

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE ECONOMIA

A MATRIZ DE PORTFÓLIO DA PROCURA TURÍSTICA NO ALGARVE  
UMA PERSPETIVA FINANCEIRA

ZULEIKA SANTOS DE JESUS

Mestrado em Finanças Empresariais

**2015**

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE ECONOMIA

A MATRIZ DE PORTFÓLIO DA PROCURA TURÍSTICA NO ALGARVE  
UMA PERSPETIVA FINANCEIRA

ZULEIKA SANTOS DE JESUS

Mestrado em Finanças Empresariais

Dissertação orientada por:

Professora Doutora Antónia de Jesus Henriques Correia

Professora Doutora Nélia Maria Afonso Norte

**2015**

A MATRIZ DE PORTFÓLIO DA PROCURA TURÍSTICA NO ALGARVE  
UMA PERSPETIVA FINANCEIRA

Mestrado em Finanças Empresariais

**Declaração de Autoria do Trabalho**

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Zuleika Santos de Jesus

.....

(assinatura)

**Direitos de cópia ou Copyright**

© **Copyright:** Zuleika Santos de Jesus.

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

## Dedicatória

**À minha Família...**

# Índice Geral

Índice de Figuras.....	vii
Lista de Abreviaturas .....	viii
Agradecimentos .....	ix
Resumo .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO .....	13
1.1. Definição e Relevância do Problema.....	13
1.2. Estrutura da Tese .....	15
CAPÍTULO II. REVISÃO DE LITERATURA .....	16
2.1. Matriz <i>Portfólio</i> a Perspetiva Financeira.....	16
2.2. Matriz <i>Portfólio</i> no Turismo.....	19
CAPÍTULO III. METODOLOGIA .....	30
3.1. Metodologia e Objetivos.....	30
CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....	35
4.1. Introdução .....	35
4.2. Tendência da Série Estada Média por Ano e País de Origem .....	35
4.3. Tendência das Série Receita Média por Ano e País de Origem .....	36
4.4. Tendência das Séries Estada Média no Verão por Ano e País de Origem (Maio/Setembro).....	38
4.5. Tendência da Série Receita Média Verão por Ano e País de Origem (Maio/Setembro).....	39
4.6. Tendência das Séries Estada Média Inverno por Ano e País de Origem (Outubro/Abril).....	40
4.7. Tendência da Série, Receita Média no Inverno por Ano e País de Origem (Outubro/Abril).....	41
4.8. Análise da Matriz <i>Portfólio</i> por Mercado Emissor.....	41
4.9. Análise da Volatilidade Calculada Através de Coeficiente de Variação.....	45
CAPÍTULO V. CONCLUSÃO .....	49
5.1. Sumário.....	49
5.2. Recomendações .....	50
5.3. Limitações e Perspetivas de Trabalho Futuro.....	50

Referências Bibliográficas .....	52
APÊNDICES .....	54
APÊNDICES: Tabelas de Suporte.....	55
Apêndice 1: Portugal   Receitas Turísticas, por Países de Residência (milhares de euros) .....	55
Apêndice 2: Portugal   Dormidas, por Países de Residência (milhares de euros) .....	61
Apêndice 3: Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual .....	64
Apêndice 4: Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual, Verão (Maio/Setembro).....	69
Apêndice 5: Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual, Inverno (Outubro/Abril) .....	72
Apêndice 6: Hóspedes, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual .....	74
Apêndice 7: Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês (valores em euros) .....	77
Apêndice 8: Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês, Verão (Maio/Setembro) (valores em euros) .....	84
Apêndice 9: Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês, (Outubro/Abril Inverno) (valores em euros).....	87
Apêndice 10: Valores da Estada Média (em número de dias) .....	91
Apêndice 11: Valores da Estada Média Verão (Maio/Setembro) (em número de dias) .....	95
Apêndice 12: Valores da Estada Média Inverno (Outubro/Abril) (em número de dias) .....	97
Apêndice 13: Receita Média Mês (valores em euros) (valores em euros) .....	99
Apêndice 14: Receita Média Verão (Maio/Setembro) (valores em euros).....	104
Apêndice 15: Receita Média Inverno (Outubro/Abril) (valores em euros) .....	106
Apêndice 16 Dados de Análise à Matriz .....	108

## Índice de Figuras

Figura 1 Matriz <i>Portfólio</i> Estada Média/Receita Média.....	31
Figura 2 Estada Média por Anos e por Mercados .....	36
Figura 3 Receita Média por Anos e por Mercados .....	37
Figura 4 Estada Média no Verão por Anos e por Mercados.....	38
Figura 5 Receita Média no Verão por Anos e por Mercados .....	39
Figura 6 Estada Média no Inverno por Anos e por Mercados .....	40
Figura 7 Receita Média no Inverno por Anos e por Mercados.....	41
Figura 8 Posicionamento dos Países de Origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2003 .....	42
Figura 9 Posicionamento dos Países de Origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2007 .....	43
Figura 10 Posicionamento dos Países de origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2012.....	44
Figura 11 Posicionamento dos Países de Origem pelo Coeficiente de Variação de Receita e Estada Média.....	46
Figura 12 Matriz <i>Portfólio</i> (Atratividade/Competitividade) .....	48

## Lista de Abreviaturas

**BCG:** *Boston Consulting Group*

**CV:** Coeficiente de Variação

**EUA:** Estados Unidos da América

**GE:** General Electric

**INE:** Instituto Nacional de Estatística

**MDM:** Matriz Destino-Mercado

**MER:** Matriz Estada/Receita

**MRR:** Matriz Risco/Retorno

**PENT:** Plano Estratégico Nacional de Turismo

**PFA:** *Análise Portfólio*

**SSI:** *Stay-Spend Index*

**7 S:** *Structure, Strategy, Systems, Staff, Skills, Style, Shared Values*

**UALG:** Universidade do Algarve

**USD:** Dólar dos Estados Unidos

## **Agradecimentos**

Às minhas orientadoras, Professora Doutora Antónia de Jesus Henriques Correia e Professora Doutora Nélia Maria Afonso Norte.

Professora Doutora Nélia Maria Afonso Norte, pela inesgotável paciência, dedicação, disponibilidade e todo o apoio na elaboração da presente dissertação.

Professora Doutora Antónia de Jesus Henriques Correia, pelo estímulo, pela sugestão, pela sua permanente disponibilidade, pela motivação e pelos valiosos e inúmeros conselhos que me soube transmitir, fazendo-me sempre acreditar na materialização dessa dissertação em tão curto espaço de tempo.

Quero ainda agradecer às minhas orientadoras pela amizade, empenho e carinho que demonstraram nas palavras e nos gestos. Tenho a plena convicção que sem a vossa ajuda incondicional este trabalho não teria o mesmo sentido e desenvolvimento.

Agradeço, também a todos os professores do curso de Mestrado em Finanças Empresariais.

Gostaria de agradecer ao meu pai, à minha mãe, aos meus irmãos, às minhas tias, primas e à minha avó, mas especialmente ao meu pai, pois sem ele não seria possível ser quem sou hoje e pelo seu enorme apoio e motivação.

À minha prima Dra. Nadine de Jesus, quero deixar uma palavra especial pelo interesse constante, pela disponibilidade, pelo apoio, incentivo e motivação, por isso muito obrigada.

Ao meu namorado Anilson Daniel, tenho que agradecer e muito, pela paciência constante, apoio, atenção, força, carinho, compreensão e principalmente muito amor. Sempre a desejar-me força e dizendo falta pouco, vai dar tudo certo. És e sempre serás a minha inspiração, és especial, muito obrigada.

À minha amiga, colega, companheira Dra. Elisangela Delgado, faltam-me palavras para agradecer por tudo o que vivemos nesta nossa etapa de trabalhos de grupo, de estudos, para concretizar o nosso Mestrado, muito obrigada pelo apoio, dedicação, incentivo motivação. Tenho a certeza que irei ser-te grata hoje e sempre pelo exemplo e pela pessoa importante que significas na minha vida.

Dra. Greice Macedo Rosa, agradecer-te é o mesmo que agradecer a Deus por colocar uma pessoa como tu na minha vida. Amiga, sabes perfeitamente que a nossa amizade será para toda a vida, deste-me apoio, força, carinho, por isso essa dissertação também é tua.

Como a minha lista de amigos é tão extensa, o meu obrigado, ainda, aos meus amigos, mesmo aqueles que não estiveram fisicamente próximos, fizeram sentir todo o seu interesse e encorajamento.

Por último, tenho que agradecer a Deus por ter colocado na minha vida pessoas tão especiais como, as que acabei de agradecer. Também quero agradecer a Deus de forma tão humilde por todas as oportunidades de crescimento durante o meu percurso neste Mestrado em Finanças Empresariais. Obrigada.

## Resumo

A presente dissertação de mestrado utiliza a matriz de *portfólio* para medir a rentabilidade atual e futura dos mercados emissores mais tradicionais no Algarve. Markowitz (1952) apresentou a Teoria Moderna do *Portfólio*, que suporta esta dissertação. A análise exploratória proposta compreende o período de 2003 a 2012, numa base mensal para acomodar o efeito sazonal da procura turística. As variáveis que alimentam esta análise são a Receita e a Estada Média, consideradas como determinantes da rentabilidade económica da atividade turística. O estudo, para além da vertente temporal, isola os diferentes mercados emissores, com o objetivo de identificar os mercados mais voláteis. Aferir sobre a volatilidade da procura turística no Algarve, permite concluir quais as repercussões desta volatilidade na rentabilidade económica da atividade turística nesta região.

A análise da volatilidade e a matriz *portfólio* permitem perceber que os mercados emissores mais voláteis são a Holanda, a Alemanha e o Reino Unido, enquanto, os mais rentáveis ou com maior potencial de rentabilidade são a França, o EUA e a Bélgica.

No futuro as estratégias de captação/retenção de turistas devem permitir aumentar o período de permanência dos mercados: França, Itália, Espanha, EUA, Bélgica e Brasil, enquanto nos mercados como a Holanda, Alemanha e Reino Unido as ações de dinamização devem assentar na diversificação da oferta, com o objetivo último de aumentar as receitas inerentes a estes turistas. Os resultados também sugerem que os mercados Holanda, Alemanha e Reino Unido são mais voláteis. Apesar da Alemanha e do Reino Unido serem os mercados tradicionais sugere-se que estabilizar a procura é fundamental não só para garantir rentabilidade ao turismo algarvio, como a sustentabilidade dum receita que teima em oscilar ao longo do tempo.

Palavras-chave: Algarve, Matriz de *Portfólio*, Turismo, Procura Turística, Volatilidade, Rentabilidade.

## ***ABSTRACT***

The present Master Degree Dissertation uses the *Portfolio* Matrix to measure the actual profitability of receipts from the most traditional emission markets in Algarve. Markowitz (1952) presented the Modern Theory of *Portfolio* which supports this dissertation. The proposed exploratory analysis encompasses the period 2003 to 2012 in a monthly base to accommodate the effect of seasonal touristic quest. The variables that feed this analysis are the Receipt and the Average Stay which are considered as the determinants of economic profitability within the touristic activity. Besides the temporal assessment, this research also segregate markets, the different markets with the objective of identify which is the more volatile. Evaluate the volatility of touristic quest in Algarve, allow to conclude which are the repercussions of this volatility in the economic profitability of the touristic activity in this region.

The volatility analysis and the *portfolio* matrix allow realizing that the more volatile markets are Holland, Germany and United Kingdom, while the more profitable and with more potential to be profitable are France, United States of America and Belgium.

In the future the strategies of gathering/retaining tourist shall allow the increasing of permanence in the markets of France, Italy, Spain, USA, Belgium and Brazil. In the meantime the actions of motivating markets like Holland, Germany and UK shall be based on the diversification of the supply with the ultimate objective of increasing the tourists' spending. The results also suggest that the markets of Holland, Germany and UK are more volatiles than the traditional ones, suggesting that the stabilization of the less stable markets are fundamental not only to secure the profitability of Algarve's tourism but also to ensure the sustainability of a rentability that has been oscillating through the time.

**Keywords:** Algarve, *Portfolio Matrix*, Tourism, Tourism Demand, Volatility, Profitability

# CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO

## 1.1. Definição e Relevância do Problema

O problema presente na investigação surge da manifesta necessidade de mais estudos sobre a utilização da Matriz *Portfólio*, na análise da rentabilidade da procura turística. Porque no Algarve o turismo é a atividade económica de maior relevo, circunstanciou-se a análise a esta região. O Turismo é uma das maiores indústrias a nível mundial, com índices de rentabilidade elevados e impactos económicos, sociais, culturais e ambientais relevantes para o desenvolvimento do país. Este trabalho, que encontra na matriz de *portfólio* o seu suporte teórico, alicerça-se também nos conhecimentos apreendidos no mestrado em finanças e no turismo, uma área de investigação por excelência na Faculdade de Economia.

O efeito do fenómeno da globalização proporcionou às empresas deste setor maiores níveis de crescimento, no entanto, a diversidade dos produtos turísticos fez aumentar a concorrência internacional. Esta realidade leva a que, o mercado turístico apresente uma maior diversidade de ofertas para os consumidores.

Esta diversidade torna o turismo cada vez mais volátil, o que se reflete na geração de receitas que ao nível económico pautam o desenvolvimento de regiões, onde o turismo assume a hegemonia regional, como é o caso do Algarve. Apesar do impacto económico que o turismo aporta à região, a variabilidade dos gostos determina padrões de crescimento claramente inconstantes, num quadro em que os investimentos e os custos fixos associados à atividade são extremamente elevados, importa medir a estabilidade destas receitas. O Algarve desde sempre, foi promovido em termos turísticos, como uma região de sol e mar, pelo que tem sido a região mais procurada pelos turistas. É esta dicotomia entre rentabilidade e volatilidade da procura e economias de escala que importa explicar.

No mercado turístico a oferta é inelástica e pouco suscetível às variações da procura. O sucesso das empresas sustenta-se em economias de escala, que determinaram a sua rentabilidade. A volatilidade da procura significa instabilidade, instabilidade essa que

compromete o negócio turístico. A volatilidade da procura mede-se pelos coeficientes de variação da estada média e das receitas médias.

A análise da Matriz *Portfólio* suporta o posicionamento de cada mercado, permitindo visualizar a rentabilidade e o potencial de cada um.

Esta matriz foi inicialmente aplicada à gestão financeira e só mais tarde foi aplicada à indústria do turismo, embora a sua utilização nesta área seja ainda bastante modesta. A análise da Matriz *Portfólio* quando aplicada aos mercados turísticos tem-se revelado uma ferramenta essencial para a escolha do destino dos turistas e identificação das suas prioridades de acordo com a atratividade de cada segmento potencial de mercado.

A Análise de *Portfólio* é um conceito desenvolvido originalmente por Markowitz (1952), com grande aplicabilidade na gestão financeira. A análise compósita facilita o princípio da agregação de ativos, que na área do turismo assume ainda maior relevância, principalmente porque não é possível vender alojamento, sem vender viagem, gastronomia e entretenimento. O modelo BCG (modelo de Análise de *Portfólio*, desenvolvido pela *Boston Consulting Group*) pode ser adaptado, segundo Heath, e Wall (1992), para o turismo e utilizado para analisar os mercados turísticos.

No que diz respeito à aplicação da análise da Matriz *Portfólio* à indústria do turismo, Jang et al. (2004), referem que os princípios subjacentes da Teoria de *Portfólio* Financeiro podem ser aplicados à indústria do turismo. A análise de *portfólio* aplicada ao turismo tem apresentado diferentes abordagens consoante os autores que a têm utilizado Henshall e Roberts (1985), Papadopoulos (1989), Heath, e Wall (1992), Calantone e Mazanec (1991), McKercher (1995), Perdue (1996), Court e Lupton (1997), Faulkner (1997), Águas e Alves (2000), Lee et al. (2006), Laimer e Weiss (2009), Loi e Tou (2013), tendo divergido nos seus estudos, a unidade de análise.

Alguns autores, como é o caso de, Henshall e Roberts (1985), Calantone e Mazanec (1991), McKercher (1995), Faulkner (1997), e Águas e Alves (2000), utilizam como unidade de análise o país de destino. Outros autores, como McKercher (1995) e (Perdue 1996) utilizaram como unidade de análise as regiões de destino. Mazanec (1995) e Loi e Tou (2013) utilizaram as cidades de destino.

Neste trabalho porque as variáveis de medida decorrem da procura, utiliza-se como unidade de análise os mercados emissores, ainda que circunscritos a uma determinada região.

## **1.2. Estrutura da Tese**

A presente dissertação encontra-se dividida em cinco capítulos.

O Capítulo I introduz e enquadra o tema e explicita objetivos e motivações. O Capítulo II apresenta os estudos suportados na matriz *portfólio* enfatizando a utilização da mesma na vertente da gestão financeira. No Capítulo III, caracteriza-se o turismo na região, identificando as potencialidades da região como é o caso do sol e mar e do golfe. No Capítulo IV descreve-se a metodologia desde a preparação dos dados à elaboração da matriz *portfólio*. No Capítulo V apresentam-se os resultados. Analisam-se as tendências das séries para estada e receita média por ano e por país de origem referente ao período de 2003-2012. A partir da matriz *portfólio* analisa-se o posicionamento dos diferentes mercados emissores, por via da estada e receita média. No Capítulo VI apresentam-se as conclusões, limitações e perspetivas de trabalho futuro.

## CAPÍTULO II. REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1. Matriz *Portfólio* a Perspetiva Financeira

Tendo a análise de *portfólio* sido um tema inicialmente aplicado à gestão financeira, começarei por destacar alguns autores que desenvolveram os seus trabalhos nesta área como é o caso do Markowitz. Em seguida abordarei alguns dos autores que efetuaram o estudo da análise *portfólio* aplicado à indústria do turismo.

A análise da Matriz *Portfólio* foi um conceito desenvolvido originalmente por Markowitz (1952), com grande aplicabilidade na gestão financeira Brigham e Houston, (2007). Esta análise diz respeito à gestão de um conjunto de títulos financeiros com o objetivo de reduzir o risco através da escolha da melhor carteira de títulos. De facto, a composição de uma carteira de títulos pode variar muito, devido à existência de diferentes tipos de investidores, que desejam assumir diferentes riscos e retornos. O autor conseguiu selecionar carteiras de títulos que maximizassem a taxa de retorno, para um dado nível de risco, e minimizassem o nível de risco para uma dada taxa de retorno esperada. O objetivo deste trabalho foi apresentar um modelo de escolha de *portfólio* com vista a otimizar a relação risco/retorno entre os ativos financeiros. No desenvolvimento deste modelo o autor, com o objetivo de escolher o melhor *portfólio*, utilizou três parâmetros estatísticos, que foram a média, a variância (ou desvio padrão) e covariâncias (ou correlações), como medida de risco. Segundo Markowitz existe uma carteira de ações que maximiza o retorno esperado e minimiza a variância, sendo esta a melhor carteira de títulos para o investidor. Bernstein (1997) referiu que o objetivo de Markowitz foi utilizar a noção de risco para compor carteiras para investidores que consideram o retorno esperado desejável e a variância do retorno indesejável.

Mais tarde, Markowitz (1959), desenvolveu o seu estudo inicial utilizando para escolhas dos ativos uma outra medida chamada semi-variância, que viria a produzir melhores composições de carteiras. À medida que o modelo de Markowitz (1952) se desenvolveu, foram surgindo críticas que levaram ao surgimento de novos conceitos e estudos sobre a teoria de *portfólio*.

Paralelamente ao artigo inicial de Markowitz, Roy (1952) desenvolveu um trabalho baseado em hipóteses diferentes, no que diz respeito ao comportamento dos investidores em relação ao risco. O autor apresenta o conceito de *safety first* que significa preferir a primeira alternativa que minimize a perda, ou seja, manter a riqueza existente e aceitar um retorno maior, desde que o património atual não seja comprometido. Em 1960 a *Boston Consulting Group*, uma empresa multinacional de consultores com sede nos Estados Unidos, desenvolveu uma análise matricial estratégica de *portfólio* que ficou conhecida como matriz BCG<sup>1</sup>. Esta matriz é composta por uma grelha bidimensional com quatro divisões. O eixo dos *x*'s representa a quota de mercado relativa em relação ao concorrente mais próximo, (podendo traduzir-se em baixa ou elevada quota de mercado). O eixo dos *y*'s representa a taxa de crescimento do mercado. As divisões, designadas por quadrantes, são o quadrante superior direito (quadrante II) e o quadrante superior esquerdo (quadrante III), localizados acima do eixo dos *x*'s e os quadrantes inferior esquerdo (quadrante IV) e direito (quadrante I), localizados abaixo do eixo dos *x*'s. Desta forma, os produtos podem ser representados num dos quatro quadrantes, com significados diferentes consoante os seus posicionamentos. Assim, os produtos situados no quadrante superior esquerdo (também designados na literatura inglesa por *Stars*) representam negócios com elevado crescimento tendo a empresa, simultaneamente, elevada quota de mercado. Na generalidade trata-se de negócios que geram poucos fluxos financeiros porque, embora conduzam a grandes retornos, o elevado crescimento do sector obriga à realização de investimentos avultados. Tratam-se, de produtos que devem manter a liderança de mercado.

Os produtos localizados no quadrante superior direito, (designados na literatura inglesa por *Question marks*), caracterizam-se por negócios com elevado crescimento, mas cuja quota de mercado da empresa é baixa. Geram geralmente fluxos financeiros negativos (ou mesmo muito negativos) pois o seu atraso na curva de experiência<sup>2</sup> de produto limita a sua rentabilidade e o elevado crescimento da indústria obriga à realização de investimentos elevados. As empresas cujos produtos se posicionam neste quadrante devem abandonar a atividade ou aumentar a quota de mercado.

---

<sup>1</sup> Abreviatura para *Boston Consulting Group*.

<sup>2</sup> Curva de experiência é a relação entre o custo unitário de um produto ou serviço e sua produção acumulada.

Os negócios posicionados no quadrante inferior esquerdo, (cujos produtos são designados na literatura inglesa por *Cash-cows*) caracterizam-se por baixo crescimento de mercado detendo a empresa elevada quota de mercado. Geralmente estes negócios geram fluxos financeiros muito significativos pois, o avanço na curva de experiência proporciona elevados retornos e o baixo crescimento do sector não obriga à realização de investimentos avultados, sendo áreas de negócio que libertam meios para a empresa investir noutras áreas. Devido às suas características deve-se rentabilizar o negócio de forma a sustentar o crescimento dos negócios que estão posicionados nos quadrantes I e II.

Por último, os produtos que se posicionam no quadrante inferior direito (designados na literatura inglesa por *Dogs*) caracterizam-se por baixo crescimento detendo a empresa baixa quota de mercado. São áreas de negócio que geralmente não dão prejuízo, não libertando, no entanto, meios para investimentos noutras áreas. Geralmente geram fluxos financeiros pouco significativos, pois o atraso na curva da experiência não permite retornos elevados mas, por outro lado, o baixo crescimento do sector também não obriga à realização de investimentos avultados. As empresas detentoras deste tipo de produtos devem abandonar ou reformular o negócio.

Um desafio importante deste tipo de análise tem a ver com a dinâmica que, em alguns casos, a empresa deverá imprimir no sentido de, por exemplo, transformar produtos "*question marks*" em "*stars*". Por outro lado, é relativamente provável que áreas de negócio "*stars*" se transformem em "*cash-cows*" a partir de desaceleração do mercado por via do ciclo do produto e da sua maturidade. Dado o ciclo de vida dos produtos é frequente que as áreas de negócio sigam o percurso do quadrante I (*dogs*) ao IV (*cash-cows*), com passagem sucessiva pelos quadrantes II (*question marks*) e III (*stars*). Finalmente, quando as empresas surgem, os seus produtos posicionam-se no quadrante I (*dogs*), evoluindo posteriormente para uma fase de crescimento antes de atingirem a fase do declínio. Estes quatro quadrantes e a sua caracterização definem a chamada Matriz *Portfólio* para uma determinada empresa permitindo concluir sobre o equilíbrio, ou não, da sua carteira de produtos ou negócios.

Mais tarde, em 1970, a *General Electric* (GE), em colaboração com a McKinsey, desenvolveram uma nova matriz, designada de matriz GE/McKinsey, que constitui um melhoramento à anterior matriz BCG. Nessa matriz constam nove dimensões contra apenas quatro da matriz BCG. Na nova matriz o eixo dos *x*'s representa a posição concorrencial e eixo dos *y*'s, representa a atratividade da indústria, ambos determinados em função de um conjunto de variáveis devidamente ponderadas. Este modelo de McKinsey foi também designado, por modelo dos 7 S, devido ao facto de propor uma análise de sete atributos, considerados fundamentais na formulação de uma estratégia, que na língua inglesa começam todos pela letra S: *Structure, Strategy, Systems, Staff, Skills, Style, Shared Values*.

## **2.2. Matriz *Portfólio* no Turismo**

No que diz respeito à aplicação da análise de Matriz *Portfólio* à indústria do turismo, Jang et al. (2004) referem que os princípios subjacentes da Teoria de *Portfólio* Financeiro podem ser aplicados à indústria do turismo. De facto, a análise de *portfólio* aplicada ao turismo tem apresentado diferentes abordagens consoantes os autores que a têm utilizado (Henshall, e Roberts (1985), Papadopoulos (1989), Heath, e Wall (1992), Calantone e Mazanec (1991), McKercher (1995), Perdue 1996), Court e Lupton (1997), Faulkner (1997), Águas e Alves (2000), Lee, Morrison e O'Leary (2006), Laimer e Weiss (2009), Loi e Tou (2013)), tendo divergido nos seus estudos, a unidade de análise.

Alguns autores, como são o caso de Henshall, e Roberts (1985), Calantone e Mazanec (1991), McKercher (1995), Faulkner (1997), e Águas e Alves (2000), utilizam como unidade de análise o país de destino. Outros autores, como McKercher (1995) e (Perdue 1996) utilizaram como unidade de análise as regiões de destino. Mazanec (1995) e Loi e Tou (2013) utilizaram as cidades de destino.

Henshall e Roberts (1985) aplicam à indústria turística a Matriz da Análise de Atratividade da Indústria (modelo desenvolvido pela Mckinsey (1970) para avaliar a atratividade dos países emissores de turismo da Nova Zelândia e a posição competitiva desse destino. O que distingue a Matriz *Portfólio* da Matriz de Atratividade é o facto da primeira tratar da participação relativa do mercado e do seu crescimento sendo essa

matriz composta por quatro quadrantes. Por sua vez, a Matriz de Atratividade trata da força e atratividade do mercado e é composta por nove quadrantes. A ideia de avaliar a indústria de turismo através do modelo desenvolvido pela McKinsey (1970) também foi utilizada por Mazanec (1995) no modelo de *portfólio* multifatorial aplicado na análise da posição estratégica de cidades turísticas.

Mais tarde, (Papadopoulos 1989), tendo em vista avaliar a indústria do turismo, começou por referir, que a necessidade de segmentar e selecionar os mercados-alvo para um destino, torna-se evidente pelo facto dos recursos de *marketing* serem limitados e os custos em mercados externos serem particularmente elevados. Os recursos limitados e o aumento da concorrência/competição entre os destinos são as principais razões que levam à segmentação de mercado e à seleção do mercado-alvo para os destinos turísticos. O autor refere ainda que, a evolução do estudo da análise de *portfólio* de mercado e a determinação da prioridade do mercado, faz com que os investidores possam ser identificados e selecionados com mais precisão de forma efetiva e eficiente.

Papadopoulos (1989) e também Court e Lupton (1997), demonstraram que existe outra forma de efetuar a análise da Matriz de *Portfólio* no contexto do turismo, considerando a importância da utilização da atratividade e competitividade do mercado de destino como variáveis de estudo. Estes autores referiram que os utilizadores do *portfólio* de mercado no turismo devem considerar um modelo dinâmico em oposição às implicações de um modelo estático, porque os mercados e a concorrência estão em constante mudança.

Calantone e Mazanec (1991), aplicaram a análise de mercados a dois destinos turísticos, Itália e Áustria. Os autores definiram *portfólio* de destino como sendo o conjunto de segmentos turísticos de vários países, tradicionalmente conhecidos como mercados, e o retorno gerado pelas receitas dos turistas. Nesta definição está implícito o critério de segmentação geográfica. Este método de segmentação é comum a vários estudos de aplicação da análise de *portfólio* a destinos turísticos, tendo os investigadores recorrido a uma segmentação geográfica por país de origem, que se mostra mais vantajosa devido à disponibilidade de dados para a análise. (Henshall, B. e Roberts 1985), (Papadopoulos, 1989), (Calantone e Mazanec, 1991), (Mazanec, 1995), (McKercher, 1995), (Perdue 1996) e (Faulkner, 1997). Calantone e Mazanec (1991) avaliaram as

aplicações da análise de *portfólio* no turismo indicando os países dos mercados de origem para um destino de acordo com a taxa de crescimento no eixo vertical e a quota relativa de mercado no eixo horizontal. Para eles a análise de *portfólio* de mercado que um destino serve torna-se um instrumento de primordial relevância, quer para organizações públicas, quer para as privadas na área do turismo, uma vez que o conhecimento do funcionamento dos mercados e da concorrência ajuda na tomada de decisões quanto à seleção do segmento de mercado prioritário, posicionamento do destino e elaboração das estratégias de *marketing*. Calantone e Mazanec (1991) referiram ainda que, o utilizador da análise de *portfólio* deve ter em conta que diferentes modelos permitem, por vezes chegar a diferentes conclusões. A análise deve ser vista não como uma solução estratégica, o que pode levar ou induzir em erros, mas sim, como um instrumento de diagnóstico (Heath e Wall 1992).

McKercher (1995) argumenta que o modelo BCG não foi concebido para avaliar o desempenho dos mercados de uma organização. Esse modelo de *portfólio* de mercado não reflete totalmente a dinâmica existente entre um destino e o seu *portfólio* de mercado, definindo como eixo vertical da matriz a previsão de crescimento dos mercados e, como eixo horizontal, a fase do ciclo de vida dos segmentos de mercado. Tal como os produtos, os mercados evoluem através de um ciclo de vida que é determinado pelo nível de conhecimento que os turistas têm acerca do destino. Assim, um destino pode ter um *portfólio* de mercado em diferentes fases do respetivo ciclo de vida. McKercher (1995) teceu algumas críticas à matriz BCG, o que levou a criar um novo modelo estratégico de *marketing* descritivo, o modelo da Matriz Destino-Mercado (MDM) que mostra a inter-relação complexa que existe entre um destino e os vários turistas que são atraídos pelos mercados. O modelo permite aos profissionais de *marketing* turístico, planeadores estratégicos e criadores da política de turismo, avaliar e alcançar potenciais decisões estratégicas de *marketing*.

Esta matriz permite, de igual modo, identificar as questões estratégicas, ajudar na distribuição dos recursos de *marketing* e obter informações úteis sobre o futuro desempenho da área de destino. McKercher (1995) referiu ainda que, assim como acontece com todos os modelos, este modelo da MDM agrega uma grande quantidade de dados que são necessários para desenvolver planos estratégicos eficazes. Isto demonstra que a matriz pode ser aplicada a análises que contêm uma grande quantidade

de informação disponível, contribuindo para um *marketing* estratégico mais eficaz e eficiente.

Perdue (1996) adaptou a matriz de *portfólio* e propôs um “Sistema de Classificação de Mercados” baseado nas vendas atuais (eixo vertical) e no desenvolvimento de vendas potenciais (eixo horizontal). O seu principal objetivo era apresentar um método de avaliação de oportunidades de mercado e de seleção de mercados-alvo desenvolvido para a indústria de esqui do Colorado. A organização de destino, designada por *Colorado Ski*, nos Estados Unidos, utiliza os seus esforços promocionais em mercados alternativos para atingir dois objetivos. Por um lado, a manutenção de importantes mercados existentes e, por outro, maior penetração dos mercados com elevado potencial de vendas. Assim, foi proposto para a Matriz *Portfólio* um sistema bidimensional (4 células) para a classificação dos mercados estrategicamente alternativos. A contribuição deste artigo passou pela utilização dos resultados do modelo, como meio de classificação dos mercados alternativos, com base no potencial de vendas. Este artigo refere ainda, que a competição na indústria do turismo tem sido intensa e que irá continuar a intensificar-se no futuro.

Perdue referiu que Day e Fahey (1988), Sheth e Frazier (1983), Stalk, Evans e Shulman (1992) afirmavam que a investigação é necessária para desenvolver e testar conceitos e procedimentos estratégicos de *marketing*. Devido a isto o sistema de classificação de mercado é proposto e projetado para ajudar os gestores, ou seja, os decisores de *marketing* do turismo na seleção estratégica de mercados-alvo.

Perdue (1996) referiu ainda que, a experiência organizacional e o conhecimento de diferentes mercados devem ajudar na tomada de decisão antes de excluir ou atingir qualquer mercado em particular. Também os fatores situacionais, particularmente a qualidade da queda de neve, afetam potencialmente, a implementação de planos de *marketing* para *resorts*. A mudança no acesso de voo (por exemplo, uma companhia aérea que aumenta ou diminui o número de voos para um determinado destino) pode afetar significativamente a seleção de mercados-alvo. Finalmente, um pressuposto subjacente do nível de esforço de *marketing* necessário em mercados estabelecidos, é a relação entre a qualidade do serviço, a experiência anterior, a visitação-repetição e a palavra positiva proferida. Numerosos estudos têm comprovado a importância da

experiência anterior e a palavra proferida para a seleção de destino. No entanto, pouco se sabe sobre os fatores determinantes da visita repetida e a comunicação com o turista boca-a-boca.

Faulkner (1997) criou um modelo para ajudar na avaliação do destino turístico na Austrália. No entanto, a maioria das avaliações até então têm dependido de uma ou duas técnicas que abordam apenas parte do problema. É proposto um quadro para integrar sistematicamente um conjunto de técnicas como forma de superar essa deficiência, enquanto é descrita uma abordagem alternativa para partilha da análise do mercado, fazendo parte do conjunto de técnicas neste domínio. O autor salientou que, com o surgimento do turismo como setor de maior crescimento na economia global, os governos deste país têm tomado, cada vez mais, consciência do papel que esta indústria pode ter na melhoria do desempenho comercial de um país. Depois de reconhecer esses problemas, e o facto de qualquer método simples que possa ser empregue, ser deficiente em algum aspeto, Faulkner referiu que a Comissão Australiana de Turismo no seu relatório de (1991, p. 3) resolveu adotar uma medida de avaliação dos seus programas. Esta intervenção envolveu a realização de vários estudos em paralelo em que cada um teria um conjunto de poderes e limitações diferentes. Uma das principais implicações da análise contida no artigo deste autor é que, embora por um lado a adoção de uma medida de análise seja um passo na direção certa, por outro, constitui uma resposta incompleta para o problema. Uma abordagem mais sistemática implica que uma série de estudos sejam realizados para que cada aspeto do processo de avaliação seja abordado e a cadeia de eventos no processo de comercialização seja examinada de forma abrangente. O modelo apresentado ilustra um quadro metodológico coerente, necessário para alcançar este objetivo.

A outra questão analisada anteriormente diz respeito ao desenvolvimento de mais técnicas para preencher as lacunas e suportar o papel estratégico do plano do processo de avaliação, fornecendo bases para gerar perspectivas mais diversificadas em aspetos da *performance* do destino. Uma consideração importante no desenvolvimento dessas técnicas é criar meios para comunicar os resultados de pesquisas que melhorem as suas utilidades para os tomadores de decisão. Espera-se que com essa abordagem surja uma mudança de ação (*shift-share*) para que a análise da quota de mercado seja vista como uma contribuição em ambos os aspetos. Faulkner (1997) referiu ainda que, enquanto a

própria natureza da indústria do turismo não pode ser alterada, uma carteira diversificada de mercado turístico pode ajudar a minimizar o efeito negativo nos maus momentos. Uma, avaliação bem estruturada da carteira de mercado é importante, quer como forma dinâmica de fornecimento de informações para a tomada de decisão, quer como meio de projetar os potenciais resultados das decisões.

Court e Lupton (1997) identificaram fatores associados com a discriminação entre os adotantes de um destino, os que o rejeitam, e os inativos<sup>3</sup>, no contexto do estado do Novo México. Esse estudo demonstra como a imagem do destino, experiência do destino e as características demográficas se combinam para influenciar o segmento do mercado. Constatou-se que, em anos anteriores foi efetuada a análise de uma quantidade considerável de informação no domínio da segmentação e seleção de mercado em viagens e turismo. Esta segmentação de mercado auxilia os profissionais de *marketing* de destino na identificação do mercado-alvo e, posteriormente, na criação de estratégias adequadas de *marketing*, em que, a razão fundamental para a segmentação de mercado é a eficiência. McQueen e Miller (1985) afirmam que as estratégias de *marketing* podem ser melhor ajustadas aos segmentos mais recetivos, o que conduzirá a uma utilização mais eficaz de valores promocionais.

Mais tarde surgiu uma extensão deste conceito que consistiu no desenvolvimento do *portfólio* de clientes. Este estudo forneceu aos profissionais de *marketing* de turismo, orientações para a afetação de recursos em diversos segmentos de *marketing*. A análise da Matriz dos clientes permitiu orientar os esforços de *marketing* para os mercados-alvo primários e secundários, e aumentou a precisão da focalização nos segmentos com vários níveis de atratividade. Isto, por sua vez, levou a uma afetação mais eficiente dos recursos escassos promocionais e, conseqüentemente, melhorou as análises de estratégia de *marketing*.

