



LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

MESTRADO
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

**TURISMO COMO APOSTA PARA AS EXPORTAÇÕES
NACIONAIS**

FERNANDO MIGUEL SIMÕES PINTO

OUTUBRO-2017

MESTRADO EM
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

**TURISMO COMO APOSTA PARA AS EXPORTAÇÕES
NACIONAIS**

FERNANDO MIGUEL SIMÕES PINTO

ORIENTAÇÃO:

**PROFESSOR DOUTOR PEDRO MANUEL DA SILVA PICALUGA
NEVADO**

OUTUBRO-2017

Resumo

O turismo é um fenómeno que tem registado um crescimento exponencial nos últimos anos e, cada vez mais, tem ganho relevância para o desenvolvimento económico, através do seu contributo para as exportações, geração de riqueza e criação de postos de trabalho. É um dos temas mais debatidos internacionalmente, com o intuito de se perceber como os países podem beneficiar com o crescimento desta atividade, nomeadamente na vertente social e ambiental.

O presente trabalho consiste num estudo de natureza qualitativa com o objetivo de compreender e descrever o fenómeno do turismo, com base numa análise ao comportamento das exportações portuguesas nos últimos anos, bem como do contributo do turismo para as mesmas e a sua importância para Portugal, com a finalidade de averiguar se este deve ser aposta futura para o crescimento das exportações nacionais.

Os resultados indicam que estas últimas apresentam um crescimento no período de 2012 a 2016 e com expectativas para continuarem nesse sentido. Em 2016 o turismo teve um peso de 16,7% no total destas e de 48,2% nas exportações de serviços. Mostram ainda que o governo português criou um plano para o futuro do turismo, estabelecendo metas e medidas para acompanhar e monitorizar o crescimento deste. Indicam também que o turismo deve ser aposta para o crescimento das exportações, devido ao seu contributo para estas e ainda o conjunto de benefícios que gera aos níveis social e ambiental.

Palavras-chave: Turismo, exportações, desenvolvimento económico, impactos sociais, impactos ambientais.

Abstract

Tourism is a phenomenon that has seen an exponential growth in recent years and, increasingly, has gained relevance for economic development, through its contribution to exports, wealth generation and job creation. It is one of the most internationally debated themes, in order to understand how countries can benefit from the growth of this activity, particularly in the social and environmental aspects.

The present work consists of a qualitative study with the objective of understanding and describing the phenomenon of tourism, based on an analysis of the behavior of Portugal exports in recent years, as well as the contribution of tourism to them and its importance to Portugal, with the purpose of ascertaining if this should be a future investment for the growth of national exports.

The results indicate that the those presented a growth in the period from 2012 to 2016 and with expectations to continue in this direction. In 2016 tourism represented 16.7% in the total of these and 48.2% in services exports. They also show that the portuguese government has created a plan for the future of tourism, establishing goals and measures to monitor tourism growth. They also point out that tourism should be an investment for the future, due to its contribution to export performance and the benefits that it generates at social and environmental levels.

Keywords: Tourism, exports, economic development, social impacts, environmental impacts.

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à minha família por todo o apoio e motivação que me deram ao longo deste trabalho, nomeadamente aos meus pais, irmã, cunhado, tios, primos e avós. O vosso contributo foi notável e nada disto seria possível sem vocês.

Quero agradecer também aos meus amigos, principalmente ao Vasco Ferreira, João Gomes, Nuno Telha, Mariana Carmona, Ana Carmona, Margarida Jesus, Sara Jesus, Filipa Andrade, Rita Mourão, Paulo, Jú, Tomás, Diogo, Lili, Otília, Patrícia Monteiro, Vera Soeiro, Carla Lopes, Paula Sousa, Carina Pais, Inês Rodrigues por estarem sempre do meu lado, apoiando-me em todos os momentos. Sem vocês, também não seria possível.

Um agradecimento muito importante também ao Fernando Carvalho, Carlos Simões, Paula, José e Henriqueta porque também me incentivaram sempre a concluir este trabalho mostrando-me a importância do mesmo para o meu futuro.

Quero deixar também um agradecimento importante a uma pessoa muito especial, Cláudia Araújo, por sempre me ter mostrado ao longo da vida que nós conseguimos mais e melhor e, que, com empenho, dedicação e esforço conseguimos sempre ser melhores e fazer melhor, constituindo uma inspiração para a realização deste trabalho.

À Dra. Patrícia Seguro e Dr. Sérgio Guerreiro pelo contributo e disponibilidade.

O meu muito obrigado também ao meu orientador, professor Doutor Pedro Picaluga Nevado, pela sua disponibilidade para me orientar neste trabalho, bem como por todos os conselhos dados.

