não (museus e galerias)	Anual	Não (visitantes escolares e estrangeiros)	2013 - 2018	Novembro de 2019	INE - Portugal/ PORDATA
	Nº de Movimentos em Marinas, Portos e Docas de Recreio	Não					
	Nº de Amarrações em Marinas, Portos e Docas de Recreio	Sim	-	Não	última atualização 29-01-2020		Turismo de Portugal
	Nº de Buracos em Campos de Golfe	Sim	-	Não	última atualização 28-10-2019	Trimestral	Turismo de Portugal
Andaluzia	Nº Total de Praias	Não					
	Nº de Voltas vendidas em Campos de Golfe	Não					
	Nº de visitantes em monumentos classificados	Não					
	Nº de Movimentos em Marinas, Portos e Docas de Recreio	Não					
	Nº de Amarrações em Marinas, Portos e Docas de Recreio	Sim	-	Não	2020		Agencia Pública de Puertos de Andalucía
	Nº de Buracos em Campos de Golfe	Sim	-	Não			Real Federación Española de Golf

TABELA 10 – ÁREA TEMÁTICA AMBIENTE: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO POR INDICADOR

	Indicadores	Disponível	Periodicidade dos dados (desagregação)	Desagregação por Mercado	Disponibilidade dos dados	Atualização dos dados	Fonte
Algarve	% de Praias com Bandeira Azul	Não - Valor Total	Anual	Não (região e concelho)	2015-2019	Anual	Associação Bandeira Azul da Europa
	Volume de água fornecido aos Utilizadores Municipais	Sim	Anual	Não	2011 - 2018	Anual	INE - Portugal
	% de Campos de Golfe com certificação ambiental	Não					
	% de Marinas, Portos e Docas de Recreio com Bandeira Azul	Sim	Anual	Não (região e concelho)	2015-2019	Anual	Associação Bandeira Azul da Europa
	Pegada Ecológica do Transporte Aéreo e Rent-a-car	Não					
	% de Resíduos com recolha selectiva face ao total de resíduos produzidos	Sim	Anual	Não	2011-2018	Anual	INE - Portugal
Andaluzia	% de Praias com Bandeira Azul	Não					
	Volume de água fornecido aos Utilizadores Municipais	Sim	Anual	Não	2000 - 2016	Anual	INE - Espanha
	% de Campos de Golfe com certificação ambiental	Não					
	% de Marinas, Portos e Docas de Recreio com Bandeira Azul	Sim	Anual	Não (Comunidade Autónoma e província)	2015-2019	Anual	Associação Bandeira Azul da Europa
	Pegada Ecológica do Transporte Aéreo e Rent-a-car	Não					
	% de Resíduos com recolha selectiva face ao total de resíduos produzidos	Sim	Anual	Não	2010 - 2017	Anual	INE - Espanha