Águas e Alves (2000) referem que a análise de *portfólio* constitui um instrumento essencial na gestão dos destinos turísticos. Os autores também afirmam que esta análise serve de apoio à tomada de decisão na seleção dos segmentos de mercado prioritários para o destino Portugal. Sugerem ainda que, a importância da análise de *portfólio* de

---

<sup>3</sup> Inativos são aqueles que não procuram ativamente um emprego, como por exemplo, os estudantes, as domésticas e os reformados.

mercado para Portugal se deveu ao facto de se desconhecer a existência de qualquer estudo desta natureza realizado para este destino turístico. Para ultrapassar essa lacuna os autores elaboraram uma análise de *portfólio* assente em três hipóteses, que foram, o mercado emissor apresentar níveis de atratividade distintos; Portugal registar níveis de competitividade distintos para os vários mercados emissores, e por último, a competitividade (fatores internos) apresentar uma relação mais forte do que a atratividade (fatores externos), com o volume de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros em Portugal. A realização desta análise de *portfólio*, permitiu chegar à conclusão de que, citando os autores “os mercados emissores apresentam níveis de atratividade distintos, pois apenas 60% das observações se encontram no intervalo  $x \pm s$ ”<sup>4</sup> (Águas e Alves, 2000, pag.34), o que resultou da aceitação da primeira hipótese. No que diz respeito à segunda hipótese, e citando os autores concluiu-se que: “Portugal é mais competitivo em Espanha, seguindo-se a França e o Reino Unido. Portugal regista um nível de competitividade em relação a Alemanha, Áustria, Suécia, Bélgica”<sup>5</sup> (Águas e Alves, 2000, pag.34), o que corresponde à aceitação da hipótese 2, ou seja Portugal regista níveis de competitividade distintos para vários mercados emissores. Quanto à terceira hipótese, os autores concluem pela sua rejeição, verificando apenas a existência de correlação positiva entre atratividade e as dormidas em Portugal.

Jang (2004) realizou um estudo sobre a sazonalidade do turismo, tendo concluído tratar-se de um dos fenómenos mais problemáticos, e menos compreendidos dessa indústria. De facto, grande parte dos destinos sofre anualmente com este fenómeno, no entanto, têm sido feitos alguns esforços, embora limitados, para superar esse problema. Neste sentido, o autor propôs uma abordagem para obtenção de soluções quantitativas, com o objetivo de ajudar os profissionais de *marketing* a atenuar os efeitos da sazonalidade. O estudo utilizou a Matriz *Portfólio*, o que permitiu determinar as soluções *mix* de segmento da sazonalidade e descrever a fronteira eficiente<sup>6</sup> da procura sazonal. O trabalho sugere que os profissionais de *marketing* devem selecionar um *mix* de segmentos de turismo que se situem ao longo da fronteira.

---

<sup>4</sup> Conforme Revista da ESGHT/UALG, Nº 4 pag. 34.

<sup>5</sup> Conforme Revista da ESGHT/UALG, Nº 4 pag. 34.

<sup>6</sup> Fronteira eficiente foi um conceito desenvolvido por Markowitz (1952), consiste numa linha curva que apresenta as melhores combinações de ativos para diferentes níveis de risco e retorno.

Mais tarde, Lee et al. (2006) apresentaram, como objetivo principal do seu estudo uma Matriz *Portfólio* que permite aos profissionais de *marketing* de destino avaliar os segmentos de mercado de viagens, em termos económicos no que diz respeito ao retorno esperado de cada segmento identificado. Esta Matriz *Portfólio* de valor económico, com base no índice de estada<sup>7</sup> e quota de mercado, foi aplicada ao país de origem e de destino, o Canadá. Os autores segmentaram os turistas franceses com base nos benefícios pretendidos o que ajudou a entender melhor a dinâmica do mercado turístico a nível global. Concluíram que a abordagem da Matriz de *Portfólio* de valor económico pode ser uma ferramenta de avaliação quantificável e objetiva para organizações de *marketing* de destino, e que os benefícios permitiram claramente a diferenciação do mercado de viajantes franceses para longa distância.

Jang e Chen (2008) aplicaram a teoria do *portfólio* financeiro para estimar diversos mercados ótimos, de forma a minimizar a instabilidade da procura de entrada dos turistas no mercado turístico. Os autores aplicaram a teoria do *portfólio* no mercado turístico estrangeiro em Taiwan, tendo dividido o mercado em sub-mercados primários. Foram analisados dez mercados individuais nomeadamente Japão, Hong Kong, Estados Unidos, Tailândia, Coreia do Sul, Singapura, Filipinas, Malásia / Indonésia, Europa e Outros (Outros corresponde a todos os outros países). Consideraram ainda, que o retorno esperado e variância de qualquer solução ótima num modelo de carteira depende de uma combinação de procuras nos mercados acima referidos. Para quantificar as procuras de mercado individuais, consideraram, tanto as taxas de crescimento das chegadas de diferentes países, bem como o número de chegadas de turistas. Decidiram, no entanto, não usar as taxas de crescimento, porque os *mixes* resultantes não pareciam fornecer soluções práticas, significativas para Taiwan. Os resultados esclarecem sobre a diversificação do mercado de turismo, para oferecer orientações explícitas às autoridades e decisores políticos e para a análise de gestão de riscos no processo de planeamento de destino. Estes são usados especificamente com várias ideias e opções retornos/riscos que podem facilitar um padrão mais estável de chegadas de turistas estrangeiros. O documento fornece, também orientações às autoridades e decisores políticos no plano turístico.

---

<sup>7</sup> Tradução proposta para *Stay-Spend Index*.

Os autores também referiram que o turismo internacional é uma questão importante na geração de rendimento e emprego em muitos países. No entanto, a instabilidade da procura turística tem sido criticada como uma desvantagem, levando a efeitos adversos sobre a economia local de Taiwan. Têm sido feitos esforços no sentido de aumentar a diversificação dos produtos turísticos, mas raros têm sido os estudos sobre a forma de reduzir o nível de instabilidade. Este estudo enfatiza a gestão da volatilidade de chegadas de turistas estrangeiros e demonstra a forma de alcançar soluções quantitativas usando a análise de *portfólio* financeiro. Mesmo que a teoria da carteira não tenha sido desenvolvida para o mercado de turismo, a carteira *mixes* pode dar informações úteis para destinos de viagem, proporcionando uma melhor qualidade de imagem e compreensão de cada mercado turístico, para ajudar os decisores políticos a conceber de forma eficaz as estratégias de desenvolvimento do turismo a longo prazo, e também ajudar a centrar a atenção na grande problemática do conceito de gestão de riscos.

Laimer e Weiss (2009) redigiram um artigo cuja finalidade foi aplicar a análise de *portfólio* (PFA) na indústria do turismo, como sendo uma ferramenta principal na análise para os decisores do mercado de turismo. O contributo deste artigo é dar uma visão geral sobre a forma de usar a PFA, como uma ferramenta de análise dos fluxos turísticos. Os autores basearam-se em estatísticas de alojamento oficial da Austrália, disponíveis na plataforma eletrónica para uma série de 35 anos, envolvendo mais de 1600 municípios, 15 tipos de estabelecimentos de alojamentos e mais de 60 mercados. O estudo baseou-se em dados quantitativos, de dimensão considerável, expondo a evolução do turismo, tendo em conta as diversas variáveis descritas. Concluíram que o uso da matriz *portfólio* é de facto uma ferramenta útil para fazer uma análise detalhada e multidimensional dos dados disponíveis. Através dos resultados da análise da matriz *portfólio* os decisores podem centrar-se especificamente nas dúvidas que podem surgir acerca do *status quo* de uma região ou, no desenvolvimento de mercados seleccionados. Referiram que há uma diferença entre a análise da matriz *portfólio* e os métodos tradicionais de análises estatísticas, porque, segundo os autores, a análise da matriz *portfólio* preenche lacunas de informação potencial centrando-se sobre as diferentes variáveis consideradas no respetivo período proposto. Estes autores concluíram, também, que os potenciais utilizadores da PFA, são todos os grupos interessados em analisar áreas de turismo utilizando dados estatísticos, em particular, aqueles que são os tomadores de decisão na indústria do turismo, como gestores de turismo local,

baseando-se em dados estatísticos específicos. Este tipo de análise pode preencher lacunas de informação potencial especialmente quando comparados com os desempenhos das regiões concorrentes, apesar da informação para essa análise não ser muitas vezes do conhecimento comum devido ao acesso restrito a dados estatísticos.

Muito recentemente, Loi e Tou (2013), referiram que a análise de *portfólio* é uma área largamente estudada na gestão, em particular na gestão financeira. Mencionaram ainda que, a ideia-chave na análise de *portfólio* deve-se ao facto dos investidores deverem considerar os seus ativos como um todo, em vez de considerarem de forma individual. Concluíram assim que, o princípio de agregação dos ativos num *portfólio* pode ser aplicado ao estudo da gestão turística de mercado na indústria de turismo. Esta ligação é claramente benéfica. A indústria de turismo, difere de muitas outras atividades económicas, porque está sujeita à considerável instabilidade da procura, mas mesmo na presença dessa instabilidade, a análise de *portfólio* pode ser uma ferramenta essencial para destinos turísticos pois permite compreender, avaliar e hierarquizar a atratividade dos segmentos de mercado atuais e potenciais. Este estudo, sugere um novo modelo de análise de *portfólio*, denominado Matriz Risco/Retorno (MRR) para complementar os já existentes, utilizando o risco (volatilidade das chegadas de turistas) e retorno (despesas *per capita* dos turistas) e a relação entre os múltiplos mercados geradores de turismo.

Foi sugerida a MRR como uma matriz bidimensional representando, no eixo horizontal o risco, e no eixo vertical, o retorno. Nesta análise usou-se a cidade de Macau, como região administrativa especial da China. Os agentes de mercado são geralmente sensíveis às más notícias e risco potencial, isto porque, os recursos de *marketing* turísticos estão cada vez mais limitados, e a competição entre os destinos está a aumentar. O modelo MRR proposto destina-se a completar os modelos existentes, adicionando uma dimensão mais clara para o domínio de análise de *portfólio*. A relevância do modelo MRR encontra-se em três C's (claro, coerente e conciso). Este modelo MRR é claro porque envolve cálculos bastante simples (como média e desvio padrão). É consistente, porque foi baseado em estatísticas lançadas pelo governo, nesse sentido, diferentes instituições usam o mesmo método para gerar os mesmos resultados e análises para o mesmo destino. É conciso porque tenta descrever o *portfólio* de mercado turístico com base nas chegadas de turistas e nas despesas *per capita*).

Como muitos outros modelos de análise de *portfólio*, pode apenas descrever a situação atual e ajudar o pesquisador a identificar problemas potenciais, mas não pode fornecer causas detalhadas. São necessárias outras, pesquisas de *marketing* para entender as causas que estão por detrás, fornecendo uma visão holística da situação.

A revisão de literatura serviu para reforçar a ideia de que análise de *portfólio* é um instrumento que permite avaliar a volatilidade da procura e o risco financeiro associado à atividade turística. Quer a análise de *portfólio* aplicada à gestão financeira, quer à indústria de turismo, são importantes porque ajudam a descrever a situação atual e servem como auxílio para o pesquisador identificar problemas potenciais. Como abordaram, Lee, Morrison, e O'Leary, (2006) a Matriz *portfólio* é uma ferramenta que permite aos profissionais de marketing de destino avaliar os segmentos de mercado de viagens, em termos económicos, no que diz respeito ao retorno esperado de cada segmento identificado.

## CAPÍTULO III. METODOLOGIA

### 3.1. Metodologia e Objetivos

O método adotado foi a análise da Matriz *Portfólio* como técnica de análise descritiva de dados, mais adequada para o resumo da informação contida na multiplicidade de variáveis consideradas na análise, que incidu sobre a região do Algarve. Esta pesquisa incide numa análise quantitativa de dados secundários referentes a dormidas e gastos turísticos por Nuts II e nacionalidades. Propõe-se uma análise estatística baseada em dados de painel onde é enfatizada a estabilidade das séries estatísticas. Os dados em painel permitem determinar a estabilidade das séries e avaliar se a volatilidade estimada decorre de aspetos conjunturais ou de uma tendência de evolução decrescente na procura turística. A volatilidade calcula-se por recurso ao coeficiente de variação das séries, em períodos pré-definidos, definindo ocorrências conjunturais que possam justificar as variações que os dados revelam. A investigação quantitativa usa a recolha de dados, em regra, para testar hipóteses com base na medição numérica e, na análise estatística para estabelecer padrões de comportamento Hernandez et al., (2006).

A opção por este método de investigação prendeu-se com os objetivos que se pretendem alcançar:

- 1) Determinar a volatilidade da procura turística no Algarve e inferir sobre as repercussões desta volatilidade na rentabilidade económica da atividade turística;
- 2) Identificar as nacionalidades mais voláteis e conseqüentemente de maior risco económico;

A Matriz *Portfólio* foi adaptada para esquematizar Estada média/Receita média num espaço bidimensional simples com eixo horizontal, representando o risco (Estada média) e o eixo vertical, representando o retorno (Receita média). Juntando essas duas importantes peças de informação, é possível representar a Matriz Estada média/Receita média conforme podemos ver na Figura 1.

Figura 1 Matriz *Portfólio* Estada Média/Receita Média

Receita Média (€)

<p><b>Quadrante IV</b></p> <p>Curta estada média Elevada receita média</p>	<p><b>Quadrante I</b></p> <p>Elevada estada média Elevada receita média</p>
<p><b>Quadrante III</b></p> <p>Curta estada média Baixa receita média</p>	<p><b>Quadrante II</b></p> <p>Elevada estada média Baixa receita média</p>

Estada Média (em nº de dias)

Fonte: Elaboração Própria

O primeiro quadrante, representa os mercados/regiões mais promissoras e sem risco, o segundo representa os mercados/regiões que necessitam de ser estimulados em termos de gastos médios, já o terceiro carece de ações que promovam a estada e o gasto médio, no quarto quadrante é a estada média que se quer prolongada.

Papadopoulos (1989) na sua análise de *portfólio* do mercado de turismo conclui que a mesma pode ser usada em conjunto com uma avaliação das tendências passadas em termos de chegadas de turistas e receitas de turismo.

A análise desenvolveu-se em três fases:

Na primeira e, por recurso a estatística descritiva representam-se as tendências das variáveis Estada média e Receita média por ano, e por período sazonal. Na segunda fase representam-se as variáveis Estada média e Receita média por mercado nos anos em que evidenciaram-se quebras das séries. As quebras de séries foram determinadas pelos desvios padrões e coeficiente de variação das séries no período em análise. Na terceira fase recorreu-se ao coeficiente de variação para determinar a volatilidade das séries.

Numa fase preliminar foi necessário preparar a base de dados para o efeito recorreu-se ao Instituto Nacional de Estatística (INE) que facultou informações sobre o número de hóspedes e número de dormidas, por ano, mês e Nacionalidade dos turistas por região. O número de hóspedes e o número de dormidas referem-se aos registos em estabelecimentos hoteleiros e similares.

### **Definições:**

**Hóspede:** indivíduo que efetua pelo menos uma dormida num estabelecimento de alojamento turístico. O indivíduo é contado tantas vezes quantas as inscrições que fizerem no estabelecimento, no período de referência.

**Dormida:** permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento, por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte.

**Nacionalidade:** cidadania legal do indivíduo no momento de observação; são consideradas as nacionalidades constantes no passaporte, na autorização de residência ou no certificado de nacionalidade apresentado. Os indivíduos que, no momento de observação, estejam com um processo de naturalização em curso devem ser considerados com a nacionalidade que detinham anteriormente

As receitas turísticas foram obtidas junto do Banco de Portugal, no seguinte endereço eletrónico ([www.bportugal.pt](http://www.bportugal.pt)), último acesso 10/01/2015.

### **Definições:**

**Receita:** é então entendida como um rendimento que consiste numa entrada de dinheiro para fazer face a um conjunto de despesas.

A partir destes dados calcularam-se os indicadores:

$$\textit{Estada média} = \frac{\textit{N}^{\circ} \textit{ de Dormidas}}{\textit{N}^{\circ} \textit{ de Hóspedes}}$$

$$\textit{Receita média} = \frac{\textit{Receitas Turísticas}}{\textit{N}^{\circ} \textit{ de Dormidas}}$$

O facto de os dados das estatísticas terem sido recolhidos em duas fontes diferentes trouxe alguns problemas de homogeneidade das séries Receita média por turista. Esta foi calibrada por recurso a informação constante nos inquéritos realizados pela UALG. As quebras de séries foram completadas por recurso ao método dos indicadores indirectos.

Os dados recolhidos foram armazenados numa folha de cálculo, Excel a partir da qual se desenvolveu toda a análise. No total foram registados 10 anos\* 12 meses \*4 variáveis\*9 nacionalidades, correspondendo a 4320 registos. Esta tarefa, entre pedido de dados e introdução dos mesmos, demorou 4 meses.

A primeira fase da análise pressupôs o cálculo da Estada média e da Receita média por turista por ano, média esta ponderada pelo peso relativo do turismo por nacionalidade e por mês. Estas variáveis foram representadas num eixo longitudinal que permite, por observação direta inferir sobre a evolução das séries ao longo dos anos.

Esta análise foi repetida por épocas – distingue-se época alta como a correspondente ao verão (Maio/Setembro) e a época baixa (Outubro/Abril).

A segunda fase pressupôs a utilização da Matriz *Portfólio* nos anos e períodos onde se verificaram quebras das séries. Esta matriz constituindo um *proxy* da análise “*yield*” obtém-se representando no eixo das abcissas a Estada média por mercado e no eixo da ordenadas a Receita média, porque o objetivo era perceber a importância relativa, utilizou-se a proporção de dormidas totais que o mercado absorve, como forma de relativizar/dimensionar o mesmo na matriz, para o efeito utilizou-se o seguinte cálculo:

$$\text{Dimensão do } m i = \frac{\text{Dormidas } m i}{\sum \text{Dormidas em todos os mercados}}$$

Número de Dormidas *m i* corresponde: dormidas no mercado *i*, onde o *i* é constituído por, Alemanha, Bélgica, Brasil, Espanha, EUA, França, Holanda, Itália e Reino Unido.

Os eixos foram cortados na mediana dos gastos totais médios na região e da Estada média na região.

A terceira fase pressupôs calcular o coeficiente de variação da Estada média e das Receitas médias.

**Coeficiente de variação** é uma medida de dispersão relativa de ampla utilização, que relaciona o desvio-padrão com a média aritmética. Formalmente:

$$CV_x = \frac{S_x}{\bar{X}}$$

Sendo  $CV_x$  o coeficiente de variação,  $s_x$  o desvio-padrão e  $X$  a média aritmética. Os coeficientes de variação da Estada média e da Receita média foram representados, na matriz *portfólio* para permitir uma observação dos mercados em que maior volatilidade pode resultar numa ameaça de perda de posicionamento.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS**

### **4.1. Introdução**

Neste capítulo pretende-se analisar as tendências das séries estada média e receita média por ano e por país de origem referente ao período de 2003-2012, sendo que na primeira parte efetuou-se a análise a nível anual e mensal, com foco para os meses de verão e inverno, de forma detalhada para explicar tendências da procura turística no Algarve. Num segundo momento circunscreve-se a análise à matriz *portfólio* com base na estada média e receita média, com o objetivo de identificar o posicionamento dos mercados. Num terceiro momento avalia-se a volatilidade dos mercados a partir do cálculo dos coeficientes de variação. Na matriz cada mercado emissor é representado por um círculo proporcional à dimensão do mercado, medido em número de dormidas em alojamentos hoteleiros (INE), face ao total de dormidas.

### **4.2. Tendência da Série Estada Média por Ano e País de Origem**

A procura turística no Algarve apresentou sempre uma volatilidade que importa quantificar. Sendo que, esta volatilidade é consensual quando se representa graficamente a evolução da procura ao longo dos anos. Assim, neste capítulo exploram-se tendências, por recurso à análise gráfica das variáveis Estada média e Receita média, e calcula-se a volatilidade da procura no período em análise.

Pela análise da figura 2 verifica-se, que os turistas provenientes do mercado holandês são os que permanecem mais tempo na região do Algarve, sendo que, entre 2003 e 2012 a estada média foi superior a 7 noites. Por outro lado, os espanhóis e os brasileiros foram os que permaneceram menos tempo (aproximadamente 3 noites).

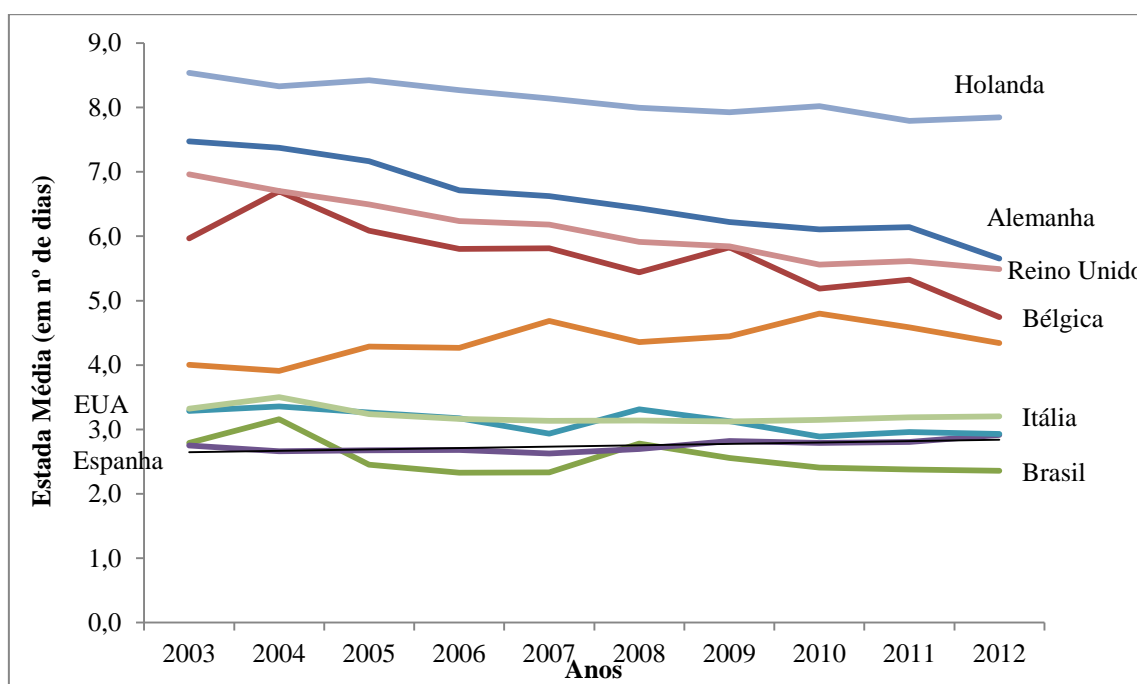
Se a curta duração da estada do mercado espanhol se justifica pela proximidade geográfica entre os países, já no mercado brasileiro este fato se deve à quantidade de regiões e locais que estes turistas visitam no destino. Assim, afasta-se a hipótese da duração da estada estar intrinsecamente relacionada com a proximidade geográfica entre o país de origem e o destino Correia, Pimpão e Tão (2012).

No que concerne aos turistas italianos, denota-se que a regularidade da estada é mais inconstante, dado que na última década as durações da estada oscilaram entre 3,3 e 4,5 noites, voltando a descer para 3,2 noites nos últimos anos.

Dum modo geral, poder-se-á estabelecer dois segmentos em função da duração da estada média. O primeiro seria constituído por mercados, como, Holanda, Alemanha, Reino Unido e Bélgica, cuja estada é superior a uma semana, ainda que a Bélgica apresente algumas oscilações.

O segundo grupo é constituído pela França, Itália, Espanha, EUA e Brasil com visitas curtas (inferiores a uma semana).

Figura 2 Estada Média por Anos e por Mercados



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do INE (2003-2012)

### 4.3. Tendência das Série Receita Média por Ano e País de Origem

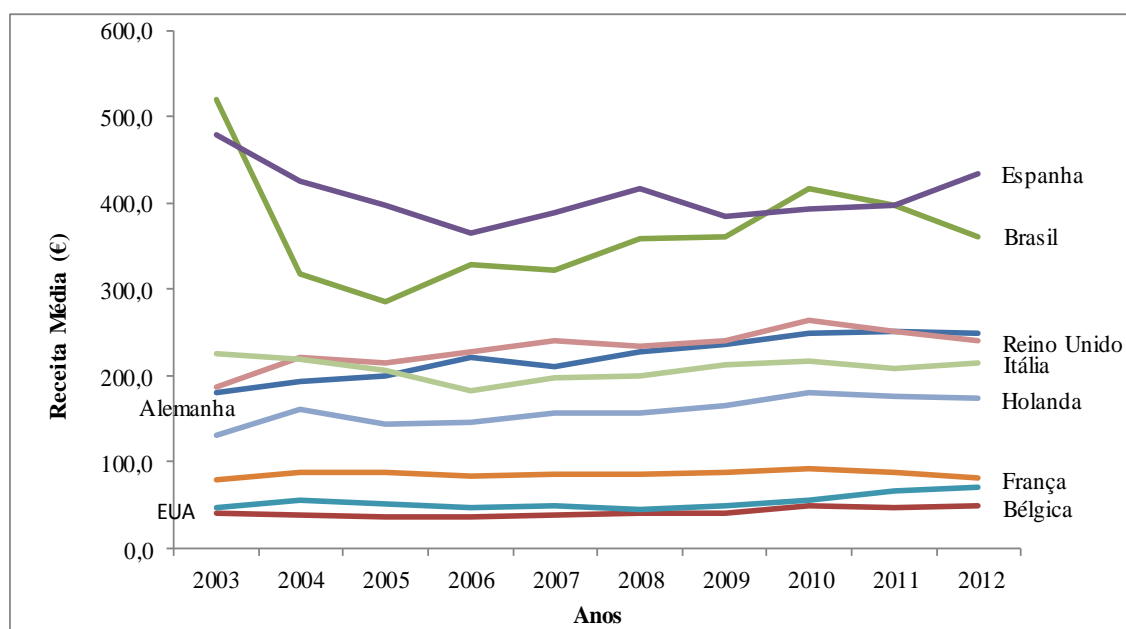
Um dos indicadores da medida de *performance* de um determinado mercado, refere-se às receitas por turista. Assim, neste ponto apresenta-se os valores anuais das receitas e faz-se uma comparação com a estada média. Note-se que os dados relativos às receitas turísticas proveem do Banco de Portugal, enquanto que os relativos às dormidas são produzidos pelo INE. Ainda que exista permeabilidade e um esforço das duas entidades

para gerar números comparáveis, nem sempre isso é possível pela representatividade de cada mercado na amostra. Assim, quando se calcula a receita média por dormida, alguns países apresentam valores difíceis de explicar no contexto turístico da região.

Na análise da figura 3 (Receita média por anos e por mercados), verifica-se a existência de três grupos de mercados com diferentes patamares de receita. O primeiro é composto por mercados como a Espanha e o Brasil que despendem em média 300 a 500 euros/dormida, respetivamente. Já o segundo, é constituído por mercados como a Holanda, a Alemanha, o Reino Unido e a Itália, onde a receita média varia entre 150 a 300 euros. O terceiro grupo é formado por mercados como a França, Bélgica e EUA que, despendem valores bastante inferiores aos apresentados pelos grupos acima.

Dos resultados obtidos na Figura 2 e 3 verifica-se que ao longo dos anos, os valores da receita tendem a aumentar à medida que diminui a estada média, existindo uma relação causa efeito inversa entre a estada e a receita média. Poder-se-á comprovar esta relação, na estada média curta e nas elevadas receitas dos mercados como a Espanha e o Brasil.

Figura 3 Receita Média por Anos e por Mercados



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal (2003-2012)

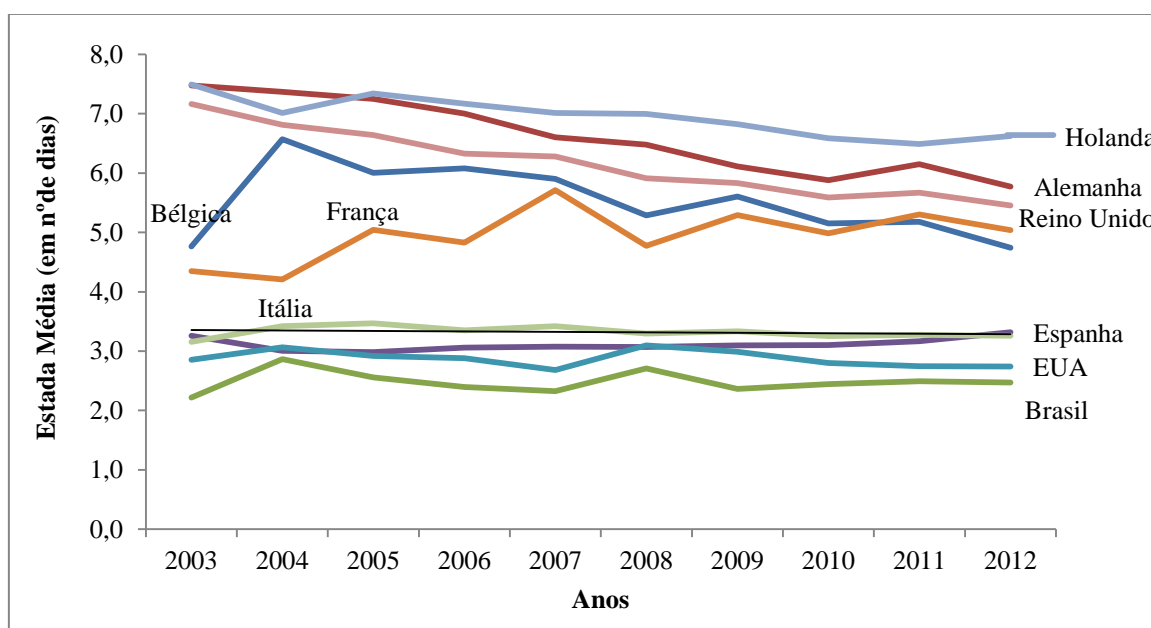
#### 4.4. Tendência das Séries Estada Média no Verão por Ano e País de Origem (Maio/Setembro)

A região do Algarve apresenta um enorme potencial turístico, pelo que este fato é comprovado no desenvolvimento/crescimento evidenciado pelo sector do turismo nos últimos anos. As condições naturais favoráveis a nível balnear, paisagístico, climatérico e cultural, contribuem para a sua posição como destino turístico de eleição no produto sol e mar, tanto a nível de turistas nacionais como internacionais.

Neste contexto, considerou-se relevante analisar a tendência dos meses de verão obedecendo a uma distribuição anual. Assim, espera-se que o resultado da volatilidade seja elevado, dado o aumento da oferta e da procura turística que se verifica nesta região durante estes meses.

Como se pode observar na Figura 4 (Estada média no verão por anos e por mercados), permanece uma tendência que conduz à divisão dos mercados em dois grupos, embora com maior irregularidade das séries. O primeiro grupo é composto pelos mercados da Holanda, Alemanha, Reino Unido, Bélgica e França, que se destacam com mais de uma semana de estada. O segundo grupo é constituído pelos mercados do Brasil, Espanha, EUA e Itália com um número de dias de estada inferior a uma semana.

Figura 4 Estada Média no Verão por Anos e por Mercados

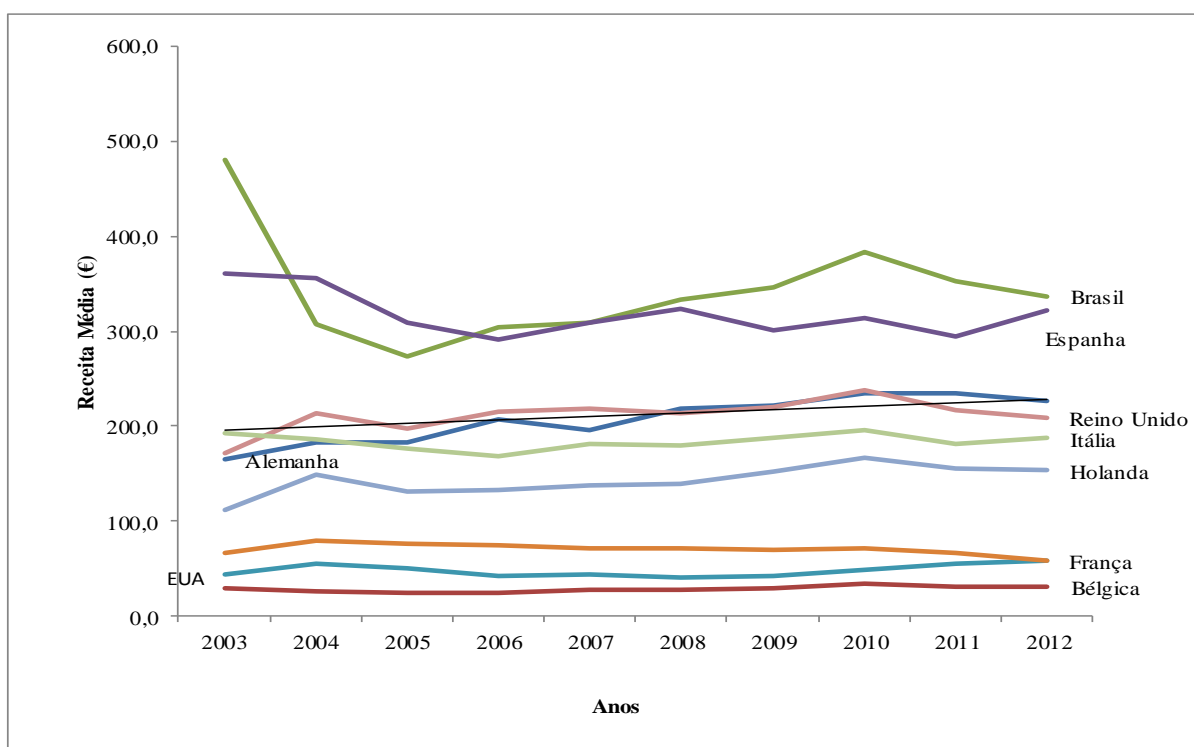


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do INE (2003-2012)

#### 4.5. Tendência da Série Receita Média Verão por Ano e País de Origem (Maio/Setembro)

Tal como os valores da estada média são mais irregulares no verão, os valores da receita média também o são. Curiosamente são os países com menor estada que revelam maior regularidade de gastos. Já os mercados mais maduros Alemanha, Reino Unido, Holanda e Bélgica revelam crescimentos moderados ou até negativos. A frequência de visita ao destino permite um nível de conhecimento que em última instância se reflete numa maior seletividade de gastos (Figura 5).

Figura 5 Receita Média no Verão por Anos e por Mercados



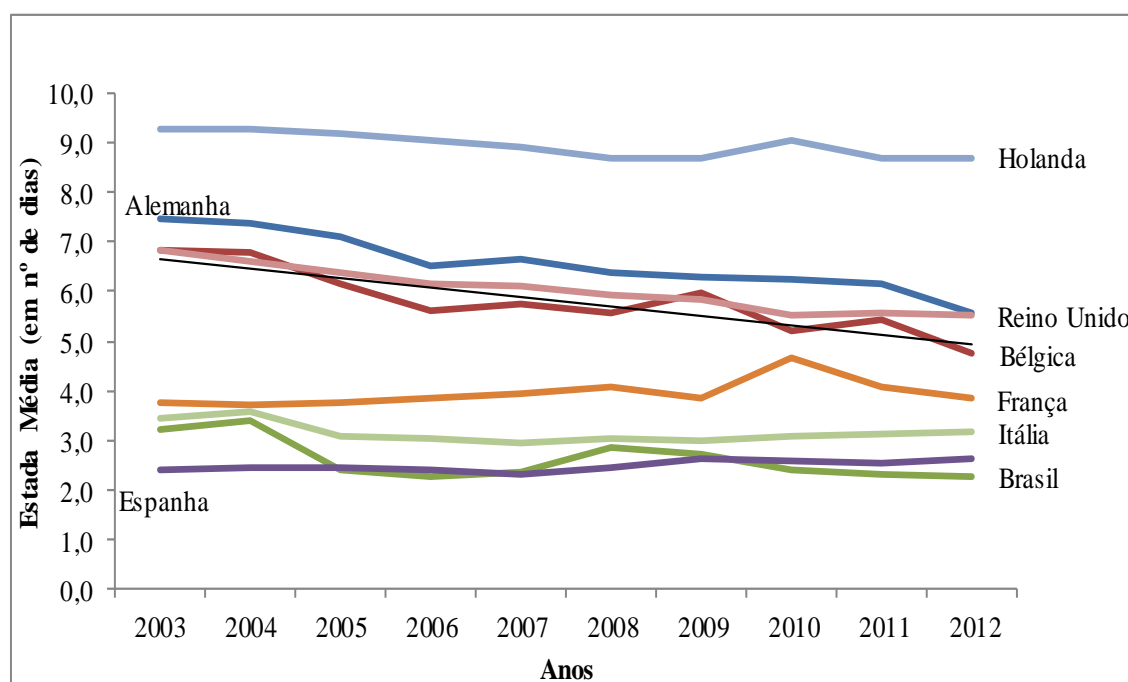
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal (2003-2012)

#### 4.6. Tendência das Séries Estada Média Inverno por Ano e País de Origem (Outubro/Abril)

Nesta análise a tendência da distribuição incidu apenas nos meses de inverno, onde se espera valores menos voláteis. No entanto, a região do Algarve distingue-se não só como destino privilegiado pelo sol e mar, mas também pelos produtos turísticos como o golfe e a observação das aves, onde a prática é realizada no decorrer do ano (PENT, pag. 17-20).

De acordo com a Figura 6 verifica-se que a Espanha e o Brasil permanecem com valores inferiores em relação a outros mercados. Estes por sua vez, apresentam-se com frequências mais inconstantes em relação aos meses de verão.