Índice

CAPÍTULO 1 - Introdução	1
CAPÍTULO 2 - Revisão de Literatura	4
<i>2.1. Internacionalização</i>	4
<i>2.2. Exportações</i>	6
<i>2.3. Turismo</i>	7
<i>2.3.1. Breve introdução ao turismo</i>	7
<i>2.3.2. Classificações do turismo</i>	8
<i>2.3.3. Tipos de turismo</i>	11
<i>2.3.4. Turismo como sistema</i>	12
<i>2.3.5. Crescimento do turismo e os seus valores</i>	14
<i>2.3.6. Importância do turismo</i>	16
CAPÍTULO 3 - Metodologia e Dados	17
<i>3.1. Metodologia</i>	17
<i>3.2. Informação geral sobre Portugal</i>	18
<i>3.3. Exportações portuguesas</i>	20
<i>3.3.1. Exportações de bens</i>	24
<i>3.3.2. Exportações de serviços</i>	25
<i>3.3.3. Expetativas para 2017</i>	28
<i>3.4. Importância do turismo para Portugal</i>	31

CAPÍTULO 4 - Análise crítica dos dados	38
CAPÍTULO 5 – Considerações finais	41
<i>5.1. Conclusão</i>	41
<i>5.2. Contributos do estudo</i>	42
<i>5.3. Limitações</i>	43
<i>5.4. Investigação futura</i>	43
Referências Bibliográficas	45
ANEXO 1 – Questões colocadas ao Turismo de Portugal	I

Índice de figuras

Figura 1- Origem dos conceitos de visitante, turista e excursionista	8
Figura 2- Chegadas de turistas internacionais (2016)	15
Figura 3 - Top 5 de destinos mundiais (2015) e Top 5 de turistas que mais gastam (2016)	16
Figura 4 - Principais destinos das exportações portuguesas (2015-2016)	21
Figura 5 - Principais clientes das exportações portuguesas (2016)	22
Figura 6 - Exportações por componentes (2016)	23
Figura 7 - Exportações por tipos de bens e serviços (2016)	23
Figura 8 - Principais produtos exportados	25
Figura 9 - Balança comercial portuguesa de serviços (2012 - 2016)	26
Figura 10 - Principais clientes das exportações de serviços nacionais (2016)	27
Figura 11 - Exportações por tipos de serviços (2016)	27
Figura 12 - Balança comercial portuguesa de bens e serviços (1º semestre de 2013 a 2017)	28
Figura 13 - Exportações por tipos de bens e serviços (1º semestre de 2017)	29
Figura 14 - Balança comercial de serviços (1º semestre de 2013 a 2017)	30
Figura 15 - Exportações por tipos de serviços (Janeiro a Julho de 2017)	30
Figura 16 – Receitas Turísticas (2005-2015)	32

Fernando Pinto	Turismo como aposta para as exportações nacionais	vii
Figura 17 - Capacidade de alojamento entre 2009 e 2015 (nº de camas em milhares)		33
Figura 18 - Dormidas de estrangeiros entre 2012 e 2016 (milhares)		34
Figura 19 - Importância do turismo		35

Índice de tabelas

Tabela I - Indicadores Económicos Portugal (2013-2018) 19

Tabela II - Comércio internacional português (2012-2016) 20

Tabela III - Comércio internacional português (2012-2016) 24

CAPÍTULO 1

Introdução

Num mundo cada vez mais globalizado onde as trocas se dão a nível internacional (Gustavo, 2012), as empresas foram obrigadas a evoluir (Azar & Ciabusch, 2016) e internacionalizar a sua atividade. Uma das formas mais rápidas para este processo é a exportação (Vissak & Masso, 2014). Esta forma de internacionalização está a ganhar progressivamente maior importância, devido ao seu contributo para o crescimento económico dos países (Chi & Sun, 2013) e para o aumento da produtividade e competitividade das empresas (Mesa & Alegre, 2014).

O mesmo contexto de globalização permitiu o crescimento de outro tipo de atividade: o turismo. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), este consiste num fenómeno em clara expansão exponencial, pois existem mais pessoas a viajar, levando a atividade turística a atravessar uma fase ascendente, com previsões para que continue a sua subida no futuro. Segundo Goeldner & Ritchie (2009), sempre que os visitantes efetuam gastos nos países que visitam geram-se exportações, para o país visitado, e importações, para o país de origem do visitante. Tendo em conta que o turismo está em claro crescimento, este desempenha um papel importante para o equilíbrio das exportações dos diversos países que mais visitantes recebem.

Neste sentido, torna-se importante perceber qual a relevância do turismo para Portugal, nomeadamente o seu contributo para as exportações. O problema central deste estudo prende-se com a tentativa de descobrir se o turismo deve ser aposta para as exportações nacionais. Por forma a chegar a uma conclusão, é necessário procurar respostas às seguintes questões: Como tem sido a prestação das exportações portuguesas nos últimos

anos? Qual o contributo do turismo para as exportações nacionais? Que importância tem o turismo para Portugal?

