

27 de Setembro de 2010

TURISMO EM FOCO – Setembro 2010

ACTIVIDADE TURÍSTICA NOS PARQUES DE CAMPISMO – PERÍODO 2005 A 2009

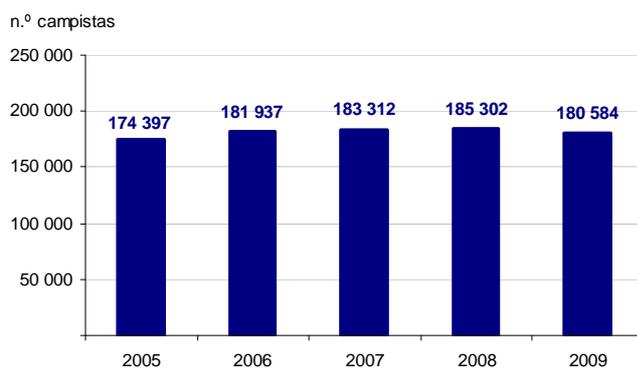
Dormidas de campistas com tendências distintas entre 2005 e 2009

A actividade turística nos parques de campismo entre 2005 e 2009 caracteriza-se por duas fases distintas: um período mais recente, marcado pela evolução negativa das dormidas de campistas, com reduções homólogas de 3% em 2008, e de 0,6% em 2009, que contrasta com a fase de crescimento verificada no período de 2005 a 2007. Em 2009, os parques de campismo nacionais registaram 6,7 milhões de dormidas de campistas, mantendo-se ainda abaixo do total de dormidas registadas em 2006. Os residentes em Portugal corresponderam ao principal mercado, assegurando 72% do total de dormidas de campistas.

I. Evolução dos parques de campismo

No período de 2005 a 2009, o número de Parques de campismo existentes em Portugal manteve-se relativamente estável, passando de 227 em 2005 para 225 em 2009. Apesar dessa muito ligeira redução, no período em análise assistiu-se a um aumento de 4,5% na capacidade de alojamento média por parque de campismo (768 campistas em 2005 e 803 em 2009) traduzindo-se num aumento da capacidade total dos parques. O número médio de trabalhadores ao serviço por parque de campismo manteve-se idêntico em 2005 e em 2009 (13 pessoas).

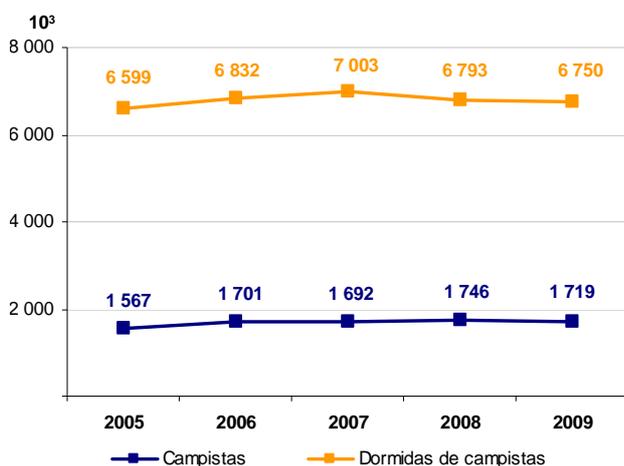
Figura 1. Evolução recente da capacidade de alojamento (n.º máximo de campistas) nos Parques de campismo, 2005-2009

**II. Campistas e Dormidas de campistas**

No conjunto dos últimos 5 anos, a actividade dos parques de campismo nacionais caracterizou-se por um acréscimo no número de campistas, com uma taxa de variação média anual (TVMA) de 2,3% e pela manutenção do volume de dormidas de campistas, com uma TVMA de 0,6%. Importa contudo salientar

que nos dois anos mais recentes a evolução da actividade dos parques de campismo foi desfavorável, evidenciando ainda, em 2009, ligeiros decréscimos homólogos, tanto no número de dormidas de campistas (6 750 milhares, ou seja, menos 0,6% face a 2008) como no total de campistas (1 719 milhares, menos 1,6%).

