

INTERNACIONALIZAR +
ALGARVE



SUÉCIA



mar

RELATÓRIO

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADE DE MERCADO

ANO 2017

ÍNDICE

I. SÍNTESE DO PAÍS	3
II. AMBIENTE DE NEGÓCIOS	4
III. O MAR	5
IV. ACTIVIDADES LIGADAS AO MAR.....	6
V. ADAPTAÇÃO AO MERCADO SUECO.....	11
VI. ABORDAGEM AOS CANAIS SUECOS	13
VII. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO	17
VIII. CONTACTOS ÚTEIS	18
IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS.....	19
X. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO.....	20

I. SÍNTESE DO PAÍS

A Suécia alcançou, desde meados da década de 90, o estatuto de uma das economias mais desenvolvidas, competitivas e modernas do mundo, capaz de conciliar um sistema assente nas tecnologias de ponta com um extenso leque de benefícios sociais e elevados padrões de vida. A posição preponderante da economia sueca é explicada ainda por mais alguns fatores, como sejam uma capacidade inovadora liderante, uma cultura empresarial muito sofisticada e um ambiente macroeconómico estável. Estes aspetos resultam da atenção prestada pelo país à criação de condições favoráveis a um desenvolvimento norteado pela inovação e à formação de uma mão-de-obra altamente qualificada e de instituições públicas e privadas que usufruem de uma excelente reputação internacional.

A Suécia é um Estado próspero e, no âmbito da UE28, é a 7ª maior economia em termos de Produto Interno Bruto a preços de mercado e a 3ª no que respeita ao PIB *per capita*. O sector público tem uma importância relevante e as desigualdades sociais são menores quando comparadas com os valores médios da UE. A excelência do país em termos de I&D, tornam-no uma localização atrativa para investidores internacionais em alta tecnologia.

ÁREA	450 295 km ²
POPULAÇÃO	9,9 milhões de habitantes (2015)
DENSIDADE POPULACIONAL	21,8 habitantes/Km ²
CAPITAL	Estocolmo – 897 770 mil habitantes (centro urbano; com subúrbios: 1 400 000)
OUTRAS CIDADES IMPORTANTES	Gotemburgo (533,3 mil habitantes); Malmö (313,0 mil habitantes); Uppsala (205,2 mil habitantes); Linköping (150,2 mil habitantes)
RELIGIÃO	A maioria da população é cristã, com cerca de 90% de seguidores da Igreja Luterana Evangélica.
LÍNGUA	Sueco (ao nível dos negócios o inglês é muito utilizado)
UNIDADE MONETÁRIA	Coroa Sueca (SEK)
CÂMBIO	1 EUR = 9,4944 SEK ⇔ 1 SEK = 0,1053 EUR (média de janeiro/fevereiro de 2017)
RISCO DO PAÍS	AA (AAA=Risco mínimo; D=Risco máximo)

II. AMBIENTE DE NEGÓCIOS

Competitividade (Global Competitiveness Index 2015-16): 9ª Posição

Transparência (Corruption Perceptions Index 2015): 3ª Posição

Facilidade de Negócios (Doing Business Report 2016): 8ª Posição

Ranking Global (EIU, entre 82 mercados): 5ª Posição



III. O MAR

Portugal é um país periférico na Europa, mas central no Atlântico. Ao longo da nossa história, durante séculos, a dimensão marítima e a vocação atlântica permitiram a Portugal ultrapassar a sua periferia territorial europeia e ganhar escala enquanto potência marítima mundial.

Depois de um período de indefinição quanto à sua posição geopolítica global, Portugal voltou a olhar o Mar como base de uma estratégia de desenvolvimento nacional. Primeiro, porque Portugal precisa de uma estratégia de desenvolvimento de médio e longo prazo; segundo, porque o Mar é o recurso natural mais valioso e mais decisivo para o futuro do País. O Mar é um ativo incontornável para a internacionalização da economia portuguesa e para a captação de investimento estrangeiro. Exploração *deep offshore* de minerais, robótica, alimentação, energia, biotecnologia, segurança, transportes, alterações climáticas, monitorização ambiental, são variáveis de uma nova economia, ainda pouco perceptível à opinião pública, que moldará o século XXI e onde os oceanos terão um papel decisivo. Portugal parte em vantagem e não pode perder esta oportunidade.

O que precisamos neste momento é de desenvolver e aproveitar com sentido pragmático as vantagens endógenas do País neste domínio, especialmente na costa, onde podem ser desenvolvidas várias atividades. O regresso de Portugal ao mar depende da execução de uma estratégia assente no conhecimento e progresso tecnológico e na dimensão e geografia do território nacional, incluindo a nova dimensão alargada resultante da submissão apresentada para a extensão da plataforma continental além das 200 milhas marítimas.

O plano de ação, o Plano Mar-Portugal, visa, sobretudo, a valorização económica, social e ambiental do espaço marítimo nacional, através da execução de projetos sectoriais e intersectoriais, assim como dos planos estratégicos de âmbito nacional já existentes ou em fase de preparação. O setor do mar tem tido atenção mediática e política nos últimos tempos; no entanto, dos oito municípios com territórios de baixa densidade, apenas três têm linha de costa - Aljezur, Vila do Bispo e Alcoutim. Como tal, a abrangência de atividades pode ficar limitada; por exemplo, o setor do sal tem uma expressão interessante em Castro Marim, ou o surf nos concelhos de Vila do Bispo e Aljezur.

Dos pontos fortes da região associados às atividades ligadas ao mar, salientam-se: a extensa linha de costa; a existência de diversas praias com boas condições para a prática de desportos náuticos, como por exemplo o surf; a organização de eventos nacionais e internacionais ligados ao turismo náutico; a tradição do país e da região ligada ao mar; a existência de diversos equipamentos de apoio a estas atividades. O Oceano é, também, um vetor de desenvolvimento através dos numerosos usos e atividades que suporta, como o transporte marítimo, o turismo, a construção e reparação naval ou a náutica de recreio, entre muitas outras atividades tradicionais ou emergentes.