Face ao exposto, este trabalho consiste num estudo de natureza qualitativa onde será realizada uma consulta a documentos partilhados publicamente pela Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) e Turismo de Portugal, com o intuito de recolher informações sobre a prestação das exportações nacionais, o contributo do turismo para as mesmas e a importância deste para o país. Foram colocadas algumas questões por via eletrónica, à Dra. Patrícia Seguro (gestora de projetos e *research* do Turismo de Portugal) e ao Dr. Sérgio Guerreiro (diretor-coordenador da direção de gestão do conhecimento do Turismo de Portugal; docente na Universidade Europeia; vice-*chairman* no Comité do Turismo da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) e *chairman* no *Market Intelligence Group* da *European Travel Commission*), com o intuito de perceber o comportamento do turismo em Portugal, as suas características, valores, contributo para as exportações e importância para o país. Será realizada uma análise crítica sobre os dados recolhidos, de modo a concluir se o turismo deve ser aposta para as exportações nacionais e quais os impactos provenientes do investimento nesse setor.

Este trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos: o primeiro consiste na presente introdução, onde serão descritos os objetivos deste estudo bem como a estruturação do trabalho; o segundo é constituído pela revisão de literatura, baseada numa pesquisa aprofundada sobre o turismo e ainda uma breve abordagem aos temas de internacionalização e exportações; o terceiro capítulo, abrange a metodologia e dados, onde estão descritos os métodos utilizados neste trabalho e ainda a apresentação dos dados sobre exportações e importância do turismo; o quarto capítulo refere-se à análise

crítica dos dados; e por último, o quinto capítulo, respeita às conclusões, contributos do estudo, limitações e sugestões futuras.

CAPÍTULO 2

Revisão de Literatura

Este capítulo tem como base uma pesquisa sobre a área relevante em estudo, o turismo, sendo ainda abordadas, embora como suporte, duas outras áreas relevantes para este trabalho sendo elas: internacionalização e exportações. Em primeiro lugar, realizamos um breve enquadramento às alterações verificadas nos últimos anos, de modo a introduzir o tema de internacionalização. Seguidamente, explica-se o conceito desta, a sua importância, bem como as várias formas de internacionalizar. Posteriormente, o foco centra-se numa das formas de internacionalização: a exportação. Por último, é feita uma pesquisa mais aprofundada sobre o setor do turismo, o seu comportamento a nível mundial, os seus diferentes tipos e classificações, principais impactos e relações, funcionamento e, acima de tudo, o seu contributo para as exportações.

Os estudos anteriores sobre a temática do turismo centram-se, principalmente, nos impactos que este gera na economia, nas comunidades locais e no ambiente.

2.1. Internacionalização

Com a entrada no século XXI, o mundo sofreu diversas alterações, nomeadamente ao nível económico, político, social, tecnológico e ambiental (Gustavo, 2012). Estas potenciaram o aparecimento de economias globais, onde as trocas são realizadas além-fronteiras, trazendo quer vantagens quer desafios às empresas (Freixanet, 2012; Kalinic & Forza, 2012).

Cientes destas alterações nos mercados, as empresas foram obrigadas a criar respostas, pois quando o ambiente se altera, é necessário que as mesmas adaptem também as suas

estratégias para melhor se enquadrarem com as novas necessidades dos mercados (Azar & Ciabusch, 2016). Como resposta à intensificação das trocas a nível global, as empresas começaram a criar planos de internacionalização das suas atividades. Segundo Mathews (2006), citado no estudo de Liang *et al.* (2012), a internacionalização pode ser definida como o processo através do qual uma empresa passa a desenvolver atividades económicas a nível internacional. Vahlne *et al.* (2011) caracterizam-no, ainda, como sendo a forma a partir da qual as empresas evoluem de estatuto nacional para internacional. Este procedimento envolve um risco elevado, dado que cabe aos seus dirigentes decidir para onde, quando e como ir, enfrentando a incerteza de entrar num mercado estrangeiro (Gallego & Casillas, 2014).

A internacionalização aparece como uma oportunidade para o crescimento das empresas, pois permite que estas alcancem novos mercados e clientes (Kylaheiko *et al.*, 2011). Segundo Papadopoulos & Martín (2010), esta não serve apenas para aproveitar novas oportunidades, mas também para aumentar a competitividade das mesmas nos mercados, permitindo-lhes rivalizar com os concorrentes e salvaguardar as suas operações.

