

Caracterização do Sector Turístico em Portugal

Ana Cristina Marques Daniel

adaniel@ipg.pt

ESTG – Instituto Politécnico da Guarda and CASEE – Centre for Advanced Studies in Economics and Econometrics and UDI – Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

(recebido em 24 de Junho de 2010; aceite em 09 de Agosto de 2010)

Resumo. Portugal centrou essencialmente a actividade turística num único produto desde a década de 60: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” – Sun, Sea and Sand. A competitividade com outros países como a Espanha, a Turquia, a Grécia, a Tunísia, entre outros, que oferecem o mesmo tipo de produto, alertamos para a necessidade de diversificação da oferta. Para tal, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos no sentido de, por um lado combater a extrema dependência do turismo “Sol e Mar”, e por outro harmonizar o aproveitamento do espaço territorial português. O “Plano Estratégico Nacional de Turismo” 2006-2015 (PENT), é disso exemplo. O principal objectivo deste artigo é a caracterização do turismo em Portugal no que se refere à sua importância económica, principais países emissores, procura turística de novos mercados, sazonalidade, produtos turísticos e perspectivas.

Abstract. Portugal focused its tourism activity in a single product from the 60s: the traditional product, "Sun and Sea", better known for tourism of three "S" - Sun, Sea and Sand. The competitiveness with other countries such as Spain, Turkey, Greece, Tunisia, among others, that offer the same kind of products, alert us to the need for diversification of supply. To this end, the diversification of products as being made, first to combat the extreme dependence on tourism, "Sun and Sea," and by other side to harmonize the Portuguese territorial space. The "National Strategic Plan for Tourism 2006-2015 (PENT), is an example of that. The main purpose of this paper is the characterization of tourism in Portugal with regard to its economic importance, major inbound countries, tourism demand of new markets, seasonality, tourism products and perspectives.

Palavras-chave: Caracterização, Turismo, Portugal.

Keywords: Characterization, Tourism, Portugal.

1. Introdução

O turismo é uma das actividades económicas mais importantes em Portugal representando actualmente 10% do emprego, para além do seu papel preponderante no investimento e desenvolvimento de outras actividades. Apesar de o sector ter registado algumas fases mais positivas que outras, Portugal ocupava em Março de 2008 o 15º lugar, numa lista de 130 países, no ranking de competitividade do sector turístico (Portugal Digital, 2008).

Portugal centrou essencialmente a actividade turística num único produto desde a década de 60: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” – *Sun, Sea and Sand*. A competitividade com outros países como a Espanha, a Turquia, a Grécia, a Tunísia, entre outros, que oferecem o mesmo tipo de produto, alertam-nos para a necessidade de diversificação da oferta. Para tal, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos no sentido de, por um lado combater a extrema dependência do turismo “Sol e Mar”, e por outro harmonizar o aproveitamento do espaço territorial português. O “Plano Estratégico Nacional de Turismo” 2006-2015 (PENT), é disso exemplo.

O principal objectivo deste artigo é a caracterização do turismo em Portugal no que se refere à sua importância económica, principais países emissores, procura turística de novos mercados, sazonalidade, produtos turísticos e perspectivas. No entanto, dada a importância desta actividade, este artigo faz uma abordagem da sua evolução a nível mundial, a nível europeu e posteriormente a nível nacional.

O artigo encontra-se estruturado da seguinte forma: começa com uma análise da evolução do turismo a nível mundial e na Europa, em 2. Posteriormente apresenta-se a sua evolução em Portugal, caracteriza-se o sector e perspectiva-se o seu futuro em 3. Em 4 apresentam-se as conclusões do artigo.

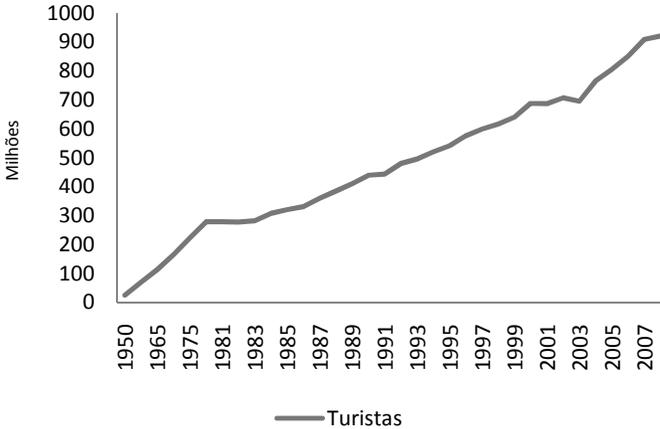
2. O Turismo no Mundo e na Europa

A expansão do turismo tem a sua origem na Revolução Industrial e está relacionada com três factores: o aumento dos tempos livres, o progresso e desenvolvimento dos meios de transporte, e a melhoria do nível de vida principalmente nos países mais desenvolvidos.

A partir do início do século XX o turismo é considerado como uma actividade economicamente relevante. Apesar de a sua evolução ter sofrido um revês com as I e II Grandes Guerras e com a Crise de 1929, a partir da década de 50 assistiu-se a um crescimento desta actividade até então nunca visto. Só para se ter uma ideia da sua evolução, enquanto que em 1950, o número de chegadas de turistas (totais mundiais) era apenas de 25 milhões, em 2008 o seu valor correspondia a 920

milhões. A Figura 1 mostra a evolução do número de chegadas mundiais de turistas internacionais, de 1950 a 2008.

Figura 1 - Chegadas Mundiais de Turistas Internacionais (1950-2008)



Fontes: UNWTO1 (2009), UNWTO, World Tourism Barometer, (vários anos).