Figura 6 Estada Média no Inverno por Anos e por Mercados



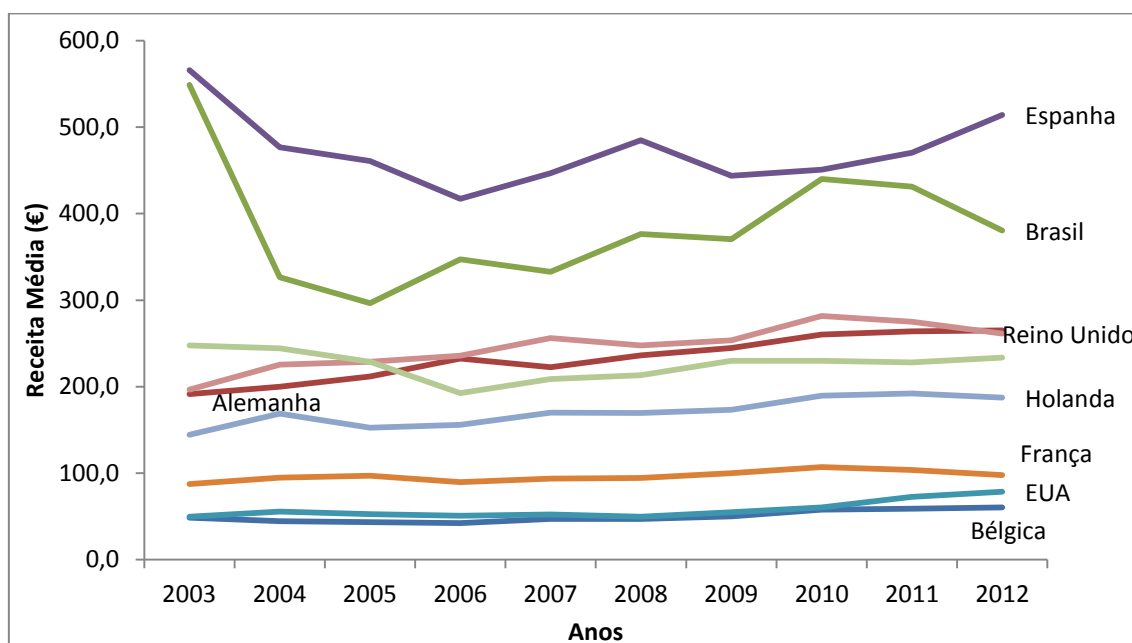
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do INE (2003-2012)

#### 4.7. Tendência da Série, Receita Média no Inverno por Ano e País de Origem (Outubro/Abril)

Relativamente aos valores da receita média para os meses do inverno verificou-se, que em termos globais existe pouca variabilidade, dado a maior focalização desta estação em mercados tradicionais.

De salientar, que o mercado espanhol destaca-se com maiores valores em relação a outros mercados no mesmo período, seguindo-se o Brasil também com valores elevados ainda que as séries associadas revelem grande rentabilidade.

Figura 7 Receita Média no Inverno por Anos e por Mercados



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal (2003-2012)

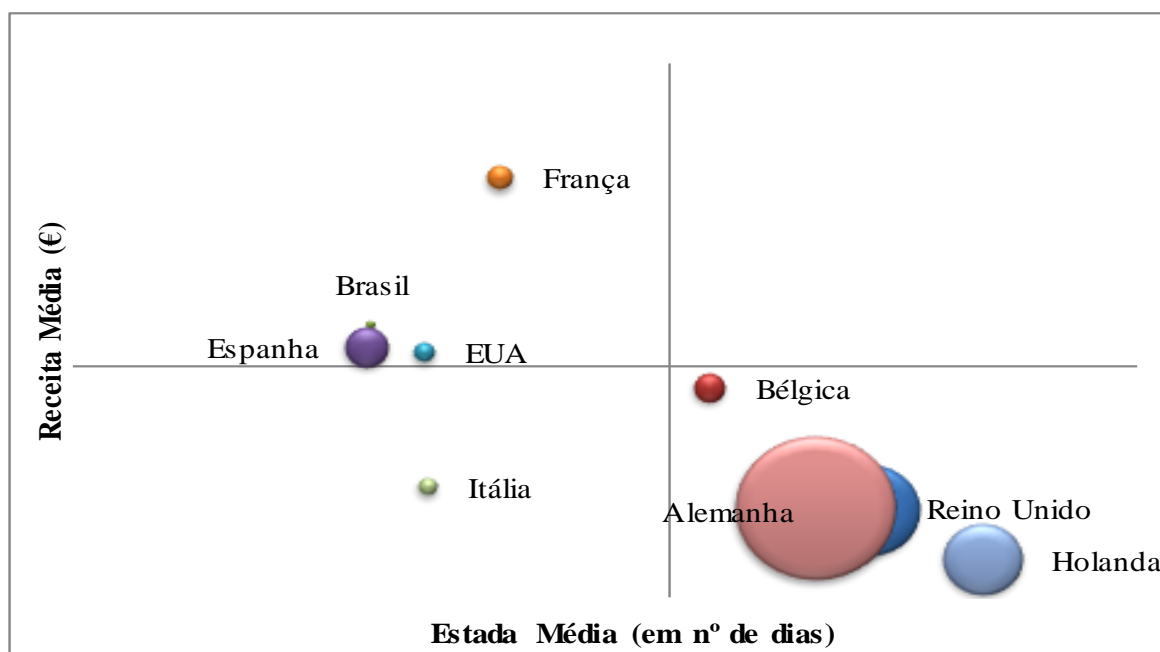
#### 4.8. Análise da Matriz *Portfólio* por Mercado Emissor

No que concerne à dimensão dos mercados emissores, representados na figura (Figura 8), sobressai a, Alemanha, o Reino Unido e a Holanda, respetivamente, como os mercados de maior dimensão. Sendo estes os segmentos que representam a maior quota de mercado no Algarve. Por outro lado, os países com menor expressão são a Bélgica, a Espanha e a França.

De referir que além da dimensão do mercado, medida pelo número de dormidas face ao total, analisou-se também os quadrantes da Matriz *Portfólio*. O quadrante inferior direito constituído pela Bélgica, Alemanha, Reino Unido e Holanda formam o conjunto de mercados consolidados, isto é, mercados, onde os valores da receita média são razoáveis e a estada média elevada. Todavia, este quadrante não traduz um posicionamento eficiente como explica a teoria, uma vez que o quadrante com melhor combinação é o superior direito onde o posicionamento da matriz é perfeito. Salienta-se, que para os mercados alcançarem este quadrante torna-se necessário obterem receitas e estadas médias maiores, o que exige mudanças que passam pelo aumento do gasto e melhor dinamização das atividades associadas a este segmento.

No que se refere aos mercados do quadrante superior esquerdo, nomeadamente França, Brasil, Espanha e EUA, os valores da receita são elevados e a estada média é relativamente baixa. Conforme referido na revisão da literatura, a potencialização deste quadrante passa por desenvolver estratégias que possam atrair os turistas por mais tempo pretendendo-se atingir maiores números tanto na duração da estada como da receita média.

Figura 8 Posicionamento dos Países de Origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2003

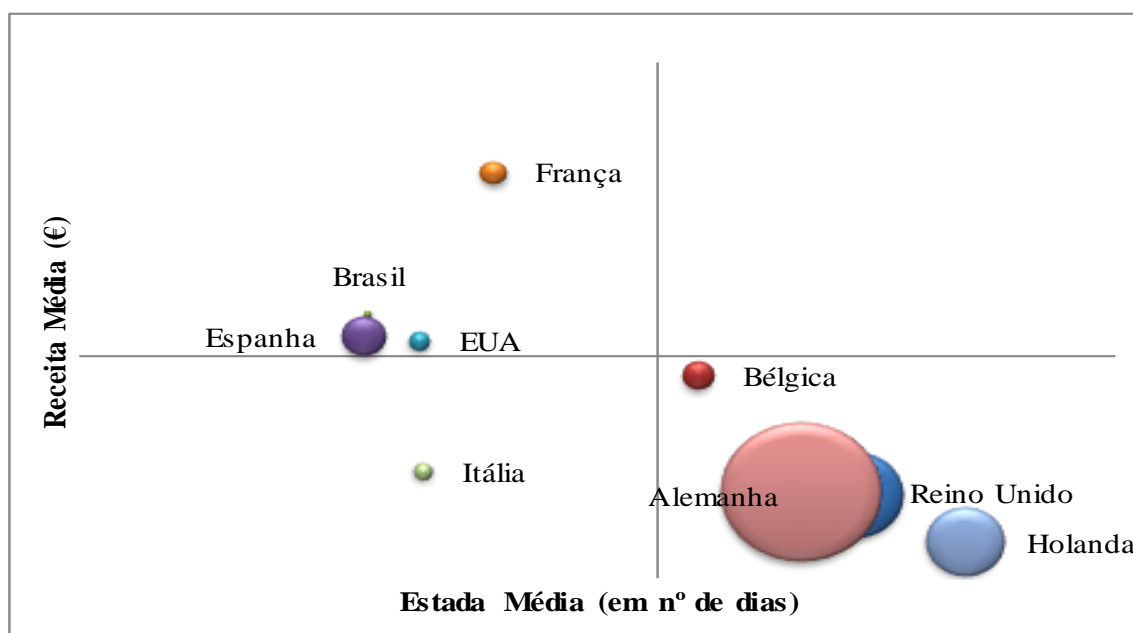


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal e INE (2003)

Na análise da figura 9, verifica-se que as quotas de mercado por países mantêm-se. Em contrapartida a análise dos quadrantes sofreu algumas alterações, isto é, embora se continue a ter a Bélgica, a Alemanha, a Holanda e o Reino Unido no mesmo quadrante, com valores de receita média razoável e estada média elevada (Figura 9), o mesmo não acontece com outros mercados. É o caso da Espanha, Itália e Brasil, com estadas médias muito curtas, ou seja, muito próximos do valor mínimo e receita média baixa em relação a outros mercados. Mediante estes factos justifica-se o seu posicionamento neste quadrante, que representa estada e receita média inferiores aos valores da região.

No que se refere aos mercados do quadrante superior esquerdo, a França e EUA, apresentam valores de receita média elevados embora com estadas médias mais curtas.

Figura 9 Posicionamento dos Países de Origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2007



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal e INE (2007)

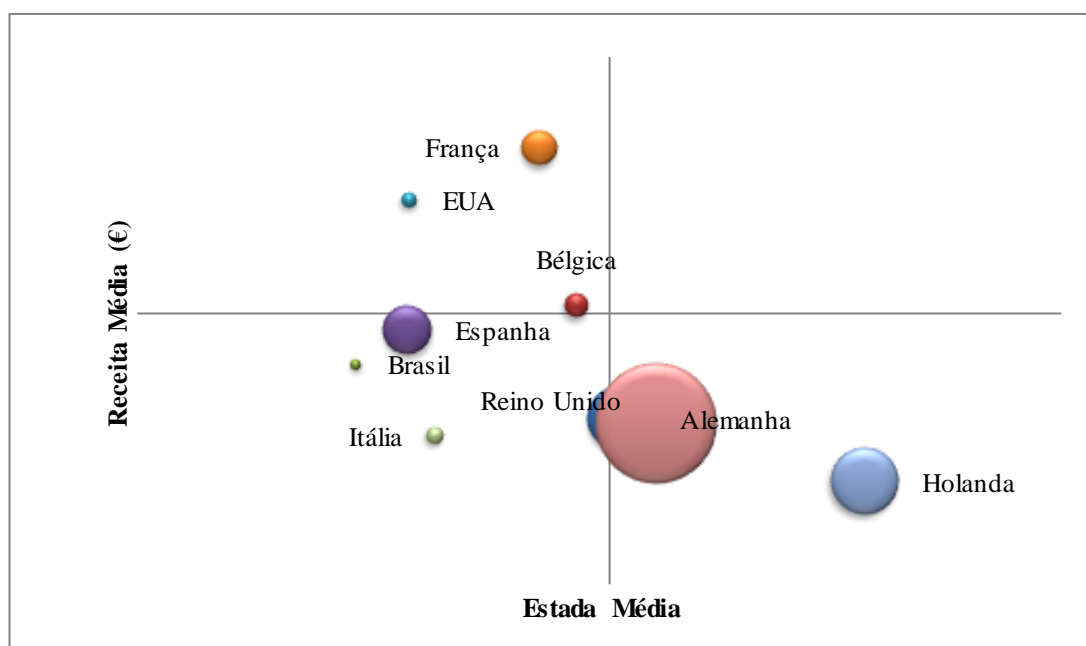
Os dados de 2012 revelam um crescimento da importância relativa dos mercados tradicionais, na procura turística regional (Figura 10).

Os mercados como a Alemanha, Reino Unido e Holanda mantêm o seu posicionamento no quadrante inferior direito por possuírem valores de receita média, razoável, mas em contrapartida apresentam uma estada média elevada.

Em termos de mercados com receita média razoável e estada média curta, estes pertencem ao quadrante inferior esquerdo, a Espanha, o Brasil e a Itália.

No que diz respeito aos mercados da França, EUA e Bélgica, os valores da receita média são elevados, acabando por atingir valores máximos num dos mercados, embora a sua estada média seja curta, pertencendo estes mercados ao quadrante superior esquerdo.

Figura 10 Posicionamento dos Países de origem na Receita Média e Estada Média referente ao Ano de 2012



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal e INE (2012)

A análise da Matriz *Portfólio*, foi realizada para todos os anos, e representada apenas para os pontos intermédios do intervalo temporal onde as quebras de séries eram mais evidentes para evitar repetições, evidenciando de forma mais acurada os pontos de viragem mais proeminentes.

De um modo geral, pode-se concluir que a análise da Matriz *Portfólio* ajuda a compreender o quão importante é a dimensão do segmento para estada e receita média, assim, determina-se o posicionamento dos turistas por ano e por país de origem. Desta forma, a leitura da Matriz *Portfólio* torna-se mais esclarecedora e eficaz na medida em que permite avaliar, que estratégias adotar para que no futuro haja melhoria tanto ao nível da dimensão do segmento, como para a sua retenção na região (maiores estadas e mais gastos).

Esta melhoria passa por prolongar estadas nos países posicionados no quadrante superior esquerdo, simultaneamente propõe-se ainda aumentar a dimensão do segmento captando mais turistas para região. Essas mudanças permitem que no futuro os países mudem do quadrante superior esquerdo para quadrante superior direito, onde a receita e estada média potenciam uma rentabilidade ideal.

Quanto ao posicionamento dos países no quadrante inferior direito é necessário aumentar os gastos, dinamizando atividades que captem a atenção dos turistas. Potenciando a sua participação contribui-se para o reposicionamento dos segmentos nos quadrantes, com o objetivo último de melhorar a sua rentabilidade.

#### **4.9. Análise da Volatilidade Calculada Através de Coeficiente de Variação**

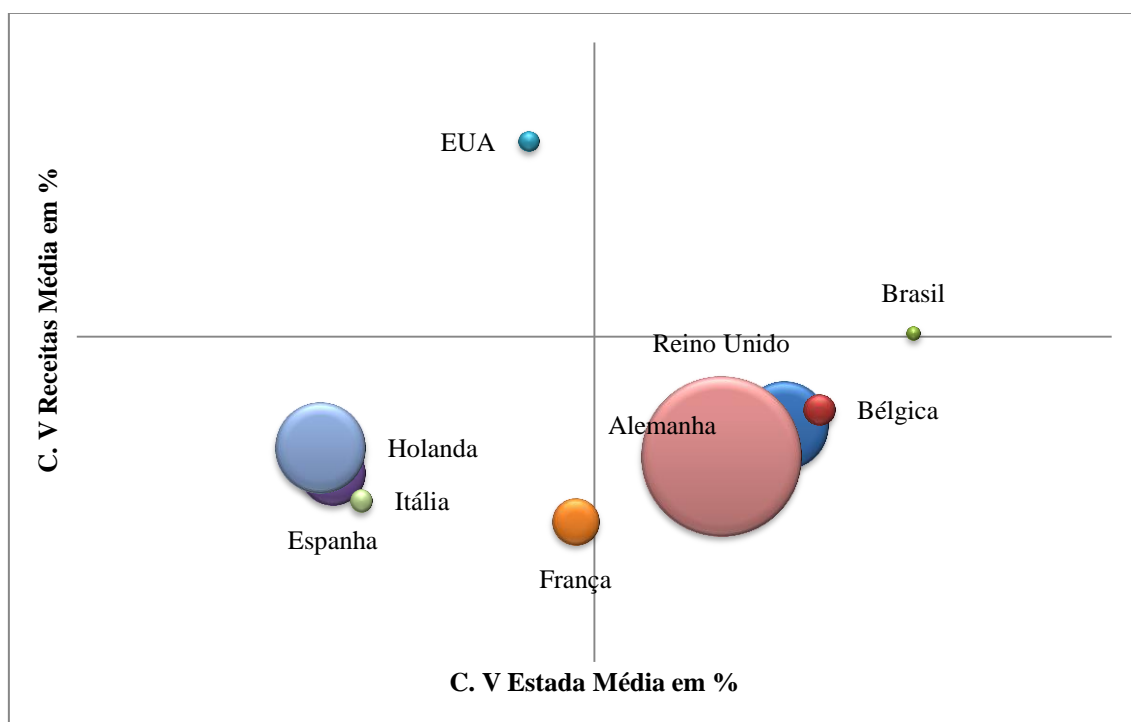
Qualquer estratégia que se adote requer tempo para produzir os seus frutos. Este tempo decorre da necessidade de manter uma procura estável. Neste ponto calcula-se a volatilidade da procura turística por países, com o objetivo último de determinar o risco financeiro associado a futuras estratégias a adotar.

Na figura 11 verifica-se que os mercados tradicionais Alemanha, Bélgica e Reino Unido se situam no quadrante inferior direito. O que significa que o coeficiente de variação da receita média é baixa, mas o coeficiente de variação da estada média elevado o que origina o seu posicionamento. Estes indicadores sugerem que estratégias focalizadas no aumento das receitas, nestes mercados serão pouco eficazes, já que estes turistas já encontraram o seu preço ótimo para disfrutar da região. No que se refere à estada média,

muito há a fazer, de facto estes visitantes fazem variar os seus tempos de permanência na região ao longo dos anos, revelando uma volatilidade que importa corrigir.

O posicionamento da Espanha, França, Holanda e Itália no quadrante inferior esquerdo sugere coeficientes de variação da estada e receita curta baixas. Mercados estabilizados só são reversíveis se se conseguir captar novos segmentos nestes países.

Figura 11 Posicionamento dos Países de Origem pelo Coeficiente de Variação de Receita e Estada Média



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco de Portugal e INE (2003-2012)

O Brasil situa-se no quadrante superior direito com um coeficiente de variação de estada e receita média elevado, sugerindo que neste mercado emergente toda a estratégia de captação está ainda por estabilizar.

Os EUA, posicionado no quadrante superior esquerdo apresenta coeficiente de variação da estada média curta e de receita média elevada, impondo uma maior atenção na retenção dos americanos na região, bem como uma estratégia de captação de Americanos para o sul de Portugal.

Reino Unido, Alemanha e Bélgica sugerem um nível de receita estabilizado e uma estada menos estável.

Por oposição Holanda, Itália, Espanha e França, mercados tradicionais por inerência, configuram uma permanência e um gasto estável, cuja inversão requer a captação de novos segmentos.

Esta análise demonstra que o coeficiente de variação sugere os mercados em que o risco é maior ou menor, apontando caminhos e eixos de desenvolvimento que devem ser pensados numa lógica de procura em vez de produto.

Na mesma linha Águas e Alves (2000, pag.35), que no seu estudo citaram a representação da análise matricial da seguinte forma: “A localização de cada mercado emissor é definida pela coordenada (valor da competitividade, valor da atratividade). As dormidas são representadas por um círculo, com raio proporcional ao seu valor, centrado no ponto (localização) do respetivo mercado emissor.”

Concluem que os mercados com atratividade elevada são: Espanha, Reino Unido, Alemanha, França e Holanda. Sendo que os países com atratividade baixa (inferior ao valor da escala média utilizada) são: Bélgica, Austrália, Itália, Suécia e Irlanda.

Quanto ao valor da competitividade, este deve ser melhorado dum modo geral. Os autores, Águas e Alves (2000) consideram que os recursos são escassos por isso recomendaram algumas prioridades que designaram por níveis e ou por quadrantes.

Nível 1 países com atratividade elevada e competitividade baixa: Alemanha, no meu caso quadrante IV;

Nível 2 países com atratividade elevada e competitividade elevada: Espanha, Reino Unido, França e Holanda no meu caso é o quadrante I;

Nível 3 países com atratividade baixa e competitividade elevada: Austrália, Suécia e Irlanda, no meu caso quadrante II;

Nível 4 países com atratividade elevada e competitividade baixa: Bélgica e Itália neste caso é o quadrante III.

A conformidade das análises corrobora a importância e consistência da matriz *portfólio* na análise da rentabilidade e do risco por mercados emissores.

Figura 12 Matriz *Portfólio* (Atratividade/Competitividade)

Atratividade

<b>Nível 1</b> <b>Baixa Competitividade</b> <b>Elevada Atratividade</b>	<b>Nível 2</b> <b>Elevada Competitividade</b> <b>Elevada Atratividade</b>
<b>Nível 3</b> <b>Baixa Competitividade</b> <b>Baixa Atratividade</b>	<b>Nível 4</b> <b>Elevada Competitividade</b> <b>Baixa Atratividade</b>

Competitividade

Fonte: Elaboração própria com base na informação Àguas e Alves (2000, pag. 33-35)

# CAPÍTULO V. CONCLUSÃO

## 5.1. Sumário

Com esta dissertação pretendeu-se perceber a rentabilidade e a volatilidade associada à procura turística e medir o posicionamento competitivo da mesma numa lógica temporal e de mercado. Para o efeito recorreu-se a dados secundários do INE; TURISMO de Portugal e Banco de Portugal. Para além da análise de tendências realizada com estatística descritiva, utiliza-se o coeficiente de variação das variáveis estada média e gastos médios para aferir a estabilidade de cada mercado. O posicionamento competitivo dos mesmos e o seu potencial de rentabilidade suporta-se na matriz *portfólio*. A investigação desenvolveu-se por fases, sendo que a revisão de literatura revelou a ainda limitada utilização desta matriz na avaliação da volatilidade e do potencial de rentabilidade da procura turística. O quadro teórico desenvolvido pelos autores consultados alicerça os desenvolvimentos desta dissertação.

Os procedimentos metodológicos adotados suportam-se na matriz de *portfólio*, enquanto instrumento que permite avaliar a volatilidade da procura e o risco financeiro. Como abordaram, Lee, Morrison, e O’Leary, (2006) a Matriz *portfólio* é uma ferramenta que permite aos profissionais de marketing de destino avaliar os segmentos de mercado de viagens, em termos económicos no que diz respeito ao retorno esperado de cada segmento identificado.

O turismo é uma atividade económica relevante que está associada à procura dos turistas pelo sol, mar e pelo ambiente relaxante que a região oferece. Apesar da existência de uma oferta consolidada, os mercados oscilam a sua procura no tempo, sugerindo uma volatilidade que em nada se coaduna com a oferta consolidada existente. Esta volatilidade é mais proeminente no verão.

No segundo momento aplicou-se o uso da análise da Matriz *Portfólio* para compreender o quanto é importante a dimensão de segmento para estada e receita média, assim, determina-se o posicionamento dos turistas por ano e por país de origem. Desta forma, a leitura da Matriz *Portfólio* torna-se mais esclarecedora e eficaz na medida em que permite avaliar, que estratégias adotar para que no futuro haja melhoria tanto ao nível da dimensão do segmento para estada como na receita média para a região do Algarve.

## **5.2. Recomendações**

Na senda das preocupações relacionadas com o resultado apresento algumas recomendações. O desenvolvimento da procura e a sua rentabilidade passa pelos mercados que se encontram posicionados no quadrante superior esquerdo, como é o caso Brasil, Espanha, EUA e França. Quadrante que representa o maior valor da receita e uma curta estada média. Neste quadrante a estratégia mais adequada é atrair cada vez mais turistas para ficarem mais tempo e, simultaneamente aumentar a dimensão do segmento captando mais turistas para região. Essas mudanças permitem que no futuro os países mudem do quadrante superior esquerdo para quadrante superior direito, onde a receita e estada média potenciam uma rentabilidade ideal.

No quadrante inferior esquerdo temos a Itália com receita média e estada média baixa. Os mercados como Alemanha, Reino Unido e Holanda estão posicionados no quadrante inferior direito por possuírem valores de receita média baixa e estada média elevada, o que revela um posicionamento que deve ser dinamizado pelo menos ao nível dos gastos de turistas.

Quanto ao posicionamento dos países como o Brasil, o quadrante inferior direito é necessário aumentar os gastos, dinamizando atividades que captam a atenção dos turistas, potenciando a sua participação contribui-se para o reposicionamento dos segmentos nos quadrantes, com o objetivo último de melhorar a sua rentabilidade.

## **5.3. Limitações e Perspetivas de Trabalho Futuro**

As limitações prendem-se com a falta de homogeneidade das séries Receitas turísticas, por comparação com as dormidas e os hóspedes.

A outra limitação prende-se com a exiguidade que forçam a redefinição dos objetivos e a utilização de metodologias menos sofisticadas mais variáveis, face à disponibilidade de dados.

Esta dissertação contribuiu para esclarecimento de uma temática envolvendo Turismo na perspetiva financeira, desenvolvida no domínio científico com propostas enriquecedores que a possam complementar, tornando-o mais robusta e abrangente, ganhando com isso toda a comunidade académica e as organizações para onde o conhecimento seja transferido.

Sugere-se que futuras investigações aprofundem:

O posicionamento competitivo do Algarve face ao seu principal corrente – Andaluzia;

Identifiquem as zonas com maior risco/volatilidade dentro do Algarve;

Em síntese, acredita-se que o presente estudo terá a potencialidade de permitir desbravar uma área de investigação, até agora limitada ao conhecimento científico, potenciando com essa abertura, o despoletar de um número substancial de posteriores trabalhos que se traduzirão em conhecimentos de excecional relevância com grande teor de aplicabilidade prática na área do turismo.

## Referências Bibliográficas

- Àguas, P. & Alves, C., 2000. *Portfólio de Mercados para o Destino Turístico Portugal.pdf*. *Revista da ESGHT/UALG*, (4).
- Brigham, E.F. & Houston, J.F., 2007. *Fundamentals of Financial Management Eleventh Edition* 11 th e.d. O. T. S.-W. Mason, ed.,
- Calantone, R.J. & Mazanec, J.A., 1991. Marketing management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, pp.101–119.
- Correia, A., Pimpão, A. & Tão, M., 2012. Willingness to pay for frills when travelling with low-cost airlines. In *Tourism Economics*. pp. 1161–1174.
- Court, B. & A.Lupton, R., 1997. Customer portfolio development: Modeling destination adopters, inactives, and rejecters. In *Journal of Travel Research*. pp. 35–43.
- Faulkner, B., 1997. A model for the evaluation of national tourism destination. In *Journal of Travel Research*. pp. 35–43.
- Heath, E. Wall, G., 1992. Marketing Tourism Destinations: a Strategic Planning Approach. *John Wiley & Sons*.
- Henshall, B. e Roberts, R., 1985. Comparative Assessment of Tourist Generating Markets for New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 12(2), pp.219–238.
- Jang, S. (Shawn) & Chen, M.-H., 2008. Financial portfolio approach to optimal tourist market mixes. *Tourism Management*, 29(4), pp.761–770.
- Jang, S. (Shawn), Morrison, A.M. & O’leary, J.T., 2004. Tourism Efficient FrontierThe. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16, pp.33–46.
- Jang, S.C., 2004. Mitigating tourism seasonality - A quantitative approach. *Annals of Tourism Research*, 31, pp.819–836.
- Laimer, P. & Weiss, J., 2009. Portfolio Analysis (PFA) as a strategic tool for tourism policy: an integrated analysis of overnight data. *Tourism Review*, 64, pp.17–31.
- Lee, G., Morrison, A.M. & O’Leary, J.T., 2006. The economic value portfolio matrix: A target market selection tool for destination marketing organizations. *Tourism Management*, 27(4), pp.576–588.
- Loi, K.I. & Tou, U.I., 2013. Tourist portfolio analysis model revisited – A risk/return approach. *Anatolia*, 24(1), pp.63–74.
- Markowitz, H., 1952. Portfolio Selection. *Journal of Finance*, 7, pp.77–91.

- Markowitz, H.M., 1959. *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments*,
- Mazanec, J., 1995. Análise da Posição Estratégica de Cidades Turísticas: Um Estudo para Lisboa. *Revista Portuguesa de Gestão*, 2/3, pp.83–94.
- McKercher, B., 1995. The Destination-Market Matrix: *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4, pp.23–40.
- McQueen, J. & Miller, K.E., 1985. Target Market Selection of Tourists: A Comparison of Approaches. *Journal of Travel Research*, 24, pp.2–6.
- Papadopoulos, S.I., 1989. Strategy development and implementation of tourism marketing plans. *European Journal of Marketing*, 23(3), pp.37–47.
- Perdue, R.R., 1996. Target market selection and marketing strategy: The Colorado downhill skiing industry. In *Journal of Travel Research*. pp. 39–46.
- ROY, A.D., 1952. Safety first and the holding of assets. *Econometrica*, 20(3), pp.431–449.
- Sheth, J.N. & Frazier, G.L., 1983. A Margin-Return Model for Strategic Market Planning. *Journal of Marketing*, 47(2), pp.100–109.
- Stalk, G., Evans, P. & Shulman, L.E., 1992. Competing on capabilities: the new rules of corporate strategy. *Harvard Business Review*, 70(2), pp.57–69.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICES: Tabelas de Suporte

### Apêndice 1: Portugal | Receitas Turísticas, por Países de Residência (milhares de euros)

Países /Anos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>670855,0</b>	<b>701162,0</b>	<b>753513,0</b>	<b>833433,0</b>	<b>784810,0</b>	<b>812583,0</b>	<b>753546,0</b>	<b>786848,0</b>	<b>813530,0</b>	<b>871669,0</b>
<b>Jan</b>	33884,0	34085,0	33932,0	40852,0	42014,0	42234,0	38062,0	39523,0	39466,0	44049,0
<b>Fev</b>	38511,0	41611,0	38953,0	45373,0	44440,0	48918,0	42741,0	41790,0	41522,0	45873,0
<b>Mar</b>	51933,0	51586,0	52765,0	62346,0	60804,0	62844,0	55831,0	55520,0	57300,0	55879,0
<b>Abr</b>	63505,0	62440,0	56221,0	68358,0	66487,0	67372,0	67310,0	60479,0	67820,0	71399,0
<b>Mai</b>	59779,0	61180,0	65096,0	85951,0	69983,0	76647,0	66080,0	67234,0	68210,0	72209,0
<b>Jun</b>	55516,0	69469,0	58970,0	66828,0	62055,0	62869,0	61465,0	62063,0	68463,0	69661,0
<b>Jul</b>	70189,0	70673,0	71455,0	80300,0	81312,0	84828,0	79800,0	84402,0	86409,0	101027,0
<b>Ago</b>	72417,0	74159,0	85367,0	83903,0	79728,0	75583,0	75357,0	87746,0	88359,0	95504,0
<b>Set</b>	72814,0	74836,0	93050,0	86573,0	79610,0	90323,0	81715,0	89606,0	94015,0	96230,0
<b>Out</b>	67473,0	71771,0	87032,0	96773,0	87660,0	92468,0	83764,0	83452,0	85269,0	96829,0
<b>Nov</b>	43459,0	48718,0	64775,0	67114,0	58668,0	58547,0	53283,0	58282,0	59877,0	63082,0
<b>Dez</b>	41375,0	40634,0	45897,0	49062,0	52049,0	49950,0	48138,0	56751,0	56820,0	59927,0
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>181659,0</b>	<b>151660,0</b>	<b>148945,0</b>	<b>162531,0</b>	<b>195175,0</b>	<b>195469,0</b>	<b>193063,0</b>	<b>201232,0</b>	<b>213839,0</b>	<b>230689,0</b>
<b>Jan</b>	7928,0	5959,0	7448,0	6734,0	8069,0	9068,0	9143,0	8033,0	9255,0	10292,0
<b>Fev</b>	8223,0	6919,0	6825,0	6608,0	8566,0	9616,0	8350,0	8366,0	8847,0	9657,0

<b>Mar</b>	9252,0	7379,0	8747,0	8939,0	10121,0	11177,0	9259,0	10481,0	11081,0	10372,0
<b>Abr</b>	12643,0	11593,0	10588,0	12426,0	14088,0	14720,0	15037,0	15464,0	16750,0	16249,0
<b>Mai</b>	15055,0	13413,0	12295,0	15115,0	16427,0	16824,0	16184,0	16652,0	16800,0	17928,0
<b>Jun</b>	16626,0	13747,0	12728,0	13696,0	15361,0	15646,0	15449,0	15511,0	17792,0	18066,0
<b>Jul</b>	31423,0	23136,0	22493,0	24658,0	30071,0	28976,0	31841,0	32336,0	34603,0	42937,0
<b>Ago</b>	26033,0	20352,0	20373,0	21491,0	25967,0	24453,0	24596,0	26973,0	28863,0	31111,0
<b>Set</b>	18404,0	15150,0	14944,0	16535,0	19791,0	20343,0	19865,0	20440,0	21970,0	22843,0
<b>Out</b>	13532,0	12430,0	12214,0	13852,0	17825,0	17337,0	15039,0	16176,0	17800,0	19170,0
<b>Nov</b>	8636,0	9106,0	8401,0	9435,0	12507,0	11180,0	11607,0	12767,0	12263,0	12847,0
<b>Dez</b>	13904,0	12476,0	11889,0	13042,0	16382,0	16129,0	16693,0	18033,0	17815,0	19217,0
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>149075,0</b>	<b>104438,0</b>	<b>115884,0</b>	<b>148784,0</b>	<b>176907,0</b>	<b>235217,0</b>	<b>209737,0</b>	<b>336760,0</b>	<b>381998,0</b>	<b>399750,0</b>
<b>Jan</b>	12114,0	9199,0	8521,0	11095,0	10580,0	17069,0	13608,0	22770,0	29529,0	30481,0
<b>Fev</b>	9838,0	8380,0	6146,0	8405,0	9779,0	15447,0	12228,0	21426,0	20811,0	26990,0
<b>Mar</b>	12240,0	5059,0	7217,0	11042,0	12085,0	16677,0	10755,0	19745,0	27326,0	21864,0
<b>Abr</b>	9528,0	7940,0	8130,0	11611,0	12202,0	21184,0	15620,0	23524,0	27167,0	28975,0
<b>Mai</b>	12775,0	7816,0	10887,0	15364,0	17854,0	23405,0	17503,0	32520,0	35796,0	39622,0
<b>Jun</b>	13432,0	7166,0	9331,0	10636,0	14122,0	19997,0	18897,0	27888,0	39198,0	43445,0
<b>Jul</b>	14963,0	10061,0	12658,0	15325,0	19476,0	27471,0	20420,0	33219,0	40735,0	44123,0
<b>Ago</b>	15719,0	10307,0	11528,0	12652,0	15379,0	17338,0	17005,0	27871,0	31977,0	34637,0
<b>Set</b>	10318,0	11859,0	11892,0	14363,0	18797,0	27557,0	24344,0	37513,0	36994,0	36392,0
<b>Out</b>	15678,0	9927,0	14271,0	15014,0	21008,0	22272,0	25871,0	39075,0	41518,0	39573,0
<b>Nov</b>	10647,0	9172,0	7850,0	11591,0	14139,0	14197,0	17441,0	26699,0	26563,0	27942,0
<b>Dez</b>	11823,0	7552,0	7453,0	11686,0	11486,0	12603,0	16045,0	24510,0	24384,0	25706,0

<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>853577,0</b>	<b>854095,0</b>	<b>902737,0</b>	<b>970366,0</b>	<b>1101302,0</b>	<b>1087235,0</b>	<b>1055156,0</b>	<b>1112457,0</b>	<b>1123676,0</b>	<b>1105359,0</b>
<b>Jan</b>	45748,0	44201,0	47900,0	47936,0	58355,0	59486,0	58529,0	59528,0	59926,0	57933,0
<b>Fev</b>	50289,0	48680,0	50695,0	50209,0	55749,0	63604,0	57777,0	56708,0	59946,0	59491,0
<b>Mar</b>	60886,0	59280,0	79499,0	59424,0	70383,0	101628,0	66061,0	76417,0	72107,0	68247,0
<b>Abr</b>	67493,0	66056,0	57125,0	78692,0	92516,0	64555,0	90496,0	86437,0	93213,0	85953,0
<b>Mai</b>	62351,0	56895,0	67898,0	67113,0	77064,0	85627,0	71223,0	74978,0	76732,0	74751,0
<b>Jun</b>	63649,0	67365,0	69534,0	64195,0	71919,0	73049,0	68706,0	75349,0	78506,0	77233,0
<b>Jul</b>	92557,0	78382,0	89993,0	98524,0	119848,0	112854,0	113006,0	122004,0	130579,0	129646,0
<b>Ago</b>	119815,0	119031,0	133505,0	146957,0	164543,0	151927,0	156257,0	172997,0	175049,0	171057,0
<b>Set</b>	79047,0	77236,0	82309,0	92601,0	103281,0	108444,0	102919,0	104500,0	106208,0	106734,0
<b>Out</b>	77821,0	85225,0	82746,0	96506,0	105866,0	98892,0	100997,0	106265,0	100377,0	101323,0
<b>Nov</b>	59054,0	64726,0	63821,0	68880,0	84753,0	74834,0	73932,0	73958,0	74934,0	79775,0
<b>Dez</b>	74867,0	87018,0	77712,0	99329,0	97025,0	92335,0	95253,0	103316,0	96099,0	93216,0
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>252450,0</b>	<b>303324,0</b>	<b>287766,0</b>	<b>276179,0</b>	<b>298070,0</b>	<b>239119,0</b>	<b>241640,0</b>	<b>300214,0</b>	<b>363258,0</b>	<b>416710,0</b>
<b>Jan</b>	15104,0	16771,0	16845,0	15162,0	17424,0	16464,0	12229,0	14129,0	18834,0	22330,0
<b>Fev</b>	13330,0	15072,0	14280,0	14155,0	14680,0	12936,0	12806,0	13765,0	18930,0	20396,0
<b>Mar</b>	19258,0	21080,0	20354,0	19931,0	20902,0	15493,0	14796,0	21314,0	23021,0	28094,0
<b>Abr</b>	19516,0	23768,0	22239,0	20239,0	21893,0	17464,0	17964,0	23196,0	26421,0	32290,0
<b>Mai</b>	23137,0	27989,0	30956,0	25903,0	30120,0	21660,0	19874,0	28757,0	32520,0	40370,0
<b>Jun</b>	21294,0	31962,0	27361,0	26441,0	27207,0	19254,0	19295,0	26763,0	32700,0	35647,0
<b>Jul</b>	25462,0	36704,0	35496,0	34005,0	36867,0	27316,0	27533,0	33495,0	41643,0	51608,0
<b>Ago</b>	26399,0	30820,0	29253,0	26288,0	31345,0	21242,0	27023,0	31202,0	39638,0	44402,0