Existem várias formas de internacionalizar, umas mais rápidas e simples que outras, envolvendo vários e diferentes tipos de riscos. Estas podem ser: *Franchising*, *Joint-Ventures*, Investimento Direto no Estrangeiro, Licenciamento, Aquisições e Exportações (Li *et al.*, 2016).

2.2. Exportações

Um dos meios, mais comuns, de entrar nos mercados internacionais é através das exportações (Vissak & Masso, 2014). Estas permitem que as empresas vendam os seus produtos ou serviços noutros países (García, 2016).

As exportações têm ganho progressiva importância, pois contribuem para um maior crescimento económico, tanto das empresas, como dos países (Chi & Sun, 2013). Contribui positivamente para as organizações, na medida em que as torna mais produtivas, inovadoras e eficientes (Hessels & Van Stel, 2011), levando a que beneficiem de economias de escala (Mesa & Alegre, 2014). No que concerne ao desenvolvimento de um país, as exportações permitem melhorar a produtividade dos mesmos, criar empregos, equilibrar a balança comercial e gerar prosperidade (Hessels & Van Stel, 2011).

Consoante o tipo de canal utilizado para as exportações, estas assumem duas diferentes formas: direta e indireta (Li *et al.*, 2016). A primeira consiste em vender a empresas estrangeiras, diretamente ou através de terceiros, localizadas fora do país de origem de quem exporta, enquanto a segunda se traduz na venda a um agente ou distribuidor, localizado no mesmo país, que irá então exportar para o mercado alvo (Brady & Bearden, 1979 citado em Li *et al.*, 2016).

Compete aos responsáveis das organizações decidirem quando, como e para onde exportar. Esta decisão está dependente tanto do contexto interno, como externo. Internamente, importa perceber que tipo de recursos e experiência se possui, enquanto externamente é necessário ter em atenção a competitividade dos mercados e indústria (García, 2016).

Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC) (2017), no ano de 2016, o valor total das exportações de bens atingiu os 15,46 biliões de dólares, registando uma diminuição de 3,3% em relação a 2015. Contudo, as exportações de serviços foram de 4,77 biliões de dólares, representando um aumento de 0,1% em relação ao mesmo ano.

2.3. Turismo

2.3.1. Breve introdução ao turismo

Desde sempre o Homem se deslocou de umas terras para outras, quer para procurar novas residências, alimentos, assistir a eventos culturais e religiosos ou para realizar trocas com outros povos. Nesses tempos, para as suas deslocações necessitavam de meio de transporte, alimentação e alojamento, que ainda hoje constituem a base de um programa turístico (Goeldner & Ritchie, 2009). No entanto, o conceito de turismo apareceu no chamado *Grand Tour*, nos finais do século XVII, onde os ingleses passaram a ser designados de turistas, em virtude das viagens que faziam pela Europa, nomeadamente para França e Itália, com o objetivo de complementarem a sua educação (Cunha, 2009; Goeldner & Ritchie, 2009).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) (2017a) define turismo como sendo "um fenómeno económico, social e cultural que envolve a deslocação de pessoas, denominadas de visitantes, para locais ou países fora do seu ambiente habitual, sendo os motivos para estas viagens, pessoais ou profissionais, não remunerados pelo local visitado, incluindo ainda as atividades realizadas pelos visitantes nesses mesmos, bem como as suas estadias, por um período consecutivo que não exceda um ano".

Com base nesta definição, para ser considerado turismo, é necessário que ocorra uma deslocação/viagem para um local fora do ambiente habitual, isto é, implica que a pessoa seja um visitante. Estes dividem-se em dois tipos: turistas e excursionistas (visitantes do dia). Os primeiros dizem respeito aos visitantes que pernoitam, pelo menos uma vez, no local visitado, enquanto os segundos correspondem aos que não pernoitam no destino (Goeldner & Ritchie, 2009).

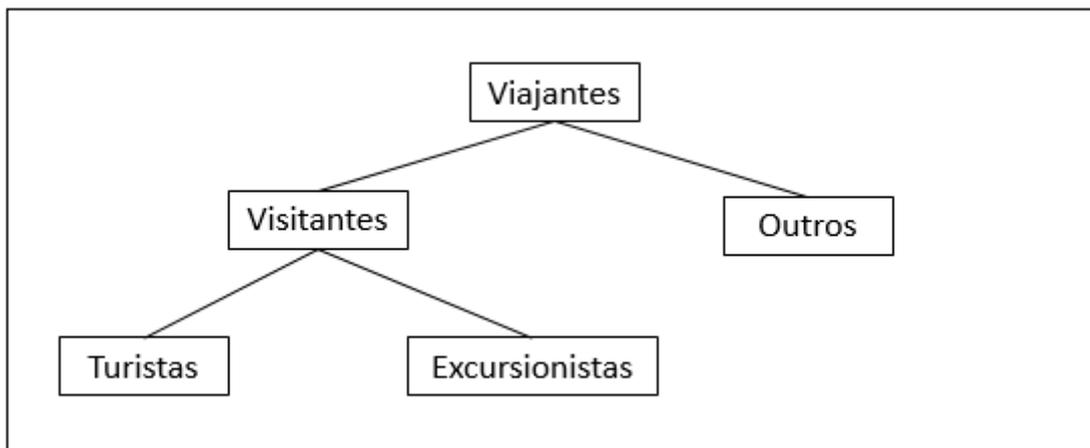


Figura 1- Origem dos conceitos de visitante, turista e excursionista

Fonte: Adaptado de Cunha (2009), página 18.