O mercado europeu

As atividades náuticas, maioritariamente marítimas, são praticadas por todo o continente, embora com maior intensidade em alguns países, e nos 27 mil quilómetros de lagos e vias de água (a Europa tem mais de 128 lagos com mais de 100Km²). O destaque deve ser dado ao Mar Mediterrâneo que, sozinho, corresponde a 70% do mercado mundial das atividades relacionadas com a náutica de recreio.

O mercado de turismo náutico europeu apresenta uma taxa de crescimento anual compreendida entre os 8% e os 10%, posicionando-se a Alemanha e a Escandinávia como os principais mercados emissores.

IV. ACTIVIDADES LIGADAS AO MAR

Relativamente aos serviços de maior disseminação no litoral da área de intervenção do projeto, destacam-se dois tipos de atividade: o turismo náutico (e outras atividades de animação) e a salicultura.

Turismo Náutico – O produto estratégico Turismo Náutico constitui um dos produtos em desenvolvimento na região, sendo um complemento ao produto Sol e Mar e uma forma de se requalificarem os recursos existentes, contribuindo, deste modo, para um aumento da procura, redução da sazonalidade e, em simultâneo, atração de novos mercados. O turismo associado a atividades náuticas pode ter um incremento muito forte nos próximos anos, para o que terão que ser criadas ou requalificadas as infraestruturas de apoio necessárias, como as marinas e os centros náuticos e de reparação naval.

Podem ainda ser exploradas as potencialidades do país para o surf, projetando o país e o Algarve junto do segmento mais jovem que procura estas atividades desportivas, reforçando a identidade da região, assim como ver realçadas modalidades como a vela e a canoagem. A observação de cetáceos e outras espécies marinhas reveste-se, igualmente, de particular importância, assim como a criação de parques arqueológicos subaquáticos poderá potenciar o desenvolvimento de um sector turístico de valor acrescentado à escala local. O turismo náutico pode atuar como propulsor da economia da zona, dado que implica a possibilidade de numerosas empresas prestarem serviços para este público-alvo, tais como: aluguer de veleiros, manutenção de embarcações, guias náuticos, aluguer de motos de água, escolas relacionadas com os desportos náuticos, etc.

Uma das principais associações ligadas ao cluster do mar é a Fórum Oceano – Associação da Economia do Mar (formada a partir da fusão da Oceano XXI e do Fórum Empresarial da Economia do Mar). No ano de 2015, foi elaborado o projeto Portugal Náutico pela AEP (Associação Empresarial de Portugal), com o apoio da Fórum Oceano. O projecto em si visa aproveitar o crescimento mundial do mercado náutico (em 2015, foi de 10%, equivalente a 60 mil milhões de Euros). De acordo com este relatório, Portugal tem oportunidades de crescimento no turismo de aventura náutico que, numa primeira fase, deverão centrar-se nos produtos surf, canoagem, mergulho, observação de espécies animais, pesca desportiva e passeios embarcados. A promoção conjunta das marinas, mais qualificadas, é uma oportunidade também no que respeita a embarcações de recreio. O país deve investir ainda em estágios desportivos, promovendo a oferta existente junto das federações estrangeiras.

Os mercados prioritários para esse esforço de promoção são os países da Escandinávia, o Reino Unido, a Alemanha e a França, com recurso ao marketing digital (30% dos turistas deste segmento pesquisam sobre o destino na internet), à presença em eventos internacionais (como a feira de Dusseldorf, a de Helsínquia, a de Paris e a de Londres) e ao contacto com prescritores e federações (a base de dados identificou 2617 entidades com interesse). Ou seja, este projecto está quase totalmente alinhado com os mercados de interesse do Algarve Internacionalizar Mais (aparte do mercado do Reino Unido ser substituído pela Holanda).

O mercado náutico mundial foi avaliado, em 2015, com um valor próximo dos 600 mil milhões de euros, sendo que 130 mil milhões de euros eram a respeito de negócios do setor na Europa. A náutica de recreio, só por si, foi avaliada em 60 mil milhões de euros. Segundo os responsáveis do projeto, Portugal tem “condições naturais e infraestruturas para desenvolver o turismo de náutica de recreio, ainda que a oferta seja ainda emergente e de pequena dimensão, com notória falta de estratégia conjunta e necessidade de promoção internacional”.

Além disso, desenvolver o setor do turismo náutico implica atrair turistas com alto poder aquisitivo, que permitam um crescimento do setor que se repercuta não só nas empresas dedicadas especificamente a este setor, mas também no resto da economia da zona e outros produtos turísticos.

As actividades ligadas ao Turismo Náutico podem dividir-se por famílias de serviços, da seguinte forma:



1 - Desportos aquáticos ou costeiros: Surf, Bodyboard, Parapente, Canoagem, Vela, Kitesurf, Windsurf, Stand Up Paddle, Mergulho, Pesca Desportiva e Jet-ski;

2 - Embarcações de Recreio: Promoção das Marinas, Passeios Embarcados, Observação de Espécies Animais e Cruzeiros;

3 - Estágios Desportivos: Formação de Atletas, Preparação de Equipas, Férias Desportivas, Estágios de Inverno ou de Início de Época.

A Salicutura é a última atividade analisada neste capítulo.

1 – Desportos aquáticos ou costeiros

Este tipo de turismo refere-se mais às viagens onde a actividade física em plano de água é combinada com a interação com a natureza e/ou aprendizagem cultural. A intensidade deste tipo de turismo varia das actividades suaves às mais radicais.