<b>Set</b>	26398,0	32060,0	29830,0	28876,0	30493,0	28735,0	27310,0	31627,0	42526,0	46378,0
<b>Out</b>	25802,0	26421,0	24121,0	27096,0	28813,0	24513,0	24211,0	29534,0	34853,0	37984,0
<b>Nov</b>	17517,0	20359,0	18849,0	20054,0	19666,0	16904,0	17214,0	21922,0	25768,0	29302,0
<b>Dez</b>	19233,0	20318,0	18182,0	18029,0	18660,0	17138,0	21385,0	24510,0	26404,0	27909,0
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>863670,0</b>	<b>892587,0</b>	<b>910556,0</b>	<b>979245,0</b>	<b>1129914,0</b>	<b>1203582,0</b>	<b>1213934,0</b>	<b>1323441,0</b>	<b>1446336,0</b>	<b>1536856,0</b>
<b>Jan</b>	40521,0	39818,0	41317,0	43802,0	55693,0	58228,0	57732,0	58194,0	63356,0	73019,0
<b>Fev</b>	38820,0	37609,0	39325,0	39032,0	46234,0	52314,0	51138,0	53516,0	59384,0	66871,0
<b>Mar</b>	43150,0	37559,0	43778,0	43969,0	53181,0	58592,0	56379,0	60562,0	67612,0	72719,0
<b>Abr</b>	59940,0	59490,0	59555,0	66134,0	79140,0	79810,0	87416,0	90329,0	102182,0	110613,0
<b>Mai</b>	61421,0	59030,0	62626,0	67761,0	77223,0	96003,0	84835,0	90658,0	100268,0	108232,0
<b>Jun</b>	54980,0	60936,0	55509,0	57724,0	64049,0	72254,0	71874,0	77283,0	88899,0	92472,0
<b>Jul</b>	119283,0	117914,0	120209,0	129233,0	149561,0	155232,0	160685,0	173795,0	188646,0	182507,0
<b>Ago</b>	215817,0	235316,0	244481,0	263321,0	296722,0	308268,0	313270,0	352160,0	376409,0	407658,0
<b>Set</b>	76622,0	74414,0	75008,0	84654,0	94583,0	106490,0	102910,0	111845,0	125891,0	131923,0
<b>Out</b>	58076,0	57223,0	59503,0	64127,0	76869,0	76676,0	80582,0	88077,0	98782,0	101901,0
<b>Nov</b>	36759,0	43561,0	42394,0	46323,0	57012,0	55947,0	57150,0	63976,0	67585,0	73847,0
<b>Dez</b>	58281,0	69717,0	66851,0	73165,0	79647,0	83768,0	89963,0	103046,0	107322,0	115094,0
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>199090,0</b>	<b>229573,0</b>	<b>231200,0</b>	<b>251715,0</b>	<b>272103,0</b>	<b>293649,0</b>	<b>283301,0</b>	<b>318878,0</b>	<b>329583,0</b>	<b>348966,0</b>
<b>Jan</b>	8187,0	11769,0	11092,0	11527,0	12468,0	13573,0	12751,0	13685,0	14719,0	14745,0
<b>Fev</b>	11646,0	14227,0	13282,0	13695,0	16259,0	16922,0	15063,0	16413,0	17139,0	18373,0
<b>Mar</b>	13990,0	15078,0	15257,0	15477,0	16854,0	17853,0	17841,0	19264,0	20772,0	20449,0
<b>Abr</b>	14502,0	15651,0	16259,0	16918,0	19071,0	21523,0	21007,0	20353,0	23479,0	24167,0

<b>Mai</b>	19734,0	23454,0	23230,0	27554,0	27950,0	30849,0	28061,0	33275,0	31597,0	32538,0
<b>Jun</b>	19146,0	27739,0	21468,0	23501,0	23304,0	25795,0	26196,0	27752,0	30362,0	32273,0
<b>Jul</b>	28089,0	27528,0	28636,0	32652,0	36457,0	39663,0	37969,0	44579,0	46955,0	52655,0
<b>Ago</b>	22847,0	25738,0	28259,0	29471,0	32386,0	33528,0	36347,0	39906,0	42201,0	44847,0
<b>Set</b>	21010,0	23653,0	25583,0	28036,0	29240,0	32523,0	30199,0	35779,0	36921,0	38993,0
<b>Out</b>	17197,0	19442,0	21835,0	25211,0	26512,0	28706,0	26240,0	30844,0	30457,0	31812,0
<b>Nov</b>	10363,0	12015,0	12609,0	13179,0	15013,0	15840,0	15083,0	17932,0	17117,0	18652,0
<b>Dez</b>	12379,0	13279,0	13690,0	14494,0	16589,0	16874,0	16544,0	19096,0	17864,0	19462,0
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>1329600,0</b>	<b>1535656,0</b>	<b>1539641,0</b>	<b>1614034,0</b>	<b>1790080,0</b>	<b>1648376,0</b>	<b>1304920,0</b>	<b>1385143,0</b>	<b>1462354,0</b>	<b>1445869,0</b>
<b>Jan</b>	72737,0	77739,0	80226,0	82083,0	96429,0	90085,0	66333,0	63077,0	61162,0	62302,0
<b>Fev</b>	78326,0	86213,0	86908,0	88354,0	96698,0	100581,0	70755,0	63052,0	66941,0	64822,0
<b>Mar</b>	91269,0	102906,0	106869,0	100583,0	117319,0	115298,0	79722,0	83524,0	85180,0	77381,0
<b>Abr</b>	99525,0	114285,0	115694,0	121322,0	134854,0	130355,0	100297,0	104188,0	119946,0	106905,0
<b>Mai</b>	120286,0	134630,0	136556,0	148048,0	164081,0	157590,0	116209,0	121064,0	136955,0	125064,0
<b>Jun</b>	120663,0	176297,0	146456,0	151895,0	168153,0	158505,0	121920,0	129691,0	137554,0	138471,0
<b>Jul</b>	152319,0	167510,0	170304,0	183131,0	205561,0	194361,0	157494,0	164764,0	175034,0	170800,0
<b>Ago</b>	153691,0	169611,0	174290,0	192733,0	205617,0	178601,0	145277,0	165572,0	182183,0	191487,0
<b>Set</b>	144200,0	164462,0	176631,0	190165,0	204033,0	182647,0	156851,0	174252,0	183503,0	185774,0
<b>Out</b>	134979,0	150851,0	156238,0	164345,0	184149,0	167828,0	133434,0	155151,0	159078,0	163068,0
<b>Nov</b>	82974,0	98248,0	98316,0	102074,0	113193,0	95697,0	87269,0	87975,0	85722,0	88292,0
<b>Dez</b>	78631,0	92904,0	91153,0	89301,0	99993,0	76828,0	69359,0	72833,0	69096,0	71503,0
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>146910,0</b>	<b>143013,0</b>	<b>135034,0</b>	<b>162443,0</b>	<b>186042,0</b>	<b>171786,0</b>	<b>157679,0</b>	<b>176233,0</b>	<b>176044,0</b>	<b>169818,0</b>

<b>Jan</b>	7861,0	7185,0	7929,0	7841,0	10928,0	9624,0	8663,0	9590,0	10501,0	9606,0
<b>Fev</b>	6949,0	7110,0	6681,0	5903,0	8381,0	8602,0	7388,0	8137,0	7916,0	7189,0
<b>Mar</b>	8653,0	8012,0	8608,0	8101,0	10966,0	11040,0	9285,0	10222,0	10320,0	9165,0
<b>Abr</b>	10641,0	9712,0	9477,0	11403,0	13765,0	13880,0	11659,0	12253,0	12550,0	13033,0
<b>Mai</b>	12126,0	11473,0	11392,0	12314,0	14899,0	14971,0	13554,0	15206,0	15174,0	13878,0
<b>Jun</b>	10346,0	11993,0	10742,0	12655,0	13277,0	12220,0	11627,0	13825,0	15246,0	14342,0
<b>Jul</b>	15785,0	14250,0	13938,0	17560,0	19554,0	19019,0	16439,0	20047,0	20054,0	20249,0
<b>Ago</b>	27344,0	26061,0	25295,0	32310,0	34955,0	31904,0	28877,0	31918,0	31179,0	30556,0
<b>Set</b>	16204,0	15909,0	13309,0	18484,0	19229,0	18103,0	16937,0	18781,0	18609,0	17386,0
<b>Out</b>	13762,0	11619,0	11326,0	14828,0	16674,0	13575,0	13596,0	15375,0	14967,0	14208,0
<b>Nov</b>	7314,0	9568,0	6906,0	9936,0	11979,0	8667,0	8923,0	9961,0	9288,0	9497,0
<b>Dez</b>	9925,0	10121,0	9431,0	11108,0	11435,0	10181,0	10731,0	10918,0	10240,0	10709,0

**Apêndice 2: Portugal | Dormidas, por Países de Residência (milhares de euros)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>3899,4</b>	<b>3771,8</b>	<b>3898,3</b>	<b>3862,8</b>	<b>3851,1</b>	<b>3657,4</b>	<b>3341,9</b>	<b>3279,0</b>	<b>3393,0</b>	<b>3684,0</b>
<b>Jan</b>	174,7	169,3	191,9	183,9	197,6	179,0	159,3	149,4	146,0	160,0
<b>Fev</b>	242,8	229,7	231,3	217,5	245,8	251,6	210,2	199,1	185,0	205,0
<b>Mar</b>	354,7	325,3	323,4	339,3	380,1	349,8	321,9	293,6	314,0	310,0
<b>Abr</b>	385,9	343,2	328,0	371,2	361,0	340,0	325,1	260,5	313,0	315,0
<b>Mai</b>	385,8	371,7	398,3	393,6	380,0	370,6	319,6	304,4	320,0	358,0
<b>Jun</b>	389,9	356,2	383,0	385,2	366,3	333,7	318,8	299,9	338,0	359,0
<b>Jul</b>	366,9	358,5	375,0	350,6	361,3	352,0	323,3	323,6	333,0	376,0
<b>Ago</b>	423,8	396,1	420,8	375,8	369,9	331,1	301,5	334,0	339,0	378,0
<b>Set</b>	439,9	447,5	455,2	446,0	429,1	400,3	383,7	407,1	400,0	446,0
<b>Out</b>	384,2	408,4	411,2	398,7	369,5	374,9	345,4	360,7	360,0	408,0
<b>Nov</b>	210,9	220,3	233,4	241,9	232,4	228,6	211,4	211,3	216,0	233,0
<b>Dez</b>	139,9	145,6	146,8	159,1	158,0	145,8	121,7	135,4	129,0	136,0
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>538,7</b>	<b>481,9</b>	<b>509,5</b>	<b>556,4</b>	<b>602,1</b>	<b>585,4</b>	<b>552,9</b>	<b>510,1</b>	<b>569,0</b>	<b>606,0</b>
<b>Jan</b>	15,5	13,1	16,1	14,0	16,9	17,1	17,0	12,9	15,0	13,8
<b>Fev</b>	20,0	19,1	20,1	18,3	21,9	23,5	23,0	19,8	18,0	19,4
<b>Mar</b>	29,4	18,9	25,0	23,9	27,8	37,9	23,5	24,6	30,0	27,6
<b>Abr</b>	41,3	39,5	36,9	47,5	52,7	46,6	47,7	45,8	53,0	53,4
<b>Mai</b>	66,6	61,1	64,8	72,1	71,0	71,7	66,4	58,1	63,0	67,7
<b>Jun</b>	72,9	49,4	61,5	68,2	69,9	66,2	67,0	53,2	64,0	72,4
<b>Jul</b>	95,0	80,2	86,5	90,4	99,4	89,9	91,8	85,6	102,0	107,2
<b>Ago</b>	74,3	65,9	68,0	71,1	78,6	76,9	68,0	64,3	71,0	84,0
<b>Set</b>	56,5	61,7	59,2	65,5	73,6	68,5	69,5	67,8	75,0	78,1
<b>Out</b>	35,1	34,0	36,3	43,6	46,2	45,3	36,1	38,4	42,0	45,0
<b>Nov</b>	18,2	25,1	21,2	24,8	26,5	24,0	26,6	26,1	23,0	22,8
<b>Dez</b>	13,8	14,1	13,9	17,0	17,7	17,8	16,3	13,5	13,0	14,6
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>299,7</b>	<b>336,4</b>	<b>411,0</b>	<b>461,8</b>	<b>558,7</b>	<b>673,1</b>	<b>595,7</b>	<b>828,6</b>	<b>1015,5</b>	<b>1139,0</b>
<b>Jan</b>	19,2	25,4	25,2	33,6	35,3	51,4	40,4	52,6	62,9	72,0
<b>Fev</b>	14,7	22,2	21,7	26,5	30,5	38,5	32,6	48,4	35,1	65,0
<b>Mar</b>	20,3	19,5	23,1	30,9	27,8	40,8	24,9	42,2	61,7	54,0
<b>Abr</b>	19,2	26,0	26,5	34,6	36,7	53,4	48,7	60,0	82,4	92,0
<b>Mai</b>	25,5	33,5	41,8	53,3	53,6	76,2	52,5	82,6	97,7	134,0
<b>Jun</b>	28,2	22,9	41,4	39,3	51,1	62,3	49,5	70,8	94,8	114,0
<b>Jul</b>	35,3	36,7	50,5	49,2	67,6	87,6	72,9	98,1	125,7	139,0
<b>Ago</b>	22,3	25,3	32,5	36,3	42,9	49,6	46,0	67,7	88,7	90,0

Set	35,1	38,5	43,4	47,2	64,5	74,0	67,0	98,6	123,2	120,0
Out	34,4	41,1	47,7	52,4	67,8	70,7	76,8	100,1	122,8	121,0
Nov	21,8	25,0	30,5	32,3	42,6	34,2	42,8	52,7	61,0	72,0
Dez	23,7	20,2	26,7	26,2	38,4	34,4	41,6	54,8	59,5	66,0
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>2154,2</b>	<b>2393,0</b>	<b>2726,0</b>	<b>3195,1</b>	<b>3380,9</b>	<b>3069,5</b>	<b>3203,8</b>	<b>3277,8</b>	<b>3445,1</b>	<b>3076,6</b>
Jan	65,1	77,9	83,0	90,2	104,2	103,7	101,7	111,7	105,9	93,6
Fev	86,8	94,0	109,8	124,0	109,0	135,1	112,9	129,1	139,7	116,0
Mar	113,9	125,3	275,0	136,9	164,8	362,1	155,6	213,4	171,9	157,1
Abr	245,9	257,8	156,2	364,9	391,9	162,7	340,9	298,1	378,4	334,9
Mai	156,0	132,5	179,2	172,6	177,0	229,7	195,7	192,8	206,4	183,5
Jun	136,7	126,3	173,7	180,2	212,3	192,6	205,7	210,1	243,9	237,7
Jul	267,2	263,0	345,2	408,4	441,2	384,2	420,0	440,7	524,5	460,5
Ago	518,7	578,2	683,7	780,3	808,0	714,0	728,8	777,8	815,2	720,3
Set	220,0	248,6	264,5	327,4	347,8	302,4	319,4	322,9	333,7	300,2
Out	138,7	198,0	186,5	229,3	249,0	196,5	264,9	262,8	241,0	200,8
Nov	88,4	102,1	102,8	135,8	178,0	126,5	153,6	122,2	116,6	133,3
Dez	116,9	189,2	166,4	245,1	197,7	160,0	204,8	196,2	168,0	138,6
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>561,2</b>	<b>576,2</b>	<b>578,8</b>	<b>623,6</b>	<b>652,7</b>	<b>568,2</b>	<b>530,3</b>	<b>576,8</b>	<b>611,9</b>	<b>662,9</b>
Jan	24,1	24,0	24,1	23,6	27,7	24,4	20,2	20,8	23,0	22,2
Fev	27,9	28,3	28,4	29,7	24,8	29,7	20,1	23,2	24,4	22,8
Mar	42,0	52,2	42,7	44,1	47,0	43,8	33,5	37,3	39,9	40,7
Abr	43,5	48,2	52,5	54,3	55,7	53,7	45,8	43,9	48,5	57,2
Mai	55,0	68,5	64,2	70,8	78,5	63,8	63,2	66,7	70,9	76,5
Jun	57,7	56,2	57,0	72,3	69,9	58,0	56,2	64,1	71,1	71,9
Jul	55,1	60,7	63,2	70,8	76,6	60,7	60,6	65,0	67,2	74,4
Ago	52,7	44,9	52,5	50,7	58,8	44,1	47,7	54,6	62,3	61,5
Set	62,9	67,8	65,8	68,7	74,7	73,5	61,8	66,1	75,5	89,2
Out	68,6	57,8	58,9	70,3	68,9	59,5	60,4	65,6	70,1	80,6
Nov	44,4	43,3	45,0	45,4	44,4	35,3	36,5	41,3	36,4	41,7
Dez	27,4	24,2	24,5	22,9	25,7	21,7	24,3	28,2	22,5	24,0
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>1201,9</b>	<b>1093,2</b>	<b>1111,7</b>	<b>1241,1</b>	<b>1442,3</b>	<b>1590,4</b>	<b>1595,6</b>	<b>1619,3</b>	<b>1931,0</b>	<b>2224,7</b>
Jan	38,6	32,6	33,2	39,1	49,9	50,1	43,9	41,7	45,0	50,6
Fev	48,0	47,7	44,4	46,1	49,7	62,0	62,3	54,6	67,0	72,5
Mar	63,1	52,8	49,0	64,6	74,1	71,9	72,0	67,9	92,0	107,2
Abr	121,7	115,0	113,6	119,3	145,4	170,7	164,9	144,8	179,0	216,0
Mai	178,2	161,7	152,7	173,4	196,3	219,8	224,8	211,1	273,0	286,9
Jun	129,3	104,1	117,3	127,8	145,3	176,5	173,7	169,3	206,0	228,5
Jul	134,1	114,8	120,8	134,9	156,2	158,6	174,5	186,0	214,0	261,3
Ago	193,4	172,6	184,9	201,1	241,1	269,7	268,4	307,2	364,0	439,9
Set	131,6	117,6	121,1	132,8	162,3	182,2	180,3	179,5	215,0	253,7
Out	84,9	90,2	89,8	99,6	109,7	122,5	124,4	141,2	156,0	155,2
Nov	39,6	45,3	43,7	57,6	64,6	58,4	60,3	63,6	66,0	88,3

<b>Dez</b>	39,5	38,6	41,2	44,8	47,8	48,0	46,1	52,4	54,0	64,5
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>1667,0</b>	<b>1496,0</b>	<b>1679,4</b>	<b>1795,3</b>	<b>1825,9</b>	<b>1974,2</b>	<b>1789,0</b>	<b>1843,5</b>	<b>1992,9</b>	<b>2137,3</b>
<b>Jan</b>	65,2	67,7	88,9	89,7	85,1	92,4	85,4	82,4	81,9	86,9
<b>Fev</b>	103,0	102,8	110,3	111,2	109,1	122,5	116,3	117,5	113,4	128,0
<b>Mar</b>	135,7	112,6	115,0	125,1	123,6	127,7	133,2	130,5	138,8	134,3
<b>Abr</b>	137,8	106,8	110,3	119,2	122,1	144,0	128,2	110,5	133,8	138,3
<b>Mai</b>	189,4	175,7	198,5	210,0	213,0	223,3	190,7	202,2	202,3	208,2
<b>Jun</b>	199,3	167,1	172,0	191,5	187,8	206,9	182,0	182,4	207,6	235,6
<b>Jul</b>	244,5	177,2	212,8	242,5	254,6	288,7	241,2	264,0	308,1	334,2
<b>Ago</b>	185,4	180,3	210,2	218,5	226,9	242,1	233,3	235,4	275,1	293,0
<b>Set</b>	171,0	163,2	178,5	194,3	201,0	209,0	195,8	202,9	219,6	241,1
<b>Out</b>	128,3	125,6	149,6	159,3	155,6	169,5	141,9	165,0	170,8	181,5
<b>Nov</b>	58,3	61,7	70,0	71,9	76,3	77,8	74,9	85,6	82,7	87,1
<b>Dez</b>	49,1	55,4	63,3	62,1	70,6	70,3	66,1	65,1	59,1	69,2
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>7385,2</b>	<b>7080,4</b>	<b>7378,1</b>	<b>7257,4</b>	<b>7705,1</b>	<b>7302,1</b>	<b>5669,7</b>	<b>5495,0</b>	<b>6258,6</b>	<b>6421,5</b>
<b>Jan</b>	386,5	357,7	362,3	351,8	362,2	355,7	282,0	220,7	211,5	220,5
<b>Fev</b>	472,9	460,4	441,7	419,5	420,9	447,5	316,3	278,5	277,9	272,3
<b>Mar</b>	536,7	530,7	500,1	488,1	517,9	519,9	379,9	348,9	362,4	347,5
<b>Abr</b>	555,3	545,5	552,1	562,0	574,7	575,4	455,0	401,4	521,8	472,5
<b>Mai</b>	768,7	674,2	728,4	720,2	785,7	775,9	558,6	517,0	667,2	658,8
<b>Jun</b>	815,0	817,8	810,6	798,9	848,9	806,3	640,0	594,1	709,8	772,6
<b>Jul</b>	809,3	739,9	809,2	804,5	880,5	829,4	639,6	648,5	757,9	784,9
<b>Ago</b>	834,3	773,2	853,5	837,2	886,3	793,1	614,7	644,3	758,8	783,7
<b>Set</b>	809,5	795,6	870,9	860,9	941,2	864,0	720,5	762,8	843,7	861,6
<b>Out</b>	717,0	681,7	743,7	716,5	760,3	730,3	577,6	616,0	697,5	742,6
<b>Nov</b>	394,5	393,7	412,0	398,6	416,2	357,1	288,4	275,7	269,8	293,8
<b>Dez</b>	285,6	310,0	293,6	299,2	310,2	247,5	197,0	187,1	180,2	210,9
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>722,2</b>	<b>737,9</b>	<b>723,4</b>	<b>953,4</b>	<b>1010,5</b>	<b>929,1</b>	<b>803,2</b>	<b>869,3</b>	<b>918,2</b>	<b>867,0</b>
<b>Jan</b>	31,0	32,6	38,5	38,7	49,7	44,4	38,3	41,2	45,6	36,4
<b>Fev</b>	25,5	25,7	23,5	28,1	38,3	41,8	29,1	33,8	31,6	27,6
<b>Mar</b>	40,6	40,9	41,7	48,8	63,0	62,4	48,4	52,2	54,1	47,7
<b>Abr</b>	63,0	52,9	51,6	71,3	85,9	81,6	62,6	59,7	67,7	74,0
<b>Mai</b>	61,7	58,0	55,9	69,7	74,3	78,8	69,3	73,7	81,2	69,7
<b>Jun</b>	53,1	59,3	65,7	76,2	76,3	72,5	63,4	72,1	84,2	76,9
<b>Jul</b>	73,2	73,7	78,0	99,5	105,0	102,0	87,1	98,7	107,4	99,9
<b>Ago</b>	184,7	197,6	183,8	247,3	248,3	224,7	191,8	200,4	213,1	208,0
<b>Set</b>	76,5	78,6	66,3	97,6	95,5	84,8	77,9	85,3	89,1	86,3
<b>Out</b>	51,3	54,3	53,9	71,1	71,3	60,2	59,4	70,7	69,7	62,0
<b>Nov</b>	26,9	28,2	26,2	48,5	53,0	34,9	32,6	35,9	35,4	39,2
<b>Dez</b>	34,7	36,0	38,3	56,6	49,8	41,0	43,4	45,6	39,1	39,3

**Apêndice 3: Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>1927,3</b>	<b>1742,0</b>	<b>1785,9</b>	<b>1590,4</b>	<b>1526,2</b>	<b>1424,7</b>	<b>1300,6</b>	<b>1339,2</b>	<b>1301,0</b>	<b>1367,8</b>
<b>Jan</b>	65,3	67,2	71,1	64,2	69,8	63,3	56,1	49,8	44,5	48,8
<b>Fev</b>	102,9	94,8	99,1	82,4	88,9	85,0	75,9	72,9	63,2	68,0
<b>Mar</b>	152,9	140,3	132,2	125,5	145,4	119,1	105,8	112,0	113,8	108,3
<b>Abr</b>	176,3	136,4	128,4	133,2	125,8	110,5	107,4	87,8	107,7	94,1
<b>Mai</b>	192,1	166,3	185,3	154,0	144,6	145,1	116,7	115,8	108,1	124,1
<b>Jun</b>	215,6	159,6	198,1	178,8	155,4	144,5	134,9	130,9	136,6	142,9
<b>Jul</b>	210,9	184,0	198,7	166,0	163,3	161,4	149,4	153,7	150,8	170,8
<b>Ago</b>	242,9	215,4	220,3	174,4	165,8	146,4	129,3	151,2	145,5	155,1
<b>Set</b>	248,3	243,0	233,5	215,5	195,5	177,2	171,9	194,2	178,2	191,2
<b>Out</b>	198,2	213,0	199,0	172,1	155,8	160,8	146,6	163,8	154,2	167,0
<b>Nov</b>	76,0	72,2	76,4	77,9	67,3	69,6	70,9	71,1	66,1	67,4
<b>Dez</b>	45,8	49,7	43,8	46,4	48,6	41,7	35,6	36,1	32,2	30,1
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>187,1</b>	<b>159,2</b>	<b>157,8</b>	<b>189,0</b>	<b>192,9</b>	<b>177,9</b>	<b>177,2</b>	<b>167,3</b>	<b>179,1</b>	<b>171,7</b>
<b>Jan</b>	7,0	5,7	7,3	5,8	7,8	7,0	7,7	4,5	5,5	4,3
<b>Fev</b>	9,2	7,9	8,1	6,2	8,1	8,5	9,5	7,0	7,5	5,5
<b>Mar</b>	14,0	7,0	7,7	6,4	8,5	11,5	8,5	7,7	8,9	7,1
<b>Abr</b>	15,9	13,5	11,8	16,4	16,2	14,6	14,2	16,4	17,9	16,2
<b>Mai</b>	20,5	17,2	17,3	21,0	16,9	18,2	16,6	15,5	16,0	17,4
<b>Jun</b>	23,1	13,4	17,4	22,8	20,0	18,8	20,7	18,0	18,6	21,3
<b>Jul</b>	32,7	27,4	27,9	34,9	35,3	25,8	31,3	30,3	32,3	30,9
<b>Ago</b>	24,0	20,7	20,9	24,7	26,4	22,2	21,6	21,4	22,8	24,0
<b>Set</b>	15,5	20,0	17,1	22,1	23,1	21,5	21,0	22,4	23,7	21,4

<b>Out</b>	12,9	12,4	12,5	16,5	17,1	15,0	13,5	12,6	15,4	15,0
<b>Nov</b>	7,0	8,2	5,8	7,2	8,0	7,8	7,4	8,2	6,6	5,5
<b>Dez</b>	5,1	5,7	4,0	5,0	5,5	6,9	5,4	3,4	3,8	3,1
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>13,8</b>	<b>16,3</b>	<b>15,1</b>	<b>16,9</b>	<b>21,1</b>	<b>29,8</b>	<b>24,6</b>	<b>29,6</b>	<b>32,5</b>	<b>34,4</b>
<b>Jan</b>	0,8	0,6	0,8	0,8	0,7	1,0	0,9	1,2	1,0	1,2
<b>Fev</b>	0,7	0,9	0,6	0,8	0,8	1,5	1,2	1,3	0,8	0,9
<b>Mar</b>	1,8	0,8	0,6	0,8	0,9	2,0	1,0	1,4	1,3	1,4
<b>Abr</b>	0,8	0,8	1,0	1,2	1,7	2,3	1,9	1,8	2,6	2,8
<b>Mai</b>	1,1	1,6	1,4	1,7	2,1	3,4	2,2	3,1	3,4	3,6
<b>Jun</b>	1,2	1,4	2,0	2,5	2,1	3,2	2,4	2,8	3,8	4,0
<b>Jul</b>	2,0	2,3	2,5	2,5	3,6	4,8	3,9	4,5	6,4	6,6
<b>Ago</b>	1,2	1,8	2,1	1,9	2,5	3,0	2,8	3,6	3,8	4,5
<b>Set</b>	1,3	1,7	1,5	1,5	2,2	2,9	2,4	3,1	3,9	4,0
<b>Out</b>	1,4	2,1	1,3	1,6	2,2	3,0	2,9	3,4	2,9	2,7
<b>Nov</b>	0,7	1,3	0,8	0,9	1,3	1,2	1,6	2,2	1,4	1,5
<b>Dez</b>	0,7	0,8	0,5	0,7	1,0	1,3	1,4	1,3	1,0	1,2
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>370,5</b>	<b>415,8</b>	<b>508,9</b>	<b>659,3</b>	<b>712,1</b>	<b>635,7</b>	<b>697,7</b>	<b>760,5</b>	<b>875,5</b>	<b>730,6</b>
<b>Jan</b>	6,1	7,8	8,2	10,1	11,1	12,8	12,7	16,0	12,4	12,1
<b>Fev</b>	10,8	11,0	25,1	20,7	15,2	24,4	22,8	32,2	36,8	27,2
<b>Mar</b>	14,2	12,6	46,4	15,4	27,1	88,7	24,4	42,3	42,6	30,9
<b>Abr</b>	53,8	58,7	25,8	91,2	105,5	28,0	81,5	65,0	104,5	73,6
<b>Mai</b>	24,3	16,3	29,5	24,8	31,1	43,6	35,6	36,6	41,6	31,5
<b>Jun</b>	25,1	24,3	34,2	37,4	49,2	38,7	46,9	54,7	62,7	61,8
<b>Jul</b>	57,6	62,4	84,8	116,7	121,2	98,5	122,9	133,3	174,5	149,0
<b>Ago</b>	95,0	115,2	142,4	180,5	179,2	162,6	178,6	212,5	242,0	210,3
<b>Set</b>	40,0	43,8	54,5	78,3	80,8	67,3	69,5	87,0	89,1	74,7
<b>Out</b>	18,0	23,3	21,9	31,2	37,7	32,3	42,0	38,3	36,9	28,2

Nov	8,9	9,8	12,7	13,2	22,5	15,6	23,8	11,9	11,4	13,8
Dez	16,8	30,7	23,4	39,8	31,4	23,2	37,0	30,6	21,1	17,5
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>85,5</b>	<b>94,6</b>	<b>89,4</b>	<b>84,9</b>	<b>80,1</b>	<b>71,6</b>	<b>61,2</b>	<b>64,7</b>	<b>68,5</b>	<b>70,4</b>
Jan	3,7	3,5	3,7	3,8	2,7	2,9	1,5	1,6	1,8	2,1
Fev	5,4	6,0	6,3	4,7	3,6	3,7	2,1	3,1	2,9	2,4
Mar	8,7	8,9	7,4	7,2	5,6	5,9	4,5	4,3	4,6	3,6
Abr	8,4	9,3	8,9	8,8	8,5	6,7	6,0	5,0	6,9	7,7
Mai	8,4	10,1	10,4	8,9	9,5	7,8	6,1	6,1	7,2	7,2
Jun	8,3	9,0	8,4	9,9	10,5	8,1	6,8	7,3	9,5	9,0
Jul	6,7	8,7	8,6	9,6	9,4	8,8	7,9	8,3	9,3	9,0
Ago	6,1	6,8	8,5	6,0	6,9	6,4	7,5	7,9	7,1	7,8
Set	8,2	12,0	9,8	8,9	7,8	7,9	6,8	7,1	7,9	8,8
Out	9,5	9,5	8,2	9,0	7,9	6,3	6,0	7,3	6,6	7,4
Nov	8,4	6,8	6,1	5,1	4,5	4,3	3,7	4,5	2,9	3,4
Dez	3,7	4,0	3,1	3,0	3,3	2,7	2,1	2,3	1,9	2,0
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>133,9</b>	<b>121,1</b>	<b>177,3</b>	<b>201,5</b>	<b>261,8</b>	<b>290,6</b>	<b>322,1</b>	<b>343,0</b>	<b>346,6</b>	<b>383,5</b>
Jan	2,7	2,3	3,6	3,6	4,3	4,0	3,4	4,0	4,8	5,5
Fev	4,5	4,6	4,7	4,8	3,9	5,3	5,4	6,1	6,3	6,5
Mar	5,7	4,3	5,0	4,7	6,5	6,6	6,6	6,8	8,4	8,6
Abr	11,2	10,4	12,7	14,4	27,2	31,2	34,0	26,8	31,0	33,6
Mai	13,2	13,6	21,3	21,1	37,3	31,5	40,8	38,3	40,4	46,5
Jun	11,0	9,0	18,3	20,5	25,3	34,3	37,1	35,7	34,0	38,2
Jul	23,9	17,6	25,3	33,0	36,8	33,0	51,4	57,7	48,2	61,2
Ago	38,3	30,7	46,3	51,1	61,2	75,4	70,1	89,2	98,1	105,5
Set	9,7	10,4	20,9	21,8	30,1	37,1	39,5	39,2	39,7	43,8
Out	6,6	11,2	12,5	17,6	21,0	24,2	25,1	29,1	27,2	22,2
Nov	4,5	4,0	3,1	5,9	4,8	3,8	5,3	5,2	4,7	7,3

<b>Dez</b>	2,9	3,0	3,6	3,0	3,4	4,0	3,3	4,9	3,8	4,6
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>1179,9</b>	<b>1009,6</b>	<b>1165,5</b>	<b>1235,2</b>	<b>1255,5</b>	<b>1375,6</b>	<b>1223,3</b>	<b>1253,6</b>	<b>1335,7</b>	<b>1431,6</b>
<b>Jan</b>	50,2	53,0	69,9	70,5	68,1	73,1	66,8	64,8	65,0	67,8
<b>Fev</b>	84,3	81,4	89,6	88,2	86,7	95,9	92,1	92,8	90,3	100,0
<b>Mar</b>	106,0	82,4	87,4	92,8	92,1	95,2	103,3	100,2	106,4	101,0
<b>Abr</b>	98,0	69,5	73,5	79,1	79,9	94,5	83,5	73,2	82,7	85,3
<b>Mai</b>	119,4	108,3	126,2	132,0	136,5	143,7	117,7	124,2	115,8	122,0
<b>Jun</b>	134,3	96,4	108,9	125,4	121,5	133,5	114,3	111,5	121,1	145,0
<b>Jul</b>	183,1	125,9	150,4	172,0	180,3	210,5	170,6	184,7	216,4	234,0
<b>Ago</b>	136,3	125,8	151,5	153,4	158,4	173,7	160,4	156,1	186,5	199,0
<b>Set</b>	110,1	105,3	115,1	127,5	129,9	136,1	124,0	129,9	141,6	150,7
<b>Out</b>	87,6	83,4	104,2	106,2	104,7	116,6	94,2	110,5	111,9	117,3
<b>Nov</b>	36,9	39,3	44,7	45,1	49,2	51,9	50,4	59,5	57,2	61,3
<b>Dez</b>	33,7	38,9	44,1	43,0	47,9	50,7	46,0	46,1	40,9	48,2
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>5034,2</b>	<b>4696,5</b>	<b>5051,9</b>	<b>5047,0</b>	<b>5399,0</b>	<b>4748,6</b>	<b>3824,5</b>	<b>3701,0</b>	<b>4238,5</b>	<b>4538,1</b>
<b>Jan</b>	228,4	213,5	199,5	199,7	218,0	189,2	150,1	114,1	111,6	116,5
<b>Fev</b>	292,0	277,7	262,8	248,3	262,4	245,6	172,9	154,6	156,2	162,6
<b>Mar</b>	327,9	336,8	307,4	297,8	333,9	303,0	226,7	220,5	218,3	225,6
<b>Abr</b>	348,3	361,1	363,5	362,7	391,2	355,2	298,3	275,6	369,5	346,9
<b>Mai</b>	556,8	467,2	530,0	520,2	583,0	543,8	389,8	367,3	471,1	489,6
<b>Jun</b>	604,3	523,5	600,0	602,7	647,1	570,5	467,5	417,8	498,3	568,7
<b>Jul</b>	604,9	531,1	602,6	617,4	667,1	579,6	472,9	471,2	542,1	583,8
<b>Ago</b>	621,3	575,3	641,1	645,0	672,8	552,6	460,8	462,1	538,0	587,4
<b>Set</b>	569,8	557,1	628,2	628,2	688,9	598,4	526,0	547,4	601,6	635,6
<b>Out</b>	480,4	453,0	512,9	496,5	533,9	481,6	395,7	420,3	479,3	538,3
<b>Nov</b>	242,8	230,7	244,0	249,7	232,0	205,2	164,8	153,7	155,0	167,6
<b>Dez</b>	157,3	169,4	159,9	178,8	168,7	124,0	98,9	96,4	97,5	115,5