2.3.2. Classificações do turismo

Existem diversas formas de classificar o turismo, sendo que apenas duas são relevantes para este estudo, segundo: a origem dos visitantes e as repercussões na balança de pagamentos. Licínio Cunha (2009) apresenta-nos uma boa explicação sobre estas, sendo que, dentro da primeira é possível classificar o turismo de três formas diferentes:

- **Turismo doméstico:** deslocações dos residentes de um determinado país, realizadas dentro do mesmo;

- **Turismo recetor** (*Inbound Tourism*): viagens realizadas dentro de um país, por residentes de outros países;
- **Turismo emissor** (*Outbound Tourism*): viagens que os residentes de um país, efetuam noutros países.

O autor defende ainda que, se estas três formas se combinarem entre si, é possível gerar outras três, sendo elas:

- **Turismo Interior**: junção do turismo doméstico com o recetor, ou seja, diz respeito a todas as viagens realizadas dentro de um país, quer por residentes desse ou de outros países;
- **Turismo Nacional**: soma do turismo doméstico com o emissor, isto é, todas as viagens realizadas pelos residentes de um país, quer dentro do mesmo quer fora dele;
- **Turismo Internacional**: conjunto do turismo recetor com o emissor, ou seja, abrange todas as deslocações realizadas por residentes de um país a outro, e as efetuadas num país, por parte de residentes de outros países.

Licínio Cunha (2009) destaca ainda o facto que todos os países são emissores e recetores, sendo que uns são maioritariamente recetores e outros maioritariamente emissores. Os primeiros caracterizam-se por serem, na maioria dos casos, países menos desenvolvidos economicamente, com uma população detentora de pouco poder económico para visitar países estrangeiros mas com bons recursos naturais, que servem como atração para estrangeiros. Já os segundos, geralmente são países

muito desenvolvidos economicamente, onde apesar de terem bons recursos naturais, a sua população, como tem poder económico, prefere optar pelo estrangeiro (Cunha, 2009).

Como referido anteriormente, o turismo implica deslocações. Como tal, é natural que, sempre que residentes de um determinado país se deslocam a outro, aí consomem diversos bens e serviços, tais como refeições, visitas a museus, alojamento, entre outros. Estes consumos representam: para o país de origem dos visitantes, uma despesa; inversamente, para o país visitado, uma receita. Os gastos provenientes das deslocações turísticas traduzem-se em saídas de divisas, registadas a débito na Balança de Pagamentos, como forma de passivo, contribuindo para a diminuição do Produto Interno Bruto (PIB). Pelo contrário, os ganhos gerados com o turismo implicam a entrada de divisas, registadas a crédito na Balança de Pagamentos, como forma de ativo, aumentando o PIB (Goeldner & Ritchie, 2009). Segundo Licínio Cunha (2009), daqui surge a segunda forma de classificar o turismo (segundo as repercussões na balança de pagamentos), dividida em dois conceitos:

- **Turismo Externo Ativo:** entrada de divisas. Engloba as viagens que estrangeiros realizam ao país que estão a visitar, onde consomem bens e serviços, gerando exportações para o mesmo. Neste caso trata-se de um país recetor onde o turismo desempenha o papel de atividade exportadora;
- **Turismo Externo Passivo:** saída de divisas. Representa as viagens que os residentes de um país efetuam a outros, onde consomem bens e serviços, gerando importações para o seu país de origem. Neste caso o país é emissor e o turismo desempenha o papel de atividade importadora.