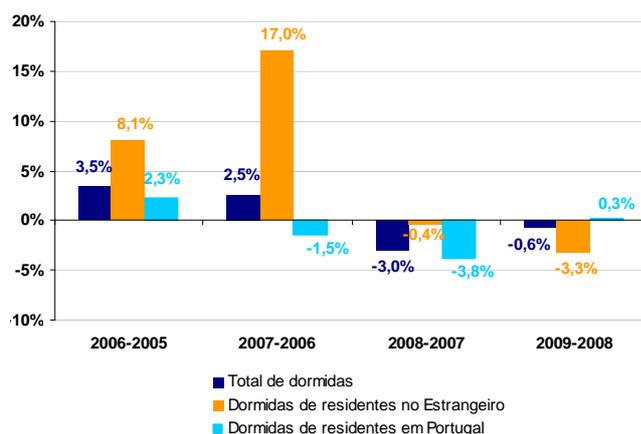
Figura 2. Evolução recente do nº de campistas e de dormidas de campistas nos Parques de campismo, 2005-2009



Assim, a evolução da actividade dos parques de campismo nos últimos anos caracterizou-se por dois momentos distintos: numa primeira fase, entre 2005 e 2007, observa-se uma dinâmica positiva no número de dormidas registadas nos parques de campismo, com crescimentos de 3,5% em 2006, e de 2,5% em 2007; numa segunda fase, entre 2007 e 2009, a situação inverteu-se, registando-se uma redução no número de dormidas de campistas de 3,0% em 2008, e de 0,6%, em 2009. A segmentação entre mercado nacional e estrangeiro permite

perceber a influência determinante que o mercado nacional tem na evolução global das dormidas de campistas. De facto, embora nos dois primeiros anos em análise as dormidas de campistas residentes no estrangeiro evidenciem crescimentos homólogos assinaláveis (+8,1% em 2006 e +17,0% em 2007) a fraca prestação do mercado nacional (+2,3% em 2006 e -1,5% em 2007) condicionou o crescimento global das dormidas de campistas. Já em 2008 observaram-se decréscimos em ambos os mercados, situação que contribuiu para o desempenho negativo observado nesse ano. Por fim, entre 2008 e 2009, o mercado nacional manteve-se estável, contribuindo para atenuar a evolução negativa do total de dormidas de campistas.

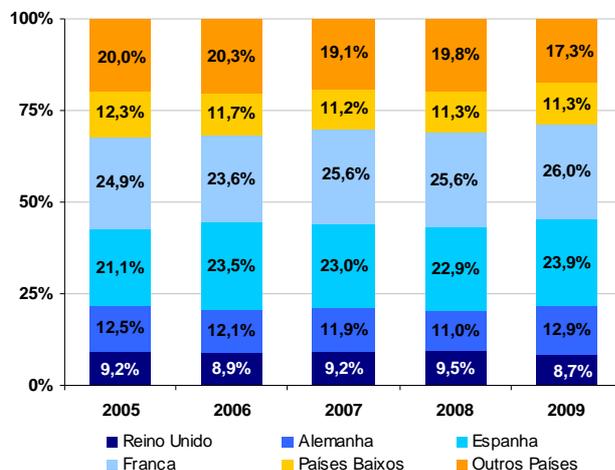
Figura 3. Taxa de variação homóloga do nº de dormidas de campistas, 2005-2009