Como se pode observar, a série regista uma evolução positiva ao longo do tempo. Apenas nos anos 1982, 2001 e 2003 se verificaram regressões na série, no primeiro caso devido às restrições aplicadas às viagens na Europa de Leste e Central, por causa do estado de sítio na Polónia e ao clima económico desfavorável, e no segundo caso devido não só à conjuntura económica, como também aos atentados de 11 de Setembro em Nova Iorque. O retrocesso verificado em 2003, deveu-se essencialmente a três factores: a guerra no Iraque iniciada em Março de 2003, o aparecimento do vírus *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS), mais conhecido por vírus da denominada pneumonia atípica e o adiamento do relançamento da economia mundial. Durante o ano de 2008, especialmente nos últimos meses do ano, o turismo foi também afectado devido ao clima de instabilidade económica e financeira que se instalou a nível mundial, pelo que a Organização Mundial do Turismo (OMT) aponta para 880 milhões, o número de chegadas mundiais de turistas internacionais em 2009 (UNWTO, 2010), o que representa um decréscimo de 4%, em relação ao ano anterior, embora estes dados sejam ainda provisórios. No entanto, e de acordo com a mesma fonte, o último

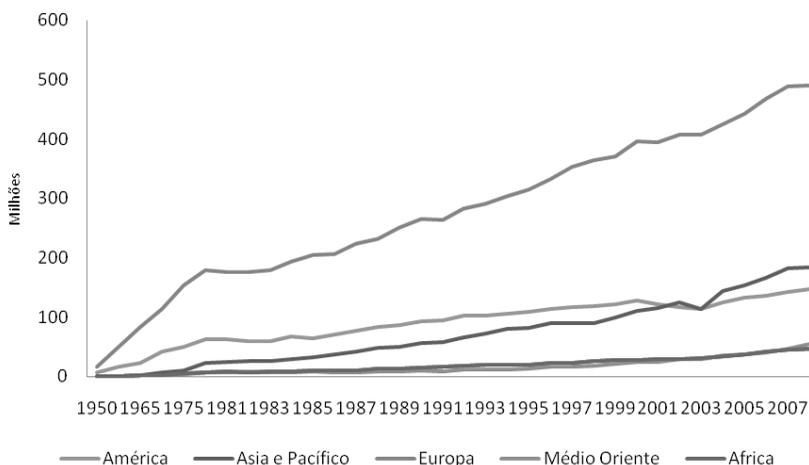
1 United Nations World Tourism Organization.

trimestre do ano de 2009, registou uma evolução positiva, ao contrário dos três primeiros trimestres do ano.

De acordo com a OMT², o número de chegadas de turistas internacionais atingirá aproximadamente os 1.6 mil milhões em 2020, sendo este 2.5 vezes o volume registado nos finais dos anos 90.

Se fizermos uma análise do número de chegadas de turistas internacionais por regiões, comprovaremos que a Europa detém o maior número de chegadas (Figura 2)

Figura 2 – Chegadas de Turistas Internacionais, por Regiões (1950-2008)

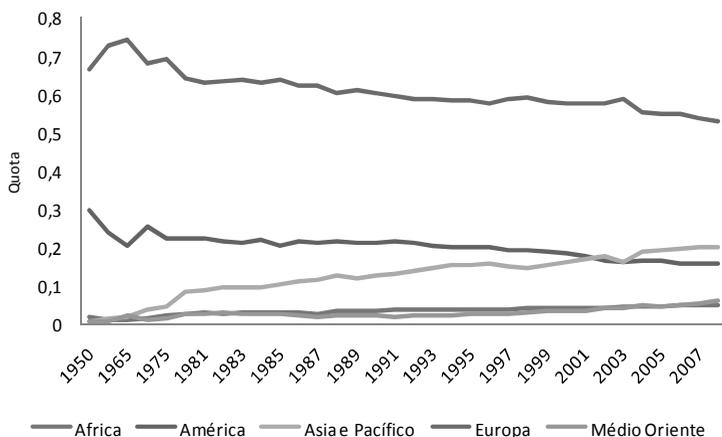


Fontes: UNWTO, *World Tourism Barometer*, (vários anos); UNWTO, *Tourism Market Trends*, (vários anos).

Pela análise da figura podemos ver que a Europa se destaca em relação às outras regiões, ou seja, mais de metade dos turistas internacionais têm como destino a Europa. A Ásia e Pacífico ultrapassaram a região da América já no século XXI e a África e o Médio Oriente apresentam os valores mais baixos. Se fizermos uma análise da quota das chegadas de turistas por regiões, chegaremos às mesmas conclusões (Figura 3).

² Informação retirada de World Tourism Organization (2003) e UNWTO (2006).

Figura 3 – Quota das Chegadas de Turistas Internacionais, por Regiões (1950-2008)



Fontes: UNWTO, World Tourism Barometer, (vários anos); UNWTO, Tourism Market Trends, (vários anos).

Pela análise da figura, podemos verificar que a Europa detém sempre, ao longo de toda a série, mais de 50% do total das chegadas de turistas internacionais, embora essa quota tenha vindo a diminuir ao longo dos anos em benefício de outras regiões, como sejam a Ásia e o Pacífico. Apesar desta diminuição, a verdade é que a Europa continua a ser uma das regiões com maior quota de turistas. Em 2008, a quota da Europa era de 53%, contra 20% da Ásia e Pacífico, 16% da América, 6% do Médio Oriente e 5% da África. Silva (2003), reforça ainda neste sentido: “A Europa, apesar de ver decair percentualmente a sua quota receptora do turismo internacional manterá uma posição preponderante” (pág. 73).

As Tabelas 1 e 2, apresentam de forma respectiva o ranking, por país, do número de chegadas mundiais de turistas e de receitas mundiais de turismo, para os anos de 2007 e 2008.

Tabela 1 – Ranking, por País, do Número de Chegadas Mundiais de Turistas (2007 e 2008)

(Milhões)

Nº de Ordem	País	2007	2008
1	França	81.9	79.3
2	Estados Unidos	56.0	58.0
3	Espanha	58.7	57.3
4	China	54.7	53.0
5	Itália	43.7	42.7
6	Reino Unido	30.9	30.2
7	Ucrânia	23.1	25.4
8	Turquia	22.2	25.0
9	Alemanha	24.4	24.9
10	México	21.4	22.6

Fonte: UNWTO (2009).

Tabela 2 – Ranking, por País, das Receitas Mundiais do Turismo (2007 e 2008)

(Bilhões de Dólares)

Nº de Ordem	País	2007	2008
1	Estados Unidos	96.7	110.1
2	Espanha	57.6	61.6
3	França	54.3	55.6
4	Itália	42.7	45.7
5	China	37.2	40.8
6	Alemanha	36.0	40.0
7	Reino Unido	38.6	36.0
8	Austrália	22.3	24.7
9	Turquia	18.5	22.0
10	Áustria	18.9	21.8

Fonte: UNWTO (2009).