2.3.3. Tipos de turismo

Tendo em conta que todas as pessoas são diferentes e que cada uma tem as suas próprias necessidades e gostos, existem inúmeras razões que as levam a viajar. De igual modo, cada destino ou local, apresenta características diversas, que servem de atração aos seus visitantes (Goeldner & Ritchie, 2009). Estas diferenças geram variados tipos de turismo que, segundo Licínio Cunha (2009), consistem em:

- **Turismo de Recreio:** pessoas que viajam para escapar à sua rotina habitual e conhecer novos locais;
- **Turismo de Repouso:** viagens para locais calmos, com o intuito de descansar e recuperar energias;
- **Turismo Cultural:** deslocações relacionadas com a curiosidade de conhecer a cultura, a história e a tradição de outros povos e países;
- **Turismo Étnico:** indivíduos que viajam com o propósito de visitar amigos e familiares (*Visiting Friends and Relatives*) ou conhecer o país de origem destes;
- **Turismo de Natureza:** deslocações com o objetivo de estar em contacto com a natureza;
- **Turismo de Negócios:** viagens realizadas a título profissional, com o intuito de fechar negócios, participar em reuniões ou congressos;
- **Turismo Desportivo:** deslocações por motivos desportivos, quer para participar ou assistir a um evento.

2.3.4. Turismo como sistema

O turismo funciona como um sistema, integrando diferentes componentes, tais como: a oferta, procura, atividades turísticas, transportes, alojamento e refeições. Estes precisam trabalhar em sintonia, para que todo o sistema funcione corretamente. Existindo problemas numa das componentes ficará comprometido todo o funcionamento do mesmo (Goeldner & Ritchie, 2009; Boiteux & Werner, 2009).

O sistema turístico interage com uma panóplia de diferentes sectores e atividades, criando vários tipos de relações, impactos e dependências (Cunha, 2009). O turismo tem implicações a nível económico, social, tecnológico, ambiental, cultural, sanitário e educacional e, ao mesmo tempo, é influenciado por estes (Cunha, 2009; Goeldner & Ritchie, 2009; Schubert *et al.*, 2011; Gustavo, 2012; Stylidis *et al.*, 2014).

Na vertente económica, porque a atividade turística, sendo positiva, contribui para o desenvolvimento de um país, levando a um aumento do PIB, através da geração de receitas e melhoria da produtividade de outros sectores, que, em função do seu efeito multiplicador, criará emprego. O turismo também pode ter um impacto negativo, dado que quanto mais gastarem os visitantes, mais dinheiro ficará em circulação, podendo levar a um aumento da inflação. Porém, o mesmo encontra-se dependente da economia, na medida em que grande parte da evolução deste sector se baseia no desenvolvimento e crescimento económicos a nível mundial e, caso ocorra uma crise, as pessoas terão os seus rendimentos diminuídos, ressentindo-se a atividade turística (Cunha, 2009; Goeldner & Ritchie, 2009; Schubert *et al.*, 2011; Gustavo, 2012).

A nível social, sendo um dos principais objetivos dos destinos o de oferecer experiências memoráveis a quem os visita, a hospitalidade, como fator relevante na interação entre visitante e visitado, tem grande impacto no turismo (Pizam, 2010 citado

em Tung & Ritchie, 2011). Como tal, a população local representa um ponto-chave, sendo parte integrante do “produto” turístico, podendo potenciar o desenvolvimento do mesmo (Deery *et al.*, 2012; Gursoy *et al.*, 2010 citado em Stylidis *et al.*, 2014). Não só a população local influencia o crescimento do turismo, como é influenciada por este, pois de acordo com Var & Kim (1989) e Backman & Backman (1997), citados em Kim *et al.* (2012), todo o tipo de serviços e infraestruturas destinados a servir os visitantes, destinam-se também a esta. Porém, a repercussão pode ser negativa, uma vez que o aumento do número de visitantes a um país pode conduzir, por exemplo, a um aumento da criminalidade ou à perda de identidade das comunidades locais (Goeldner & Ritchie, 2009).

No que concerne à tecnologia, o turismo depende, em parte, desta, pois os constantes progressos tecnológicos levaram ao aparecimento do *WEB 2.0*, onde as pessoas são a fonte e partilha da informação, nomeadamente através das redes sociais. Estas, por sua vez, estão a ganhar maior importância no mundo do turismo, atendendo que são mais utilizadas pelas pessoas para encontrarem informação e opiniões sobre destinos, de uma forma mais rápida, fácil e interativa, efetuarem reservas e até partilharem as experiências vividas nos locais visitados (Leung *et al.*, 2013). Esta evolução permitiu ainda desenvolver meios de transporte mais rápidos, eficientes e sustentáveis (exemplo dos aviões), tornando as viagens mais curtas, levando a um possível aumento da prática do turismo (Gustavo, 2012; Cunha, 2009).

No que diz respeito ao ambiente, o turismo encontra-se, parcialmente, dependente deste, visto que muitas das atrações turísticas são de carácter natural. Os impactos que este setor tem neste, podem ser positivos ou negativos. Se os fluxos turísticos forem controlados e estabelecidas normas para a prática de um turismo sustentável, os

impactos serão positivos, caso contrário podem levar à degradação ambiental do local (Goeldner & Ritchie, 2009).