III. Principais mercados de Origem

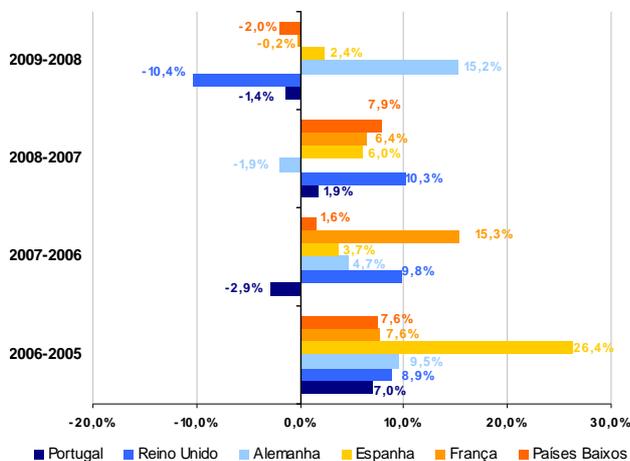
Os últimos 5 anos de actividade dos parques de campismo em Portugal caracterizaram-se por uma diminuição da importância relativa do mercado interno na estrutura de dormidas de campistas, os quais representavam 75,2% em 2005, decrescendo para 71,5% em 2009. Relativamente ao mercado estrangeiro, a França e a Espanha, no seu conjunto, representavam praticamente metade do total de dormidas de campistas estrangeiros em 2009. Estas duas principais origens foram aquelas onde se verificaram as maiores subidas relativas na distribuição de dormidas entre 2005 e 2009, 2,7 p.p. no caso da Espanha e 1,2 p.p. no caso da França. Em sentido inverso evoluíram os mercados dos Países Baixos e do Reino Unido, com diminuições nas quotas respectivas de 1 p.p. e 0,6 p.p.. De referir que, no período em análise, os parques de campismo apresentaram uma concentração de mercados de origem, tendo o peso da rubrica "Outros países" passado de 20,0% em 2005 para 17,3% em 2009.

Figura 4. Distribuição relativa das dormidas de campistas, por principais mercados de não residentes, 2005 - 2009



As diminuições de quota observadas nos mercados do Reino Unido e dos Países Baixos, no conjunto dos últimos 5 anos, devem-se exclusivamente às quebras homólogas que estes mercados sofreram em 2009 (-10,4% e -2,0%, respectivamente) já que em anos anteriores ambos os mercados haviam evidenciado crescimentos homólogos positivos. Ainda assim, os decréscimos sentidos nestes dois mercados em 2009 foram inferiores aos registados na hotelaria (-22,4% e -9,4%, respectivamente). Em oposição, o mercado espanhol apresentou crescimentos homólogos positivos ao longo dos últimos 5 anos, sendo o mais expressivo o verificado entre 2005 e 2006 (+26,4%), enquanto que os mercados francês e alemão, embora tenham registado aumentos de importância relativa, revelaram decréscimos homólogos em 2008 (-1,9%), no caso do mercado alemão, e em 2009 (-0,2%) no caso do mercado francês.

Figura 5. Taxa de variação homóloga anual, por principais mercados, 2005 - 2009

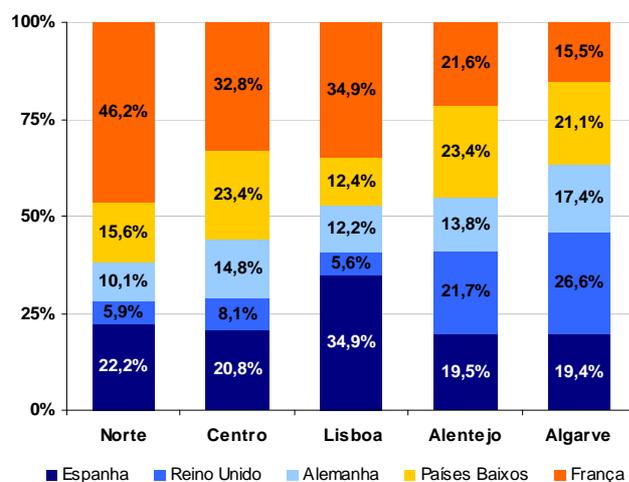


IV. Análise regional

A preponderância do mercado interno em termos de dormidas de campistas foi comum a todas as regiões do país, embora com maior relevância no caso das regiões do Centro e do Alentejo (84,4% e 87,7%, respectivamente) e menor no caso da região do Algarve (56,7%). Também a análise da estrutura de mercados estrangeiros ao nível regional, em 2009, revela diferenças acentuadas na composição das dormidas de campistas nas diferentes regiões do país. Assim, enquanto que a França foi o principal mercado nos parques de campismo do Norte e do Centro, representando 46,2% e 32,8% das dormidas de campistas globais, na região de Lisboa a França representa, a par da Espanha, as duas origens mais importantes (com quotas respectivas de 34,9%). Já as regiões do Alentejo e do Algarve demarcam-se do resto do país ao

