



# Dolphins Driven investe no Algarve para atrair 30 mil turistas

**Turismo** Portuguesa Dolphins Driven reforça frota marítima para responder à procura turística no Algarve.

**Helena Cristina Coelho**  
helena.coelho@economico.pt

Atrair cinco vezes mais turistas à costa algarvia nos meses de Verão é um dos impactos que a portuguesa Dolphins Driven espera conseguir com o reforço da sua frota marítima. A empresa turística vai inaugurar no próximo dia 18 uma nova embarcação, que envolve um investimento de 1,2 milhões de euros, e com a qual conta assim elevar para 30 mil o número de

visitantes em viagens para observação de golfinhos.

O investimento no novo catamarã Ocean Spirit – participado em 600 mil euros por fundos comunitários, ao abrigo do Sistema de Incentivos à Inovação, e construído nos últimos 18 meses nos Estaleiros da Nautiber, em Vila Real de Santo António – vem assim fortalecer a aposta da empresa no turismo de natureza. Uma estratégia que se tem traduzido num crescimento das operações e numa facturação que, no último ano, chegou a 550 mil euros – mas que também tem exigido um investimento intensivo. Por isso, “os resultados líquidos

## 1,2 milhões

Valor, em euros, do investimento no novo catamarã Ocean Spirit (600 mil em fundos comunitários). Feito em estaleiros portugueses, mede 17,40 metros e leva até 100 pessoas. É inaugurado no dia 18 de Julho na Marina de Albufeira.



têm sido próximos de zero ou do ‘break even’. Todos os meios libertos, durante nove anos, foram afectos a investimento”, adianta Mário Blanco, principal responsável da empresa – que é também, através da Colorstar, um dos sócios da Dolphins Driven, juntamente com Hugo Modesto e Nicolas Delepine.

Com este reforço da frota, que no último ano transportou cerca de oito mil pessoas, Mário Blanco espera facturar mais de 1,5 milhões de euros nos próximos dois anos – e não conta ficar por aqui. “Temos em estudo projectos relevantes que são sinérgicos com a actividade actual e que, por outro lado, visam

aproveitar o previsível crescimento da procura de produtos de qualidade no turismo náutico”, adianta sem mais detalhes.

Um potencial que foi confirmado pela consultora PwC num estudo estratégico. Entre as principais justificações, Mário Blanco realça o crescimento sustentado do turismo no Algarve desde 2009 e a crescente consciência ambiental dos turistas. E destaca outra das orientações estratégicas desse estudo: “A aposta no sol e mar deve passar pela integração de outras ofertas complementares que enriqueçam a proposta de valor. Os turistas procuram experiências mais complexas”, conclui o gestor. ■