A nível cultural, o turismo contribui para a preservação de património histórico, servindo para conhecer diferentes culturas e tradições, de outros povos e países (Goeldner & Ritchie, 2009; Kim *et al*, 2012).

No que respeita a condições sanitárias, é necessário que os países disponham de assistência médica e boas redes de instalações sanitárias, de modo a evitar epidemias e pragas, ajudando a manter as cidades limpas e saudáveis e contribuir para o desenvolvimento turístico positivo no local. Pelo contrário, quando existem problemas deste âmbito, o turismo pode ter impacto negativo nesse local, ajudando a propagação de doenças e epidemias (Cunha, 2009).

Finalmente, a nível educacional, o turismo incentiva à aposta na educação com o objetivo de formar mão-de-obra qualificada para responder às necessidades e desafios deste setor (Cunha, 2009).

2.3.5. Crescimento do turismo e os seus valores

O turismo é, sem dúvida, um dos sectores que mais cresceu a nível mundial nos últimos anos (Jimenez *et al.*, 2009; Akkemik, 2012), tendo registado um aumento quer a nível da oferta, como da procura (Gustavo, 2012). Os dados fornecidos pela OMT, relativos a 2016, corroboram isso mesmo: o número de chegadas internacionais atingiu os 1.235.000.000, um aumento de 46 milhões em relação a 2015, correspondente a um crescimento de 4%. Este sector tem vindo a crescer, aproximadamente, 4% ao ano, desde há sete anos consecutivos: viajaram mais 300 milhões de turistas do que em 2008.

Apesar de alguns desafios, nomeadamente a respeito de segurança, devido aos sucessivos ataques terroristas, o turismo tem-se mantido firme e tem conseguido registar bons valores de crescimento (OMT, 2017b).

A principal região turística, em 2016, foi a Europa (com 615 milhões de chegadas e 50% de quota de mercado), seguida da Ásia e Pacífico (com 309 milhões de chegadas e 25% de quota de mercado), logo a seguir surge a América (com 200 milhões de chegadas e 16% de quota de mercado), depois a África (com 58 milhões de chegadas e 5% de quota de mercado) e, por fim, o Médio Oriente (com 54 milhões e 4% de quota de mercado). Em 2015, os principais destinos turísticos foram: a França (84,5 milhões de chegadas); Estados Unidos da América (77,5 milhões de chegadas); Espanha (68,5 milhões de chegadas); China (56,9 milhões de chegadas); e por fim, a Itália (50,7 milhões de chegadas). Em relação aos turistas que mais dinheiro gastaram, no ano de 2016 foram: a China (261 mil milhões de dólares); Estados Unidos da América (122 mil milhões de dólares); Alemanha (81 mil milhões de dólares); Reino Unido (64 mil milhões de dólares); e, finalmente, a França (41 mil milhões de dólares). Podemos verificar estes valores nas figuras a seguir.



Figura 2- Chegadas de turistas internacionais (2016)

Fonte: OMT (2017b)



Figura 3 - Top 5 de destinos mundiais (2015) e Top 5 de turistas que mais gastam (2016)

Fonte: OMT (2017b)

2.3.6. Importância do turismo

Relativamente à importância do turismo no mundo, há que ter em atenção que este setor corresponde a um fenómeno impulsionador do desenvolvimento económico, gerador de receitas, exportações, emprego e investimento (Goeldner & Ritchie, 2009; Schubert *et al.*, 2011). No ano de 2016 o turismo representou cerca de 10% do PIB mundial, um em cada dez empregos foi no sector do turismo, gerou 1.5 biliões de dólares em exportações, representando 7% das exportações mundiais e 30% das exportações de serviços mundiais (OMT, 2017b).

CAPÍTULO 3

Metodologia e Dados

3.1. Metodologia

Este trabalho consiste num estudo qualitativo, onde os dados obtidos resultaram da pesquisa de informação em documentos partilhados publicamente pela AICEP e pelo Turismo de Portugal, bem como por contacto direto, com este último, mediante um conjunto de questões colocadas por via eletrónica à Dra. Patrícia Seguro e ao Dr. Sérgio Guerreiro. As questões e respetivas respostas poderão ser consultadas em anexo.

Numa fase inicial pensou-se proceder à recolha de dados por intermédio de três entrevistas, a personalidades relevantes para a matéria em estudo: o Presidente da AICEP, Dr. Luís Castro Henriques; o Presidente do Turismo de Portugal, Dr. Luís Araújo; e a Secretária de Estado do Turismo, Dra. Ana Mendes Godinho.