<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>69,5</b>	<b>70,2</b>	<b>61,1</b>	<b>78,9</b>	<b>84,4</b>	<b>81,8</b>	<b>77,0</b>	<b>87,5</b>	<b>89,0</b>	<b>85,6</b>
<b>Jan</b>	1,5	1,7	1,5	1,2	1,7	1,7	2,2	2,0	2,5	1,4
<b>Fev</b>	0,9	1,1	1,1	1,0	1,4	1,8	2,0	2,2	1,3	1,5
<b>Mar</b>	1,4	1,9	2,1	1,3	2,6	2,6	1,8	3,5	2,6	3,7
<b>Abr</b>	4,4	2,2	2,2	3,2	4,4	3,5	4,2	3,4	4,2	4,0
<b>Mai</b>	4,5	4,0	3,4	4,1	4,0	4,6	3,9	6,1	5,7	4,2
<b>Jun</b>	5,9	4,9	4,3	6,3	7,0	6,5	5,9	7,9	7,2	7,5
<b>Jul</b>	9,1	9,2	8,1	13,1	12,5	9,6	10,0	12,1	13,4	12,8
<b>Ago</b>	30,7	33,9	28,4	37,1	38,5	35,2	32,4	34,4	37,0	35,3
<b>Set</b>	6,0	6,2	5,0	5,6	6,0	7,1	6,3	7,2	7,3	8,7
<b>Out</b>	2,4	3,0	2,5	2,8	3,1	4,1	4,6	3,5	5,1	3,4
<b>Nov</b>	1,5	1,2	1,2	1,9	1,6	3,2	1,9	2,7	1,5	1,9
<b>Dez</b>	1,1	1,0	1,3	1,3	1,6	2,0	1,8	2,4	1,2	1,2

**Apêndice 4:** Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual, Verão (Maio/Setembro)

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>1109,9</b>	<b>968,4</b>	<b>1035,9</b>	<b>888,7</b>	<b>824,6</b>	<b>774,7</b>	<b>702,3</b>	<b>745,8</b>	<b>719,3</b>	<b>784,1</b>
<b>Mai</b>	192,1	166,3	185,3	154,0	144,6	145,1	116,7	115,8	108,1	124,1
<b>Jun</b>	215,6	159,6	198,1	178,8	155,4	144,5	134,9	130,9	136,6	142,9
<b>Jul</b>	210,9	184,0	198,7	166,0	163,3	161,4	149,4	153,7	150,8	170,8
<b>Ago</b>	242,9	215,4	220,3	174,4	165,8	146,4	129,3	151,2	145,5	155,1
<b>Set</b>	248,3	243,0	233,5	215,5	195,5	177,2	171,9	194,2	178,2	191,2
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>115,9</b>	<b>98,6</b>	<b>100,6</b>	<b>125,5</b>	<b>121,7</b>	<b>106,5</b>	<b>111,1</b>	<b>107,5</b>	<b>113,4</b>	<b>115,0</b>
<b>Mai</b>	20,5	17,2	17,3	21,0	16,9	18,2	16,6	15,5	16,0	17,4
<b>Jun</b>	23,1	13,4	17,4	22,8	20,0	18,8	20,7	18,0	18,6	21,3
<b>Jul</b>	32,7	27,4	27,9	34,9	35,3	25,8	31,3	30,3	32,3	30,9
<b>Ago</b>	24,0	20,7	20,9	24,7	26,4	22,2	21,6	21,4	22,8	24,0
<b>Set</b>	15,5	20,0	17,1	22,1	23,1	21,5	21,0	22,4	23,7	21,4
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>6,9</b>	<b>8,9</b>	<b>9,5</b>	<b>10,1</b>	<b>12,6</b>	<b>17,4</b>	<b>13,7</b>	<b>17,0</b>	<b>21,3</b>	<b>22,7</b>
<b>Mai</b>	1,1	1,6	1,4	1,7	2,1	3,4	2,2	3,1	3,4	3,6
<b>Jun</b>	1,2	1,4	2,0	2,5	2,1	3,2	2,4	2,8	3,8	4,0
<b>Jul</b>	2,0	2,3	2,5	2,5	3,6	4,8	3,9	4,5	6,4	6,6
<b>Ago</b>	1,2	1,8	2,1	1,9	2,5	3,0	2,8	3,6	3,8	4,5
<b>Set</b>	1,3	1,7	1,5	1,5	2,2	2,9	2,4	3,1	3,9	4,0
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>242,0</b>	<b>261,8</b>	<b>345,4</b>	<b>437,7</b>	<b>461,6</b>	<b>410,8</b>	<b>453,6</b>	<b>524,2</b>	<b>609,8</b>	<b>527,3</b>

<b>Mai</b>	24,3	16,3	29,5	24,8	31,1	43,6	35,6	36,6	41,6	31,5
<b>Jun</b>	25,1	24,3	34,2	37,4	49,2	38,7	46,9	54,7	62,7	61,8
<b>Jul</b>	57,6	62,4	84,8	116,7	121,2	98,5	122,9	133,3	174,5	149,0
<b>Ago</b>	95,0	115,2	142,4	180,5	179,2	162,6	178,6	212,5	242,0	210,3
<b>Set</b>	40,0	43,8	54,5	78,3	80,8	67,3	69,5	87,0	89,1	74,7
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>37,7</b>	<b>46,6</b>	<b>45,7</b>	<b>43,3</b>	<b>44,0</b>	<b>39,0</b>	<b>35,2</b>	<b>36,6</b>	<b>41,0</b>	<b>41,8</b>
<b>Mai</b>	8,4	10,1	10,4	8,9	9,5	7,8	6,1	6,1	7,2	7,2
<b>Jun</b>	8,3	9,0	8,4	9,9	10,5	8,1	6,8	7,3	9,5	9,0
<b>Jul</b>	6,7	8,7	8,6	9,6	9,4	8,8	7,9	8,3	9,3	9,0
<b>Ago</b>	6,1	6,8	8,5	6,0	6,9	6,4	7,5	7,9	7,1	7,8
<b>Set</b>	8,2	12,0	9,8	8,9	7,8	7,9	6,8	7,1	7,9	8,8
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>96,0</b>	<b>81,3</b>	<b>132,1</b>	<b>147,5</b>	<b>190,8</b>	<b>211,4</b>	<b>239,0</b>	<b>260,0</b>	<b>260,3</b>	<b>295,2</b>
<b>Mai</b>	13,2	13,6	21,3	21,1	37,3	31,5	40,8	38,3	40,4	46,5
<b>Jun</b>	11,0	9,0	18,3	20,5	25,3	34,3	37,1	35,7	34,0	38,2
<b>Jul</b>	23,9	17,6	25,3	33,0	36,8	33,0	51,4	57,7	48,2	61,2
<b>Ago</b>	38,3	30,7	46,3	51,1	61,2	75,4	70,1	89,2	98,1	105,5
<b>Set</b>	9,7	10,4	20,9	21,8	30,1	37,1	39,5	39,2	39,7	43,8
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>683,1</b>	<b>561,7</b>	<b>652,1</b>	<b>710,3</b>	<b>726,7</b>	<b>797,5</b>	<b>686,9</b>	<b>706,4</b>	<b>781,3</b>	<b>850,7</b>
<b>Mai</b>	119,4	108,3	126,2	132,0	136,5	143,7	117,7	124,2	115,8	122,0
<b>Jun</b>	134,3	96,4	108,9	125,4	121,5	133,5	114,3	111,5	121,1	145,0
<b>Jul</b>	183,1	125,9	150,4	172,0	180,3	210,5	170,6	184,7	216,4	234,0
<b>Ago</b>	136,3	125,8	151,5	153,4	158,4	173,7	160,4	156,1	186,5	199,0
<b>Set</b>	110,1	105,3	115,1	127,5	129,9	136,1	124,0	129,9	141,6	150,7
<b>Reino Unido</b>										

<b>Total</b>	<b>2957,0</b>	<b>2654,2</b>	<b>3001,9</b>	<b>3013,5</b>	<b>3258,9</b>	<b>2844,8</b>	<b>2317,2</b>	<b>2265,8</b>	<b>2651,1</b>	<b>2865,1</b>
<b>Mai</b>	556,8	467,2	530,0	520,2	583,0	543,8	389,8	367,3	471,1	489,6
<b>Jun</b>	604,3	523,5	600,0	602,7	647,1	570,5	467,5	417,8	498,3	568,7
<b>Jul</b>	604,9	531,1	602,6	617,4	667,1	579,6	472,9	471,2	542,1	583,8
<b>Ago</b>	621,3	575,3	641,1	645,0	672,8	552,6	460,8	462,1	538,0	587,4
<b>Set</b>	569,8	557,1	628,2	628,2	688,9	598,4	526,0	547,4	601,6	635,6
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>56,2</b>	<b>58,2</b>	<b>49,2</b>	<b>66,2</b>	<b>68,0</b>	<b>63,0</b>	<b>58,5</b>	<b>67,7</b>	<b>70,6</b>	<b>68,6</b>
<b>Mai</b>	4,5	4,0	3,4	4,1	4,0	4,6	3,9	6,1	5,7	4,2
<b>Jun</b>	5,9	4,9	4,3	6,3	7,0	6,5	5,9	7,9	7,2	7,5
<b>Jul</b>	9,1	9,2	8,1	13,1	12,5	9,6	10,0	12,1	13,4	12,8
<b>Ago</b>	30,7	33,9	28,4	37,1	38,5	35,2	32,4	34,4	37,0	35,3
<b>Set</b>	6,0	6,2	5,0	5,6	6,0	7,1	6,3	7,2	7,3	8,7

**Apêndice 5: Dormidas, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual, Inverno (Outubro/Abril)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>817,4</b>	<b>773,6</b>	<b>750,0</b>	<b>701,7</b>	<b>701,6</b>	<b>649,9</b>	<b>598,3</b>	<b>593,4</b>	<b>581,8</b>	<b>583,7</b>
<b>Jan</b>	65,3	67,2	71,1	64,2	69,8	63,3	56,1	49,8	44,5	48,8
<b>Fev</b>	102,9	94,8	99,1	82,4	88,9	85,0	75,9	72,9	63,2	68,0
<b>Mar</b>	152,9	140,3	132,2	125,5	145,4	119,1	105,8	112,0	113,8	108,3
<b>Abr</b>	176,3	136,4	128,4	133,2	125,8	110,5	107,4	87,8	107,7	94,1
<b>Out</b>	198,2	213,0	199,0	172,1	155,8	160,8	146,6	163,8	154,2	167,0
<b>Nov</b>	76,0	72,2	76,4	77,9	67,3	69,6	70,9	71,1	66,1	67,4
<b>Dez</b>	45,8	49,7	43,8	46,4	48,6	41,7	35,6	36,1	32,2	30,1
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>71,2</b>	<b>60,6</b>	<b>57,2</b>	<b>63,5</b>	<b>71,2</b>	<b>71,4</b>	<b>66,1</b>	<b>59,9</b>	<b>65,6</b>	<b>56,7</b>
<b>Jan</b>	7,0	5,7	7,3	5,8	7,8	7,0	7,7	4,5	5,5	4,3
<b>Fev</b>	9,2	7,9	8,1	6,2	8,1	8,5	9,5	7,0	7,5	5,5
<b>Mar</b>	14,0	7,0	7,7	6,4	8,5	11,5	8,5	7,7	8,9	7,1
<b>Abr</b>	15,9	13,5	11,8	16,4	16,2	14,6	14,2	16,4	17,9	16,2
<b>Out</b>	12,9	12,4	12,5	16,5	17,1	15,0	13,5	12,6	15,4	15,0
<b>Nov</b>	7,0	8,2	5,8	7,2	8,0	7,8	7,4	8,2	6,6	5,5
<b>Dez</b>	5,1	5,7	4,0	5,0	5,5	6,9	5,4	3,4	3,8	3,1
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>6,9</b>	<b>7,4</b>	<b>5,6</b>	<b>6,8</b>	<b>8,5</b>	<b>12,4</b>	<b>10,9</b>	<b>12,5</b>	<b>11,2</b>	<b>11,7</b>
<b>Jan</b>	0,8	0,6	0,8	0,8	0,7	1,0	0,9	1,2	1,0	1,2
<b>Fev</b>	0,7	0,9	0,6	0,8	0,8	1,5	1,2	1,3	0,8	0,9
<b>Mar</b>	1,8	0,8	0,6	0,8	0,9	2,0	1,0	1,4	1,3	1,4
<b>Abr</b>	0,8	0,8	1,0	1,2	1,7	2,3	1,9	1,8	2,6	2,8
<b>Out</b>	1,4	2,1	1,3	1,6	2,2	3,0	2,9	3,4	2,9	2,7
<b>Nov</b>	0,7	1,3	0,8	0,9	1,3	1,2	1,6	2,2	1,4	1,5
<b>Dez</b>	0,7	0,8	0,5	0,7	1,0	1,3	1,4	1,3	1,0	1,2
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>128,5</b>	<b>153,9</b>	<b>163,5</b>	<b>221,6</b>	<b>250,5</b>	<b>224,9</b>	<b>244,1</b>	<b>236,2</b>	<b>265,7</b>	<b>203,3</b>
<b>Jan</b>	6,1	7,8	8,2	10,1	11,1	12,8	12,7	16,0	12,4	12,1
<b>Fev</b>	10,8	11,0	25,1	20,7	15,2	24,4	22,8	32,2	36,8	27,2
<b>Mar</b>	14,2	12,6	46,4	15,4	27,1	88,7	24,4	42,3	42,6	30,9
<b>Abr</b>	53,8	58,7	25,8	91,2	105,5	28,0	81,5	65,0	104,5	73,6
<b>Out</b>	18,0	23,3	21,9	31,2	37,7	32,3	42,0	38,3	36,9	28,2
<b>Nov</b>	8,9	9,8	12,7	13,2	22,5	15,6	23,8	11,9	11,4	13,8
<b>Dez</b>	16,8	30,7	23,4	39,8	31,4	23,2	37,0	30,6	21,1	17,5
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>47,8</b>	<b>48,0</b>	<b>43,7</b>	<b>41,6</b>	<b>36,0</b>	<b>32,6</b>	<b>25,9</b>	<b>28,1</b>	<b>27,5</b>	<b>28,6</b>
<b>Jan</b>	3,7	3,5	3,7	3,8	2,7	2,9	1,5	1,6	1,8	2,1

<b>Fev</b>	5,4	6,0	6,3	4,7	3,6	3,7	2,1	3,1	2,9	2,4
<b>Mar</b>	8,7	8,9	7,4	7,2	5,6	5,9	4,5	4,3	4,6	3,6
<b>Abr</b>	8,4	9,3	8,9	8,8	8,5	6,7	6,0	5,0	6,9	7,7
<b>Out</b>	9,5	9,5	8,2	9,0	7,9	6,3	6,0	7,3	6,6	7,4
<b>Nov</b>	8,4	6,8	6,1	5,1	4,5	4,3	3,7	4,5	2,9	3,4
<b>Dez</b>	3,7	4,0	3,1	3,0	3,3	2,7	2,1	2,3	1,9	2,0
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>38,0</b>	<b>39,8</b>	<b>45,2</b>	<b>54,0</b>	<b>71,1</b>	<b>79,2</b>	<b>83,1</b>	<b>83,0</b>	<b>86,3</b>	<b>88,3</b>
<b>Jan</b>	2,7	2,3	3,6	3,6	4,3	4,0	3,4	4,0	4,8	5,5
<b>Fev</b>	4,5	4,6	4,7	4,8	3,9	5,3	5,4	6,1	6,3	6,5
<b>Mar</b>	5,7	4,3	5,0	4,7	6,5	6,6	6,6	6,8	8,4	8,6
<b>Abr</b>	11,2	10,4	12,7	14,4	27,2	31,2	34,0	26,8	31,0	33,6
<b>Out</b>	6,6	11,2	12,5	17,6	21,0	24,2	25,1	29,1	27,2	22,2
<b>Nov</b>	4,5	4,0	3,1	5,9	4,8	3,8	5,3	5,2	4,7	7,3
<b>Dez</b>	2,9	3,0	3,6	3,0	3,4	4,0	3,3	4,9	3,8	4,6
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>496,8</b>	<b>447,9</b>	<b>513,4</b>	<b>524,9</b>	<b>528,8</b>	<b>578,0</b>	<b>536,3</b>	<b>547,2</b>	<b>554,4</b>	<b>580,9</b>
<b>Jan</b>	50,2	53,0	69,9	70,5	68,1	73,1	66,8	64,8	65,0	67,8
<b>Fev</b>	84,3	81,4	89,6	88,2	86,7	95,9	92,1	92,8	90,3	100,0
<b>Mar</b>	106,0	82,4	87,4	92,8	92,1	95,2	103,3	100,2	106,4	101,0
<b>Abr</b>	98,0	69,5	73,5	79,1	79,9	94,5	83,5	73,2	82,7	85,3
<b>Out</b>	87,6	83,4	104,2	106,2	104,7	116,6	94,2	110,5	111,9	117,3
<b>Nov</b>	36,9	39,3	44,7	45,1	49,2	51,9	50,4	59,5	57,2	61,3
<b>Dez</b>	33,7	38,9	44,1	43,0	47,9	50,7	46,0	46,1	40,9	48,2
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>2077,2</b>	<b>2042,3</b>	<b>2050,0</b>	<b>2033,5</b>	<b>2140,1</b>	<b>1903,8</b>	<b>1507,4</b>	<b>1435,1</b>	<b>1587,4</b>	<b>1673,0</b>
<b>Jan</b>	228,4	213,5	199,5	199,7	218,0	189,2	150,1	114,1	111,6	116,5
<b>Fev</b>	292,0	277,7	262,8	248,3	262,4	245,6	172,9	154,6	156,2	162,6
<b>Mar</b>	327,9	336,8	307,4	297,8	333,9	303,0	226,7	220,5	218,3	225,6
<b>Abr</b>	348,3	361,1	363,5	362,7	391,2	355,2	298,3	275,6	369,5	346,9
<b>Out</b>	480,4	453,0	512,9	496,5	533,9	481,6	395,7	420,3	479,3	538,3
<b>Nov</b>	242,8	230,7	244,0	249,7	232,0	205,2	164,8	153,7	155,0	167,6
<b>Dez</b>	157,3	169,4	159,9	178,8	168,7	124,0	98,9	96,4	97,5	115,5
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>13,4</b>	<b>12,0</b>	<b>11,9</b>	<b>12,7</b>	<b>16,4</b>	<b>18,9</b>	<b>18,5</b>	<b>19,8</b>	<b>18,4</b>	<b>17,0</b>
<b>Jan</b>	1,5	1,7	1,5	1,2	1,7	1,7	2,2	2,0	2,5	1,4
<b>Fev</b>	0,9	1,1	1,1	1,0	1,4	1,8	2,0	2,2	1,3	1,5
<b>Mar</b>	1,4	1,9	2,1	1,3	2,6	2,6	1,8	3,5	2,6	3,7
<b>Abr</b>	4,4	2,2	2,2	3,2	4,4	3,5	4,2	3,4	4,2	4,0
<b>Out</b>	2,4	3,0	2,5	2,8	3,1	4,1	4,6	3,5	5,1	3,4
<b>Nov</b>	1,5	1,2	1,2	1,9	1,6	3,2	1,9	2,7	1,5	1,9
<b>Dez</b>	1,1	1,0	1,3	1,3	1,6	2,0	1,8	2,4	1,2	1,2

**Apêndice 6: Hóspedes, segundo o Mês, por Regiões (NUTS II) e Países de Residência Habitual**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>261,1</b>	<b>236,9</b>	<b>250,9</b>	<b>236,7</b>	<b>233,0</b>	<b>223,6</b>	<b>212,5</b>	<b>226,3</b>	<b>215,8</b>	<b>241,9</b>
<b>Jan</b>	8,2	9,0	8,8	8,6	9,3	9,1	7,8	6,8	6,4	8,5
<b>Fev</b>	11,6	11,6	11,8	10,7	11,8	11,6	10,1	11,0	9,0	11,9
<b>Mar</b>	21,6	18,1	18,1	20,1	21,3	18,5	18,2	18,6	18,7	19,8
<b>Abr</b>	28,7	20,9	22,3	21,9	21,0	20,3	18,7	16,1	19,3	18,6
<b>Mai</b>	28,9	24,8	28,2	23,6	23,7	22,6	20,6	23,2	19,7	24,8
<b>Jun</b>	28,4	23,5	28,0	23,8	23,3	22,8	22,0	24,8	22,6	25,5
<b>Jul</b>	28,0	23,9	26,4	22,9	22,6	23,4	23,0	22,2	21,7	26,6
<b>Ago</b>	31,2	26,8	28,7	24,8	24,5	23,1	20,6	23,9	23,1	25,1
<b>Set</b>	31,8	32,0	31,6	32,2	31,4	27,9	28,7	33,1	29,8	33,8
<b>Out</b>	26,1	29,7	28,7	25,7	25,4	26,6	25,4	30,1	28,5	29,4
<b>Nov</b>	10,3	9,4	11,9	14,8	11,2	11,5	11,4	11,1	11,9	12,9
<b>Dez</b>	6,3	7,2	6,4	7,6	7,5	6,3	6,2	5,5	5,1	4,9
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>36,3</b>	<b>24,3</b>	<b>26,4</b>	<b>32,3</b>	<b>33,2</b>	<b>33,5</b>	<b>31,2</b>	<b>32,6</b>	<b>35,3</b>	<b>36,3</b>
<b>Jan</b>	0,8	0,7	0,9	0,9	1,2	1,2	1,1	0,7	0,8	0,8
<b>Fev</b>	1,0	1,0	1,0	0,9	1,1	1,3	1,5	1,1	1,1	1,0
<b>Mar</b>	1,8	1,0	1,2	1,3	1,4	2,4	1,4	1,4	1,6	1,8
<b>Abr</b>	3,2	2,4	2,2	3,1	3,3	2,8	2,8	3,4	4,0	3,2
<b>Mai</b>	4,2	2,6	2,9	3,5	3,1	3,5	3,3	3,4	3,4	4,2
<b>Jun</b>	4,4	2,1	2,9	3,7	3,4	4,0	3,5	3,9	3,6	4,4
<b>Jul</b>	6,2	4,1	4,5	5,6	5,3	5,1	5,3	5,1	5,5	6,2
<b>Ago</b>	4,9	3,2	3,4	3,9	4,3	3,9	3,8	4,0	4,2	4,9
<b>Set</b>	4,4	2,9	3,0	3,9	4,3	3,7	3,8	4,2	5,0	4,4
<b>Out</b>	3,3	2,2	2,4	3,1	3,1	2,9	2,5	2,9	3,9	3,3
<b>Nov</b>	1,4	1,3	1,2	1,5	1,7	1,6	1,2	1,6	1,5	1,4
<b>Dez</b>	0,6	0,9	0,8	0,9	1,0	1,1	0,9	0,8	0,6	0,6
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>6,1</b>	<b>7,2</b>	<b>9,1</b>	<b>10,8</b>	<b>9,8</b>	<b>12,2</b>	<b>13,4</b>	<b>14,2</b>
<b>Jan</b>	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6
<b>Fev</b>	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,5	0,4	0,7	0,4	0,5
<b>Mar</b>	0,3	0,2	0,3	0,4	0,4	0,7	0,4	0,6	0,6	0,5
<b>Abr</b>	0,3	0,3	0,4	0,5	0,7	0,8	0,8	0,8	1,1	1,2
<b>Mai</b>	0,5	0,6	0,7	0,8	1,0	1,4	0,9	1,4	1,6	1,6
<b>Jun</b>	0,6	0,5	0,7	1,0	0,9	1,2	1,1	1,1	1,6	1,7
<b>Jul</b>	0,8	0,8	0,9	1,0	1,4	1,7	1,6	1,7	2,3	2,4
<b>Ago</b>	0,5	0,6	0,7	0,7	0,9	1,0	1,1	1,3	1,4	1,7

<b>Set</b>	0,7	0,6	0,7	0,7	1,1	1,1	1,1	1,4	1,6	1,7
<b>Out</b>	0,5	0,6	0,6	0,7	1,1	1,1	1,0	1,4	1,3	1,3
<b>Nov</b>	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,4	0,5	0,7	0,5	0,6
<b>Dez</b>	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,4	0,5
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>120,0</b>	<b>138,2</b>	<b>172,9</b>	<b>216,1</b>	<b>240,1</b>	<b>214,8</b>	<b>229,6</b>	<b>248,9</b>	<b>276,3</b>	<b>219,8</b>
<b>Jan</b>	2,4	3,5	3,5	4,5	5,9	5,5	4,9	6,1	6,2	5,6
<b>Fev</b>	5,7	5,7	9,9	9,2	7,4	11,7	9,8	12,1	17,7	9,7
<b>Mar</b>	6,8	5,7	16,2	7,6	13,3	30,5	9,7	15,4	13,7	11,3
<b>Abr</b>	16,6	17,8	12,0	32,0	36,7	11,4	27,1	25,2	32,1	22,8
<b>Mai</b>	9,6	6,9	13,9	11,2	14,0	18,1	14,9	16,4	18,1	12,5
<b>Jun</b>	8,9	9,8	13,0	14,6	18,8	15,3	16,8	19,6	22,3	21,5
<b>Jul</b>	15,3	19,1	26,0	33,7	34,2	29,4	36,6	39,4	49,2	39,3
<b>Ago</b>	23,6	29,6	37,0	45,0	46,3	43,0	48,6	56,5	61,5	50,4
<b>Set</b>	12,8	14,5	17,9	25,7	25,8	20,5	21,3	26,1	27,6	23,2
<b>Out</b>	7,4	10,1	9,0	12,2	16,2	13,1	18,4	15,1	15,1	10,8
<b>Nov</b>	4,3	4,3	5,8	6,1	9,3	6,7	8,3	5,3	4,8	5,9
<b>Dez</b>	6,7	11,2	8,7	14,3	12,1	9,5	13,3	11,6	8,3	6,9
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>27,2</b>	<b>29,4</b>	<b>28,7</b>	<b>28,1</b>	<b>29,1</b>	<b>22,6</b>	<b>20,1</b>	<b>22,8</b>	<b>24,3</b>	<b>24,9</b>
<b>Jan</b>	1,1	1,0	1,0	1,2	0,8	0,8	0,6	0,5	0,5	0,6
<b>Fev</b>	1,4	1,4	1,4	1,2	0,9	1,0	0,7	0,8	0,8	0,7
<b>Mar</b>	2,1	2,4	1,9	1,9	1,6	1,6	1,2	1,5	1,5	1,2
<b>Abr</b>	2,8	3,1	3,0	2,9	3,4	2,4	2,2	2,0	2,5	2,7
<b>Mai</b>	3,4	3,5	3,8	3,2	3,7	2,7	2,1	2,4	2,9	2,7
<b>Jun</b>	2,7	3,2	2,9	3,3	4,5	2,6	2,4	2,7	3,6	3,5
<b>Jul</b>	2,3	3,0	2,9	3,3	3,2	2,9	2,5	2,6	3,1	3,2
<b>Ago</b>	1,9	1,9	2,6	1,9	2,2	1,9	2,3	2,9	2,3	2,6
<b>Set</b>	3,0	3,7	3,6	3,5	3,2	2,6	2,4	2,5	3,1	3,3
<b>Out</b>	3,5	3,4	2,9	3,4	3,1	2,3	2,2	2,4	2,4	2,6
<b>Nov</b>	2,0	1,6	1,7	1,5	1,5	1,2	0,9	1,7	0,9	1,1
<b>Dez</b>	1,1	1,1	1,0	0,8	1,1	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>31,1</b>	<b>29,3</b>	<b>37,7</b>	<b>42,9</b>	<b>49,1</b>	<b>61,0</b>	<b>64,7</b>	<b>68,4</b>	<b>68,2</b>	<b>79,3</b>
<b>Jan</b>	0,7	0,7	0,8	1,1	1,5	1,1	1,0	0,8	1,1	1,5
<b>Fev</b>	1,2	1,2	1,3	1,1	1,0	1,4	1,5	1,2	1,5	1,7
<b>Mar</b>	1,5	1,1	1,2	1,3	1,6	1,6	1,8	1,5	2,4	2,3
<b>Abr</b>	3,1	2,7	3,1	3,4	4,7	6,2	6,7	5,7	6,3	7,9
<b>Mai</b>	3,5	3,6	4,9	5,7	7,0	8,8	8,8	8,6	8,4	9,7
<b>Jun</b>	2,9	2,2	3,9	4,6	4,2	7,3	6,9	7,8	6,0	7,9
<b>Jul</b>	4,4	3,6	4,9	6,0	6,1	7,2	8,9	10,3	8,9	11,2
<b>Ago</b>	7,2	6,3	8,2	8,6	9,9	13,1	13,4	15,8	17,1	19,3
<b>Set</b>	2,7	3,0	3,9	4,8	6,0	7,0	7,2	8,4	8,1	9,5
<b>Out</b>	1,9	3,0	2,9	3,7	4,3	4,9	5,9	5,7	5,9	4,8
<b>Nov</b>	1,3	1,1	0,9	1,7	1,6	1,2	1,5	1,5	1,3	2,2

<b>Dez</b>	0,7	0,8	1,7	0,9	1,0	1,1	1,0	1,2	1,1	1,3
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>147,6</b>	<b>131,0</b>	<b>146,8</b>	<b>159,2</b>	<b>166,2</b>	<b>184,0</b>	<b>165,0</b>	<b>171,4</b>	<b>186,9</b>	<b>197,9</b>
<b>Jan</b>	4,6	5,0	6,5	6,6	6,6	7,2	6,6	6,2	6,6	6,6
<b>Fev</b>	7,4	7,0	8,1	7,6	7,8	9,4	8,7	8,8	9,3	9,1
<b>Mar</b>	10,4	7,9	8,2	8,9	9,6	10,2	11,4	10,6	11,6	11,4
<b>Abr</b>	14,4	11,1	11,0	11,2	12,8	14,4	12,6	11,2	12,4	14,0
<b>Mai</b>	18,6	16,2	19,1	19,6	20,3	22,6	18,8	20,6	18,9	20,0
<b>Jun</b>	19,0	14,8	14,7	17,9	17,7	20,4	17,0	17,6	18,6	22,5
<b>Jul</b>	21,3	17,2	19,4	22,7	24,4	26,6	23,4	25,8	28,9	32,7
<b>Ago</b>	17,8	17,7	19,1	20,3	22,6	24,2	23,1	23,4	29,1	29,5
<b>Set</b>	14,3	14,2	16,4	18,3	18,4	19,6	18,1	19,3	24,0	22,6
<b>Out</b>	12,3	11,5	14,4	15,6	15,6	18,2	14,8	17,4	17,4	17,2
<b>Nov</b>	4,0	4,0	4,7	5,5	5,5	5,9	5,6	5,8	6,0	7,2
<b>Dez</b>	3,6	4,3	5,2	5,0	5,0	5,3	5,0	4,7	4,3	5,1
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>724,3</b>	<b>703,3</b>	<b>781,3</b>	<b>813,0</b>	<b>876,8</b>	<b>813,9</b>	<b>660,9</b>	<b>672,6</b>	<b>763,4</b>	<b>835,1</b>
<b>Jan</b>	27,7	27,4	26,6	27,7	30,8	26,3	22,3	18,1	17,8	19,4
<b>Fev</b>	41,1	42,2	39,7	37,5	40,2	38,2	26,9	25,3	26,0	26,5
<b>Mar</b>	51,2	49,9	48,6	50,4	54,4	53,3	38,2	39,6	39,6	43,1
<b>Abr</b>	54,6	59,6	62,7	66,8	70,3	67,2	55,7	58,3	70,8	68,8
<b>Mai</b>	84,2	75,8	84,1	86,3	97,8	97,3	75,0	72,2	90,5	99,0
<b>Jun</b>	87,6	77,3	94,6	95,6	107,3	98,5	80,3	79,3	91,5	111,1
<b>Jul</b>	79,9	76,0	90,4	95,9	100,4	94,4	77,3	80,7	91,2	105,1
<b>Ago</b>	80,9	75,8	86,0	96,9	99,4	88,1	76,1	74,9	88,0	94,7
<b>Set</b>	80,7	85,0	97,6	101,0	115,0	103,6	88,3	98,3	106,8	116,6
<b>Out</b>	74,8	72,2	86,3	83,9	92,6	88,9	73,6	79,9	95,1	97,1
<b>Nov</b>	38,9	35,7	39,7	42,1	40,4	36,7	29,2	27,8	28,6	33,3
<b>Dez</b>	22,7	26,3	25,0	28,9	28,2	21,4	18,0	18,2	17,5	20,5
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>20,8</b>	<b>18,9</b>	<b>17,4</b>	<b>22,3</b>	<b>23,9</b>	<b>23,8</b>	<b>22,5</b>	<b>26,4</b>	<b>26,2</b>	<b>25,2</b>
<b>Jan</b>	0,5	0,5	0,4	0,4	0,7	0,6	0,9	0,8	0,8	0,5
<b>Fev</b>	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,6	0,7	0,5	0,3	0,4
<b>Mar</b>	0,5	0,5	0,6	0,4	0,9	0,8	0,7	1,2	0,8	0,8
<b>Abr</b>	1,9	0,7	0,7	1,0	1,5	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4
<b>Mai</b>	1,7	1,6	1,0	1,3	1,4	1,7	1,4	2,1	2,0	1,6
<b>Jun</b>	2,2	1,4	1,2	2,0	2,1	2,0	1,8	2,4	2,2	2,3
<b>Jul</b>	2,6	2,3	2,2	3,5	3,2	2,8	2,8	3,6	3,8	3,6
<b>Ago</b>	8,0	8,1	7,3	9,2	9,5	8,6	8,2	9,3	9,7	9,5
<b>Set</b>	1,9	2,1	1,8	2,1	2,0	2,4	2,1	2,4	2,5	2,8
<b>Out</b>	0,6	0,9	0,9	0,9	1,1	1,5	1,6	1,2	1,7	1,2
<b>Nov</b>	0,3	0,3	0,4	0,7	0,5	1,2	0,5	0,8	0,6	0,6
<b>Dez</b>	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,8	0,4	0,4

**Apêndice 7: Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês (valores em euros)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>327833,0</b>	<b>320778,2</b>	<b>340925,6</b>	<b>340171,9</b>	<b>309003,3</b>	<b>316063,7</b>	<b>292894,4</b>	<b>317865,5</b>	<b>309027,5</b>	<b>319738,9</b>
<b>Jan</b>	12670,1	13528,7	12572,0	14261,5	14842,7	14935,3	13406,5	13181,2	12023,9	13434,9
<b>Fev</b>	16321,3	17169,5	16689,3	17189,6	16070,3	16535,3	15430,1	15294,4	14191,3	15216,4
<b>Mar</b>	22389,3	22240,4	21569,4	23060,5	23254,6	21393,4	18345,3	21172,6	20772,9	19521,6
<b>Abr</b>	29014,9	24818,1	22008,5	24529,3	23177,6	21892,3	22233,2	20378,5	23340,5	21329,0
<b>Mai</b>	29764,9	27376,4	30284,4	33629,2	26629,8	30018,9	24137,2	25566,8	23046,5	25031,1
<b>Jun</b>	30701,3	31136,0	30501,2	31019,9	26330,9	27228,3	26006,6	27091,3	27678,1	27728,6
<b>Jul</b>	40353,2	36284,1	37861,6	38020,0	36753,3	38901,8	36887,9	40098,0	39119,7	45892,1
<b>Ago</b>	41508,5	40331,0	44691,9	38937,4	35737,0	33423,2	32316,8	39720,8	37923,5	39187,0
<b>Set</b>	41101,5	40637,5	47731,1	41830,7	36264,7	39991,7	36611,0	42740,4	41894,3	41253,8
<b>Out</b>	34800,8	37437,9	42119,1	41772,3	36962,2	39657,6	35563,6	37902,3	36525,7	39633,4
<b>Nov</b>	15654,5	15958,5	21203,1	21613,0	16976,0	17812,5	17873,2	19605,1	18316,8	18247,8
<b>Dez</b>	13552,8	13860,0	13694,1	14308,5	16004,3	14273,4	14083,0	15114,0	14194,4	13263,3
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>6430,6</b>	<b>5150,0</b>	<b>4685,0</b>	<b>5507,5</b>	<b>6371,0</b>	<b>6134,3</b>	<b>6320,6</b>	<b>6529,8</b>	<b>6792,4</b>	<b>6454,7</b>
<b>Jan</b>	360,6	261,6	337,7	279,0	371,0	369,9	411,4	281,5	341,9	320,7
<b>Fev</b>	378,9	286,5	275,0	223,9	315,1	349,1	343,3	297,3	366,9	273,8
<b>Mar</b>	441,9	274,0	269,4	239,4	309,2	340,6	333,6	327,9	327,3	266,8
<b>Abr</b>	486,7	397,1	338,6	429,0	433,4	461,1	448,9	554,7	565,8	492,9
<b>Mai</b>	463,6	377,0	328,2	440,2	391,2	427,8	403,8	443,6	426,8	460,8
<b>Jun</b>	527,7	371,8	360,1	457,9	439,9	444,7	476,6	523,8	517,6	531,5