Surf: No que se refere ao segmento Surfing (Surf, Bodyboard, Kitesurf e Windsurf), em particular, o comprimento da nossa costa, a existência de uma multiplicidade de *spots*, condições naturais e climatéricas favoráveis e a sua conjugação com a realização de eventos de grande prestígio e com projeção internacional, têm vindo a posicionar Portugal como um dos principais destinos de surf da Europa. Na zona de implementação do projecto, verificamos que a zona litoral do Atlântico será a mais propícia a esta atividade desportiva, possuindo alguns “spots” de renome: Arrifana, Amado, Salema e Cordoama; Sagres também é um ponto muito dedicado ao Windsurf.

Parapente: Com uma vasta área de reservas naturais e paisagem protegida, a região algarvia torna-se incontornável para todos os apreciadores de desportos de natureza. E como não faltam falésias no litoral e cerros no interior, as condições perfeitas para o Parapente estão, assim, reunidas. Para os aventureiros mais experientes, algumas empresas da região fornecem equipamento e acompanhamento. As praias da Cordoama e Salema e as suas falésias na costa vicentina (Vila do Bispo) são pontos de lançamento bem conhecidos entre os praticantes.

Canoagem e Stand Up Paddle: Relativamente à canoagem, existem alguns locais onde a atividade pode ser praticada por lazer ou treino intensivo. Os rios do Algarve são estradas líquidas que proporcionam cruzeiros ou passeios de canoa. O rio Guadiana, fronteira entre Portugal e Espanha, é navegável desde Alcoutim até à foz. Partindo de Alcoutim, passa-se por Castro Marim, envolta em salinas e xistos, e que ostenta um castelo sobre a Reserva Natural, onde vivem mais de uma centena de espécies de aves, e pode-se terminar o passeio fluvial de aproximadamente 40kms até à foz, em Vila Real de Santo António. Existem ainda outras zonas fluviais que podem proporcionar boas zonas da prática de canoagem, que são as barragens situadas no interior do território algarvio: a Barragem de Odeleite, a Barragem de Beliche e a Barragem de Bravura. O Stand Up Paddle pode ser praticado nas mesmas zonas da canoagem para iniciantes, ou nas praias e surf *spots* para utilizadores mais avançados.

Vela: Fiel a uma tradição secular, a região é hoje o palco de eventos importantes deste desporto. Vilamoura acolhe o Torneio Internacional de Vela do Algarve, que decorre em Fevereiro, enquanto a marina de Portimão é eleita para estágio de velejadores de alta competição. Nas outras marinas e portos de recreio, realizam-se igualmente provas, e para este intenso velejar contribuem, de forma decisiva os clubes e as escolas de vela na maioria das cidades e vilas do litoral. Existem ainda alguns clubes que alugam barcos de recreio e veleiros, pelo que é comum ver o horizonte pontilhado de velas.

Mergulho: O Algarve oferece ótimas condições de mergulho em vários locais, quer se trate de mergulhadores experientes ou de iniciados. Em muitos locais da costa abundam vestígios arqueológicos,

remanescentes do intenso tráfego que ao longo dos séculos se verificou para o Mediterrâneo. Na Boca do Rio, frente à praia da Salema (Vila do Bispo), há inclusive um museu subaquático, com os despojos arqueológicos devidamente assinalados. Os navios que foram afundados nos anos recentes, para formarem um recife artificial, podem ser promovidos como destino para mergulhadores.

Pesca Desportiva: O Algarve é conhecido pelas atividades de pesca desportiva, estando as águas envolventes ao promontório de Sagres entre as melhores da Europa para a pesca de espécies como tubarão azul, pescada, espadarte, atum, sargo e corvina. Por ser terra de águas quentes e local de passagem dos peixes para o Mediterrâneo em várias alturas do ano, o mar algarvio é ideal para a prática da pesca profissional, organizando-se, durante o Verão, torneios nacionais e internacionais. É fácil alugar, por um dia, barcos bem equipados, com cadeiras de pesca e arreios, ou descobrir grupos de mergulho através de empresas profissionais que proporcionam facilidades neste âmbito. Deve considerar-se facilitar, para visitantes estrangeiros, o procedimento de obtenção de uma licença de pesca lúdica.

Jet-ski: Este é um desporto aquático motorizado (Jet Ski e Motas de Água), ao longo da costa algarvia (Sagres) ou no interior (Alcoutim e Barragem da Bravura). A atividade é permitida cumprindo a legislação atual quanto às zonas de segurança e regras de utilização.

2 – Embarcações de Recreio: Promoção de Marinas, Passeios Embarcados, Observação de Espécies Animais e Cruzeiros

Este tipo de turismo inclui todas as atividades que envolvem viagens para longe do lugar de residência e que têm como meio de transporte embarcações à vela ou a motor, seja em águas marítimas ou interiores. O Turismo de Recreio Náutico deve, portanto, ser considerado um produto turístico composto, conjugando atividades de entretenimento, onde podem ter lugar diferentes atividades náuticas, sempre com uma perspectiva sustentável e de respeito pela natureza.

A Náutica de Recreio é um sector com um elevado consumo de serviços e de bens intermédios. Por exemplo, um barco exige motores, geradores, equipamentos eletrónicos e diversos componentes de outras indústrias de suporte, que sem a existência da primeira não subsistiriam. É, como tal, importante realçar que o interesse da Náutica de Recreio se encontra intimamente associado ao elevado efeito multiplicador que a sua atividade induz nos restantes sectores económicos dos territórios. As estatísticas europeias mostram que o efeito económico global da Náutica de Recreio é cerca de 3,61 vezes o volume de negócios diretamente associado à sua atividade.

A Náutica de Recreio pode constituir um importante vetor de desenvolvimento económico, pelo potencial que tem de gerar sinergias com outras áreas, tal como o turismo, e de induzir a fixação de um conjunto alargado de atividades, que encerram 5 grandes eixos (Infraestruturas e serviços de apoio, Equipamentos, Atividades desportivas, Atividades de lazer e Formação) e que englobam várias áreas de negócio.