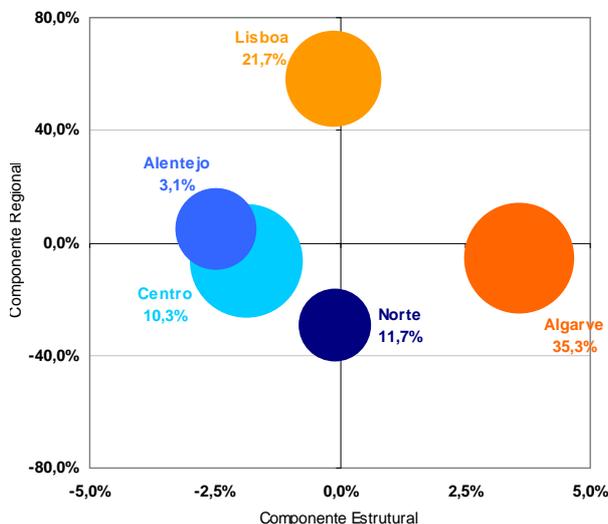
apresentarem como principais mercados os Países Baixos (23,4%), no caso do Alentejo, e o Reino Unido (26,6%), no caso do Algarve.

Figura 6. Distribuição relativa do número de dormidas de campistas, por principais mercados estrangeiros, segundo as regiões NUTS II, 2009



No conjunto dos últimos 5 anos, o Algarve foi a única região nacional que registou um desempenho favorável na componente estrutural da análise *shift-share* (3,6%), decorrente do facto dos mercados que mais progrediram a nível nacional (Espanha e França) apresentarem para a região do Algarve um peso relativo superior ao seu peso relativo no conjunto do país. No que respeita à componente regional, Lisboa foi a região que mais se destacou, apresentando um ritmo de crescimento das dormidas de campistas dos diversos mercados muito superior ao crescimento dos mesmos no conjunto do país.

Figura 7. Análise *shift-share* do número de dormidas de campistas dos principais mercados por regiões, 2005-2009



Quadro 1. Análise *shift-share* do número de dormidas de campistas por regiões, 2005-2009

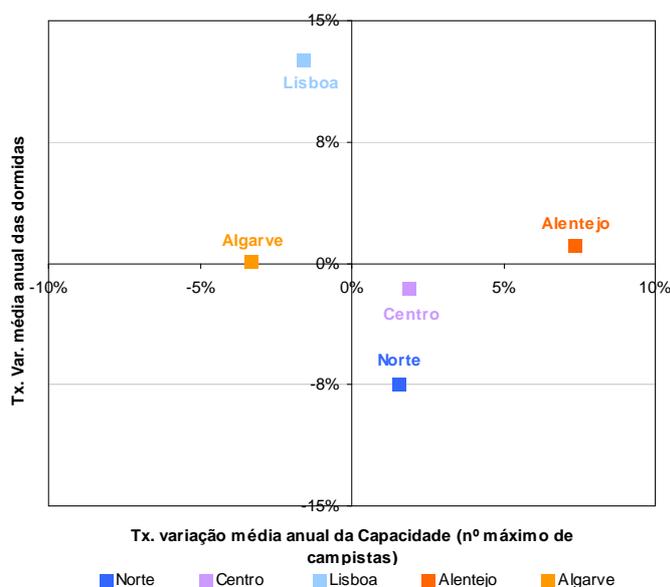
NUTS II	Componente			Variação Efectiva (09-05)
	Estrutural	Regional	Nacional	
Norte	-0,1	-29,0	2,4	-26,7
Centro	-1,9	-6,5	2,4	-5,9
Lisboa	-0,1	58,4	2,4	60,8
Alentejo	-2,5	4,8	2,4	4,8
Algarve	3,6	-5,3	2,4	0,7

unid.: %

No período de 2005 a 2009, de entre as diferentes regiões NUTS II do Continente, somente o Alentejo evidenciou um desempenho positivo, quer no ritmo de crescimento das dormidas de campistas, quer na capacidade oferecida. As regiões Norte e Centro, embora tenham aumentado a sua capacidade de alojamento nos últimos 5 anos, não conseguiram acompanhar essa dinâmica no domínio da ocupação, apresentando decréscimos médios anuais

nas dormidas de campistas de 7,5% e 1,5%, respectivamente. Contrariamente, as de Lisboa e do Algarve apresentaram as melhores evoluções já que, embora a capacidade disponível nos parques de campismo destas regiões tenha diminuído no período em análise, as dormidas de campistas cresceram a um ritmo de 12,6% e de 0,2%, ao ano, respectivamente.