<b>Jul</b>	1080,6	791,4	725,5	952,0	1067,1	830,6	1084,8	1144,5	1095,2	1237,6
<b>Ago</b>	841,1	638,6	626,2	746,6	873,6	706,0	782,8	897,3	928,2	888,9
<b>Set</b>	506,6	492,2	431,7	557,9	621,2	639,4	599,6	674,1	694,4	625,9
<b>Out</b>	496,1	455,0	420,6	524,2	660,4	574,1	562,4	529,8	654,4	639,0
<b>Nov</b>	332,8	297,2	229,8	273,9	379,7	363,1	322,9	400,9	351,3	309,9
<b>Dez</b>	513,9	507,6	342,1	383,6	509,2	627,9	550,5	454,4	522,7	406,8
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>7037,9</b>	<b>5039,6</b>	<b>4267,0</b>	<b>5364,1</b>	<b>6695,4</b>	<b>10360,3</b>	<b>8593,9</b>	<b>11937,6</b>	<b>11895,5</b>	<b>11879,3</b>
<b>Jan</b>	496,1	226,7	270,5	264,2	195,6	333,1	303,8	504,7	482,5	508,0
<b>Fev</b>	496,4	354,1	169,9	253,7	240,2	607,4	434,4	572,4	500,9	361,3
<b>Mar</b>	1093,2	205,8	187,5	285,9	411,5	820,4	427,2	651,8	578,1	566,8
<b>Abr</b>	406,2	255,1	306,8	402,7	553,9	924,3	617,7	717,5	854,5	881,8
<b>Mai</b>	565,3	372,2	364,6	490,0	693,7	1045,2	728,8	1226,4	1250,9	1064,5
<b>Jun</b>	561,8	427,6	450,8	676,6	588,7	1039,0	928,4	1097,8	1555,6	1524,4
<b>Jul</b>	848,6	642,8	626,6	778,7	1049,0	1501,5	1089,6	1506,9	2079,1	2095,0
<b>Ago</b>	866,7	748,4	744,9	662,2	894,7	1063,7	1024,4	1490,7	1369,7	1731,9
<b>Set</b>	389,3	525,1	411,0	456,5	647,0	1097,8	862,2	1164,6	1185,7	1213,1
<b>Out</b>	631,0	516,6	388,9	458,4	673,6	953,6	977,9	1322,1	990,4	883,0
<b>Nov</b>	352,6	462,8	205,9	323,0	447,6	516,0	648,3	1119,6	620,8	582,1
<b>Dez</b>	330,6	302,6	139,6	312,2	299,7	458,3	551,2	563,1	427,2	467,4
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>137337,9</b>	<b>137324,4</b>	<b>159440,6</b>	<b>183317,5</b>	<b>216280,5</b>	<b>212299,3</b>	<b>218015,8</b>	<b>241652,6</b>	<b>260602,7</b>	<b>239364,1</b>
<b>Jan</b>	4263,1	4434,7	4732,3	5367,6	6218,0	7347,1	7301,3	8529,0	7023,1	7488,3
<b>Fev</b>	6257,2	5698,5	11588,7	8381,7	7791,4	11487,3	11651,0	14148,9	15778,4	13952,5
<b>Mar</b>	7567,7	5942,0	13413,6	6684,7	11568,6	24895,1	10350,1	15146,6	17889,4	13424,6
<b>Abr</b>	14771,9	15036,3	9435,5	19667,6	24907,4	11094,2	21623,0	18845,6	25738,2	18887,6
<b>Mai</b>	9694,7	6983,9	11177,4	9643,1	13561,0	16255,3	12959,8	14242,3	15459,3	12830,8

<b>Jun</b>	11705,3	12949,2	13690,6	13323,5	16667,1	14678,4	15682,9	19624,1	20179,7	20080,3
<b>Jul</b>	19965,6	18591,7	22107,2	28153,2	32911,3	28939,9	33079,5	36913,8	43433,2	41948,2
<b>Ago</b>	21938,5	23704,3	27806,2	33994,3	36498,8	34604,9	38296,3	47271,9	51960,8	49944,1
<b>Set</b>	14367,4	13598,6	16959,7	22146,2	24007,3	24146,4	22394,3	28163,9	28350,5	26558,9
<b>Out</b>	10085,9	10044,6	9716,6	13131,2	16040,8	16252,5	16009,2	15471,9	15368,7	14227,4
<b>Nov</b>	5934,4	6201,2	7884,5	6695,3	10689,8	9229,7	11461,4	7194,9	7352,1	8255,9
<b>Dez</b>	10786,1	14139,4	10928,3	16129,3	15419,1	13368,4	17207,0	16099,8	12069,3	11765,5
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>3832,3</b>	<b>4959,3</b>	<b>4432,1</b>	<b>3763,8</b>	<b>3639,1</b>	<b>3012,6</b>	<b>2777,0</b>	<b>3350,5</b>	<b>4002,1</b>	<b>4399,2</b>
<b>Jan</b>	234,0	245,5	258,6	244,1	167,1	198,1	92,4	106,3	146,6	211,5
<b>Fev</b>	256,1	320,1	316,8	224,0	210,5	162,4	135,8	182,3	221,8	214,3
<b>Mar</b>	397,9	359,3	352,7	325,4	250,9	207,8	196,9	247,3	266,0	248,3
<b>Abr</b>	376,1	458,8	377,0	328,0	333,4	218,2	235,6	265,2	373,9	434,5
<b>Mai</b>	354,9	413,0	501,5	325,6	366,0	263,6	192,0	261,1	329,3	379,9
<b>Jun</b>	305,6	512,7	403,2	362,1	407,2	269,6	234,8	304,5	437,0	446,0
<b>Jul</b>	309,2	524,9	483,0	461,1	450,6	396,8	361,2	427,0	573,6	624,2
<b>Ago</b>	304,1	465,2	473,6	311,1	365,2	306,7	426,0	452,2	451,1	563,0
<b>Set</b>	342,8	567,3	444,3	374,1	319,1	310,0	301,2	338,0	446,7	457,3
<b>Out</b>	357,8	434,9	335,8	346,9	331,8	261,1	240,3	326,4	328,9	348,9
<b>Nov</b>	333,4	318,4	255,5	225,3	198,6	207,5	173,6	240,8	205,0	238,9
<b>Dez</b>	260,4	339,1	230,1	236,2	238,8	210,8	187,0	199,4	222,3	232,2
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>10755,9</b>	<b>10801,9</b>	<b>15363,6</b>	<b>17018,0</b>	<b>20651,8</b>	<b>22297,8</b>	<b>24236,8</b>	<b>28078,0</b>	<b>26246,3</b>	<b>26213,8</b>
<b>Jan</b>	279,9	276,6	448,0	403,3	475,9	465,4	444,8	560,2	672,7	793,2
<b>Fev</b>	362,1	360,0	416,3	406,4	363,7	446,9	441,1	598,5	557,7	599,2
<b>Mar</b>	387,4	308,6	446,7	319,9	464,2	541,7	516,3	604,7	619,7	583,5
<b>Abr</b>	550,6	535,7	665,8	798,3	1479,3	1458,2	1801,7	1672,7	1771,5	1720,6

<b>Mai</b>	454,3	496,7	873,6	824,5	1465,9	1374,8	1541,3	1644,3	1484,4	1754,4
<b>Jun</b>	465,8	524,1	866,0	925,9	1115,0	1403,9	1535,6	1628,1	1465,8	1545,9
<b>Jul</b>	2123,8	1811,1	2517,6	3161,4	3524,6	3234,0	4733,0	5389,5	4251,2	4274,7
<b>Ago</b>	4275,4	4185,5	6121,9	6691,1	7536,3	8623,6	8184,0	10229,6	10140,2	9776,2
<b>Set</b>	561,9	657,5	1294,5	1389,7	1757,1	2170,7	2253,9	2439,7	2323,0	2277,1
<b>Out</b>	452,9	712,6	828,3	1133,2	1470,4	1514,2	1627,7	1813,3	1725,3	1457,8
<b>Nov</b>	413,4	387,8	300,7	474,5	427,4	366,8	505,3	525,6	478,6	610,8
<b>Dez</b>	428,5	545,7	584,1	489,9	572,0	697,5	652,2	971,9	756,2	820,4
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>140573,8</b>	<b>154839,8</b>	<b>160202,4</b>	<b>172695,6</b>	<b>187047,7</b>	<b>204580,0</b>	<b>193233,8</b>	<b>216635,1</b>	<b>221136,7</b>	<b>234026,6</b>
<b>Jan</b>	6302,7	9216,0	8721,4	9059,7	9973,1	10737,1	9970,0	10767,8	11696,9	11509,3
<b>Fev</b>	9533,8	11271,2	10789,4	10862,4	12926,8	13251,7	11931,0	12957,2	13652,2	14356,4
<b>Mar</b>	10928,0	11028,1	11595,3	11480,9	12564,1	13314,0	13842,2	14784,7	15923,3	15379,8
<b>Abr</b>	10319,1	10179,1	10834,4	11226,6	12485,1	14127,9	13685,5	13491,0	14515,3	14907,7
<b>Mai</b>	12440,9	14451,0	14768,9	17319,7	17912,8	19853,7	17320,9	20434,0	18088,2	19070,4
<b>Jun</b>	12902,5	15994,0	13592,2	15389,2	15082,2	16648,2	16454,5	16960,5	17713,9	19859,3
<b>Jul</b>	21035,3	19565,2	20239,0	23159,4	25820,5	28920,7	26849,8	31196,7	32989,9	36866,4
<b>Ago</b>	16795,6	17965,8	20367,5	20690,4	22602,9	24048,9	24982,2	26469,3	28604,3	30457,1
<b>Set</b>	13521,6	15260,9	16496,4	18397,3	18900,8	21179,0	19123,2	22909,0	23802,6	24376,0
<b>Out</b>	11733,8	12918,6	15208,6	16807,3	17841,3	19746,3	17412,5	20664,5	19952,8	20555,0
<b>Nov</b>	6560,3	7662,0	8051,7	8266,7	9687,5	10573,7	10155,6	12468,6	11843,2	13126,8
<b>Dez</b>	8500,1	9327,8	9537,6	10036,1	11250,7	12178,8	11506,5	13531,8	12354,0	13562,6
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>900755,4</b>	<b>1015705,9</b>	<b>1046281,7</b>	<b>1119066,4</b>	<b>1243614,9</b>	<b>1064287,5</b>	<b>873436,8</b>	<b>925085,9</b>	<b>980546,9</b>	<b>1010582,1</b>
<b>Jan</b>	42988,7	46392,2	44176,3	46594,6	58027,5	47916,0	35312,5	32594,5	32293,2	32919,6
<b>Fev</b>	48374,1	52007,3	51708,0	52296,3	60292,3	55207,1	38681,6	34994,7	37623,8	38713,8
<b>Mar</b>	55763,3	65308,1	65689,9	61367,8	75640,6	67193,6	47571,2	52801,4	51295,3	50231,2

<b>Abr</b>	62424,5	75661,9	76172,4	78298,0	91783,4	80463,4	65745,0	71540,9	84947,5	78483,0
<b>Mai</b>	87125,9	93292,9	99361,2	106935,0	121744,4	110447,8	81097,2	86021,4	96695,5	92947,3
<b>Jun</b>	89469,5	112859,5	108405,6	114591,5	128187,4	112148,6	89060,1	91201,1	96568,4	101932,0
<b>Jul</b>	113845,0	120243,5	126823,0	140540,8	155741,0	135819,0	116455,3	119734,6	125199,5	127042,6
<b>Ago</b>	114449,0	126194,6	130916,6	148486,4	156099,1	124426,2	108901,9	118740,7	129159,3	143529,9
<b>Set</b>	101508,2	115167,5	127408,0	138763,7	149329,7	126511,5	114526,2	125033,8	130843,3	137048,5
<b>Out</b>	90451,7	100240,2	107751,1	113883,2	129311,5	110659,6	91403,4	105863,0	109312,6	118201,0
<b>Nov</b>	51065,8	57564,1	58226,0	63943,5	63092,4	55001,4	49847,7	49028,8	49231,1	50373,7
<b>Dez</b>	43289,7	50774,3	49643,6	53365,7	54365,8	38493,5	34834,8	37531,0	37377,4	39159,6
<b>Itália</b>										
<b>Tital</b>	<b>12873,7</b>	<b>12055,8</b>	<b>10376,5</b>	<b>12399,4</b>	<b>14268,9</b>	<b>14279,8</b>	<b>14136,0</b>	<b>16777,1</b>	<b>15778,4</b>	<b>15497,4</b>
<b>Jan</b>	385,3	364,1	308,9	243,1	374,8	375,6	491,4	458,5	575,9	356,3
<b>Fev</b>	253,3	310,0	312,7	210,1	295,3	376,3	518,8	538,9	322,7	392,0
<b>Mar</b>	301,2	378,0	433,5	215,8	457,9	451,6	349,1	691,0	498,4	702,3
<b>Abr</b>	751,1	403,2	404,1	511,8	705,4	591,9	778,5	707,7	780,4	699,3
<b>Mai</b>	876,4	794,9	692,9	724,4	806,1	880,8	767,8	1254,4	1055,4	839,1
<b>Jun</b>	1148,1	996,4	703,1	1046,3	1216,7	1090,4	1073,2	1513,4	1310,0	1394,1
<b>Jul</b>	1952,1	1776,6	1447,4	2311,9	2320,5	1781,7	1893,8	2462,1	2503,5	2603,9
<b>Ago</b>	4551,5	4473,5	3908,5	4847,2	5425,4	4991,9	4877,2	5479,3	5410,6	5185,0
<b>Set</b>	1276,1	1246,1	1003,7	1060,6	1212,9	1521,8	1379,3	1590,3	1524,4	1760,8
<b>Out</b>	638,9	637,2	525,3	583,9	728,2	914,3	1056,2	771,4	1096,4	782,5
<b>Nov</b>	420,7	395,4	316,3	389,2	357,5	798,6	517,5	744,8	393,9	460,7
<b>Dez</b>	319,0	280,3	320,1	255,1	368,3	505,0	433,1	565,3	306,8	321,3

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Alemanha - Desvio Padrão									
<b>10499,5</b>	<b>9896,7</b>	<b>11790,0</b>	<b>10044,3</b>	<b>8444,3</b>	<b>9463,9</b>	<b>8596,1</b>	<b>10411,0</b>	<b>10231,0</b>	<b>11355,4</b>
Alemanha - Média									
27319,4	26731,5	28410,5	28347,7	25750,3	26338,6	24407,9	26488,8	25752,3	26644,9
Alemanha - Coeficiente de Variação									
38,4%	37,0%	41,5%	35,4%	32,8%	35,9%	35,2%	39,3%	39,7%	42,6%

Bélgica - Desvio Padrão									
<b>205,3</b>	<b>153,5</b>	<b>140,5</b>	<b>207,5</b>	<b>225,8</b>	<b>154,1</b>	<b>210,9</b>	<b>244,6</b>	<b>233,1</b>	<b>273,6</b>
Bélgica - Média									
535,9	429,2	390,4	459,0	530,9	511,2	526,7	544,2	566,0	537,9
Bélgica - Coeficiente de Variação									
38,3%	35,8%	36,0%	45,2%	42,5%	30,2%	40,0%	45,0%	41,2%	50,9%

Brasil - Desvio Padrão									
<b>226,4</b>	<b>160,9</b>	<b>177,9</b>	<b>169,2</b>	<b>246,3</b>	<b>317,7</b>	<b>249,0</b>	<b>356,3</b>	<b>491,1</b>	<b>530,9</b>
Brasil - Média									
586,5	420,0	355,6	447,0	557,9	863,4	716,2	994,8	991,3	989,9
Brasil - Coeficiente de Variação									
38,6%	38,3%	50,0%	37,8%	44,1%	36,8%	34,8%	35,8%	49,5%	53,6%

Espanha - Desvio Padrão									
<b>5257,0</b>	<b>5702,6</b>	<b>6090,4</b>	<b>8740,2</b>	<b>9211,2</b>	<b>8158,2</b>	<b>8957,5</b>	<b>11254,4</b>	<b>13208,4</b>	<b>12745,6</b>
Espanha - Média									
11444,8	11443,7	13286,7	15276,5	18023,4	17691,6	18168,0	20137,7	21716,9	19947,0
Espanha - Coeficiente de Variação									
45,9%	49,8%	45,8%	57,2%	51,1%	46,1%	49,3%	55,9%	60,8%	63,9%

EUA - Desvio Padrão									
<b>48,5</b>	<b>93,8</b>	<b>89,8</b>	<b>68,3</b>	<b>85,3</b>	<b>61,6</b>	<b>89,5</b>	<b>94,3</b>	<b>121,6</b>	<b>135,5</b>
EUA - Média									
319,4	413,3	369,3	313,7	303,3	251,0	231,4	279,2	333,5	366,6
EUA - Coeficiente de Variação									
15,2%	22,7%	24,3%	21,8%	28,1%	24,5%	38,7%	33,8%	36,5%	36,9%

França - Desvio Padrão									
<b>1122,1</b>	<b>1063,5</b>	<b>1567,1</b>	<b>1753,9</b>	<b>1949,2</b>	<b>2193,1</b>	<b>2188,5</b>	<b>2702,5</b>	<b>2602,9</b>	<b>2494,9</b>
França - Média									
896,3	900,2	1280,3	1418,2	1721,0	1858,1	2019,7	2339,8	2187,2	2184,5
França - Desvio Padrão									
125,2%	118,1%	122,4%	123,7%	113,3%	118,0%	108,4%	115,5%	119,0%	114,2%

Holanda - Desvio Padrão									
<b>3993,8</b>	<b>3593,6</b>	<b>4001,3</b>	<b>4689,1</b>	<b>4887,4</b>	<b>5512,8</b>	<b>5238,1</b>	<b>6076,0</b>	<b>6566,3</b>	<b>7366,0</b>
Holanda - Média									
11714,5	12903,3	13350,2	14391,3	15587,3	17048,3	16102,8	18052,9	18428,1	19502,2
Holanda - Coeficiente de Variação									
34,1%	27,9%	30,0%	32,6%	31,4%	32,3%	32,5%	33,7%	35,6%	37,8%

Reino Unido - Desvio Padrão									
<b>26145,7</b>	<b>28727,2</b>	<b>31705,3</b>	<b>36481,8</b>	<b>38836,7</b>	<b>33420,4</b>	<b>30074,0</b>	<b>33768,4</b>	<b>36635,0</b>	<b>39532,2</b>
Reino Unido - Média									
75062,9	84642,2	87190,1	93255,5	103634,6	88690,6	72786,4	77090,5	81712,2	84215,2
Reino Unido - Coeficiente de Variação									
34,8%	33,9%	36,4%	39,1%	37,5%	37,7%	41,3%	43,8%	44,8%	46,9%

Itália - Desvio Padrão									
<b>1154,1</b>	<b>1133,2</b>	<b>974,8</b>	<b>1282,6</b>	<b>1389,9</b>	<b>1222,9</b>	<b>1196,3</b>	<b>1353,1</b>	<b>1375,2</b>	<b>1341,3</b>
Itália - Média									
1072,8	1004,6	864,7	1033,3	1189,1	1190,0	1178,0	1398,1	1314,9	1291,5
Itália - Coeficiente de Variação									
107,6%	112,8%	112,7%	124,1%	116,9%	102,8%	101,6%	96,8%	104,6%	103,9%

**Apêndice 8:** Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês, Verão (Maio/Setembro) (valores em euros)

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>183429,4</b>	<b>175765,1</b>	<b>191070,2</b>	<b>183437,1</b>	<b>161715,6</b>	<b>169563,9</b>	<b>155959,4</b>	<b>175217,3</b>	<b>169661,9</b>	<b>179092,4</b>
<b>Mai</b>	29764,9	27376,4	30284,4	33629,2	26629,8	30018,9	24137,2	25566,8	23046,5	25031,1
<b>Jun</b>	30701,3	31136,0	30501,2	31019,9	26330,9	27228,3	26006,6	27091,3	27678,1	27728,6
<b>Jul</b>	40353,2	36284,1	37861,6	38020,0	36753,3	38901,8	36887,9	40098,0	39119,7	45892,1
<b>Ago</b>	41508,5	40331,0	44691,9	38937,4	35737,0	33423,2	32316,8	39720,8	37923,5	39187,0
<b>Set</b>	41101,5	40637,5	47731,1	41830,7	36264,7	39991,7	36611,0	42740,4	41894,3	41253,8
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>34196,7</b>	<b>26709,7</b>	<b>24716,8</b>	<b>31545,6</b>	<b>33930,9</b>	<b>30484,2</b>	<b>33476,1</b>	<b>36833,4</b>	<b>36620,8</b>	<b>37447,2</b>
<b>Mai</b>	4636,2	3769,9	3282,5	4402,4	3912,4	4278,3	4038,0	4436,1	4268,0	4607,8
<b>Jun</b>	5277,0	3717,9	3601,1	4578,7	4399,4	4447,1	4765,9	5238,5	5175,5	5315,0
<b>Jul</b>	10806,4	7914,4	7255,0	9519,5	10671,0	8305,7	10847,8	11445,3	10951,8	12376,4
<b>Ago</b>	8410,9	6385,5	6261,7	7465,9	8736,1	7059,6	7828,0	8972,8	9281,7	8888,9
<b>Set</b>	5066,1	4922,1	4316,6	5579,0	6212,0	6393,6	5996,4	6740,7	6943,7	6259,2
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>3231,8</b>	<b>2716,0</b>	<b>2597,9</b>	<b>3064,0</b>	<b>3873,1</b>	<b>5747,3</b>	<b>4633,4</b>	<b>6486,3</b>	<b>7440,9</b>	<b>7628,8</b>
<b>Mai</b>	565,3	372,2	364,6	490,0	693,7	1045,2	728,8	1226,4	1250,9	1064,5
<b>Jun</b>	561,8	427,6	450,8	676,6	588,7	1039,0	928,4	1097,8	1555,6	1524,4
<b>Jul</b>	848,6	642,8	626,6	778,7	1049,0	1501,5	1089,6	1506,9	2079,1	2095,0
<b>Ago</b>	866,7	748,4	744,9	662,2	894,7	1063,7	1024,4	1490,7	1369,7	1731,9
<b>Set</b>	389,3	525,1	411,0	456,5	647,0	1097,8	862,2	1164,6	1185,7	1213,1

<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>77671,5</b>	<b>75827,7</b>	<b>91741,2</b>	<b>107260,2</b>	<b>123645,5</b>	<b>118624,9</b>	<b>122412,7</b>	<b>146215,9</b>	<b>159383,6</b>	<b>151362,2</b>
<b>Mai</b>	9694,7	6983,9	11177,4	9643,1	13561,0	16255,3	12959,8	14242,3	15459,3	12830,8
<b>Jun</b>	11705,3	12949,2	13690,6	13323,5	16667,1	14678,4	15682,9	19624,1	20179,7	20080,3
<b>Jul</b>	19965,6	18591,7	22107,2	28153,2	32911,3	28939,9	33079,5	36913,8	43433,2	41948,2
<b>Ago</b>	21938,5	23704,3	27806,2	33994,3	36498,8	34604,9	38296,3	47271,9	51960,8	49944,1
<b>Set</b>	14367,4	13598,6	16959,7	22146,2	24007,3	24146,4	22394,3	28163,9	28350,5	26558,9
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>16165,4</b>	<b>24831,8</b>	<b>23055,9</b>	<b>18339,4</b>	<b>19081,5</b>	<b>15467,6</b>	<b>15152,4</b>	<b>17827,7</b>	<b>22375,4</b>	<b>24704,3</b>
<b>Mai</b>	3548,9	4130,3	5014,7	3256,2	3660,4	2635,9	1919,8	2611,4	3292,5	3799,1
<b>Jun</b>	3055,7	5127,1	4032,1	3620,6	4071,5	2695,9	2348,4	3044,6	4369,7	4459,8
<b>Jul</b>	3091,8	5248,9	4830,2	4610,8	4506,4	3968,2	3611,5	4269,8	5735,7	6242,1
<b>Ago</b>	3041,0	4652,2	4736,2	3111,0	3652,1	3067,3	4260,2	4522,0	4510,7	5630,3
<b>Set</b>	3428,1	5673,4	4442,8	3740,9	3191,1	3100,3	3012,5	3379,9	4466,6	4573,0
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>78812,0</b>	<b>76749,7</b>	<b>116736,5</b>	<b>129925,5</b>	<b>153989,5</b>	<b>168070,1</b>	<b>182477,9</b>	<b>213311,7</b>	<b>196646,5</b>	<b>196282,9</b>
<b>Mai</b>	4543,3	4967,4	8735,7	8245,4	14658,8	13747,9	15412,6	16443,4	14843,7	17544,2
<b>Jun</b>	4658,1	5241,5	8660,0	9259,3	11150,2	14038,6	15356,3	16280,6	14658,4	15458,8
<b>Jul</b>	21237,8	18110,9	25176,2	31613,7	35246,4	32340,3	47329,8	53895,1	42512,3	42746,8
<b>Ago</b>	42754,0	41854,7	61219,4	66910,5	75363,0	86236,2	81840,0	102296,1	101401,9	97761,7
<b>Set</b>	5618,7	6575,2	12945,2	13896,5	17571,1	21707,1	22539,2	24396,5	23230,1	22771,4
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>76696,0</b>	<b>83236,9</b>	<b>85463,9</b>	<b>94955,8</b>	<b>100319,2</b>	<b>110650,6</b>	<b>104730,6</b>	<b>117969,5</b>	<b>121199,0</b>	<b>130629,2</b>
<b>Mai</b>	12440,9	14451,0	14768,9	17319,7	17912,8	19853,7	17320,9	20434,0	18088,2	19070,4
<b>Jun</b>	12902,5	15994,0	13592,2	15389,2	15082,2	16648,2	16454,5	16960,5	17713,9	19859,3

<b>Jul</b>	21035,3	19565,2	20239,0	23159,4	25820,5	28920,7	26849,8	31196,7	32989,9	36866,4
<b>Ago</b>	16795,6	17965,8	20367,5	20690,4	22602,9	24048,9	24982,2	26469,3	28604,3	30457,1
<b>Set</b>	13521,6	15260,9	16496,4	18397,3	18900,8	21179,0	19123,2	22909,0	23802,6	24376,0
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>506397,5</b>	<b>567757,9</b>	<b>592914,4</b>	<b>649317,3</b>	<b>711101,5</b>	<b>609353,0</b>	<b>510040,7</b>	<b>540731,6</b>	<b>578466,0</b>	<b>602500,1</b>
<b>Mai</b>	87125,9	93292,9	99361,2	106935,0	121744,4	110447,8	81097,2	86021,4	96695,5	92947,3
<b>Jun</b>	89469,5	112859,5	108405,6	114591,5	128187,4	112148,6	89060,1	91201,1	96568,4	101932,0
<b>Jul</b>	113845,0	120243,5	126823,0	140540,8	155741,0	135819,0	116455,3	119734,6	125199,5	127042,6
<b>Ago</b>	114449,0	126194,6	130916,6	148486,4	156099,1	124426,2	108901,9	118740,7	129159,3	143529,9
<b>Set</b>	101508,2	115167,5	127408,0	138763,7	149329,7	126511,5	114526,2	125033,8	130843,3	137048,5
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>9804,2</b>	<b>9287,4</b>	<b>7755,5</b>	<b>9990,3</b>	<b>10981,5</b>	<b>10266,6</b>	<b>9991,4</b>	<b>12299,6</b>	<b>11803,9</b>	<b>11783,0</b>
<b>Mai</b>	876,4	794,9	692,9	724,4	806,1	880,8	767,8	1254,4	1055,4	839,1
<b>Jun</b>	1148,1	996,4	703,1	1046,3	1216,7	1090,4	1073,2	1513,4	1310,0	1394,1
<b>Jul</b>	1952,1	1776,6	1447,4	2311,9	2320,5	1781,7	1893,8	2462,1	2503,5	2603,9
<b>Ago</b>	4551,5	4473,5	3908,5	4847,2	5425,4	4991,9	4877,2	5479,3	5410,6	5185,0
<b>Set</b>	1276,1	1246,1	1003,7	1060,6	1212,9	1521,8	1379,3	1590,3	1524,4	1760,8

**Apêndice 9:** Receitas do Turismo, País de Residência Algarve por Mês, (Outubro/Abril Inverno) (valores em euros)

Países /Anos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Alemanha</b>										
<b>Total</b>	<b>144403,6</b>	<b>145013,1</b>	<b>149855,4</b>	<b>156734,7</b>	<b>147287,6</b>	<b>146499,9</b>	<b>136935,0</b>	<b>142648,2</b>	<b>139365,5</b>	<b>140646,4</b>
<b>Jan</b>	12670,1	13528,7	12572,0	14261,5	14842,7	14935,3	13406,5	13181,2	12023,9	13434,9
<b>Fev</b>	16321,3	17169,5	16689,3	17189,6	16070,3	16535,3	15430,1	15294,4	14191,3	15216,4
<b>Mar</b>	22389,3	22240,4	21569,4	23060,5	23254,6	21393,4	18345,3	21172,6	20772,9	19521,6
<b>Abr</b>	29014,9	24818,1	22008,5	24529,3	23177,6	21892,3	22233,2	20378,5	23340,5	21329,0
<b>Out</b>	34800,8	37437,9	42119,1	41772,3	36962,2	39657,6	35563,6	37902,3	36525,7	39633,4
<b>Nov</b>	15654,5	15958,5	21203,1	21613,0	16976,0	17812,5	17873,2	19605,1	18316,8	18247,8
<b>Dez</b>	13552,8	13860,0	13694,1	14308,5	16004,3	14273,4	14083,0	15114,0	14194,4	13263,3
<b>Bélgica</b>										
<b>Total</b>	<b>30109,5</b>	<b>24789,9</b>	<b>22133,0</b>	<b>23529,8</b>	<b>29779,5</b>	<b>30858,5</b>	<b>29729,5</b>	<b>28464,6</b>	<b>31303,1</b>	<b>27099,9</b>
<b>Jan</b>	3606,4	2616,1	3377,0	2789,8	3709,8	3698,8	4114,4	2814,7	3419,4	3206,9
<b>Fev</b>	3789,3	2865,1	2750,4	2238,8	3151,0	3490,8	3432,6	2972,9	3669,0	2737,8
<b>Mar</b>	4419,2	2740,4	2694,1	2393,7	3092,1	3405,6	3335,6	3278,5	3273,3	2668,2
<b>Abr</b>	4866,5	3970,5	3385,9	4290,2	4334,2	4611,2	4489,3	5547,1	5658,0	4929,5
<b>Out</b>	4960,8	4549,7	4205,9	5242,2	6604,1	5741,5	5624,0	5298,5	6544,0	6390,0
<b>Nov</b>	3327,8	2972,4	2298,4	2739,2	3796,5	3631,2	3229,0	4008,6	3512,5	3099,1
<b>Dez</b>	5139,4	5075,6	3421,3	3835,9	5091,8	6279,4	5504,6	4544,3	5226,6	4068,5
<b>Brasil</b>										
<b>Total</b>	<b>2990,4</b>	<b>1379,7</b>	<b>1275,2</b>	<b>1684,4</b>	<b>2029,8</b>	<b>3338,7</b>	<b>2518,9</b>	<b>3607,1</b>	<b>3261,4</b>	<b>3162,5</b>
<b>Jan</b>	496,1	226,7	270,5	264,2	195,6	333,1	303,8	504,7	482,5	508,0
<b>Fev</b>	496,4	354,1	169,9	253,7	240,2	607,4	434,4	572,4	500,9	361,3
<b>Mar</b>	1093,2	205,8	187,5	285,9	411,5	820,4	427,2	651,8	578,1	566,8

<b>Abr</b>	406,2	255,1	306,8	402,7	553,9	924,3	617,7	717,5	854,5	881,8
<b>Out</b>	245,0	143,3	179,5	200,6	328,7	332,7	328,4	549,6	439,2	409,1
<b>Nov</b>	115,1	105,1	77,2	143,5	176,5	151,9	210,7	352,6	227,4	232,1
<b>Dez</b>	138,3	89,7	83,7	133,8	123,2	168,9	196,7	258,5	178,6	203,3
<b>Espanha</b>										
<b>Total</b>	<b>59666,4</b>	<b>61496,7</b>	<b>67699,5</b>	<b>76057,3</b>	<b>92635,0</b>	<b>93674,3</b>	<b>95603,1</b>	<b>95436,7</b>	<b>101219,1</b>	<b>88001,9</b>
<b>Jan</b>	4263,1	4434,7	4732,3	5367,6	6218,0	7347,1	7301,3	8529,0	7023,1	7488,3
<b>Fev</b>	6257,2	5698,5	11588,7	8381,7	7791,4	11487,3	11651,0	14148,9	15778,4	13952,5
<b>Mar</b>	7567,7	5942,0	13413,6	6684,7	11568,6	24895,1	10350,1	15146,6	17889,4	13424,6
<b>Abr</b>	14771,9	15036,3	9435,5	19667,6	24907,4	11094,2	21623,0	18845,6	25738,2	18887,6
<b>Out</b>	10085,9	10044,6	9716,6	13131,2	16040,8	16252,5	16009,2	15471,9	15368,7	14227,4
<b>Nov</b>	5934,4	6201,2	7884,5	6695,3	10689,8	9229,7	11461,4	7194,9	7352,1	8255,9
<b>Dez</b>	10786,1	14139,4	10928,3	16129,3	15419,1	13368,4	17207,0	16099,8	12069,3	11765,5
<b>EUA</b>										
<b>Total</b>	<b>22157,4</b>	<b>24761,0</b>	<b>21265,1</b>	<b>19298,9</b>	<b>17309,8</b>	<b>14658,3</b>	<b>12617,9</b>	<b>15677,5</b>	<b>17645,7</b>	<b>19287,2</b>
<b>Jan</b>	2340,4	2454,6	2586,2	2441,3	1670,9	1981,1	924,4	1063,1	1466,1	2115,4
<b>Fev</b>	2560,8	3201,3	3167,7	2240,0	2104,6	1623,8	1358,3	1823,3	2218,4	2143,4
<b>Mar</b>	3979,4	3593,1	3527,4	3254,0	2508,8	2077,8	1969,0	2473,1	2660,0	2483,2
<b>Abr</b>	3761,3	4587,7	3770,0	3280,0	3333,7	2182,2	2356,1	2652,0	3739,3	4345,0
<b>Out</b>	3577,9	4349,0	3358,1	3468,9	3317,7	2610,7	2403,5	3264,0	3289,2	3489,2
<b>Nov</b>	3333,9	3184,3	2555,1	2252,8	1985,8	2074,9	1736,5	2408,2	2050,0	2388,6
<b>Dez</b>	2603,7	3391,1	2300,6	2361,9	2388,3	2107,9	1870,1	1993,8	2222,7	2322,4
<b>França</b>										
<b>Total</b>	<b>28747,1</b>	<b>31269,8</b>	<b>36899,5</b>	<b>40254,6</b>	<b>52528,8</b>	<b>54907,6</b>	<b>59890,6</b>	<b>67467,8</b>	<b>65816,9</b>	<b>65855,0</b>
<b>Jan</b>	2799,2	2766,5	4480,2	4032,9	4759,5	4653,6	4447,6	5601,7	6727,0	7932,5
<b>Fev</b>	3620,9	3599,9	4162,8	4064,1	3636,5	4469,5	4411,2	5984,8	5576,8	5992,0
<b>Mar</b>	3874,0	3085,8	4467,1	3199,0	4641,6	5416,7	5163,4	6047,3	6196,8	5834,8