Promoção das Marinas: As excelentes infraestruturas de lazer são o porto de abrigo de velejadores e mareantes e apelam tanto ao repouso como à animação. Na zona de implementação do projeto, ficam de fora as maiores marinas e portos do Algarve; no entanto, é importante a posição do porto pesqueiro de Sagres (Baleeira), devido à sua posição geográfica. Ainda podemos contar com o pequeno porto pesqueiro da Arrifana, já na costa Este, apesar no seu estado atual, e dois portos fluviais no Guadiana, respeitantes a Castro Marim e Alcoutim, importantes para os cruzeiros que ali se fazem e pelo acesso, que dá a possibilidade de visitas turísticas. Todas estas estruturas são importantes, não só como marinas comerciais que possibilitam a venda de serviços em terra, mas pelos serviços marítimos que possibilitam a partir de pequenos ancoradouros.

Passeios de Barco: Os passeios de barco pelo Algarve permitem um olhar diferente sobre as cidades e a costa. As Marinas são um dos pontos de partida para os minicruzeiros que, durante o dia, percorrem a costa, com paragem em praias pouco frequentadas. Destes locais partem também tours ao fim da tarde. Neste caso, há animação a bordo e os passeios permitem apreciar as cidades à noite. Também em Sagres, há pequenos barcos conduzidos por pescadores, em passeios mais próximos, que passam por percursos mais tradicionais.

Observação de Espécies Animais: O promontório de Sagres abriga uma grande biodiversidade de espécies e habitats naturais, muitos deles exclusivos a nível mundial. Por outro lado, a migração outonal das aves, ou os ninhos das cegonhas nas falésias, são muito apreciados. Devido à sua posição geográfica, variedade de paisagens e condições climáticas, fortemente marcadas pela influência atlântica e mediterrânica, esta região do sudoeste algarvio e costa vicentina, núcleo de importantes recursos marinhos e ecológicos, é uma Reserva Biogenética do Conselho da Europa desde 1988. O litoral escarpado entre o promontório de Sagres e o cabo de São Vicente desdobra-se em diversos habitats costeiros, incluindo sapais, falésias, dunas e lagunas, que favorecem uma flora rara e específica, muitas vezes mencionada como única no mundo. Sagres é um local que proporciona momentos únicos na presença de golfinhos, baleias e também de tubarões. O objetivo é mostrar os cetáceos no seu habitat natural de uma forma segura e educativa, guiado por equipas profissionais e experientes. Os biólogos marinhos proporcionam sessões pedagógicas antes de cada saída e, durante a viagem, partilham curiosidades e conhecimentos acerca das espécies observadas. Os passageiros também poderão avistar muitas aves-marinhas, tartarugas, peixes-voadores, peixes-lua, e ficar a conhecer as atuais armações de atum existentes na costa do Sotavento Algarvio.

Cruzeiros: Este tipo de atividades de recreio na zona do Algarve funciona através de viagens de curta duração e em embarcações com capacidade para 30-40 pessoas, que realizam um itinerário por diversos destinos. Os cruzeiros mais frequentes na área dedicada a este projeto acontecem maioritariamente, se não exclusivamente, no Rio Guadiana. Muitos destes partem da cidade de Vila Real de Santo António, mas outros apenas planificam a descida do rio e partem de Alcoutim ou Castro Marim. Os cruzeiros permitem disfrutar das duas margens entre Portugal e Espanha, e muitos permitem também o desembarque na Foz de Odeleite, para um passeio a pé pela aldeia.

3 – Estágios Desportivos: Formação de Atletas, Preparação de Equipas, Estágios e Férias Desportivas

Formação de Atletas, Preparação de Equipas, Estágios de Inverno ou de Início de Época: Dotado de condições naturais de excelência e infraestruturas de grande qualidade, o Algarve é um destino incontornável para a prática do desporto e estágios de alta competição. As mais estáveis condições climáticas do país e da Europa resultam num clima ameno todo o ano, com temperaturas que variam entre os 15º e os 31º, fraca precipitação e muitas horas de Sol (em média 3500 por ano). A otimizar as superiores condições naturais, o Algarve dispõe, também, de um conjunto de infraestruturas hoteleiras e desportivas capazes de satisfazer todas as necessidades desportivas, mesmo as de nível profissional, num campo alargado de modalidades. O Futebol, o Atletismo e o Ténis já reconheceram no Algarve condições para fazerem os seus estágios e competições. A região não deixa, no entanto, de receber atletas de muitas outras modalidades desportivas, com destaque para o Atletismo, a Canoagem e o Rugby, que escolhem a região para os seus estágios de Inverno. Um destino à beira-mar, que é também palco frequente de importantes provas desportivas e campeonatos internacionais, designadamente de Golfe, Motonáutica, Corta-Mato, Ciclismo, Pesca Desportiva, Vela, BTT e desportos acrobáticos. O Ténis é um exemplo claro do sucesso da aposta do Algarve no turismo desportivo e na preparação de futuros campeões de alta competição. Dotada de modernas infraestruturas e instalações adequadas ao desenvolvimento da modalidade, a região algarvia assume-se como uma das melhores do país em termos de clubes, academias e campos de Ténis.