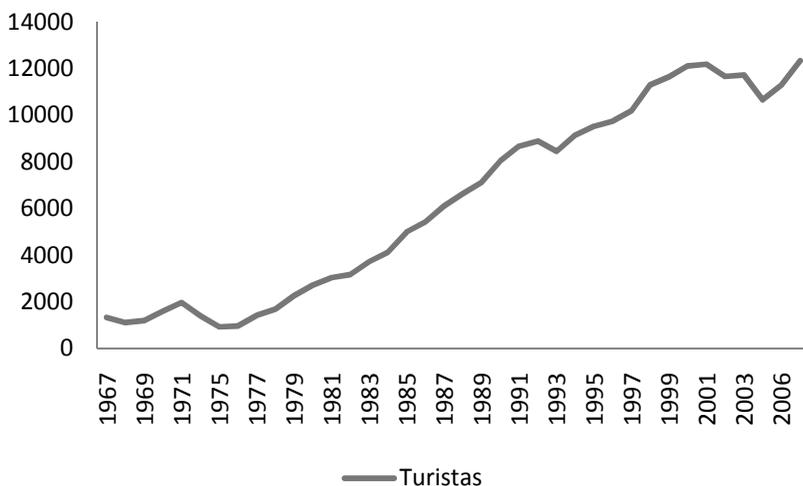
Como se pode verificar pelas tabelas, sete dos dez países que lideram, quer as chegadas mundiais de turistas, quer as receitas mundiais do turismo, são países europeus, o que vem reforçar a importância desta região no turismo mundial. Estes países europeus fazem parte de diferentes sub-regiões europeias, daí que também estas tenham diferentes quotas quer no número de chegadas de turistas, quer nas receitas do turismo. Em 2008, dos 487.1 milhões de entradas de turistas na Europa, 12% destinavam-se à Europa do Norte, 31% à Europa Ocidental, 20% à Europa Central e 37% destinavam-se ao Sul da Europa/Mediterrâneo, da qual faz parte Portugal. Em 2007, e dentro da região europeia, Portugal ocupava o 12º lugar das chegadas de turistas mundiais e o 14º lugar, quando analisado o total das receitas mundiais do turismo (UNWTO, 2009).

De acordo com a OMT, Portugal atingirá os 18.3 milhões de entradas de turistas estrangeiros em 2020. Actualmente, o turismo é uma das suas actividades mais importantes.

3 O Turismo em Portugal

É no início da década de 60, quando o fenómeno turístico apresenta um crescimento intenso a nível mundial que, em Portugal, se começa a criar um ambiente de interesse por este sector. A Figura 4 apresenta a evolução das entradas de turistas em Portugal, de 1967 a 2007.

Figura 4 – Entradas de Turistas em Portugal (1967-2007)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (INE), Estatísticas do Turismo, vários anos; Direcção Geral do Turismo (DGT), 2005.

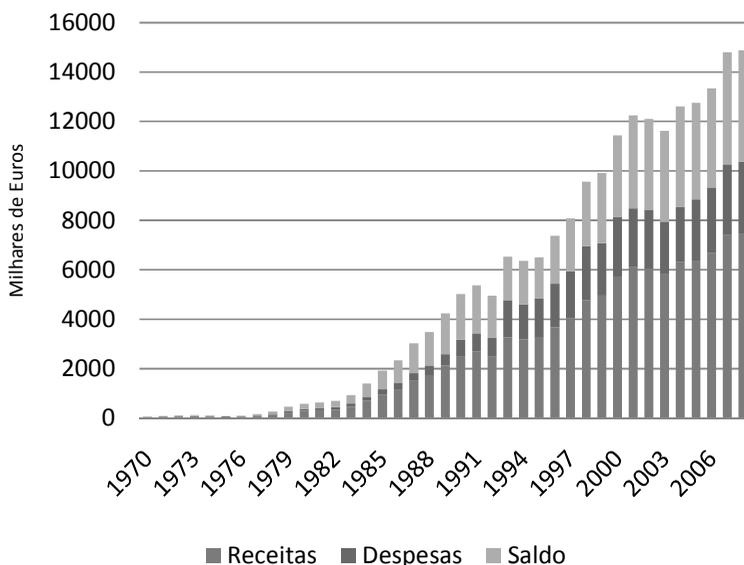
Pela análise da série podemos verificar que houve uma evolução positiva ao longo do tempo. Nos anos de 1974 e 1975, a série sofreu um retrocesso devido ao acontecimento político do 25 de Abril. Na primeira metade da década de 90, mais propriamente em 1992-1993, a série regista também um ligeiro retrocesso, que Cunha (1997) atribui à excessiva exploração do produto “sol e mar”, e ao aumento do número de competidores do sector, nomeadamente de países que oferecem mesmo tipo de produtos (*Sun, Sea and Sand*), e em 2002-2003, pensamos que essa

tendência esteja ainda relacionada com os ataques do 11 de Setembro de Nova Iorque, e com a entrada em vigor do euro.

O turismo é um sector que muito contribui para o bem-estar económico do país. Para além do seu impacto na Balança de Pagamentos, no Produto Interno Bruto (PIB) e do seu papel na criação de emprego, investimento e rendimento, é-lhe também reconhecida a função de “motor” de desenvolvimento de outras actividades económicas.

A Figura 5 apresenta as receitas, despesas e saldo atribuídas ao turismo desde 1970 até 2008.

Figura 5 - Receitas, Despesas e Saldo do Turismo (1970-2008)



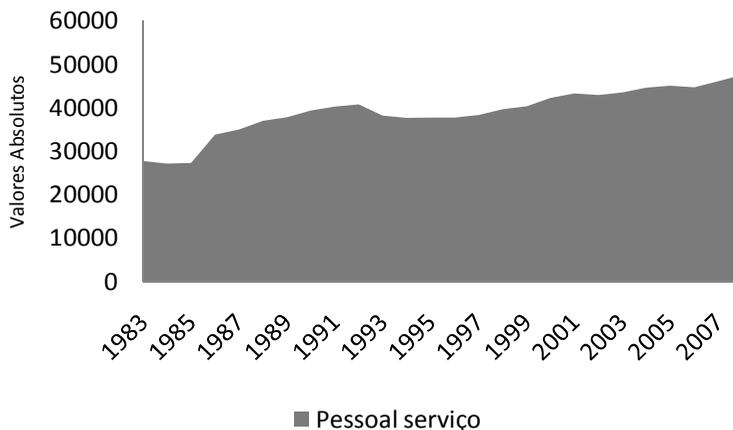
Fontes: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos); DGT, Análise de Conjuntura (vários anos).

Pela análise da figura, nota-se um aumento gradual nas receitas, ao longo dos anos. Apesar de as despesas terem também aumentado, não registaram um aumento tão significativo, pelo que a diferença entre as receitas e as despesas do turismo é sempre positiva, o que significa que Portugal é essencialmente um país receptor de turistas.