<b>Abr</b>	5505,5	5357,3	6658,0	7982,6	14792,7	14581,8	18017,0	16727,1	17714,6	17205,9
<b>Out</b>	4528,7	7125,6	8282,7	11331,7	14704,3	15142,4	16277,0	18132,5	17253,3	14578,5
<b>Nov</b>	4134,3	3878,0	3007,4	4744,9	4274,0	3668,2	5052,5	5255,9	4786,2	6107,7
<b>Dez</b>	4284,6	5456,7	5841,3	4899,4	5720,2	6975,4	6521,8	9718,6	7562,2	8203,7
<b>Holanda</b>										
<b>Total</b>	<b>63877,8</b>	<b>71602,9</b>	<b>74738,4</b>	<b>77739,7</b>	<b>86728,5</b>	<b>93929,5</b>	<b>88503,2</b>	<b>98665,6</b>	<b>99937,7</b>	<b>103397,4</b>
<b>Jan</b>	6302,7	9216,0	8721,4	9059,7	9973,1	10737,1	9970,0	10767,8	11696,9	11509,3
<b>Fev</b>	9533,8	11271,2	10789,4	10862,4	12926,8	13251,7	11931,0	12957,2	13652,2	14356,4
<b>Mar</b>	10928,0	11028,1	11595,3	11480,9	12564,1	13314,0	13842,2	14784,7	15923,3	15379,8
<b>Abr</b>	10319,1	10179,1	10834,4	11226,6	12485,1	14127,9	13685,5	13491,0	14515,3	14907,7
<b>Out</b>	11733,8	12918,6	15208,6	16807,3	17841,3	19746,3	17412,5	20664,5	19952,8	20555,0
<b>Nov</b>	6560,3	7662,0	8051,7	8266,7	9687,5	10573,7	10155,6	12468,6	11843,2	13126,8
<b>Dez</b>	8500,1	9327,8	9537,6	10036,1	11250,7	12178,8	11506,5	13531,8	12354,0	13562,6
<b>Reino Unido</b>										
<b>Total</b>	<b>394357,9</b>	<b>447948,0</b>	<b>453367,3</b>	<b>469749,1</b>	<b>532513,4</b>	<b>454934,5</b>	<b>363396,1</b>	<b>384354,2</b>	<b>402080,9</b>	<b>408081,9</b>
<b>Jan</b>	42988,7	46392,2	44176,3	46594,6	58027,5	47916,0	35312,5	32594,5	32293,2	32919,6
<b>Fev</b>	48374,1	52007,3	51708,0	52296,3	60292,3	55207,1	38681,6	34994,7	37623,8	38713,8
<b>Mar</b>	55763,3	65308,1	65689,9	61367,8	75640,6	67193,6	47571,2	52801,4	51295,3	50231,2
<b>Abr</b>	62424,5	75661,9	76172,4	78298,0	91783,4	80463,4	65745,0	71540,9	84947,5	78483,0
<b>Out</b>	90451,7	100240,2	107751,1	113883,2	129311,5	110659,6	91403,4	105863,0	109312,6	118201,0
<b>Nov</b>	51065,8	57564,1	58226,0	63943,5	63092,4	55001,4	49847,7	49028,8	49231,1	50373,7
<b>Dez</b>	43289,7	50774,3	49643,6	53365,7	54365,8	38493,5	34834,8	37531,0	37377,4	39159,6
<b>Itália</b>										
<b>Total</b>	<b>3069,6</b>	<b>2768,3</b>	<b>2620,9</b>	<b>2409,1</b>	<b>3287,4</b>	<b>4013,2</b>	<b>4144,6</b>	<b>4477,6</b>	<b>3974,5</b>	<b>3714,4</b>
<b>Jan</b>	385,3	364,1	308,9	243,1	374,8	375,6	491,4	458,5	575,9	356,3
<b>Fev</b>	253,3	310,0	312,7	210,1	295,3	376,3	518,8	538,9	322,7	392,0
<b>Mar</b>	301,2	378,0	433,5	215,8	457,9	451,6	349,1	691,0	498,4	702,3

<b>Abr</b>	751,1	403,2	404,1	511,8	705,4	591,9	778,5	707,7	780,4	699,3
<b>Out</b>	638,9	637,2	525,3	583,9	728,2	914,3	1056,2	771,4	1096,4	782,5
<b>Nov</b>	420,7	395,4	316,3	389,2	357,5	798,6	517,5	744,8	393,9	460,7
<b>Dez</b>	319,0	280,3	320,1	255,1	368,3	505,0	433,1	565,3	306,8	321,3

**Apêndice 10: Valores da Estada Média (em número de dias)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,2</b>	<b>6,7</b>	<b>6,6</b>	<b>6,4</b>	<b>6,2</b>	<b>6,1</b>	<b>6,1</b>	<b>5,7</b>
<b>Jan</b>	8,0	7,4	8,1	7,5	7,5	6,9	7,2	7,3	7,0	5,7
<b>Fev</b>	8,8	8,2	8,4	7,7	7,5	7,3	7,5	6,6	7,0	5,7
<b>Mar</b>	7,1	7,7	7,3	6,2	6,8	6,4	5,8	6,0	6,1	5,5
<b>Abr</b>	6,1	6,5	5,8	6,1	6,0	5,4	5,8	5,5	5,6	5,1
<b>Mai</b>	6,6	6,7	6,6	6,5	6,1	6,4	5,7	5,0	5,5	5,0
<b>Jun</b>	7,6	6,8	7,1	7,5	6,7	6,4	6,1	5,3	6,1	5,6
<b>Jul</b>	7,5	7,7	7,5	7,2	7,2	6,9	6,5	6,9	7,0	6,4
<b>Ago</b>	7,8	8,1	7,7	7,0	6,8	6,3	6,3	6,3	6,3	6,2
<b>Set</b>	7,8	7,6	7,4	6,7	6,2	6,4	6,0	5,9	6,0	5,7
<b>Out</b>	7,6	7,2	6,9	6,7	6,1	6,0	5,8	5,4	5,4	5,7
<b>Nov</b>	7,4	7,7	6,4	5,3	6,0	6,0	6,2	6,4	5,6	5,2
<b>Dez</b>	7,3	6,9	6,8	6,1	6,5	6,6	5,8	6,6	6,3	6,1
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>6,0</b>	<b>6,7</b>	<b>6,1</b>	<b>5,8</b>	<b>5,8</b>	<b>5,4</b>	<b>5,8</b>	<b>5,2</b>	<b>5,3</b>	<b>4,7</b>
<b>Jan</b>	8,9	7,9	8,1	6,4	6,3	6,1	6,9	6,6	6,6	5,5
<b>Fev</b>	9,4	8,1	8,1	6,9	7,2	6,3	6,3	6,2	6,9	5,6
<b>Mar</b>	7,7	7,4	6,4	4,9	6,1	4,9	6,0	5,5	5,7	3,9
<b>Abr</b>	5,0	5,7	5,4	5,3	4,9	5,1	5,0	4,8	4,4	5,0
<b>Mai</b>	4,9	6,5	6,0	6,0	5,4	5,2	5,0	4,5	4,8	4,1
<b>Jun</b>	5,2	6,2	6,0	6,2	6,0	4,7	5,9	4,6	5,2	4,8
<b>Jul</b>	5,3	6,7	6,2	6,2	6,6	5,0	5,9	5,9	5,9	5,0
<b>Ago</b>	4,9	6,5	6,1	6,3	6,1	5,7	5,6	5,4	5,4	4,9
<b>Set</b>	3,6	6,9	5,7	5,7	5,4	5,8	5,6	5,3	4,7	4,9
<b>Out</b>	3,9	5,8	5,2	5,3	5,6	5,2	5,4	4,3	3,9	4,5
<b>Nov</b>	4,9	6,2	4,8	4,8	4,8	4,8	5,9	5,0	4,5	3,9
<b>Dez</b>	7,9	6,5	5,0	5,6	5,4	6,4	6,2	4,2	6,0	4,8
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>2,8</b>	<b>3,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>
<b>Jan</b>	3,4	2,5	2,7	2,0	2,0	2,1	2,4	2,2	2,0	2,1
<b>Fev</b>	3,1	3,6	3,0	2,7	2,3	2,9	2,6	2,0	2,3	1,9
<b>Mar</b>	5,3	3,4	2,0	2,0	2,5	3,0	2,6	2,5	2,1	2,6
<b>Abr</b>	2,6	2,7	2,5	2,4	2,6	2,9	2,4	2,3	2,3	2,4
<b>Mai</b>	2,3	2,6	2,0	2,1	2,0	2,4	2,4	2,2	2,1	2,3
<b>Jun</b>	2,0	2,7	2,9	2,5	2,3	2,7	2,2	2,6	2,4	2,4
<b>Jul</b>	2,6	2,8	2,8	2,5	2,6	2,9	2,4	2,5	2,8	2,7
<b>Ago</b>	2,3	3,0	3,0	2,7	2,7	2,9	2,6	2,7	2,7	2,7
<b>Set</b>	2,0	3,1	2,1	2,1	2,1	2,7	2,2	2,2	2,5	2,4
<b>Out</b>	2,6	3,6	2,2	2,3	2,0	2,9	3,0	2,4	2,3	2,2
<b>Nov</b>	3,1	4,4	2,7	2,3	2,5	3,4	3,1	3,2	2,7	2,5
<b>Dez</b>	2,4	3,4	1,7	2,3	2,4	2,7	2,8	2,2	2,4	2,3
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>
<b>Jan</b>	2,5	2,2	2,3	2,2	1,9	2,3	2,6	2,6	2,0	2,1
<b>Fev</b>	1,9	1,9	2,5	2,3	2,1	2,1	2,3	2,7	2,1	2,8
<b>Mar</b>	2,1	2,2	2,9	2,0	2,0	2,9	2,5	2,7	3,1	2,7
<b>Abr</b>	3,3	3,3	2,2	2,9	2,9	2,5	3,0	2,6	3,3	3,2

<b>Mai</b>	2,5	2,3	2,1	2,2	2,2	2,4	2,4	2,2	2,3	2,5
<b>Jun</b>	2,8	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5	2,8	2,8	2,8	2,9
<b>Jul</b>	3,8	3,3	3,3	3,5	3,5	3,3	3,4	3,4	3,5	3,8
<b>Ago</b>	4,0	3,9	3,8	4,0	3,9	3,8	3,7	3,8	3,9	4,2
<b>Set</b>	3,1	3,0	3,0	3,0	3,1	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2
<b>Out</b>	2,4	2,3	2,4	2,6	2,3	2,5	2,3	2,5	2,4	2,6
<b>Nov</b>	2,1	2,2	2,2	2,2	2,4	2,3	2,9	2,2	2,4	2,3
<b>Dez</b>	2,5	2,7	2,7	2,8	2,6	2,4	2,8	2,6	2,6	2,6
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>3,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>
<b>Jan</b>	3,5	3,4	3,7	3,2	3,2	3,9	2,6	3,0	3,3	3,4
<b>Fev</b>	3,9	4,3	4,5	3,9	3,9	3,7	3,3	3,7	3,7	3,3
<b>Mar</b>	4,2	3,7	3,9	3,8	3,6	3,7	3,8	3,0	3,1	2,9
<b>Abr</b>	3,0	3,0	3,0	3,0	2,5	2,8	2,8	2,5	2,7	2,8
<b>Mai</b>	2,4	2,9	2,7	2,8	2,6	2,8	2,9	2,6	2,5	2,6
<b>Jun</b>	3,1	2,8	2,9	3,0	2,3	3,2	2,8	2,7	2,7	2,5
<b>Jul</b>	2,9	2,8	3,0	2,9	2,9	3,1	3,1	3,1	3,0	2,8
<b>Ago</b>	3,2	3,5	3,3	3,2	3,1	3,4	3,2	2,8	3,1	3,0
<b>Set</b>	2,7	3,3	2,7	2,5	2,5	3,0	2,9	2,8	2,6	2,7
<b>Out</b>	2,8	2,8	2,8	2,6	2,6	2,7	2,7	3,0	2,7	2,9
<b>Nov</b>	4,3	4,1	3,6	3,4	3,0	3,7	4,0	2,7	3,1	3,2
<b>Dez</b>	3,5	3,7	3,1	3,8	3,1	3,8	3,5	2,8	3,2	2,9
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>	<b>4,3</b>	<b>4,3</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>
<b>Jan</b>	3,9	3,1	4,5	3,3	2,8	3,7	3,5	5,3	4,3	3,6
<b>Fev</b>	3,8	3,8	3,6	4,4	3,9	3,8	3,6	5,2	4,1	3,8
<b>Mar</b>	3,9	3,9	4,2	3,6	4,0	4,2	3,7	4,5	3,5	3,8
<b>Abr</b>	3,7	3,9	4,1	4,2	5,7	5,0	5,1	4,7	4,9	4,3
<b>Mai</b>	3,7	3,8	4,3	3,7	5,3	3,6	4,7	4,4	4,8	4,8
<b>Jun</b>	3,7	4,0	4,7	4,5	6,1	4,7	5,4	4,6	5,7	4,9
<b>Jul</b>	5,4	4,9	5,2	5,5	6,0	4,6	5,8	5,6	5,4	5,5
<b>Ago</b>	5,4	4,9	5,6	5,9	6,2	5,7	5,2	5,7	5,7	5,5
<b>Set</b>	3,5	3,5	5,4	4,5	5,0	5,3	5,5	4,7	4,9	4,6
<b>Out</b>	3,4	3,8	4,3	4,8	4,9	4,9	4,2	5,1	4,6	4,6
<b>Nov</b>	3,5	3,7	3,4	3,5	3,0	3,3	3,6	3,5	3,5	3,3
<b>Dez</b>	4,1	3,6	2,1	3,3	3,4	3,6	3,3	4,3	3,6	3,4
<b>Holanda</b>										
<b>Média</b>	<b>8,5</b>	<b>8,3</b>	<b>8,4</b>	<b>8,3</b>	<b>8,1</b>	<b>8,0</b>	<b>7,9</b>	<b>8,0</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>
<b>Jan</b>	10,9	10,7	10,8	10,7	10,3	10,1	10,1	10,4	9,8	10,3
<b>Fev</b>	11,4	11,6	11,1	11,6	11,1	10,2	10,6	10,5	9,8	11,0
<b>Mar</b>	10,2	10,4	10,7	10,4	9,6	9,3	9,1	9,5	9,2	8,9
<b>Abr</b>	6,8	6,3	6,7	7,1	6,2	6,6	6,6	6,5	6,7	6,1
<b>Mai</b>	6,4	6,7	6,6	6,7	6,7	6,4	6,3	6,0	6,1	6,1
<b>Jun</b>	7,1	6,5	7,4	7,0	6,9	6,6	6,7	6,3	6,5	6,5
<b>Jul</b>	8,6	7,3	7,8	7,6	7,4	7,9	7,3	7,2	7,5	7,2
<b>Ago</b>	7,7	7,1	7,9	7,6	7,0	7,2	6,9	6,7	6,4	6,8
<b>Set</b>	7,7	7,4	7,0	7,0	7,0	7,0	6,9	6,7	5,9	6,7
<b>Out</b>	7,1	7,2	7,2	6,8	6,7	6,4	6,4	6,3	6,4	6,8
<b>Nov</b>	9,3	9,8	9,5	8,2	9,0	8,7	9,0	10,3	9,6	8,6
<b>Dez</b>	9,3	9,0	8,5	8,6	9,6	9,6	9,2	9,8	9,6	9,4
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>7,0</b>	<b>6,7</b>	<b>6,5</b>	<b>6,2</b>	<b>6,2</b>	<b>5,9</b>	<b>5,8</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>
<b>Jan</b>	8,2	7,8	7,5	7,2	7,1	7,2	6,7	6,3	6,3	6,0

<b>Fev</b>	7,1	6,6	6,6	6,6	6,5	6,4	6,4	6,1	6,0	6,1
<b>Mar</b>	6,4	6,8	6,3	5,9	6,1	5,7	5,9	5,6	5,5	5,2
<b>Abr</b>	6,4	6,1	5,8	5,4	5,6	5,3	5,4	4,7	5,2	5,0
<b>Mai</b>	6,6	6,2	6,3	6,0	6,0	5,6	5,2	5,1	5,2	4,9
<b>Jun</b>	6,9	6,8	6,3	6,3	6,0	5,8	5,8	5,3	5,4	5,1
<b>Jul</b>	7,6	7,0	6,7	6,4	6,6	6,1	6,1	5,8	5,9	5,6
<b>Ago</b>	7,7	7,6	7,5	6,7	6,8	6,3	6,1	6,2	6,1	6,2
<b>Set</b>	7,1	6,6	6,4	6,2	6,0	5,8	6,0	5,6	5,6	5,5
<b>Out</b>	6,4	6,3	5,9	5,9	5,8	5,4	5,4	5,3	5,0	5,5
<b>Nov</b>	6,2	6,5	6,1	5,9	5,7	5,6	5,7	5,5	5,4	5,0
<b>Dez</b>	6,9	6,4	6,4	6,2	6,0	5,8	5,5	5,3	5,6	5,6
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>
<b>Jan</b>	3,2	3,5	3,8	3,0	2,4	3,0	2,5	2,6	3,2	2,9
<b>Fev</b>	2,9	3,5	2,8	3,3	3,5	3,3	3,0	4,1	3,7	3,5
<b>Mar</b>	3,1	4,2	3,5	3,3	2,8	3,2	2,7	2,9	3,3	4,4
<b>Abr</b>	2,3	3,3	3,1	3,2	2,9	3,0	3,1	2,7	3,0	2,8
<b>Mai</b>	2,6	2,5	3,4	3,2	2,8	2,7	2,8	2,9	2,9	2,7
<b>Jun</b>	2,7	3,5	3,6	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,2
<b>Jul</b>	3,5	4,0	3,7	3,7	3,9	3,5	3,6	3,4	3,6	3,5
<b>Ago</b>	3,8	4,2	3,9	4,0	4,0	4,1	3,9	3,7	3,8	3,7
<b>Set</b>	3,1	2,9	2,8	2,7	3,1	3,0	3,1	3,0	2,9	3,2
<b>Out</b>	4,0	3,3	2,8	3,1	2,9	2,8	2,9	3,0	2,9	2,9
<b>Nov</b>	4,8	4,0	3,0	2,7	3,0	2,7	3,5	3,4	2,7	3,0
<b>Dez</b>	3,8	3,1	2,6	2,6	3,0	3,2	3,1	3,0	3,1	2,7

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Alemanha - Desvio Padrão									
<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>
Alemanha - Média									
7,5	7,4	7,2	6,7	6,6	6,4	6,2	6,1	6,1	5,7
Alemanha - Coeficiente de Variação									
8,7%	7,0%	9,8%	10,3%	8,1%	7,3%	9,2%	11,2%	9,2%	7,4%

Bélgica - Desvio Padrão									
<b>1,9</b>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>
Bélgica - Média									
6,0	6,7	6,1	5,8	5,8	5,4	5,8	5,2	5,3	4,7
Bélgica - Coeficiente de Variação									
31,9%	10,7%	16,8%	10,6%	11,6%	10,5%	9,0%	14,0%	16,3%	11,3%

Brasil - Desvio Padrão									
<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>
Brasil - Média									
2,8	3,2	2,5	2,3	2,3	2,8	2,6	2,4	2,4	2,4
Brasil - Coeficiente de Variação									
30,9%	16,5%	17,3%	9,8%	10,6%	10,9%	10,6%	12,9%	10,6%	9,6%

Espanha - Desvio Padrão									
<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>
Espanha - Média									
2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,7	2,8	2,8	2,8	2,9
Espanha - Coeficiente de Variação									
23,3%	21,1%	18,4%	21,2%	22,6%	18,3%	14,9%	16,0%	20,9%	19,5%

EUA - Desvio Padrão									
<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>
EUA - Média									
3,3	3,4	3,3	3,2	2,9	3,3	3,1	2,9	3,0	2,9
EUA - Coeficiente de Variação									
17,5%	14,7%	16,1%	13,7%	15,4%	12,1%	13,7%	11,0%	11,7%	8,6%

França - Desvio Padrão									
<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>
França - Média									
4,0	3,9	4,3	4,3	4,7	4,4	4,4	4,8	4,6	4,3
França - Desvio Padrão									
15,9%	12,6%	21,2%	19,1%	25,2%	17,4%	19,5%	12,1%	16,9%	16,3%

Holanda - Desvio Padrão									
<b>1,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>
Holanda - Média									
8,5	8,3	8,4	8,3	8,1	8,0	7,9	8,0	7,8	7,8
Holanda - Coeficiente de Variação									
18,6%	21,2%	18,8%	19,7%	19,6%	18,2%	19,0%	22,3%	20,1%	20,8%

Reino Unido - Desvio Padrão									
<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
Reino Unido - Média									
7,0	6,7	6,5	6,2	6,2	5,9	5,8	5,6	5,6	5,5
Reino Unido - Coeficiente de Variação									
8,5%	7,6%	7,7%	7,0%	7,2%	8,5%	7,5%	8,1%	6,7%	7,6%

Itália - Desvio Padrão									
<b>0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>
Itália - Média									
3,3	3,5	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2
Itália - Coeficiente de Variação									
20,0%	14,2%	13,3%	12,7%	14,3%	11,6%	12,5%	13,1%	10,5%	15,4%

**Apêndice 11:** Valores da Estada Média Verão (Maio/Setembro) (em número de dias)

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,2</b>	<b>7,0</b>	<b>6,6</b>	<b>6,5</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>6,2</b>	<b>5,8</b>
<b>Mai</b>	6,6	6,7	6,6	6,5	6,1	6,4	5,7	5,0	5,5	5,0
<b>Jun</b>	7,6	6,8	7,1	7,5	6,7	6,4	6,1	5,3	6,1	5,6
<b>Jul</b>	7,5	7,7	7,5	7,2	7,2	6,9	6,5	6,9	7,0	6,4
<b>Ago</b>	7,8	8,1	7,7	7,0	6,8	6,3	6,3	6,3	6,3	6,2
<b>Set</b>	7,8	7,6	7,4	6,7	6,2	6,4	6,0	5,9	6,0	5,7
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>4,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,0</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>5,3</b>	<b>5,6</b>	<b>5,2</b>	<b>5,2</b>	<b>4,7</b>
<b>Mai</b>	4,9	6,5	6,0	6,0	5,4	5,2	5,0	4,5	4,8	4,1
<b>Jun</b>	5,2	6,2	6,0	6,2	6,0	4,7	5,9	4,6	5,2	4,8
<b>Jul</b>	5,3	6,7	6,2	6,2	6,6	5,0	5,9	5,9	5,9	5,0
<b>Ago</b>	4,9	6,5	6,1	6,3	6,1	5,7	5,6	5,4	5,4	4,9
<b>Set</b>	3,6	6,9	5,7	5,7	5,4	5,8	5,6	5,3	4,7	4,9
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>2,2</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>
<b>Mai</b>	2,3	2,6	2,0	2,1	2,0	2,4	2,4	2,2	2,1	2,3
<b>Jun</b>	2,0	2,7	2,9	2,5	2,3	2,7	2,2	2,6	2,4	2,4
<b>Jul</b>	2,6	2,8	2,8	2,5	2,6	2,9	2,4	2,5	2,8	2,7
<b>Ago</b>	2,3	3,0	3,0	2,7	2,7	2,9	2,6	2,7	2,7	2,7
<b>Set</b>	2,0	3,1	2,1	2,1	2,1	2,7	2,2	2,2	2,5	2,4
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>3,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>
<b>Mai</b>	2,5	2,3	2,1	2,2	2,2	2,4	2,4	2,2	2,3	2,5
<b>Jun</b>	2,8	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5	2,8	2,8	2,8	2,9
<b>Jul</b>	3,8	3,3	3,3	3,5	3,5	3,3	3,4	3,4	3,5	3,8
<b>Ago</b>	4,0	3,9	3,8	4,0	3,9	3,8	3,7	3,8	3,9	4,2
<b>Set</b>	3,1	3,0	3,0	3,0	3,1	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>2,9</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>3,1</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>
<b>Mai</b>	2,4	2,9	2,7	2,8	2,6	2,8	2,9	2,6	2,5	2,6
<b>Jun</b>	3,1	2,8	2,9	3,0	2,3	3,2	2,8	2,7	2,7	2,5
<b>Jul</b>	2,9	2,8	3,0	2,9	2,9	3,1	3,1	3,1	3,0	2,8
<b>Ago</b>	3,2	3,5	3,3	3,2	3,1	3,4	3,2	2,8	3,1	3,0
<b>Set</b>	2,7	3,3	2,7	2,5	2,5	3,0	2,9	2,8	2,6	2,7
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>4,4</b>	<b>4,2</b>	<b>5,0</b>	<b>4,8</b>	<b>5,7</b>	<b>4,8</b>	<b>5,3</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>	<b>5,0</b>
<b>Mai</b>	3,7	3,8	4,3	3,7	5,3	3,6	4,7	4,4	4,8	4,8
<b>Jun</b>	3,7	4,0	4,7	4,5	6,1	4,7	5,4	4,6	5,7	4,9

<b>Jul</b>	5,4	4,9	5,2	5,5	6,0	4,6	5,8	5,6	5,4	5,5
<b>Ago</b>	5,4	4,9	5,6	5,9	6,2	5,7	5,2	5,7	5,7	5,5
<b>Set</b>	3,5	3,5	5,4	4,5	5,0	5,3	5,5	4,7	4,9	4,6
<b>Holanda</b>										
<b>Média</b>	<b>7,5</b>	<b>7,0</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,0</b>	<b>7,0</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,5</b>	<b>6,6</b>
<b>Mai</b>	6,4	6,7	6,6	6,7	6,7	6,4	6,3	6,0	6,1	6,1
<b>Jun</b>	7,1	6,5	7,4	7,0	6,9	6,6	6,7	6,3	6,5	6,5
<b>Jul</b>	8,6	7,3	7,8	7,6	7,4	7,9	7,3	7,2	7,5	7,2
<b>Ago</b>	7,7	7,1	7,9	7,6	7,0	7,2	6,9	6,7	6,4	6,8
<b>Set</b>	7,7	7,4	7,0	7,0	7,0	7,0	6,9	6,7	5,9	6,7
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>7,2</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>5,9</b>	<b>5,8</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>	<b>5,5</b>
<b>Mai</b>	6,6	6,2	6,3	6,0	6,0	5,6	5,2	5,1	5,2	4,9
<b>Jun</b>	6,9	6,8	6,3	6,3	6,0	5,8	5,8	5,3	5,4	5,1
<b>Jul</b>	7,6	7,0	6,7	6,4	6,6	6,1	6,1	5,8	5,9	5,6
<b>Ago</b>	7,7	7,6	7,5	6,7	6,8	6,3	6,1	6,2	6,1	6,2
<b>Set</b>	7,1	6,6	6,4	6,2	6,0	5,8	6,0	5,6	5,6	5,5
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>
<b>Mai</b>	2,6	2,5	3,4	3,2	2,8	2,7	2,8	2,9	2,9	2,7
<b>Jun</b>	2,7	3,5	3,6	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,2
<b>Jul</b>	3,5	4,0	3,7	3,7	3,9	3,5	3,6	3,4	3,6	3,5
<b>Ago</b>	3,8	4,2	3,9	4,0	4,0	4,1	3,9	3,7	3,8	3,7
<b>Set</b>	3,1	2,9	2,8	2,7	3,1	3,0	3,1	3,0	2,9	3,2

**Apêndice 12:** Valores da Estada Média Inverno (Outubro/Abril) (em número de dias)

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,1</b>	<b>6,5</b>	<b>6,6</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,1</b>	<b>5,6</b>
<b>Jan</b>	8,0	7,4	8,1	7,5	7,5	6,9	7,2	7,3	7,0	5,7
<b>Fev</b>	8,8	8,2	8,4	7,7	7,5	7,3	7,5	6,6	7,0	5,7
<b>Mar</b>	7,1	7,7	7,3	6,2	6,8	6,4	5,8	6,0	6,1	5,5
<b>Abr</b>	6,1	6,5	5,8	6,1	6,0	5,4	5,8	5,5	5,6	5,1
<b>Out</b>	7,6	7,2	6,9	6,7	6,1	6,0	5,8	5,4	5,4	5,7
<b>Nov</b>	7,4	7,7	6,4	5,3	6,0	6,0	6,2	6,4	5,6	5,2
<b>Dez</b>	7,3	6,9	6,8	6,1	6,5	6,6	5,8	6,6	6,3	6,1
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>6,8</b>	<b>6,8</b>	<b>6,1</b>	<b>5,6</b>	<b>5,8</b>	<b>5,5</b>	<b>6,0</b>	<b>5,2</b>	<b>5,4</b>	<b>4,7</b>
<b>Jan</b>	8,9	7,9	8,1	6,4	6,3	6,1	6,9	6,6	6,6	5,5
<b>Fev</b>	9,4	8,1	8,1	6,9	7,2	6,3	6,3	6,2	6,9	5,6
<b>Mar</b>	7,7	7,4	6,4	4,9	6,1	4,9	6,0	5,5	5,7	3,9
<b>Abr</b>	5,0	5,7	5,4	5,3	4,9	5,1	5,0	4,8	4,4	5,0
<b>Out</b>	3,9	5,8	5,2	5,3	5,6	5,2	5,4	4,3	3,9	4,5
<b>Nov</b>	4,9	6,2	4,8	4,8	4,8	4,8	5,9	5,0	4,5	3,9
<b>Dez</b>	7,9	6,5	5,0	5,6	5,4	6,4	6,2	4,2	6,0	4,8
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>
<b>Jan</b>	3,4	2,5	2,7	2,0	2,0	2,1	2,4	2,2	2,0	2,1
<b>Fev</b>	3,1	3,6	3,0	2,7	2,3	2,9	2,6	2,0	2,3	1,9
<b>Mar</b>	5,3	3,4	2,0	2,0	2,5	3,0	2,6	2,5	2,1	2,6
<b>Abr</b>	2,6	2,7	2,5	2,4	2,6	2,9	2,4	2,3	2,3	2,4
<b>Out</b>	2,6	3,6	2,2	2,3	2,0	2,9	3,0	2,4	2,3	2,2
<b>Nov</b>	3,1	4,4	2,7	2,3	2,5	3,4	3,1	3,2	2,7	2,5
<b>Dez</b>	2,4	3,4	1,7	2,3	2,4	2,7	2,8	2,2	2,4	2,3
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>
<b>Jan</b>	2,5	2,2	2,3	2,2	1,9	2,3	2,6	2,6	2,0	2,1
<b>Fev</b>	1,9	1,9	2,5	2,3	2,1	2,1	2,3	2,7	2,1	2,8
<b>Mar</b>	2,1	2,2	2,9	2,0	2,0	2,9	2,5	2,7	3,1	2,7
<b>Abr</b>	3,3	3,3	2,2	2,9	2,9	2,5	3,0	2,6	3,3	3,2
<b>Out</b>	2,4	2,3	2,4	2,6	2,3	2,5	2,3	2,5	2,4	2,6
<b>Nov</b>	2,1	2,2	2,2	2,2	2,4	2,3	2,9	2,2	2,4	2,3
<b>Dez</b>	2,5	2,7	2,7	2,8	2,6	2,4	2,8	2,6	2,6	2,6
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>3,6</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	<b>3,1</b>	<b>3,5</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>

<b>Jan</b>	3,5	3,4	3,7	3,2	3,2	3,9	2,6	3,0	3,3	3,4
<b>Fev</b>	3,9	4,3	4,5	3,9	3,9	3,7	3,3	3,7	3,7	3,3
<b>Mar</b>	4,2	3,7	3,9	3,8	3,6	3,7	3,8	3,0	3,1	2,9
<b>Abr</b>	3,0	3,0	3,0	3,0	2,5	2,8	2,8	2,5	2,7	2,8
<b>Out</b>	2,8	2,8	2,8	2,6	2,6	2,7	2,7	3,0	2,7	2,9
<b>Nov</b>	4,3	4,1	3,6	3,4	3,0	3,7	4,0	2,7	3,1	3,2
<b>Dez</b>	3,5	3,7	3,1	3,8	3,1	3,8	3,5	2,8	3,2	2,9
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,9</b>	<b>4,0</b>	<b>4,1</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>4,1</b>	<b>3,8</b>
<b>Jan</b>	3,9	3,1	4,5	3,3	2,8	3,7	3,5	5,3	4,3	3,6
<b>Fev</b>	3,8	3,8	3,6	4,4	3,9	3,8	3,6	5,2	4,1	3,8
<b>Mar</b>	3,9	3,9	4,2	3,6	4,0	4,2	3,7	4,5	3,5	3,8
<b>Abr</b>	3,7	3,9	4,1	4,2	5,7	5,0	5,1	4,7	4,9	4,3
<b>Out</b>	3,4	3,8	4,3	4,8	4,9	4,9	4,2	5,1	4,6	4,6
<b>Nov</b>	3,5	3,7	3,4	3,5	3,0	3,3	3,6	3,5	3,5	3,3
<b>Dez</b>	4,1	3,6	2,1	3,3	3,4	3,6	3,3	4,3	3,6	3,4
<b>Holanda</b>										
<b>Média</b>	<b>9,3</b>	<b>9,3</b>	<b>9,2</b>	<b>9,1</b>	<b>8,9</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>	<b>9,0</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>
<b>Jan</b>	10,9	10,7	10,8	10,7	10,3	10,1	10,1	10,4	9,8	10,3
<b>Fev</b>	11,4	11,6	11,1	11,6	11,1	10,2	10,6	10,5	9,8	11,0
<b>Mar</b>	10,2	10,4	10,7	10,4	9,6	9,3	9,1	9,5	9,2	8,9
<b>Abr</b>	6,8	6,3	6,7	7,1	6,2	6,6	6,6	6,5	6,7	6,1
<b>Out</b>	7,1	7,2	7,2	6,8	6,7	6,4	6,4	6,3	6,4	6,8
<b>Nov</b>	9,3	9,8	9,5	8,2	9,0	8,7	9,0	10,3	9,6	8,6
<b>Dez</b>	9,3	9,0	8,5	8,6	9,6	9,6	9,2	9,8	9,6	9,4
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,4</b>	<b>6,2</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>5,9</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>
<b>Jan</b>	8,2	7,8	7,5	7,2	7,1	7,2	6,7	6,3	6,3	6,0
<b>Fev</b>	7,1	6,6	6,6	6,6	6,5	6,4	6,4	6,1	6,0	6,1
<b>Mar</b>	6,4	6,8	6,3	5,9	6,1	5,7	5,9	5,6	5,5	5,2
<b>Abr</b>	6,4	6,1	5,8	5,4	5,6	5,3	5,4	4,7	5,2	5,0
<b>Out</b>	6,4	6,3	5,9	5,9	5,8	5,4	5,4	5,3	5,0	5,5
<b>Nov</b>	6,2	6,5	6,1	5,9	5,7	5,6	5,7	5,5	5,4	5,0
<b>Dez</b>	6,9	6,4	6,4	6,2	6,0	5,8	5,5	5,3	5,6	5,6
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>
<b>Jan</b>	3,2	3,5	3,8	3,0	2,4	3,0	2,5	2,6	3,2	2,9
<b>Fev</b>	2,9	3,5	2,8	3,3	3,5	3,3	3,0	4,1	3,7	3,5
<b>Mar</b>	3,1	4,2	3,5	3,3	2,8	3,2	2,7	2,9	3,3	4,4
<b>Abr</b>	2,3	3,3	3,1	3,2	2,9	3,0	3,1	2,7	3,0	2,8
<b>Out</b>	4,0	3,3	2,8	3,1	2,9	2,8	2,9	3,0	2,9	2,9
<b>Nov</b>	4,8	4,0	3,0	2,7	3,0	2,7	3,5	3,4	2,7	3,0
<b>Dez</b>	3,8	3,1	2,6	2,6	3,0	3,2	3,1	3,0	3,1	2,7

**Apêndice 13: Receita Média Mês (valores em euros) (valores em euros)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>180,5</b>	<b>192,5</b>	<b>199,7</b>	<b>222,1</b>	<b>211,3</b>	<b>228,6</b>	<b>235,2</b>	<b>249,5</b>	<b>251,6</b>	<b>249,0</b>
<b>Jan</b>	193,9	201,3	176,8	222,1	212,6	235,9	238,9	264,5	270,3	275,3
<b>Fev</b>	158,6	181,1	168,4	208,6	180,8	194,4	203,3	209,9	224,4	223,8
<b>Mar</b>	146,4	158,6	163,2	183,7	160,0	179,7	173,4	189,1	182,5	180,3
<b>Abr</b>	164,6	181,9	171,4	184,2	184,2	198,2	207,0	232,2	216,7	226,7
<b>Mai</b>	154,9	164,6	163,4	218,4	184,2	206,8	206,8	220,9	213,2	201,7
<b>Jun</b>	142,4	195,1	154,0	173,5	169,4	188,4	192,8	206,9	202,6	194,0
<b>Jul</b>	191,3	197,1	190,5	229,0	225,0	241,0	246,8	260,8	259,5	268,7
<b>Ago</b>	170,9	187,2	202,9	223,3	215,5	228,3	249,9	262,7	260,6	252,7
<b>Set</b>	165,5	167,2	204,4	194,1	185,5	225,6	213,0	220,1	235,0	215,8
<b>Out</b>	175,6	175,7	211,7	242,7	237,2	246,6	242,5	231,4	236,9	237,3
<b>Nov</b>	206,1	221,2	277,5	277,4	252,4	256,1	252,0	275,8	277,2	270,7
<b>Dez</b>	295,8	279,0	312,6	308,4	329,3	342,6	395,5	419,1	440,5	440,6
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>40,6</b>	<b>37,1</b>	<b>35,3</b>	<b>34,8</b>	<b>38,6</b>	<b>39,3</b>	<b>41,3</b>	<b>47,8</b>	<b>47,5</b>	<b>48,4</b>
<b>Jan</b>	51,3	45,6	46,3	48,1	47,8	53,0	53,8	62,3	61,7	74,6
<b>Fev</b>	41,2	36,2	34,0	36,1	39,1	40,9	36,3	42,3	49,2	49,8
<b>Mar</b>	31,5	39,1	35,0	37,4	36,3	29,5	39,4	42,6	36,9	37,6
<b>Abr</b>	30,6	29,3	28,7	26,2	26,7	31,6	31,5	33,8	31,6	30,4
<b>Mai</b>	22,6	22,0	19,0	21,0	23,1	23,5	24,4	28,7	26,7	26,5
<b>Jun</b>	22,8	27,8	20,7	20,1	22,0	23,6	23,1	29,2	27,8	25,0
<b>Jul</b>	33,1	28,8	26,0	27,3	30,2	32,2	34,7	37,8	33,9	40,1
<b>Ago</b>	35,0	30,9	30,0	30,2	33,1	31,8	36,2	41,9	40,7	37,0
<b>Set</b>	32,6	24,6	25,2	25,2	26,9	29,7	28,6	30,1	29,3	29,2
<b>Out</b>	38,5	36,5	33,6	31,8	38,6	38,3	41,7	42,1	42,4	42,6
<b>Nov</b>	47,4	36,3	39,6	38,0	47,2	46,6	43,6	48,9	53,3	56,3
<b>Dez</b>	100,4	88,4	85,5	76,7	92,6	90,6	102,4	133,6	137,0	131,6
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>520,2</b>	<b>318,5</b>	<b>286,8</b>	<b>329,6</b>	<b>323,0</b>	<b>358,2</b>	<b>360,2</b>	<b>416,5</b>	<b>398,6</b>	<b>362,1</b>
<b>Jan</b>	631,2	362,7	338,1	330,2	299,6	332,1	336,8	432,9	469,8	423,3
<b>Fev</b>	670,8	376,7	283,2	317,2	320,3	401,2	375,1	442,7	592,8	415,2
<b>Mar</b>	602,3	259,5	312,4	357,3	435,0	408,8	431,9	467,9	443,0	404,9
<b>Abr</b>	495,4	305,5	306,8	335,6	332,9	396,7	320,7	392,1	329,5	314,9
<b>Mai</b>	500,7	233,0	260,5	288,3	333,2	307,2	333,4	393,7	366,5	295,7
<b>Jun</b>	476,1	312,3	225,4	270,6	276,3	321,0	381,8	393,9	413,6	381,1
<b>Jul</b>	423,4	274,3	250,7	311,5	288,0	313,6	280,1	338,6	323,9	317,4
<b>Ago</b>	704,7	407,2	354,7	348,5	358,9	349,6	369,7	411,7	360,3	384,9
<b>Set</b>	294,0	308,2	274,0	304,3	291,6	372,4	363,3	380,5	300,3	303,3