Campos de Férias Desportivas: Existem cada vez mais instituições a planear férias desportivas juntamente com unidades hoteleiras, de modo a aproveitar as estruturas existentes, principalmente na época baixa. Atualmente, o foco ainda é no mercado português, mas este deve ser alargado a outros países, uma vez que há apoios destinados a este tipo de eventos. As férias desportivas contam com o apoio do Instituto Português do Desporto e Juventude e da Comissão Europeia, são destinadas a jovens Europeus dos 18 aos 26 anos e incluem alojamento, jantares, transportes para a praia, seguro e acesso a mais de 20 modalidades desportivas, que vão desde a vela ao futebol de praia e do surf ao Tai Chi. Numa altura em que há uma taxa de desemprego juvenil elevadíssima, mas que existe uma necessidade cada vez maior dos jovens adquirirem ou aperfeiçoarem competências que lhes permitam aumentar a sua empregabilidade, estes campos de férias têm como objetivo conjugar momentos de lazer com educação não formal a preços acessíveis, fomentando ainda a tolerância, a interculturalidade e a cidadania Europeia.

Salicultura

As salinas tradicionais de sal do mar *premium* estão situadas nas reservas naturais da costa atlântica, dentro das áreas protegidas "Ria Formosa" e "Sapal de Castro Marim". O design destas salinas segue uma antiga tradição de 2.000 anos, e muitas delas possuem peças históricas, como moinhos de maré e bacias usadas para a coleta de sal ao longo dos séculos. Destas salinas derivam o Sal Tradicional, o Sal do Mar e a Flor do Sal. O produto mais valorizado é a Flor do Sal, e é o que tem maior abertura para mercados externos, sobretudo devido à sua qualidade. Os elementos chave na produção de sal de qualidade são as águas límpidas do Atlântico, a colheita cuidadosa, favorecida pela ausência de emissões industriais, e a época de verão algarvia, que é tipicamente soalheira e ventosa. A produção pode variar, pois depende do clima durante a época da colheita, causando limitações aos *stocks*.

O Sal de Castro Marim ostenta um selo de certificação da Nature et Progrès e da Sativa, que o diferencia nos mercados nacional e internacional. Em conjunto com produtores de outras regiões portuguesas, também já conseguiram que a União Europeia reconhecesse o sal como um produto agroalimentar, em vez de mineral, um importante passo para se conseguir a Denominação de Origem Protegida. Os preços rondam os 20€ por quilo para venda ao consumidor.

V. ADAPTAÇÃO AO MERCADO SUECO

Os turistas oriundos de países desenvolvidos, com condições infraestruturais alargadas a toda a população e à extensão do seu território, tendem a avaliar os países que visitam com base no *standard* do seu país. Desta forma, conhecer as estruturas disponibilizadas pelos países emissores de turistas assume elevada importância, especialmente para os países que se querem destacar como potenciais países recetores.

Os suecos têm uma relação forte com a água: o país é todo cortado por rios e canais e possui um litoral cheio de ilhas e penínsulas. A costa da Suécia é beneficiada por correntes marinhas quentes, que amenizam as temperaturas. O país oferece ainda uma sucessão de belas paisagens impolutas de milhares de lagos e montanhas praticamente desertas. O maior lago da Suécia é Vänern, que é também um dos maiores da Europa. Estes lagos são importantes pelas atividades aquáticas que podem ser promovidas a temperaturas normalmente mais elevadas do que nas costas marítimas.

Os turistas oriundos de países desenvolvidos, com condições infraestruturais alargadas a toda a população e à extensão do seu território, tendem a avaliar os países que visitam com base no *standard* do seu país. Desta forma, conhecer as estruturas disponibilizadas pelos países emissores de turistas assume elevada importância, especialmente para os países que se querem destacar como potenciais países recetores.

As embarcações constituem um elemento central na história da Suécia e por muito tempo foram o único meio eficaz de transporte devido à abundância de lagos característicos em todo o país. De acordo com um estudo realizado pela THR (2006), o mercado da náutica de recreio representa, em termos de procura primária, aproximadamente 3 milhões de viagens na Europa, sendo a vela e o mergulho as atividades mais procuradas. Este mercado apresenta uma taxa de crescimento compreendida entre 8% e 10% ao ano, sendo a Alemanha e a Escandinávia os principais mercados emissores de turistas. Quanto à procura secundária da náutica de recreio, e de acordo com informação do European Travel Monitor (IPK), o estudo aponta para 7 milhões de viagens/ano, considerando as atividades realizadas por turistas internacionais europeus.

Atividades realizadas por turistas internacionais europeus

Mercado Emissor	Viagens Totais (milhares)	% Viagens de turismo náutico	Viagens de Turismo Náutico (milhares)	% do total de viagens
Europa	245.000	1,15	2.800	100,0
Alemanha	51.685	1,30	679	24,3
Escandinávia	18.571	2,30	423	15,1
Grã-Bretanha	39.349	0,60	249	8,9
Holanda	17.763	1,10	200	7,1
França	18.493	1,00	178	6,4
Espanha	9.103	0,70	65	2,3

O turismo náutico tem apresentado um crescimento positivo e o número de barcos de recreio tem registado um crescimento contínuo na Suécia, segundo as informações disponíveis. Face ao elevado número de embarcações existentes no país, os cruzeiros, a vela, a navegação de lazer e as regatas são algumas das atividades realizadas pelos escandinavos.

Com um dos maiores arquipélagos no mundo e inúmeros lagos, rios e canais, a Suécia é excecionalmente bem dotada para uma atividade náutica diversificada. A principal força do setor da náutica de recreio da Suécia é a existência de mais de 1 milhão de barcos, fazendo da Suécia um dos países líderes na posse de embarcações em todo o mundo. Os suecos desde sempre foram apaixonados por embarcações e os passeios de barco são um dos fenómenos populares do país. Um terço da população adulta realiza um passeio de barco pelo menos uma vez por temporada/estação. A Suécia tem uma indústria de construção naval altamente desenvolvida ao nível dos barcos de pequeno e médio

porte (principalmente barcos de recreio), o que gera rendimento e proporciona empregos, em particular nas áreas menos povoadas. Deste modo, não é difícil de entender a importância da náutica no país.