Por outro lado, o turismo é um dos sectores da economia que tem desempenhado um papel importante na criação de emprego. Apesar do seu carácter sazonal e

consequente contratação precária de muitos indivíduos, o que é certo é que, como se pode ver pela Figura 6, o número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros³ tem evoluído. Em 2008, o número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros era de 47 664.

Figura 6 - Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos Hoteleiros (1983-2008)



Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos).

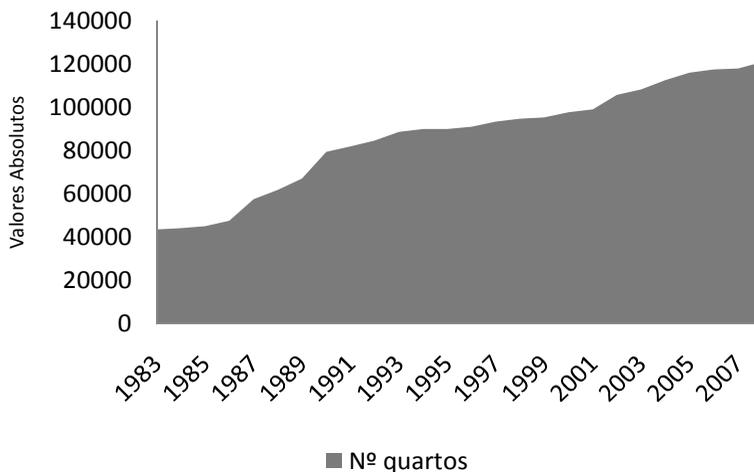
Em 1992-1993 e 2002-2003 a série sofreu também um retrocesso, tal como se registou nas séries do número de turistas e receitas, e que pensamos estar relacionado com os motivos já referidos anteriormente.

Se analisarmos ainda as estatísticas disponíveis sobre o investimento efectuado no turismo, verifica-se que existem apenas dados acerca do investimento em hotelaria até 1988⁴. Existe, no entanto, informação sobre outras variáveis, que nos permitem analisar como esse investimento se tem comportado nos últimos anos. De entre as diversas variáveis que se poderiam apresentar para caracterizar o investimento neste sector, escolheu-se a evolução do número de quartos disponíveis nos estabelecimentos hoteleiros do país (Figura 7).

3 Os estabelecimentos hoteleiros incluem hotéis, hotéis-apartamentos, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos, motéis, pousadas, estalagens e pensões.

4 INE, Estatísticas do Turismo (vários anos) e DGT, O Turismo em (vários anos). Não encontramos estatísticas desta variável para anos posteriores.

Figura 7 - Número de Quartos Disponíveis nos Estabelecimentos Hoteleiros (1983-2008)



Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos).

Como se pode verificar, o número de quartos, tem aumentado ao longo dos anos. Enquanto que em 1983, o seu número era de 43.445, em 2008 o seu valor era já de 121.013 quartos, correspondendo a um aumento de 64%.

O turismo, é de facto um sector bastante importante para o país, daí o interesse pelo seu estudo. Em 2007, o turismo contribuiu directamente para 6.5% do PIB, ou seja com cerca de 10.400 milhões de euros (Silva, 2007).

Faremos agora uma breve apresentação do tipo de produtos que o país tem para oferecer aos turistas.

3.1 Produtos Turísticos: O Turismo Tradicional versus Novo Turismo

Portugal centrou essencialmente a actividade turística num único produto desde a década de 60: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” – *Sun, Sea and Sand*.

A competitividade com outros países como a Espanha, a França, a Turquia, a Grécia, a Tunísia, entre outros, que oferecem o mesmo tipo de produto, alertam-nos para a necessidade de diversificação da oferta.

Cunha (2003), fala na necessidade de atender não só aos valores pessoais dos turistas, mas também ao fortalecimento da cultura e preservação do património, a

que o autor chama de “Novo Turismo” caracterizado pelos 3 novos “S” - *Sophistication, Specialization and Satisfaction*.

Para tal, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos no sentido de, por um lado combater a extrema dependência do turismo “Sol e Mar”, e por outro harmonizar o aproveitamento do espaço territorial português. O “Plano Estratégico Nacional de Turismo” 2006-2015 (PENT), é disso exemplo. O PENT é um plano que está dividido em 5 grandes eixos de estratégia: Eixo I - “Território, Destinos e Produtos” onde se procuram desenvolver novos produtos e novos pólos de atracção turística (regiões); Eixo II - “Marcas e Mercados” em que se pretende o desenvolvimento da marca “Portugal Turismo”, ou a marca Algarve, assim como a abertura a novos mercados; Eixo III - “Qualificação de Recursos Humanos” cuja principal objectivo é a qualificação dos serviços, recursos humanos e destinos; Eixo IV - “Distribuição e Comercialização” - a divulgação através de portais on-line de destinos a visitar no nosso país, é um dos exemplos do que este eixo pretende; Eixo V - “Inovação e Conhecimento” - é um eixo que dá ênfase à Tecnologia e à Investigação & Desenvolvimento, no sentido de se obterem melhores conhecimentos nesta área.

Um dos primeiros eixos do PENT, pretende precisamente o desenvolvimento de novos pólos de atracção turística: Açores, Alqueva, Douro, Litoral Alentejano, Oeste, Porto Santo e Serra da Estrela. Para isso seleccionou os produtos que estas regiões podem oferecer: “Gastronomia e Vinhos”, “Touring Cultural e Paisagístico”, “Saúde e Bem-Estar”, “Turismo de Natureza”, “Turismo de Negócios”, “Turismo Residencial”, “City/Short breaks”, “Golfe”, “Turismo Náutico” e ainda o produto “Sol e Mar”.

A oferta de novos produtos permite ainda atenuar outra característica do turismo: a sazonalidade que se desenvolverá em seguida.

3.2 A Sazonalidade

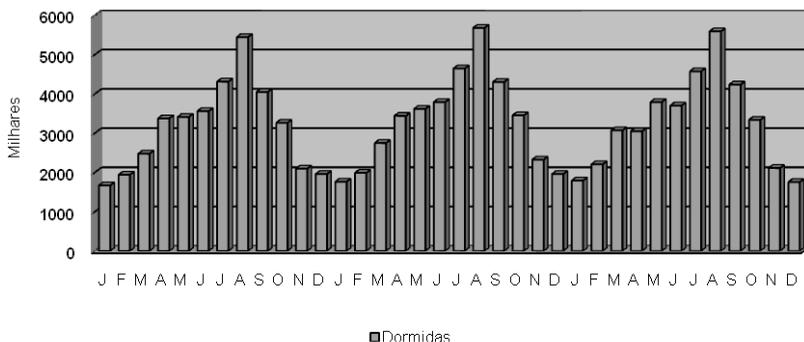
Butler (1994: 332) define sazonalidade como:

“a temporal imbalance in the phenomenon of tourism, which may be expressed in terms of dimensions of such elements as numbers of visitors, expenditure of visitors, traffic on high-ways and other forms of transportation, employment and admissions to attractions”.