<b>Out</b>	456,2	241,3	299,2	286,5	309,8	315,0	336,9	390,4	338,1	327,0
<b>Nov</b>	487,7	367,3	257,4	358,9	331,8	415,1	407,5	506,6	435,7	388,1
<b>Dez</b>	499,4	373,6	279,1	446,0	299,1	366,4	385,7	447,3	409,6	389,5
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>480,3</b>	<b>426,3</b>	<b>397,6</b>	<b>364,7</b>	<b>389,4</b>	<b>417,6</b>	<b>384,1</b>	<b>393,9</b>	<b>397,3</b>	<b>433,7</b>
<b>Jan</b>	702,6	567,2	577,1	531,4	559,8	573,6	575,6	532,9	566,0	618,9
<b>Fev</b>	579,2	517,7	461,7	404,9	511,2	470,8	512,0	439,3	429,0	513,0
<b>Mar</b>	534,6	473,0	289,1	434,1	427,1	280,7	424,7	358,1	419,5	434,5
<b>Abr</b>	274,4	256,3	365,7	215,7	236,1	396,8	265,5	290,0	246,4	256,6
<b>Mai</b>	399,8	429,5	378,9	388,8	435,4	372,8	363,9	388,9	371,7	407,3
<b>Jun</b>	465,8	533,4	400,3	356,2	338,7	379,3	334,1	358,6	321,9	324,9
<b>Jul</b>	346,4	298,0	260,7	241,2	271,6	293,7	269,1	276,8	248,9	281,5
<b>Ago</b>	231,0	205,8	195,3	188,3	203,6	212,8	214,4	222,4	214,7	237,5
<b>Set</b>	359,3	310,7	311,2	282,8	297,0	358,6	322,2	323,6	318,3	355,5
<b>Out</b>	561,3	430,4	443,7	420,9	425,1	503,3	381,2	404,4	416,5	504,5
<b>Nov</b>	668,2	634,1	620,8	507,2	476,1	591,6	481,5	605,2	642,7	598,3
<b>Dez</b>	640,7	459,8	467,0	405,3	490,9	577,1	465,2	526,6	572,2	672,3
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>47,1</b>	<b>55,3</b>	<b>51,7</b>	<b>47,6</b>	<b>48,7</b>	<b>45,5</b>	<b>49,6</b>	<b>55,3</b>	<b>65,2</b>	<b>70,4</b>
<b>Jan</b>	62,7	69,8	69,9	64,2	63,0	67,5	60,5	67,9	81,8	100,7
<b>Fev</b>	47,9	53,3	50,3	47,7	59,1	43,6	63,7	59,3	77,6	89,3
<b>Mar</b>	45,9	40,4	47,7	45,2	44,5	35,4	44,2	57,1	57,7	69,0
<b>Abr</b>	44,9	49,3	42,4	37,3	39,3	32,5	39,2	52,8	54,5	56,4
<b>Mai</b>	42,1	40,9	48,2	36,6	38,4	33,9	31,4	43,1	45,9	52,8
<b>Jun</b>	36,9	56,8	48,0	36,6	38,9	33,2	34,3	41,8	46,0	49,6
<b>Jul</b>	46,2	60,4	56,2	48,0	48,1	45,0	45,4	51,5	62,0	69,4
<b>Ago</b>	50,1	68,6	55,7	51,9	53,3	48,2	56,7	57,1	63,6	72,2
<b>Set</b>	41,9	47,3	45,3	42,0	40,8	39,1	44,2	47,8	56,3	52,0
<b>Out</b>	37,6	45,7	41,0	38,5	41,8	41,2	40,1	45,0	49,7	47,2
<b>Nov</b>	39,5	47,0	41,9	44,2	44,2	47,9	47,2	53,1	70,8	70,3
<b>Dez</b>	70,1	83,9	74,2	78,7	72,6	79,0	88,0	86,9	117,2	116,1
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>79,0</b>	<b>88,4</b>	<b>88,5</b>	<b>83,6</b>	<b>84,7</b>	<b>84,7</b>	<b>87,1</b>	<b>92,3</b>	<b>87,9</b>	<b>81,3</b>
<b>Jan</b>	105,1	122,2	124,4	112,0	111,6	116,2	131,5	139,6	140,8	144,2
<b>Fev</b>	80,9	78,9	88,6	84,7	93,1	84,4	82,1	98,0	88,6	92,2
<b>Mar</b>	68,4	71,1	89,3	68,1	71,8	81,5	78,3	89,2	73,5	67,8
<b>Abr</b>	49,3	51,7	52,4	55,4	54,4	46,8	53,0	62,4	57,1	51,2
<b>Mai</b>	34,5	36,5	41,0	39,1	39,3	43,7	37,7	42,9	36,7	37,7
<b>Jun</b>	42,5	58,5	47,3	45,2	44,1	40,9	41,4	45,6	43,2	40,5
<b>Jul</b>	89,0	102,7	99,5	95,8	95,7	97,9	92,1	93,4	88,2	69,8
<b>Ago</b>	111,6	136,4	132,2	130,9	123,0	114,3	116,7	114,6	103,4	92,7
<b>Set</b>	58,2	63,3	61,9	63,7	58,3	58,4	57,1	62,3	58,6	52,0
<b>Out</b>	68,4	63,4	66,3	64,4	70,1	62,6	64,8	62,4	63,3	65,7
<b>Nov</b>	92,9	96,1	97,0	80,4	88,2	95,8	94,8	100,6	102,4	83,7

<b>Dez</b>	147,4	180,5	162,3	163,3	166,5	174,5	195,1	196,7	198,7	178,3
<b>Holanda</b>										
<b>Média</b>	<b>131,0</b>	<b>160,4</b>	<b>143,5</b>	<b>146,7</b>	<b>156,4</b>	<b>156,8</b>	<b>164,3</b>	<b>179,9</b>	<b>176,7</b>	<b>173,1</b>
<b>Jan</b>	125,6	173,9	124,8	128,5	146,5	146,9	149,3	166,1	179,8	169,8
<b>Fev</b>	113,1	138,4	120,4	123,2	149,0	138,1	129,5	139,7	151,2	143,6
<b>Mar</b>	103,1	133,9	132,7	123,7	136,4	139,8	133,9	147,6	149,7	152,3
<b>Abr</b>	105,3	146,6	147,4	141,9	156,2	149,5	163,9	184,2	175,5	174,8
<b>Mai</b>	104,2	133,5	117,0	131,2	131,2	138,2	147,1	164,6	156,2	156,3
<b>Jun</b>	96,1	166,0	124,8	122,7	124,1	124,7	143,9	152,1	146,3	137,0
<b>Jul</b>	114,9	155,4	134,6	134,6	143,2	137,4	157,4	168,9	152,4	157,5
<b>Ago</b>	123,3	142,8	134,4	134,9	142,7	138,5	155,8	169,5	153,4	153,1
<b>Set</b>	122,9	145,0	143,3	144,3	145,5	155,6	154,2	176,3	168,1	161,8
<b>Out</b>	134,0	154,8	146,0	158,3	170,4	169,4	184,9	186,9	178,3	175,2
<b>Nov</b>	177,8	194,8	180,1	183,3	196,8	203,6	201,4	209,5	207,1	214,1
<b>Dez</b>	252,0	239,7	216,3	233,4	235,0	240,0	250,3	293,3	302,2	281,4
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>186,0</b>	<b>220,5</b>	<b>215,5</b>	<b>227,0</b>	<b>240,2</b>	<b>233,8</b>	<b>239,5</b>	<b>263,6</b>	<b>251,0</b>	<b>239,6</b>
<b>Jan</b>	188,2	217,3	221,4	233,3	266,2	253,3	235,2	285,8	289,2	282,6
<b>Fev</b>	165,6	187,3	196,8	210,6	229,7	224,7	223,7	226,4	240,9	238,1
<b>Mar</b>	170,1	193,9	213,7	206,1	226,5	221,8	209,9	239,4	235,0	222,7
<b>Abr</b>	179,2	209,5	209,6	215,9	234,6	226,5	220,4	259,6	229,9	226,2
<b>Mai</b>	156,5	199,7	187,5	205,6	208,8	203,1	208,0	234,2	205,3	189,8
<b>Jun</b>	148,1	215,6	180,7	190,1	198,1	196,6	190,5	218,3	193,8	179,2
<b>Jul</b>	188,2	226,4	210,5	227,6	233,5	234,3	246,2	254,1	230,9	217,6
<b>Ago</b>	184,2	219,4	204,2	230,2	232,0	225,2	236,3	257,0	240,1	244,3
<b>Set</b>	178,1	206,7	202,8	220,9	216,8	211,4	217,7	228,4	217,5	215,6
<b>Out</b>	188,3	221,3	210,1	229,4	242,2	229,8	231,0	251,9	228,1	219,6
<b>Nov</b>	210,3	249,6	238,6	256,1	271,9	268,0	302,6	319,1	317,7	300,6
<b>Dez</b>	275,3	299,7	310,5	298,5	322,3	310,5	352,1	389,3	383,5	339,0
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>225,1</b>	<b>219,8</b>	<b>207,1</b>	<b>182,3</b>	<b>197,1</b>	<b>199,4</b>	<b>212,0</b>	<b>215,8</b>	<b>208,8</b>	<b>214,4</b>
<b>Jan</b>	253,5	220,7	205,9	202,6	219,7	217,0	226,3	232,8	230,2	263,8
<b>Fev</b>	272,4	276,8	284,3	210,1	218,6	206,0	253,8	241,0	250,7	260,2
<b>Mar</b>	213,3	195,8	206,4	166,0	174,2	176,9	191,9	195,7	190,6	192,2
<b>Abr</b>	168,8	183,4	183,7	159,9	160,2	170,0	186,1	205,4	185,4	176,1
<b>Mai</b>	196,5	197,9	203,8	176,7	200,5	189,9	195,7	206,2	186,8	199,1
<b>Jun</b>	194,9	202,2	163,5	166,1	174,0	168,5	183,3	191,7	181,0	186,6
<b>Jul</b>	215,7	193,5	178,7	176,5	186,1	186,4	188,8	203,1	186,7	202,7
<b>Ago</b>	148,0	131,9	137,6	130,7	140,8	142,0	150,6	159,3	146,3	146,9
<b>Set</b>	211,8	202,3	200,7	189,4	201,3	213,6	217,3	220,2	208,8	201,6
<b>Out</b>	268,2	213,8	210,1	208,6	233,9	225,6	229,1	217,4	214,7	229,3
<b>Nov</b>	271,8	338,8	263,6	204,9	226,1	248,3	274,1	277,5	262,6	242,2
<b>Dez</b>	286,1	280,9	246,2	196,3	229,7	248,0	247,1	239,3	262,2	272,3

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Alemanha - Desvio Padrão									
<b>39,4</b>	<b>31,0</b>	<b>46,7</b>	<b>37,9</b>	<b>44,7</b>	<b>41,7</b>	<b>54,1</b>	<b>57,3</b>	<b>63,2</b>	<b>65,0</b>
Alemanha - Média									
180,5	192,5	199,7	222,1	211,3	228,6	235,2	249,5	251,6	249,0
Alemanha - Coeficiente de Variação									
21,8%	16,1%	23,4%	17,1%	21,1%	18,2%	23,0%	23,0%	25,1%	26,1%

Bélgica - Desvio Padrão									
<b>19,8</b>	<b>16,7</b>	<b>16,8</b>	<b>14,8</b>	<b>18,2</b>	<b>17,6</b>	<b>20,1</b>	<b>27,4</b>	<b>28,9</b>	<b>28,5</b>
Bélgica - Média									
40,6	37,1	35,3	34,8	38,6	39,3	41,3	47,8	47,5	48,4
Bélgica - Coeficiente de Variação									
48,9%	45,0%	47,7%	42,4%	47,1%	44,9%	48,8%	57,4%	60,8%	58,9%

Brasil - Desvio Padrão									
<b>109,9</b>	<b>56,0</b>	<b>35,7</b>	<b>44,5</b>	<b>40,6</b>	<b>38,7</b>	<b>39,4</b>	<b>43,2</b>	<b>77,8</b>	<b>44,7</b>
Brasil - Média									
520,2	318,5	286,8	329,6	323,0	358,2	360,2	416,5	398,6	362,1
Brasil - Coeficiente de Variação									
21,1%	17,6%	12,5%	13,5%	12,6%	10,8%	10,9%	10,4%	19,5%	12,4%

Espanha - Desvio Padrão									
<b>151,0</b>	<b>127,0</b>	<b>120,2</b>	<b>106,2</b>	<b>111,6</b>	<b>120,3</b>	<b>105,5</b>	<b>110,0</b>	<b>132,9</b>	<b>141,8</b>
Espanha - Média									
480,3	426,3	397,6	364,7	389,4	417,6	384,1	393,9	397,3	433,7
Espanha - Coeficiente de Variação									
31,4%	29,8%	30,2%	29,1%	28,7%	28,8%	27,5%	27,9%	33,4%	32,7%

EUA - Desvio Padrão									
<b>9,5</b>	<b>12,7</b>	<b>10,2</b>	<b>12,1</b>	<b>10,6</b>	<b>13,6</b>	<b>15,0</b>	<b>11,9</b>	<b>19,2</b>	<b>20,8</b>
EUA - Média									
47,1	55,3	51,7	47,6	48,7	45,5	49,6	55,3	65,2	70,4
EUA - Coeficiente de Variação									
20,2%	22,9%	19,8%	25,3%	21,7%	30,0%	30,2%	21,5%	29,4%	29,6%

França - Desvio Padrão									
<b>31,1</b>	<b>39,5</b>	<b>35,7</b>	<b>35,1</b>	<b>35,1</b>	<b>37,0</b>	<b>42,6</b>	<b>41,9</b>	<b>43,6</b>	<b>40,3</b>
França - Média									
79,0	88,4	88,5	83,6	84,7	84,7	87,1	92,3	87,9	81,3
França - Desvio Padrão									
39,3%	44,7%	40,3%	42,0%	41,5%	43,7%	49,0%	45,4%	49,6%	49,6%

Holanda - Desvio Padrão									
<b>41,8</b>	<b>29,4</b>	<b>27,2</b>	<b>31,0</b>	<b>29,9</b>	<b>31,8</b>	<b>32,2</b>	<b>38,6</b>	<b>41,5</b>	<b>37,7</b>
Holanda - Média									
131,0	160,4	143,5	146,7	156,4	156,8	164,3	179,9	176,7	173,1
Holanda - Coeficiente de Variação									
31,9%	18,3%	18,9%	21,1%	19,1%	20,3%	19,6%	21,5%	23,5%	21,8%

Reino Unido - Desvio Padrão									
<b>31,2</b>	<b>28,5</b>	<b>32,0</b>	<b>26,9</b>	<b>31,9</b>	<b>29,8</b>	<b>43,0</b>	<b>46,4</b>	<b>51,5</b>	<b>44,3</b>
Reino Unido - Média									
186,0	220,5	215,5	227,0	240,2	233,8	239,5	263,6	251,0	239,6
Reino Unido - Coeficiente de Variação									
16,8%	12,9%	14,9%	11,9%	13,3%	12,7%	17,9%	17,6%	20,5%	18,5%

Itália - Desvio Padrão									
<b>42,9</b>	<b>52,1</b>	<b>39,6</b>	<b>23,1</b>	<b>28,8</b>	<b>31,5</b>	<b>33,9</b>	<b>28,6</b>	<b>34,8</b>	<b>37,3</b>
Itália - Média									
225,1	219,8	207,1	182,3	197,1	199,4	212,0	215,8	208,8	214,4
Itália - Coeficiente de Variação									
19,0%	23,7%	19,1%	12,7%	14,6%	15,8%	16,0%	13,3%	16,7%	17,4%

**Apêndice 14: Receita Média Verão (Maio/Setembro) (valores em euros)**

<b>Países /Anos</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>165,0</b>	<b>182,3</b>	<b>183,0</b>	<b>207,7</b>	<b>195,9</b>	<b>218,0</b>	<b>221,9</b>	<b>234,3</b>	<b>234,2</b>	<b>226,6</b>
<b>Mai</b>	154,9	164,6	163,4	218,4	184,2	206,8	206,8	220,9	213,2	201,7
<b>Jun</b>	142,4	195,1	154,0	173,5	169,4	188,4	192,8	206,9	202,6	194,0
<b>Jul</b>	191,3	197,1	190,5	229,0	225,0	241,0	246,8	260,8	259,5	268,7
<b>Ago</b>	170,9	187,2	202,9	223,3	215,5	228,3	249,9	262,7	260,6	252,7
<b>Set</b>	165,5	167,2	204,4	194,1	185,5	225,6	213,0	220,1	235,0	215,8
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>29,2</b>	<b>26,8</b>	<b>24,2</b>	<b>24,8</b>	<b>27,1</b>	<b>28,2</b>	<b>29,4</b>	<b>33,5</b>	<b>31,7</b>	<b>31,6</b>
<b>Mai</b>	22,6	22,0	19,0	21,0	23,1	23,5	24,4	28,7	26,7	26,5
<b>Jun</b>	22,8	27,8	20,7	20,1	22,0	23,6	23,1	29,2	27,8	25,0
<b>Jul</b>	33,1	28,8	26,0	27,3	30,2	32,2	34,7	37,8	33,9	40,1
<b>Ago</b>	35,0	30,9	30,0	30,2	33,1	31,8	36,2	41,9	40,7	37,0
<b>Set</b>	32,6	24,6	25,2	25,2	26,9	29,7	28,6	30,1	29,3	29,2
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>479,8</b>	<b>307,0</b>	<b>273,0</b>	<b>304,6</b>	<b>309,6</b>	<b>332,7</b>	<b>345,7</b>	<b>383,7</b>	<b>352,9</b>	<b>336,5</b>
<b>Mai</b>	500,7	233,0	260,5	288,3	333,2	307,2	333,4	393,7	366,5	295,7
<b>Jun</b>	476,1	312,3	225,4	270,6	276,3	321,0	381,8	393,9	413,6	381,1
<b>Jul</b>	423,4	274,3	250,7	311,5	288,0	313,6	280,1	338,6	323,9	317,4
<b>Ago</b>	704,7	407,2	354,7	348,5	358,9	349,6	369,7	411,7	360,3	384,9
<b>Set</b>	294,0	308,2	274,0	304,3	291,6	372,4	363,3	380,5	300,3	303,3
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>360,4</b>	<b>355,5</b>	<b>309,3</b>	<b>291,5</b>	<b>309,3</b>	<b>323,4</b>	<b>300,7</b>	<b>314,1</b>	<b>295,1</b>	<b>321,4</b>
<b>Mai</b>	399,8	429,5	378,9	388,8	435,4	372,8	363,9	388,9	371,7	407,3
<b>Jun</b>	465,8	533,4	400,3	356,2	338,7	379,3	334,1	358,6	321,9	324,9
<b>Jul</b>	346,4	298,0	260,7	241,2	271,6	293,7	269,1	276,8	248,9	281,5
<b>Ago</b>	231,0	205,8	195,3	188,3	203,6	212,8	214,4	222,4	214,7	237,5
<b>Set</b>	359,3	310,7	311,2	282,8	297,0	358,6	322,2	323,6	318,3	355,5
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>43,4</b>	<b>54,8</b>	<b>50,7</b>	<b>43,0</b>	<b>43,9</b>	<b>39,9</b>	<b>42,4</b>	<b>48,3</b>	<b>54,8</b>	<b>59,2</b>
<b>Mai</b>	42,1	40,9	48,2	36,6	38,4	33,9	31,4	43,1	45,9	52,8
<b>Jun</b>	36,9	56,8	48,0	36,6	38,9	33,2	34,3	41,8	46,0	49,6
<b>Jul</b>	46,2	60,4	56,2	48,0	48,1	45,0	45,4	51,5	62,0	69,4
<b>Ago</b>	50,1	68,6	55,7	51,9	53,3	48,2	56,7	57,1	63,6	72,2
<b>Set</b>	41,9	47,3	45,3	42,0	40,8	39,1	44,2	47,8	56,3	52,0
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>67,2</b>	<b>79,5</b>	<b>76,4</b>	<b>74,9</b>	<b>72,1</b>	<b>71,0</b>	<b>69,0</b>	<b>71,8</b>	<b>66,0</b>	<b>58,5</b>
<b>Mai</b>	34,5	36,5	41,0	39,1	39,3	43,7	37,7	42,9	36,7	37,7
<b>Jun</b>	42,5	58,5	47,3	45,2	44,1	40,9	41,4	45,6	43,2	40,5
<b>Jul</b>	89,0	102,7	99,5	95,8	95,7	97,9	92,1	93,4	88,2	69,8
<b>Ago</b>	111,6	136,4	132,2	130,9	123,0	114,3	116,7	114,6	103,4	92,7
<b>Set</b>	58,2	63,3	61,9	63,7	58,3	58,4	57,1	62,3	58,6	52,0
<b>Holanda</b>										

<b>Média</b>	<b>112,2</b>	<b>148,5</b>	<b>130,8</b>	<b>133,5</b>	<b>137,3</b>	<b>138,9</b>	<b>151,7</b>	<b>166,3</b>	<b>155,3</b>	<b>153,1</b>
<b>Mai</b>	104,2	133,5	117,0	131,2	131,2	138,2	147,1	164,6	156,2	156,3
<b>Jun</b>	96,1	166,0	124,8	122,7	124,1	124,7	143,9	152,1	146,3	137,0
<b>Jul</b>	114,9	155,4	134,6	134,6	143,2	137,4	157,4	168,9	152,4	157,5
<b>Ago</b>	123,3	142,8	134,4	134,9	142,7	138,5	155,8	169,5	153,4	153,1
<b>Set</b>	122,9	145,0	143,3	144,3	145,5	155,6	154,2	176,3	168,1	161,8
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>171,0</b>	<b>213,5</b>	<b>197,1</b>	<b>214,9</b>	<b>217,8</b>	<b>214,1</b>	<b>219,8</b>	<b>238,4</b>	<b>217,5</b>	<b>209,3</b>
<b>Mai</b>	156,5	199,7	187,5	205,6	208,8	203,1	208,0	234,2	205,3	189,8
<b>Jun</b>	148,1	215,6	180,7	190,1	198,1	196,6	190,5	218,3	193,8	179,2
<b>Jul</b>	188,2	226,4	210,5	227,6	233,5	234,3	246,2	254,1	230,9	217,6
<b>Ago</b>	184,2	219,4	204,2	230,2	232,0	225,2	236,3	257,0	240,1	244,3
<b>Set</b>	178,1	206,7	202,8	220,9	216,8	211,4	217,7	228,4	217,5	215,6
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>193,4</b>	<b>185,6</b>	<b>176,9</b>	<b>167,9</b>	<b>180,5</b>	<b>180,1</b>	<b>187,2</b>	<b>196,1</b>	<b>181,9</b>	<b>187,4</b>
<b>Mai</b>	196,5	197,9	203,8	176,7	200,5	189,9	195,7	206,2	186,8	199,1
<b>Jun</b>	194,9	202,2	163,5	166,1	174,0	168,5	183,3	191,7	181,0	186,6
<b>Jul</b>	215,7	193,5	178,7	176,5	186,1	186,4	188,8	203,1	186,7	202,7
<b>Ago</b>	148,0	131,9	137,6	130,7	140,8	142,0	150,6	159,3	146,3	146,9
<b>Set</b>	211,8	202,3	200,7	189,4	201,3	213,6	217,3	220,2	208,8	201,6

**Apêndice 15: Receita Média Inverno (Outubro/Abril) (valores em euros)**

Países /Anos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Alemanha</b>										
<b>Média</b>	<b>191,6</b>	<b>199,8</b>	<b>211,7</b>	<b>232,5</b>	<b>222,4</b>	<b>236,2</b>	<b>244,7</b>	<b>260,3</b>	<b>264,1</b>	<b>265,0</b>
<b>Jan</b>	193,9	201,3	176,8	222,1	212,6	235,9	238,9	264,5	270,3	275,3
<b>Fev</b>	158,6	181,1	168,4	208,6	180,8	194,4	203,3	209,9	224,4	223,8
<b>Mar</b>	146,4	158,6	163,2	183,7	160,0	179,7	173,4	189,1	182,5	180,3
<b>Abr</b>	164,6	181,9	171,4	184,2	184,2	198,2	207,0	232,2	216,7	226,7
<b>Out</b>	175,6	175,7	211,7	242,7	237,2	246,6	242,5	231,4	236,9	237,3
<b>Nov</b>	206,1	221,2	277,5	277,4	252,4	256,1	252,0	275,8	277,2	270,7
<b>Dez</b>	295,8	279,0	312,6	308,4	329,3	342,6	395,5	419,1	440,5	440,6
<b>Bélgica</b>										
<b>Média</b>	<b>48,7</b>	<b>44,5</b>	<b>43,2</b>	<b>42,0</b>	<b>46,9</b>	<b>47,2</b>	<b>49,8</b>	<b>57,9</b>	<b>58,9</b>	<b>60,4</b>
<b>Jan</b>	51,3	45,6	46,3	48,1	47,8	53,0	53,8	62,3	61,7	74,6
<b>Fev</b>	41,2	36,2	34,0	36,1	39,1	40,9	36,3	42,3	49,2	49,8
<b>Mar</b>	31,5	39,1	35,0	37,4	36,3	29,5	39,4	42,6	36,9	37,6
<b>Abr</b>	30,6	29,3	28,7	26,2	26,7	31,6	31,5	33,8	31,6	30,4
<b>Out</b>	38,5	36,5	33,6	31,8	38,6	38,3	41,7	42,1	42,4	42,6
<b>Nov</b>	47,4	36,3	39,6	38,0	47,2	46,6	43,6	48,9	53,3	56,3
<b>Dez</b>	100,4	88,4	85,5	76,7	92,6	90,6	102,4	133,6	137,0	131,6
<b>Brasil</b>										
<b>Média</b>	<b>549,0</b>	<b>326,6</b>	<b>296,6</b>	<b>347,4</b>	<b>332,7</b>	<b>376,5</b>	<b>370,7</b>	<b>440,0</b>	<b>431,2</b>	<b>380,4</b>
<b>Jan</b>	631,2	362,7	338,1	330,2	299,6	332,1	336,8	432,9	469,8	423,3
<b>Fev</b>	670,8	376,7	283,2	317,2	320,3	401,2	375,1	442,7	592,8	415,2
<b>Mar</b>	602,3	259,5	312,4	357,3	435,0	408,8	431,9	467,9	443,0	404,9
<b>Abr</b>	495,4	305,5	306,8	335,6	332,9	396,7	320,7	392,1	329,5	314,9
<b>Out</b>	456,2	241,3	299,2	286,5	309,8	315,0	336,9	390,4	338,1	327,0
<b>Nov</b>	487,7	367,3	257,4	358,9	331,8	415,1	407,5	506,6	435,7	388,1
<b>Dez</b>	499,4	373,6	279,1	446,0	299,1	366,4	385,7	447,3	409,6	389,5
<b>Espanha</b>										
<b>Média</b>	<b>565,8</b>	<b>476,9</b>	<b>460,7</b>	<b>417,1</b>	<b>446,6</b>	<b>484,8</b>	<b>443,7</b>	<b>450,9</b>	<b>470,3</b>	<b>514,0</b>
<b>Jan</b>	702,6	567,2	577,1	531,4	559,8	573,6	575,6	532,9	566,0	618,9
<b>Fev</b>	579,2	517,7	461,7	404,9	511,2	470,8	512,0	439,3	429,0	513,0
<b>Mar</b>	534,6	473,0	289,1	434,1	427,1	280,7	424,7	358,1	419,5	434,5
<b>Abr</b>	274,4	256,3	365,7	215,7	236,1	396,8	265,5	290,0	246,4	256,6
<b>Out</b>	561,3	430,4	443,7	420,9	425,1	503,3	381,2	404,4	416,5	504,5
<b>Nov</b>	668,2	634,1	620,8	507,2	476,1	591,6	481,5	605,2	642,7	598,3
<b>Dez</b>	640,7	459,8	467,0	405,3	490,9	577,1	465,2	526,6	572,2	672,3
<b>EUA</b>										
<b>Média</b>	<b>49,8</b>	<b>55,6</b>	<b>52,5</b>	<b>50,8</b>	<b>52,1</b>	<b>49,6</b>	<b>54,7</b>	<b>60,3</b>	<b>72,7</b>	<b>78,4</b>
<b>Jan</b>	62,7	69,8	69,9	64,2	63,0	67,5	60,5	67,9	81,8	100,7
<b>Fev</b>	47,9	53,3	50,3	47,7	59,1	43,6	63,7	59,3	77,6	89,3

<b>Mar</b>	45,9	40,4	47,7	45,2	44,5	35,4	44,2	57,1	57,7	69,0
<b>Abr</b>	44,9	49,3	42,4	37,3	39,3	32,5	39,2	52,8	54,5	56,4
<b>Out</b>	37,6	45,7	41,0	38,5	41,8	41,2	40,1	45,0	49,7	47,2
<b>Nov</b>	39,5	47,0	41,9	44,2	44,2	47,9	47,2	53,1	70,8	70,3
<b>Dez</b>	70,1	83,9	74,2	78,7	72,6	79,0	88,0	86,9	117,2	116,1
<b>França</b>										
<b>Média</b>	<b>87,5</b>	<b>94,8</b>	<b>97,2</b>	<b>89,8</b>	<b>93,7</b>	<b>94,5</b>	<b>99,9</b>	<b>107,0</b>	<b>103,5</b>	<b>97,6</b>
<b>Jan</b>	105,1	122,2	124,4	112,0	111,6	116,2	131,5	139,6	140,8	144,2
<b>Fev</b>	80,9	78,9	88,6	84,7	93,1	84,4	82,1	98,0	88,6	92,2
<b>Mar</b>	68,4	71,1	89,3	68,1	71,8	81,5	78,3	89,2	73,5	67,8
<b>Abr</b>	49,3	51,7	52,4	55,4	54,4	46,8	53,0	62,4	57,1	51,2
<b>Out</b>	68,4	63,4	66,3	64,4	70,1	62,6	64,8	62,4	63,3	65,7
<b>Nov</b>	92,9	96,1	97,0	80,4	88,2	95,8	94,8	100,6	102,4	83,7
<b>Dez</b>	147,4	180,5	162,3	163,3	166,5	174,5	195,1	196,7	198,7	178,3
<b>Holanda</b>										
<b>Média</b>	<b>144,4</b>	<b>168,9</b>	<b>152,5</b>	<b>156,0</b>	<b>170,0</b>	<b>169,6</b>	<b>173,3</b>	<b>189,6</b>	<b>192,0</b>	<b>187,3</b>
<b>Jan</b>	125,6	173,9	124,8	128,5	146,5	146,9	149,3	166,1	179,8	169,8
<b>Fev</b>	113,1	138,4	120,4	123,2	149,0	138,1	129,5	139,7	151,2	143,6
<b>Mar</b>	103,1	133,9	132,7	123,7	136,4	139,8	133,9	147,6	149,7	152,3
<b>Abr</b>	105,3	146,6	147,4	141,9	156,2	149,5	163,9	184,2	175,5	174,8
<b>Out</b>	134,0	154,8	146,0	158,3	170,4	169,4	184,9	186,9	178,3	175,2
<b>Nov</b>	177,8	194,8	180,1	183,3	196,8	203,6	201,4	209,5	207,1	214,1
<b>Dez</b>	252,0	239,7	216,3	233,4	235,0	240,0	250,3	293,3	302,2	281,4
<b>Reino Unido</b>										
<b>Média</b>	<b>196,7</b>	<b>225,5</b>	<b>228,7</b>	<b>235,7</b>	<b>256,2</b>	<b>247,8</b>	<b>253,6</b>	<b>281,6</b>	<b>274,9</b>	<b>261,2</b>
<b>Jan</b>	188,2	217,3	221,4	233,3	266,2	253,3	235,2	285,8	289,2	282,6
<b>Fev</b>	165,6	187,3	196,8	210,6	229,7	224,7	223,7	226,4	240,9	238,1
<b>Mar</b>	170,1	193,9	213,7	206,1	226,5	221,8	209,9	239,4	235,0	222,7
<b>Abr</b>	179,2	209,5	209,6	215,9	234,6	226,5	220,4	259,6	229,9	226,2
<b>Out</b>	188,3	221,3	210,1	229,4	242,2	229,8	231,0	251,9	228,1	219,6
<b>Nov</b>	210,3	249,6	238,6	256,1	271,9	268,0	302,6	319,1	317,7	300,6
<b>Dez</b>	275,3	299,7	310,5	298,5	322,3	310,5	352,1	389,3	383,5	339,0
<b>Itália</b>										
<b>Média</b>	<b>247,7</b>	<b>244,3</b>	<b>228,6</b>	<b>192,6</b>	<b>208,9</b>	<b>213,1</b>	<b>229,8</b>	<b>229,9</b>	<b>228,1</b>	<b>233,7</b>
<b>Jan</b>	253,5	220,7	205,9	202,6	219,7	217,0	226,3	232,8	230,2	263,8
<b>Fev</b>	272,4	276,8	284,3	210,1	218,6	206,0	253,8	241,0	250,7	260,2
<b>Mar</b>	213,3	195,8	206,4	166,0	174,2	176,9	191,9	195,7	190,6	192,2
<b>Abr</b>	168,8	183,4	183,7	159,9	160,2	170,0	186,1	205,4	185,4	176,1
<b>Out</b>	268,2	213,8	210,1	208,6	233,9	225,6	229,1	217,4	214,7	229,3
<b>Nov</b>	271,8	338,8	263,6	204,9	226,1	248,3	274,1	277,5	262,6	242,2
<b>Dez</b>	286,1	280,9	246,2	196,3	229,7	248,0	247,1	239,3	262,2	272,3

## Apêndice 16 Dados de Análise à Matriz

### Matriz de Receita e Estada Média para Ano 2003

	Ano 2003	y	x
Países	Dormidas no Algarve	Receita Média (€)	Estada média
Alemanha	1927,3	180,5	7,5
Bélgica	187,1	405,8	6,0
Brasil	13,8	520,2	2,8
Espanha	370,5	480,3	2,8
EUA	85,5	471,4	3,3
França	133,9	790,1	4,0
Holanda	1179,9	92,3	8,5
Reino Unido	5034,2	186,0	7,0
Itália	69,5	225,1	3,3
<b>Média</b>	2524,0	441,2	5,6
<b>Máximo</b>	5034,2	790,1	8,5
<b>Mínimo</b>	13,8	92,3	2,8

### Matriz de Receita e Estada Média para Ano 2007

	Ano 2007	y	x
Países	Dormidas no Algarve	Receita Média (€)	Estada média
Alemanha	1526,2	211,3	6,6
Bélgica	192,9	386,5	5,8
Brasil	21,1	323,0	2,3
Espanha	712,1	389,4	2,6
EUA	80,1	486,8	2,9
França	261,8	846,9	4,7
Holanda	1255,5	108,3	8,1
Reino Unido	5399,0	240,2	6,2
Itália	84,4	197,1	3,1
<b>Média</b>	2710,1	477,6	5,2
<b>Máximo</b>	5399,0	846,9	8,1
<b>Mínimo</b>	21,1	108,3	2,3

### Matriz de Receita e Estada Média para Ano 2012

	<b>Ano 2012</b>	<b>y</b>	<b>x</b>
<b>Países</b>	<b>Dormidas no Algarve</b>	<b>Receita Média (€)</b>	<b>Estada média</b>
Alemanha	1367,8	249,0	5,2
Bélgica	171,6	483,9	4,7
Brasil	34,4	362,1	2,4
Espanha	730,6	433,7	2,9
EUA	70,4	704,0	2,9
França	383,5	813,2	4,3
Holanda	1431,6	118,2	7,8
Reino Unido	4538,1	239,6	5,6
Itália	85,6	214,4	3,2
<b>Média</b>	2286,2	465,7	5,1
<b>Máximo</b>	4538,1	813,2	7,8
<b>Mínimo</b>	34,4	118,2	2,4

### Matriz Volatilidade da Receita e Estada Média 2003-2012

	<b>Ano 2003/2012</b>	<b>y</b>	<b>x</b>
<b>Países</b>		<b>C. Variação Receita Média (€)</b>	<b>C. Variação Estada média</b>
Alemanha	1367,8	10%	8%
Bélgica	171,6	11%	9%
Brasil	34,4	16%	10%
Espanha	730,6	7%	3%
EUA	70,4	29%	5%
França	383,5	4%	6%
Holanda	1431,6	9%	3%
Reino Unido	4538,1	8%	7%
Itália	85,6	5%	3%
<b>Média</b>	2286,2	16%	6%
<b>Máximo</b>	4538,1	29%	10%
<b>Mínimo</b>	34,4	4%	3%