Figura 8. Comparação do ritmo de crescimento da procura e da oferta nos parques de campismo, por região NUTS II, 2005-2009

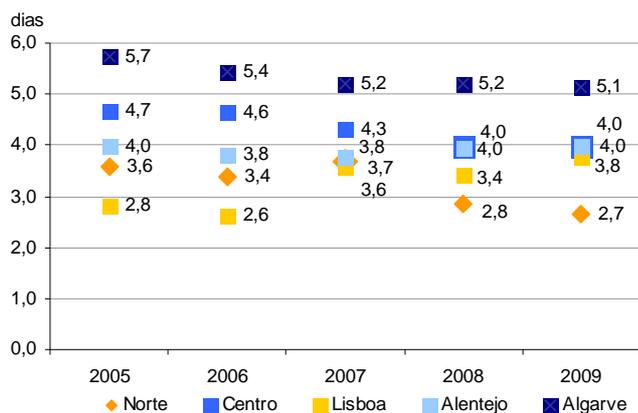


V. Permanência média

Consistente com a diminuição do número de campistas e de dormidas de campistas no período de 2007 a 2009, também a permanência média global decresceu em igual período, passando de 4,1 noites em 2007 para 3,9 noites em 2009. No conjunto dos 5 últimos anos, as regiões do Norte e do Centro foram as que mais viram decair a estada

média dos seus campistas (-0,9 e -0,7 noites, respectivamente). Também a região do Algarve, aquela na qual os campistas permaneceram, em média, um maior número de noites, acabou por evidenciar uma diminuição de 0,6 noites entre 2005 e 2009. Em oposição, a região de Lisboa apresentou um desempenho bastante favorável, evidenciando um prolongamento da estada média dos seus campistas em 1 noite.

Figura 9. Permanência média nos parques de campismo de Portugal, por regiões NUTS II, 2005 – 2009



Por principais mercados de origem constata-se que os residentes no Reino Unido foram os que apresentaram uma permanência média superior em parques de campismo em 2009 (5,6 noites), seguindo-se o mercado dos Países Baixos, o qual viu evoluir a permanência média dos seus residentes de 4,6 noites em 2005 para 4,9 noites em 2009. Todos os restantes mercados apresentaram diminuições no número médio de noites de permanência nos parques de campismo do Continente, sendo a mais Turismo em Foco – Setembro de 2010

acentuada a que se observou no mercado alemão (4,0 noites em 2005 para 3,3 noites em 2009).

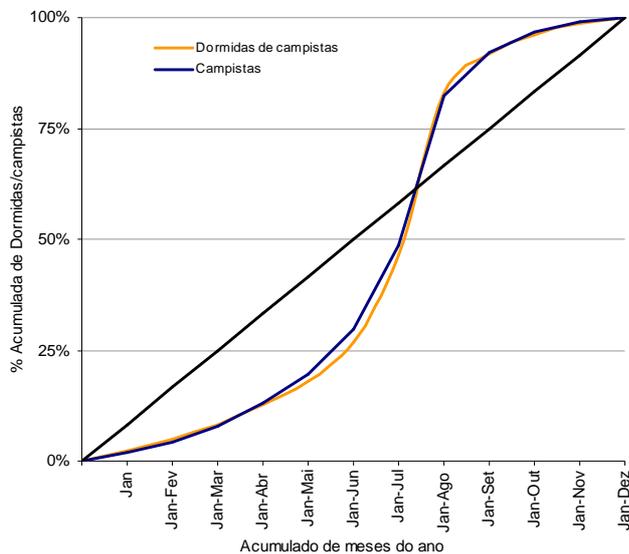
Quadro 2. Permanência média dos campistas, por principais mercados, 2005-2009