A sazonalidade é uma das principais características do turismo e Portugal não foge à regra. Apesar dos esforços que se têm feito no sentido de atenuar esta característica, a verdade é que as motivações “Sol e Mar” continuam ainda a ser as dominantes da procura turística, daí que seja nos meses mais quentes que o país seja

mais procurado pelos turistas e o número de dormidas⁵ nos estabelecimentos hoteleiros aumente (Figura 8).

Figura 8 - Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros Segundo o Mês (anos 2006, 2007 e 2008)



Fontes: INE, Estatísticas do Turismo (2008), INE, Estatísticas do Turismo (2007), INE, Estatísticas do Turismo (2006).

Como se pode observar é nos meses de Julho, Agosto (principalmente) e Setembro, que se registam os valores mais elevados da série. A diversificação da oferta tem também como objectivo a diminuição desta característica, de que são exemplo os produtos já referidos anteriormente. Relativamente ao produto “Golfe”, vários estudos têm sido elaborados acerca da sua procura específica na região do Algarve. Correia, Barros e Silvestre (2007) salientam a propósito do “Golfe”:

“The Algarve region in southern Portugal is a major tourism destination due to its privileged location and weather conditions. Regarded by tourism developers as a vehicle for overcoming the seasonal patterns of “mass tourism”, this activity (golf) has a great economic impact in the Algarve” (pág. 111).

Tem-se contudo consciência que dadas as características do país, a sazonalidade continuará a ser sempre muito marcada no turismo, pelo que deve ser tida sempre em conta no desenvolvimento de estudos nesta área.

No próximo ponto apresentamos os principais mercados emissores de turistas para Portugal.

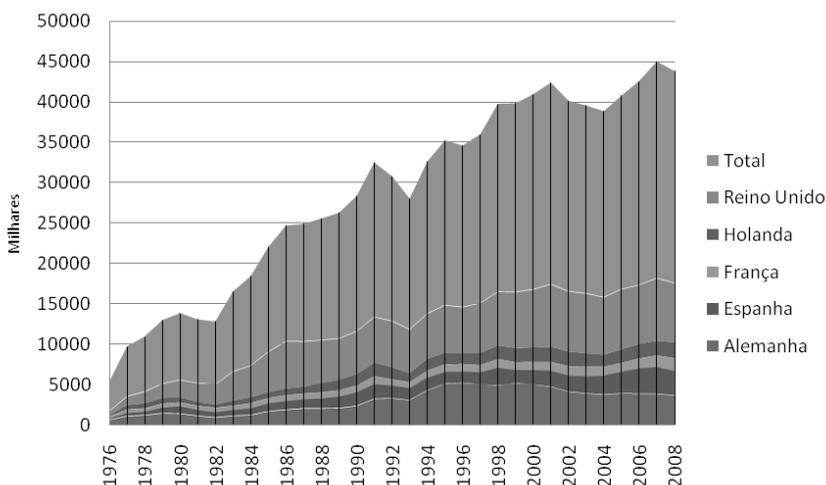
⁵ De acordo com o INE in Estatísticas do Turismo (vários anos) a dormida corresponde à permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento, por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte.

3.3 A Procura Turística: Principais Mercados Emissores

Desde há muito que os principais países emissores de turistas para Portugal são, a Alemanha, a Espanha, a França, a Holanda e o Reino Unido. A Espanha, é na realidade, responsável por quase metade dos turistas estrangeiros que entram nas fronteiras portuguesas e, no conjunto, estes cinco países são responsáveis por mais de quatro quintos dessas entradas, o que torna o nosso país muito dependente de um número reduzido de mercados.

Se analisarmos as dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, verificamos que a realidade também não é muito diferente em termos desta dependência (Figura 9).

Figura 9 - Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, por Principais Países Emissores e Total das Dormidas de Estrangeiros (1976-2008)



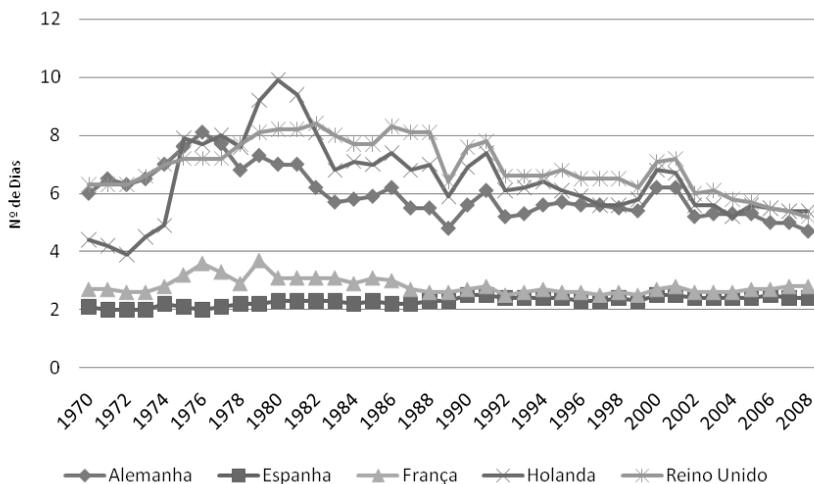
Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos); DGT, O Turismo em (vários anos).

Em 2008, estes cinco países representavam um total de 67.1%, do total das dormidas de estrangeiros dos estabelecimentos hoteleiros. Os turistas do Reino Unido ocupam aqui o primeiro lugar do *ranking*. Seguem-se por ordem decrescente os turistas alemães, espanhóis, holandeses e franceses. Se analisarmos ainda a estadia média⁶ dos principais países emissores, chegaremos à conclusão que o Reino Unido é o país cujos turistas permanecem mais dias nos estabelecimentos

6 De acordo com o INE in Estatísticas do Turismo (vários anos), a estadia média corresponde ao número de dias/noites que os turistas permanecem em média num alojamento, região ou país. Neste caso referimo-nos à estadia média nos estabelecimentos hoteleiros cuja definição já apresentámos anteriormente.

hoteleiros, seguido da Holanda e Alemanha. Os turistas franceses e espanhóis são os que apresentam estadia média mais baixa. No entanto, os turistas da Holanda, da Alemanha e do Reino Unido, têm vindo a diminuir a sua estadia média ao longo do tempo (Figura 10).