Tipos de embarcações existentes na Suécia por percentagem:

Tipos de embarcações	%
Canoas e Caiaques	6,0
Botes e barcos a remos, com ou sem motores	18,0
Barcos abertos com motores até 10m	18,4
Barcos a motor com motores de pelo menos 10m sem cabine	32,0
Veleiros e botes sem acomodações para dormir	2,6
Veleiros com acomodações para dormir temporariamente	2,2
Barcos com acomodações para dormir	13,6

Depois da análise de alguma informação sobre o mercado sueco é fácil de perceber que, relativamente às famílias de serviços ligadas ao Turismo Náutico, os turistas suecos são mais atraídos pelas Embarcações de Recreio, e depois pelos Desportos Aquáticos ou Costeiros, aparecendo nesta família a vela e canoagem como desportos de eleição.

Os Estágios Desportivos da área náutica não são, habitualmente, feitos fora do país, mas face às condições climáticas adversas existentes no Inverno, pode ser uma boa área para trabalhar, através do contacto com as federações, clubes e associações locais de forma a cativar os mesmos para Estágios de Inverno ou de Início de Época, como já aconteceu com a SFI, responsável pelo atletismo sueco para os Jogos Olímpicos. Outra das áreas a ser trabalhada são as férias desportivas, de modo a iniciar os mais jovens nos desportos aquáticos e costeiros menos tradicionais na Suécia.

Salicultura - Adaptação ao mercado sueco

Este tipo de atividade artesanal desenvolve-se em plena natureza, é amiga do ambiente, sem o afetar, e a prova disso está na manutenção de todo o ciclo de vida no ecossistema em redor. Esta é, sem dúvida, uma das mais-valias que o produto deve apresentar como “cartão-de-visita” no mercado sueco, que procura sempre produtos ecológicos e sustentáveis. Muitos dos consumidores optam pelo sal temperado já com outras especiarias.

Uma área atrativa no mercado sueco é o mercado gourmet, pelo facto de ter tido, nos últimos anos uma evolução favorável à utilização de produtos diferenciados da dieta escandinava, principalmente pelo facto de a população seguir os conselhos dos *chefs* internacionais, que são fãs da flor de sal pelas suas propriedades qualitativas. Pesa também o facto do mercado sueco ter um poder de compra mais elevado do que em Portugal e ter mais capacidade para a compra de produtos do segmento gourmet. Na flor de sal, 70%-80% da produção é vendida para o estrangeiro (EUA e Alemanha, principalmente), e o resto normalmente é vendida a retalho em Portugal.

VI. ABORDAGEM AOS CANAIS SUECOS

No Norte da região escandinava, especificamente nas áreas interiores da Suécia, temos um inverno longo e muito frio, com temperaturas entre os -35 e -20 °C, com intensa precipitação de Neve, e um Verão curto e ameno, com diminuição das chuvas e temperaturas médias entre 5 e 15 °C.

O país também apresenta um número de marinas elevado face a outros países europeus, somando 1.107 em todo o seu território. Relativamente às atividades ligadas ao meio náutico, a Suécia é um dos países europeus que apresentam os maiores rácios de embarcações por habitante, ascendendo a 83 embarcações por cada 1.000 habitantes (encontra-se atrás da Finlândia, com um rácio de 139, e Noruega, com 169). Alguns países do Sul da Europa como a Croácia, França, Grécia, Itália e Portugal, apresentam rácios de embarcações bastante reduzidos face aos países nórdicos. A náutica de recreio gerou um total de vendas de bens e serviços náuticos, na Suécia, na ordem dos 1,6 milhões de euros. Uma vez que os suecos são viajantes ávidos, especialmente para outros países europeus, é de aproveitar este interesse e conjugá-lo com as atividades náuticas para atrair estes turistas através das melhores características do Algarve.

Os suecos adeptos do turismo náutico que procuram lazer valorizam significativamente condições de segurança e conforto de navegação e amarração, qualidade de serviço, motivos de interesse para visitar (p. ex. associados ao património histórico, natural e cultural, eventos desportivos ligados à náutica), atividades de entretenimento, gastronomia, facilidades de manutenção e reparação das embarcações, simplificação burocrática, baixos níveis de taxas e emolumentos, fáceis acessibilidades ao mar, facilidade e competitividade de deslocações rápidas entre os locais de amarração e os locais de residência habitual.

Durante muito tempo, existiu um mercado para a organização de passeios de vela para os turistas náuticos suecos em zonas como a Grécia e as Caraíbas. Portugal poderá também oferecer estes serviços. Isto refere-se, principalmente, a veleiros de dimensão superior.

Um novo segmento poderá oferecer serviços de aluguer semelhantes aos dos grandes veleiros, mas também para barcos mais pequenos e também para barcos a motor. A grande maioria dos proprietários de barcos suecos têm barcos a motor de dimensões menores. Para eles, a espera pela temporada de verão é longa, e muitos são aposentados que têm tempo para dedicar ao turismo em veleiros de menor dimensão/barcos a motor durante a primavera/outono, quando está muito frio para passeios de barco na Suécia. Muitos proprietários de barcos pequenos levam os seus barcos para terra já no final de setembro e regressam em maio; desta forma, há alguns meses adicionais disponíveis para oferecer serviços turísticos. Este turismo de aluguer de barcos também poderá ser combinado com outros pacotes culturais e de gastronomia.

Para chegar aos consumidores suecos de serviços turísticos é importante estar nos principais canais de mercado. Uma vez que muitos dos proprietários de barcos na Suécia pertencem à geração com mais idade, a publicidade em revistas em suporte papel pode ser uma maneira eficaz de alcançá-los. Duas das principais revistas de barcos impressas são a Båtnytt (<http://www.livetombord.se/batnytt/>) e a Båtliv (<http://www.batliv.se/>).