País de Residência	Ano				
	2005	2006	2007	2008	2009
Total	4,2	4,0	4,1	3,9	3,9
Portugal	4,5	4,3	4,3	4,1	4,1
Reino Unido	5,8	5,8	2,0	6,0	5,6
Alemanha	4,0	3,6	3,9	3,7	3,3
Espanha	2,7	2,6	2,9	2,6	2,6
França	2,9	2,8	3,0	2,8	2,8
Países Baixos (Holanda)	4,6	4,3	6,3	4,8	4,9

VI. Análise de sazonalidade

No período de 2005 a 2009, cerca de 2/3 das dormidas realizadas em parques de campismo ocorreram no 3º trimestre do ano, concentração que se acentuou de 62% em 2005 para 66% em 2009. A representação gráfica da concentração sazonal das dormidas de campistas, patente na figura 10, evidencia a enorme disparidade existente no número de dormidas em Parques de campismo ao longo do ano, com uma curva fortemente afastada do eixo central e convexa em Agosto, mês no qual se concentram cerca de 1/3 do total de dormidas anuais de campistas.

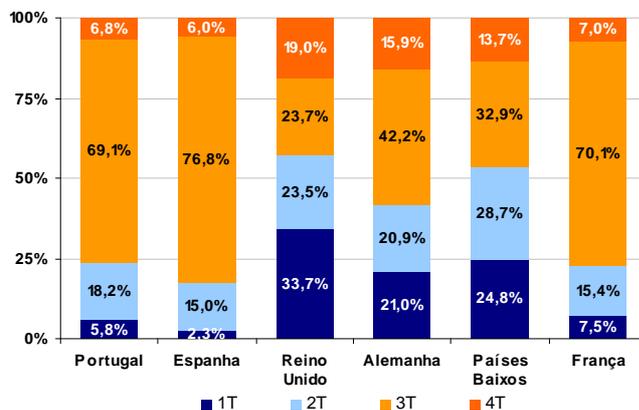
Figura 10. Concentração dos campistas e das dormidas de campistas, 2009



A análise da sazonalidade por mercado de origem permite igualmente aferir a existência de algumas diferenças. Assim, em 2009 os mercados de Espanha, França e Portugal apresentaram uma maior sazonalidade, concentrando no 3.º trimestre do ano, 76,8%, 70,1% e 69,1% das suas dormidas,

respectivamente. Em oposição, os mercados mais longínquos (Reino Unido, Países Baixos e Alemanha) demonstram uma menor sazonalidade, sendo que o mercado inglês foi o único que concentrou um maior número de dormidas no 1.º trimestre do ano e não no 3.º trimestre, como todos os restantes mercados de origem.

Figura 11. Distribuição do número de dormidas de campistas, por principais mercados, segundo o trimestre de 2009



NOTAS METODOLÓGICAS

Capacidade de alojamento nos parques de campismo – Número máximo de campistas que os parques de campismo podem alojar, tendo em conta a área útil destinada a cada campista, de acordo com o estabelecido para cada categoria: parques de campismo 1* - 13m²; 2* - 15m²; 3* - 18m²; 4* - 22m².

Análise *Shift-Share* (Análise das componentes de variação): esta análise permite decompor a taxa de crescimento de uma região, entre dois momentos no tempo, em três componentes distintas: taxa de crescimento registada na região de referência (a qual no nosso caso designámos de “Nacional”); a “componente estrutural” a qual reflecte as diferenças nas estruturas de mercado a nível regional e nacional; e a “componente regional” a qual mede a diferença de crescimento de cada mercado a nível regional e a nível nacional o que pode ser reflexo da existência de vantagens ou desvantagens de natureza locacional.

Em termos genéricos o modelo clássico da análise *shift-share* pode ser apresentado do seguinte modo:

$$\sum_k \Delta X_{ik} \equiv \sum_k [X_{ik}(t) - X_{ik}(t-1)] \equiv \sum_k [NX_{ik} + SX_{ik} + RX_{ik}] \text{ com,}$$

ΔX_{ik} : representa a variação observada na variável X_{ik} ;

$X_{ik}(t)$: representa a variável X medida na região i , no mercado k e no momento t ;

NX_{ik} : representa a componente nacional;

SX_{ik} : representa a componente estrutural;

RX_{ik} : representa a componente regional.