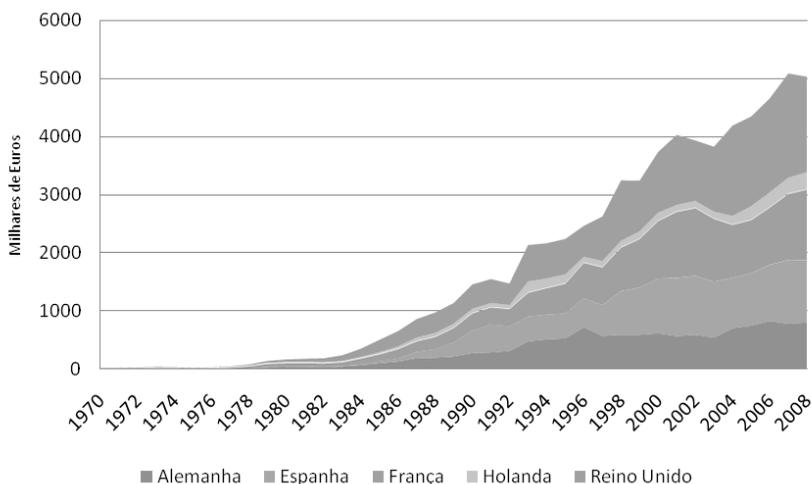
Figura 10 - Estadia Média (em dias) nos Estabelecimentos Hoteleiros, por Principais Países Emissores (1970-2008)



Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos).

Na Figura 11 apresentamos ainda as receitas do turismo, por principais países emissores.

Figura 11 – Receitas do Turismo, por Principais Países Emissores (1970-2008)



Fontes: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos); DGT, Análise de Conjuntura (vários anos).

Em 2008 e no conjunto, estes países foram responsáveis por mais de 65% do total das receitas do turismo. Mas, já em 1970, esta quota era de 44% e em 1990 de 58%. Desses países, o Reino Unido é o principal gerador de receitas, tendo em 2008 atingido 1 640 375 milhares de euros, seguido da França com 1 200 581 milhares de euros. A Espanha, Alemanha e Países Baixos ocupam o terceiro, quarto e quinto lugares enquanto países geradores de receitas.

Faremos agora uma análise da procura turística dos residentes.

3.4 A Procura Turística dos Residentes

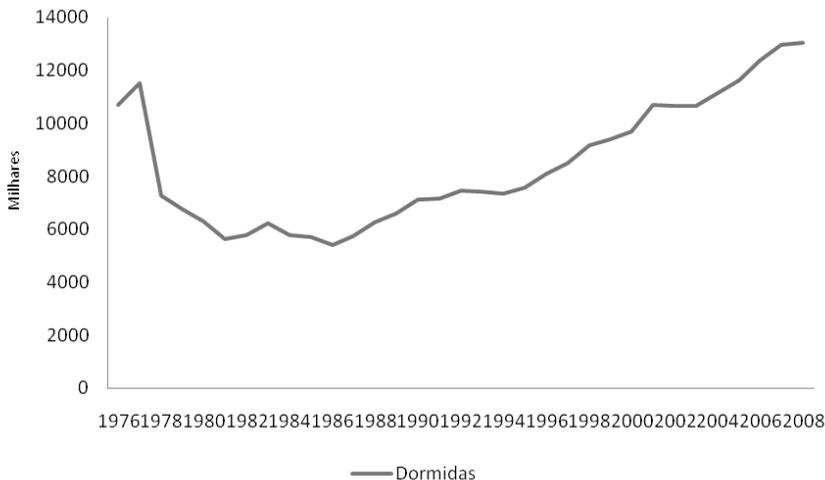
Esta procura tem-se revelado cada vez mais importante ao longo dos anos. Um estudo da DGT (2005) revela que, em 1981, a percentagem de portugueses que gozava férias fora da residência era de 28% mas, em 2003, esse valor já atingia os 52%.

Poucos são, no entanto, os estudos que se interessam pela procura turística dos residentes, apesar de o INE ter vindo a publicar cada vez mais estatísticas e, consequentemente a divulgar mais informação acerca da procura turística dos residentes. Actualmente, as “Estatísticas do Turismo” incluem um capítulo específico sobre a procura turística dos residentes, onde se faz uma abordagem

sobre o perfil dos turistas, as características das viagens, das dormidas e das despesas. A despesa média por viagem, assim como o número médio de viagens por turista ou os motivos das viagens, são alguns exemplos das informações que se podem obter.

Apresentam-se agora os dados que dizem respeito às dormidas dos residentes nos estabelecimentos hoteleiros (Figura 12).

Figura 12 - Dormidas dos Portugueses nos Estabelecimentos Hoteleiros (1976-2008)

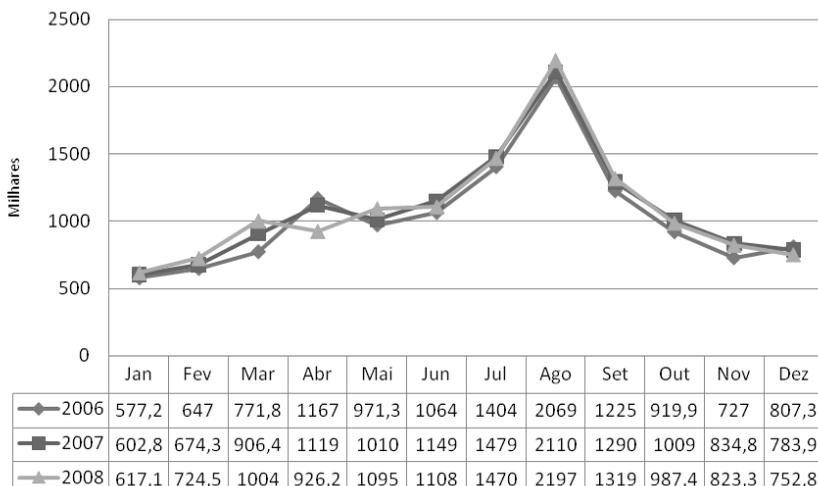


Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (vários anos); DGT, O Turismo em (vários anos).

Como se pode observar pelos dados, tem havido uma evolução favorável da série. De referir que nos primeiros anos, os valores da série encontram-se ligeiramente empolados, devido ao retorno dos indivíduos das ex-colónias portuguesas. Para termos uma ideia da sua evolução, enquanto que em 1980 o número de dormidas dos portugueses nos estabelecimentos hoteleiros era de 6307.9 milhares, em 2008 o seu valor já era de 13023.7 milhares.