Por outro lado, os operadores e as plataformas *on-line* têm cada vez mais importância e, por isso, a presença na web é essencial na dinamização comercial para os promotores de atividades do Algarve. Os operadores turísticos mais importantes ou que já têm ligações ao mercado português são os seguintes: Future Travel, Allacharterresor, Reseguiden, Sistaminutenresor, TSS-Travel, Easton Golf, Berglund Travel e TUI SE.

Além destes, há as plataformas turísticas internacionais, onde é importante estar presente, e outros operadores que ainda não conhecem o país, podendo ser criadas algumas oportunidades de negócio. É o caso de agências online ou sites como o Ving e o Trivago. Isto porque o povo sueco interessa-se muito

por viagens e gostam de as planear pessoalmente (uma média de 60% de marcações via internet). Mais voos, mais frequências, mais destinos com voos diretos e com custos mais competitivos, são os desejos da grande maioria dos agentes de viagem e operadores turísticos nórdicos de forma a promover mais Portugal.

A maioria dos proprietários de barcos suecos estão organizados em clubes de barcos sem fins lucrativos, onde os membros participam na manutenção dos portos, etc. Alguns também têm os seus barcos em marinas comerciais, mas são em menor número. Os clubes de barcos sem fins lucrativos poderão ser abordados com ofertas de grupo aos seus membros, tais como pacotes de viagem com desconto ou similares.

A Batunionen é uma organização de coordenação para 900 clubes de barco suecos sem fins lucrativos. Tal organização poderá também ser abordada com ofertas de serviços.

Existe ainda outra vantagem na abordagem aos canais suecos, uma vez que depois desta tarefa executada no país, as empresas encontram-se já preparadas para abordar os outros mercados nórdicos, visto que, as diferenças entre eles são relativamente pequenas.

Política de produto

O mercado sueco, tal como outros, dá muita importância a certos aspetos no segmento do Surf e desportos similares e que podem fazer a diferença no momento da escolha do destino das férias para esses fins. Destacam-se os seguintes:

- Certificações de sustentabilidade: Os operadores europeus não requerem diretamente rótulos de sustentabilidade mas, quando têm possibilidade de escolher, optam quase sempre pela opção sustentável. Logo, integrar elementos sustentáveis nos serviços disponibilizados, mesmo sem certificação, pode ser uma vantagem competitiva. Existem muitas certificações disponíveis para o mercado local, europeu ou mundial, o que por vezes torna também difícil passar a mensagem e reconhecer a certificação. Exemplos de “rótulos” globais credíveis ao nível da sustentabilidade ou do turismo verde são os seguintes: Green Globe, Rainforest Alliance e Travelife. Existem, no entanto, outras iniciativas importantes que também podem ser mencionadas, como é o caso das Bandeiras Azuis nas praias e marinas ou o programa QualityCoast em toda a zona costeira.
- Normas ISO para o turismo aventura: O turismo de surf é considerado um nicho de mercado dentro do turismo de aventura. A ISO (Internacional Organization for Standardization) desenvolveu dois padrões de segurança internacionais para apoiar as práticas de turismo aventura em segurança; estes padrões devem também servir como guias de melhoramento. Usar os padrões ISO nas atividades ligadas ao turismo de aventura permite atender às expectativas de desempenho e segurança dos turistas e do *staff*. As normas enunciadas são a ISO 21101 e ISO 21103.
- Aplicações Móveis (Apps) para surfistas: O aumento do número de aplicações móveis disponíveis também chegou ao surf. As apps mais populares são de natureza prática, por exemplo, aquelas que funcionam como um diário de bordo, têm as previsões meteorológicas e de ondas, com a disponibilização de tabelas de marés. Um dos melhores exemplos destas é a app Inercia. O interesse nestas apps reside no facto de poderem ser trabalhadas ao nível do marketing, de modo a influenciarem as escolhas dos consumidores.
- Eventos e Competições: Os eventos e competições desportivas estão a crescer por toda a Europa, sendo organizados para todo o tipo de desportos e para todo o tipo de participantes (profissionais, mas também crianças, circuitos masculinos e femininos). As competições de surf e derivados, especialmente aquelas que são organizadas a nível internacional, podem gerar uma ampla cobertura mediática, proporcionando um enorme potencial de promoção para os destinos.

Perfil dos clientes alvo

Os potenciais clientes internacionais estão cada vez mais à procura de novos destinos e experiências. Os requisitos mais importantes deste tipo de Clientes são: sol, contacto com os habitantes locais, variedade de atividades, autenticidade, sustentabilidade, segurança, viagem *taylor made*, habilidades de línguas e cuidados com a envolvente ambiental.

Para a vela, existe um segmento de uma população mais envelhecida, mas com mais poder de compra, visto que a atividade está também associada a custos mais elevados.

Fontes de informação mais utilizadas: Viagens anteriores (a sua experiência), a internet e recomendações de amigos (testemunhos);

Locais de procura de informação: Internet, opinião de terceiros (confiança), *call centers* e agências de viagens tradicionais;

Meio de transporte mais utilizado: avião;

Número de viajantes: Em grupo (mais que um);

Atividades complementares mais procuradas: Sol/praias; atividades de suporte (primeiras necessidades e alimentação); imersão local (contacto direto); atividades de cultura e lazer; atividades na natureza e desportos de aventura, incluindo outros náuticos;

Fatores mais valorizados pelos consumidores (a considerar na comunicação): Beleza da natureza e paisagem; Segurança; Qualidade dos serviços náuticos prestados; Riqueza da gastronomia; Disponibilidade de informação sobre passeios turísticos; Facilidade de transferência e admissão no aeroporto; "Value for Money" da oferta total dos navegadores; Oferta complementar (cultura e lazer).

Dados estatísticos sobre o turismo sueco:

- 13,7 milhões de viagens turísticas, com um crescimento de 2,1% em 2015;
- 13,4 mil milhões de USD em gastos turísticos no estrangeiro, concentrando uma quota mundial de 1,1%;
- 82,1% das viagens dos suecos para o exterior são em lazer;
- Estocolmo é a principal fonte de turistas para Portugal;
- Mais de 56% dos turistas escandinavos repetem a sua visita a Portugal;
- 95% dos escandinavos ficaram muito satisfeitos com as férias em Portugal e 100% viram as suas expectativas satisfeitas ou superadas.

Previsões de crescimento médio anual até 2019:

- 3,2% na procura turística sueca;
- 2,7% nos gastos turísticos;
- 3,9% nas vendas do setor turístico no mercado online.

Tendências:

- O turismo é um dos sectores com maior crescimento na Suécia e, dos países escandinavos, é aquele que representa o maior mercado. Além de ser um mercado dos mais transparentes em termos comerciais, é também um dos que tem maior poder de compra. O turismo de atividades desportivas está mais focado nos desportos de inverno;
- Em 2013, o país já representava 16 milhões de viagens para o estrangeiro, e a tendência é de continuar a subir, pois os suecos apreciam bastante as viagens ao exterior e o crescimento médio

do turismo é maior do que a média global. Os turistas nórdicos são considerados os melhores do mundo no que respeita à adaptação de culturas estrangeiras;

- Os turistas nórdicos, em média, gastam mais 90% de recursos financeiros em comida, dormida e atividades do que os restantes turistas europeus;
- Um dos segmentos em maior crescimento é o dos casais sem crianças (casais com mais de 45 anos e sem crianças em casa), que tal como no resto do mundo (estima-se que até 2050, 21% da população mundial pertença a este segmento) tem aumentado nos últimos anos e a tendência é de acompanhar o crescimento mundial. Neste segmento, 48% preferem ficar em apartamentos de férias e 30% preferem hotéis sem crianças.

VII. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

A Suécia, como membro da União Europeia (UE), é parte integrante da União Aduaneira, caracterizada, essencialmente, pela livre circulação de mercadorias e pela adoção de uma política comercial comum relativamente a países terceiros.

O Mercado Único, instituído em 1993 entre os Estados-membros da UE, criou um grande espaço económico interno, traduzido na liberdade de circulação de bens, de capitais, de pessoas e de serviços, tendo sido suprimidas as fronteiras internas aduaneiras, fiscais e técnicas.

Utiliza a rede SOLVIT, um mecanismo criado pela União Europeia para resolver problemas entre os Estados-membros resultantes da aplicação incorreta das regras do Mercado Único, de forma a evitar o recurso aos tribunais.

O principal imposto sobre produtos é o Imposto sobre o Valor Acrescentado (Value Added Tax – VAT): 25% (taxa normal) aplicável à generalidade dos bens e serviços, 12% (taxa reduzida) que recai sobre os produtos alimentares e determinados serviços de hotelaria e 6% (taxa reduzida especial) que incide sobre os jornais, livros, eventos culturais/desportivos e transporte de passageiros. É de lembrar que, no mercado B2B, estas taxas são nulas para as exportações para a União Europeia. De referir que certos bens se encontram, igualmente, sujeitos ao pagamento de Impostos Especiais de Consumo, como sejam o álcool, as bebidas alcoólicas, o tabaco, os produtos petrolíferos, os veículos automóveis e a energia elétrica.

Se a descrição no idioma original diferir muito da sueca, os catálogos devem ter texto sueco.

VIII. CONTACTOS ÚTEIS

INSTITUIÇÃO	ÂMBITO	WEBSITE
Future Travel	Operador de Viagens	Future Travel
Allacharterresor	Plataforma de Turismo Online	Allacharterresor
Reseguiden	Plataforma de Turismo Online	Reseguiden
Apollo	Operador de Viagens	Apollo
Sistaminutenresor	Plataforma de Turismo Online	Sistaminutenresor
Global Sports Tours	Operador de Viagens	GTours
TSS-Travel	Operador de Viagens	TSS-Travel
BeUniq Reseproduktion	Grossista de Viagens	BeUniq Reseproduktion
EastonGolf	Operador de Viagens	EastonGolf
BerglundTravel	Operador de Viagens	BerglundTravel
TUI SE	Operador de Viagens	TUI SE
Ving (Grupo Thomas Cook)	Plataforma de Turismo Online	Ving
Trivago	Plataforma de Turismo Online	Trivago
Båtnytt	Revista de barcos	Batnytt
Båtliv	Revista de barcos	Batliv
Båtunionen	Associação de clubes de barco	Batunionen

IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

EVENTO	LOCAL / DATA	WEBSITE
ALLT FÖR SJÖN	Estocolmo / 03-12.03.2017	alltforsjon
BATMASSAN	Gotemburgo / 04-12.02.2017	Batmassan
TUR	Gotemburgo / Fev 2018	TUR
VILDMARKSMÄSSAN	Estocolmo / 10-12.03.2017	VILDMARKSMÄSSAN
STOCKHOLM TRAVEL WEEK	Estocolmo / 13-19.03.2017	STW
Senior Mässan	Estocolmo / 05-06.04.2017	seniormassan
SWESPORT	Estocolmo / Nov 2018	SWESPORT
DykMassan	Estocolmo / 18-19.03.2017	DykMassan

X. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Falar inglês
- Ser honesto
- Fazer apresentações concisas informativas
- Oferecer bom rácio preço/qualidade
- Contactar atempadamente
- Optar por serviços sustentáveis
- Visitar Feiras
- Estar pronto para o compromisso



- Contratar um intérprete
- Fazer apresentações pouco esclarecedoras
- Planear visita para o verão ou época de Natal
- Chegar atrasado e não informar
- Ser demasiado emocional



INTERNACIONALIZAR +
ALGARVE



SUÉCIA



mar