A Figura 13 apresenta as dormidas dos portugueses nos estabelecimentos hoteleiros, segundo o mês, para os anos de 2006, 2007 e 2008, no sentido de averiguar a sazonalidade da procura.

Figura 13 - Dormidas dos Portugueses nos Estabelecimentos Hoteleiros, Segundo o Mês (anos 2006, 2007 e 2008)



Fontes: INE, Estatísticas do Turismo (2008), INE, Estatísticas do Turismo (2007), INE, Estatísticas do Turismo (2006).

Como se pode verificar é nos meses de Verão (principalmente Agosto) que a série regista valores mais elevados. Destaque ainda para os meses de Março e Abril que coincidem com as festividades da Páscoa. À semelhança dos outros países, os meses de Inverno são os que registam os valores mais baixos da série.

Se fizermos agora uma análise sobre as regiões mais procuradas, a Tabela 3 apresenta as dormidas dos portugueses nos estabelecimentos hoteleiros, por regiões, em 2008 e respectiva quota.

Tabela 3 – Dormidas dos Portugueses nos Estabelecimentos Hoteleiros, por Regiões e Respetiva Quota (2008)

Regiões	Dormidas (Milhares)	Quota
Norte	2417.7	18.56%
Centro	2478.9	19.03%
Lisboa	2502.8	19.22%
Alentejo	794.1	6.10%
Algarve	3537.1	27.16%
Açores	529.9	4.07%
Madeira	763.2	5.86%
Total Dormidas	13023.7	100%

Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (2008).

Da Tabela 3, podemos verificar que o Algarve é a região do país com o número mais elevado de dormidas – 3537.1 milhares, correspondente a uma quota de 27.16%, seguido de Lisboa, Centro e Norte, mas com quotas inferiores, 19.22%, 19.03% e 18.56%, de forma respectiva. Os Açores, Madeira e Alentejo, são as regiões que apresentam valores mais baixos.

O interesse pela procura turística interna tem sido crescente, pelo que não é de estranhar que uma das principais metas do PENT (2006-2015) seja precisamente o “Acelerar o crescimento do turismo interno”.

3.5 A Procura Turística de Novos Mercados

Na procura turística de Portugal aparecem alguns países que podem também apresentar caminhos de diversificação de mercados, no sentido de diminuir a dependência turística de um número reduzido de países emissores, como por exemplo a Irlanda. De facto, este país apresenta o número mais elevado de dias/noites de estadia média (em 2008 o seu valor era de 5.3). Por outro lado é dos países que tem apresentado uma maior taxa de crescimento das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros. Em 1978 o seu valor era de 66.7 milhares, dez anos depois o seu valor já era de 254.6 milhares e em 2008 atingiu os 1023.5 milhares⁷.

Segundo Madeira (2006), foi investido em 2006, 3% do total do investimento em promoção turística por mercado emissor, em Itália e que corresponde ao dobro do total investido na Suécia (1.5%). Itália apresentava em 1986, um total de dormidas na ordem dos 246 milhares contra 431 milhares da Suécia. Em 1996, os seus valores eram de forma respectiva 679 e 427 milhares e em 2006, 953.3 e 553.3 milhares. Estes valores colocam-nos nos 7^{os} e 8^{os} lugares dos totais das dormidas, sendo precedidos pelos cinco principais países emissores já anteriormente referidos e pela Irlanda.

⁷ INE, Estatísticas do Turismo (vários anos).

Fora do contexto europeu, apesar de os EUA representarem 5.5% do total do investimento em promoção turística por mercado emissor em 2006, a estadia média deste país rondava os 2.4 dias, nunca tendo atingido os três dias. Por outro lado, o total das dormidas destes residentes nos estabelecimentos hoteleiros era de 496 milhares em 1986, valor que quase se manteve em 1996 (489 milhares). Ao longo dos últimos anos tem sofrido algumas oscilações, apresentando em 2006 um total de 623.7 milhares. O Brasil apresentava ainda um valor mais baixo – 461.8 milhares, e o Japão 142.9 milhares. Nestes países o investimento promocional em 2006 foi de 3.3% e 1.6%. É no entanto reconhecido que é difícil ganhar quota nestes mercados devido à sua distância. No entanto, sabe-se que actualmente a concorrência entre companhias aéreas e agências de viagem é uma constante, daí que a Espanha, que como se sabe é um dos principais países receptores de turistas a nível mundial esteja já a investir fortemente nos países asiáticos (Madeira, 2006).

No sentido de captar estes e outros novos mercados, tem havido um esforço crescente na dinamização da oferta (como veremos mais à frente), assim como na promoção do país. Actualmente a promoção externa de Portugal é feita pelo “Turismo de Portugal, IP” em coordenação com 6 ARPT⁸, e que promovem as respectivas regiões: Porto e Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores.

Apresenta-se de seguida uma breve perspectiva do que o futuro reserva ao turismo português e o que se pode fazer para o seu desenvolvimento.

3.6 Perspectivas

Os proveitos totais da hotelaria em de Janeiro de 2008, atingiram os 90.8 milhões de euros, representando mais 6.7% que no mesmo período de 2007. Chega-se à mesma conclusão quando se analisam as receitas do turismo, ou seja mais 3.2% quando comparados os valores acumulados de Janeiro a Agosto dos anos 2007 e 2008 (Turismo de Portugal, 2010).

O *New York Times* (NYT), colocou em 2º lugar “Lisboa” na sua lista de “Destinos a visitar em 2008” (Velo, 2008). Segundo o autor, o jornal apresentou um novo retrato do país: “um destino a caminho do futuro, com um pé firmemente assente no seu rico passado”. Durante o ano de 2007, fez dez referências a Portugal na sua secção de viagens, ou seja tantas quantas as que apareceram nos cinco anos anteriores. Esses artigos apesar de referirem o produto “Sol e Mar”, dão também ênfase ao Douro e ao Porto que considera como destinos de vanguarda para enófilos praticantes e apreciadores da gastronomia, a Marvão e à sua pousada e castelo, às

⁸ Actualmente a principal entidade pública responsável pela actividade turística é o “Turismo de Portugal, IP” criada pelo Decreto-Lei nº 141/2007, de 27 de Abril e integrada no Ministério de Economia e Inovação. Para além desta entidade os principais agentes representativos do sector são a Confederação do Turismo Português (CTP), as Entidades Regionais de Turismo (ERT), as Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) e ainda o Hospitality Management Institute (HMI).

Pousadas de Portugal às quais chama “Dream Places”, a Cascais, Lisboa, entre outros.

A competitividade turística do país em relação ao resto do mundo tem melhorado nos últimos tempos. Enquanto que, em 2007, Portugal ocupava o 22º lugar no índice de competitividade do Fórum Económico Mundial, em Março de 2008 ocupava o 15º lugar. Um dos factores que o índice avalia são os “Recursos Humanos, culturais e naturais” e Portugal em Março de 2008 estava na 11ª posição, enquanto que no ano anterior ocupava a 30ª posição (Portugal Digital, 2008).

O turista está cada vez melhor informado sobre os destinos turísticos e é cada vez mais exigente. Citando Cunha (2003) “a oferta tem que se adaptar às necessidades de uma clientela com origens muito diferenciadas e à intensificação da concorrência, que obriga os destinos a reforçarem o seu carácter distinto e único” (pág. 31). Por outro lado, não são só os mercados externos que se devem conquistar, mas também a procura interna.

4. Conclusão

É só a partir da década de 50 do século passado que se assiste a um forte crescimento do sector turístico. De facto, enquanto que em 1950, o número de chegadas de turistas internacionais era apenas de 25 milhões, em 2008 o seu valor correspondia a 820 milhões.

Actualmente, o turismo é responsável por 30% do total das exportações mundiais de serviços comerciais e por 6% de todas as exportações de bens e serviços. Globalmente, na categoria de exportações, o turismo ocupa o 4º lugar, logo após os combustíveis, químicos e produtos automóveis.

De acordo com as previsões da OMT, o número de chegadas de turistas internacionais atingirá aproximadamente os 1,6 mil milhões em 2020, sendo este 2.5 vezes o volume registado nos finais dos anos 90.

A Europa continua a ser uma das regiões com maior quota de turistas. Em 2008, a quota da Europa era de 53%, contra 20% da Ásia e Pacífico, 16% da América, 6% do Médio Oriente e 5% da África.

Em 2007 e dentro da região europeia, Portugal ocupava o 12º lugar das chegadas de turistas mundiais e o 14º lugar, quando analisado o total das receitas mundiais do turismo (UNWTO, 2009). De acordo com a OMT, Portugal atingirá os 18.3 milhões de entradas de turistas estrangeiros em 2020. Actualmente, o turismo é uma das suas actividades mais importantes.

Os principais países emissores de turistas para Portugal são, a Alemanha, a Espanha, a França, a Holanda e o Reino Unido. A Espanha, é na realidade, responsável por quase metade dos turistas estrangeiros que entram nas fronteiras portuguesas e, no conjunto, estes cinco países são responsáveis por mais de quatro

quintos dessas entradas, o que torna o nosso país muito dependente de um número reduzido de mercados. Em 2008, estes cinco países representavam um total de 67.1% do total das dormidas de estrangeiros dos estabelecimentos hoteleiros sendo também responsáveis por mais de 65% do total das receitas do turismo. Desses países, o Reino Unido é o principal gerador de receitas, tendo em 2008 atingido 1 640 375 milhares de euros, seguido da França com 1 200 581 milhares de euros.

De entre as várias medidas do PENT (2006-2015), destaca-se o esforço crescente na dinamização e diversificação da oferta que permitem não só a harmonização do aproveitamento do espaço territorial português, mas também a atenuação da sazonalidade. A promoção do país a nível internacional e a preocupação em acelerar o crescimento do turismo interno, são também aspectos a destacar.

Bibliografia

- [1] Butler, R.W. (1994). Seasonality in Tourism: Issues and Problems, in Seaton et al. (eds.), *Tourism – The State of the Art*, Chichester, Wiley, 332-339.
- [2] Correia, A.J.H., C.P. Barros e A.L. Silvestre (2007). Tourism Golf Repeat Choice Behaviour in the Algarve: A Mixed Logit Approach. *Tourism Economics*, 13, 1, 111-127.
- [3] Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: McGraw-Hill.
- [4] Direcção-Geral do Turismo (2005). *Férias dos Portugueses 2004 – Síntese dos Aspectos mais Relevantes*. Lisboa: Direcção Geral do Turismo.
- [5] Direcção Geral do Turismo (vários anos). *O Turismo em Lisboa*: Direcção Geral do Turismo.
- [6] Direcção Geral do Turismo (vários anos). *Análise de Conjuntura*. Lisboa: Direcção Geral do Turismo.
- [7] Instituto Nacional de Estatística (vários anos). *Estatísticas do Turismo*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- [8] Madeira, N.M.C. (2006). *Promoção Turística Externa de Portugal*. Jornadas de Marketing. Artigo apresentado em Conferência, Instituto Politécnico da Guarda.
- [9] Portugal Digital. *Portugal Ocupa o 15º Lugar, numa Lista de 130 Países, no Ranking de Competitividade do Turismo*. Publicação [online]. Portugal Digital, 2008. Disponível em URL: <<http://www.ccilb.net>>03/2008.
- [10] Silva, J.S. (2003). *A Procura Turística Externa em Portugal - Tendências de Evolução a Médio e a Longo Prazo*. Lisboa: Direcção Geral do Turismo.
- [11] Silva, A.R. (2007). Turismo pode representar 6,5 por cento do PIB em 2007, *Jornal Publico*, 6149: 38.
- [12] Turismo de Portugal. *Dossier de Mercado*. Publicação [online]. Turismo de Portugal, 2010. Disponível em URL: <<http://www.turismodeportugal.pt>>01/2010.
- [13] United Nations World Tourism Organization. *Tourism Market Trends*. Publicação [online]. UNWTO, 2006. Disponível em URL: <<http://www.unwto.org>>11/2008.
- [14] United Nations World Tourism Organization (2009). *Tourism Highlights – 2009 Edition*. Spain: UNWTO.

- [15] United Nations World Tourism Organization. World Tourism Barometer. Publicação [online]. UNWTO, 2010. Disponível em URL: <<http://www.world-tourism.org>>01/2010.
- [16] United Nations World Tourism Organization (vários anos). Tourism Market Trends. Spain: UNWTO.
- [17] United Nations World Tourism Organization (vários anos). World Tourism Barometer. Spain: UNWTO.
- [18] Veloso, F. (2008). O Futuro de Portugal visto de NYC. Jornal Publico, 6497, 35.
- [19] World Tourism Organization. World's Top Tourism Destinations. Publicação [online]. WTO, 2003. Disponível em URL: <<http://www.world-tourism.org>>09/2005.