Contudo, tal não se revelou exequível, pois na sequência do contacto com o departamento de Comunicação, Marketing Corporativo e Protocolo Empresarial da AICEP, foi-nos informado pelo responsável do mesmo, o Dr. Manuel Garcia, que esta entidade não colabora em trabalhos deste género. Relativamente à entrevista com a Secretária de Estado do Turismo, não foi obtido qualquer tipo de resposta da mesma, face à solicitação. No que respeita ao Turismo de Portugal, por motivos de agenda do Dr. Sérgio Guerreiro, não foi possível reunir pessoalmente, tendo, no entanto, acedido a responder por via eletrónica a um conjunto de questões por nós colocadas.

A escolha das entidades supracitadas prendeu-se com o facto de ambas serem responsáveis pela divulgação de Portugal no exterior, bem como por deterem conhecimentos sobre as áreas de interesse visadas neste trabalho.

Em relação à escolha do método para recolha de dados, consideramos ter sido o mais adequado, por se tratar de um estudo sobre duas temáticas de grande amplitude e carácter generalista, sendo para tal indispensável contactar entidades máximas responsáveis pelas mesmas, assim como consultar informação produzida por estas e segundo Diehl (2004) citado por Dalfovo *et al.* (2008), um estudo qualitativo corresponde a uma descrição do comportamento de um determinado fenómeno.

3.2. Informação geral sobre Portugal

Portugal é um país com, aproximadamente, 10,3 milhões de habitantes, situado na costa Oeste do continente Europeu, beneficiando, como tal, de uma localização estratégica de ligação entre este último e os continentes Americano e Africano. Da sua constituição também fazem parte os arquipélagos dos Açores e Madeira. A maioria da população portuguesa está concentrada no litoral do País, com a sua capital sediada em Lisboa (AICEP, 2017c).

Relativamente à estrutura da economia portuguesa, no ano de 2011, a mesma atravessou um período conturbado, tendo sido necessário recorrer a ajuda externa. Em 2014, apresentou melhorias, registando crescimento. Volvidos dois anos, saiu do programa de ajuda externa. Nesse ano, a maioria da população encontrava-se a trabalhar no setor de serviços, representando este 68,6% do emprego e 75,6% do Valor Acrescentado Bruto (VAB). Quanto à indústria, a mesma empregou 24,5% da população e representou 22,4% do VAB, enquanto a agricultura representou apenas 6,9% do emprego com um peso de 2,2% do VAB (AICEP, 2017c).

Tabela I - Indicadores Económicos Portugal (2013-2018)

Indicadores Económicos		2013	2014	2015	2016	2017 ^{al}	2018 ^{al}
PIB	Milhões EUR	170 269	173 079	179 540	185 035	190 295	195 882
	t.v. volume	-1,1	0,9	1,6	1,4	1,8	1,7
	Milhões USD	226 143	229 995	199 222	204 761	203 178	209 261
<i>Per capita (PPS)</i>	UE 28=100	76,6	76,8	76,8	76,9	77,3	77,6
<i>Consumo Privado</i>	Milhões EUR	111 144	114 060	117 822	121 783	125 567	129 018
	t.v. volume	-1,2	2,3	2,6	2,3	2,1	1,4
<i>Consumo Público</i>	Milhões EUR	32 501	32 206	32 667	33 547	34 038	34 619
	t.v. volume	-2,0	-0,5	0,8	0,8	0,2	0,5
<i>Investimento (FBCF)</i>	Milhões EUR	25 122	25 993	27 417	27 400	28 567	30 112
	% do PIB	14,8	15,0	15,3	14,8	15,0	15,4
	t.v. volume	-5,1	2,3	4,5	-0,3	6,8	5,0
<i>FBCF excluindo construção</i>	% do PIB	7,0	7,5	7,7	7,5	n.d.	n.d.
	t.v. volume	4,1	8,7	4,9	1,7	n.d.	n.d.
População	Mil habitantes	10 457	10 401	10 358	10 306	10 268	10 223
Emprego	Mil indivíduos	4 450	4 513	4 576	4 650	4 671	4 698
Desemprego	Mil indivíduos	855	726	647	573	513	475
Taxa de atividade	% população >15 anos	59,3	58,8	58,6	58,5	n.d.	n.d.
Taxa desemprego Portugal	% população ativa	16,2	13,9	12,4	11,1	9,9	9,0
Saldo Orçamental do Setor Público	% do PIB	-4,8	-7,2	-4,4	-2,1	-2,0	-2,2
Dívida Pública	% do PIB	129,0	130,6	129,0	130,4	128,9	127,1
Saldo da Balança Corrente	Mil milhões EUR	2,7	0,1	0,1	1,6	1,2	1,4
	% do PIB	1,6	0,1	0,1	0,8	0,6	0,7
IHPC – Portugal	t.v. anual	0,4	-0,2	0,5	0,6	1,3	1,4
IHPC – Zona Euro	t.v. anual	1,3	0,4	0,0	0,2	1,7	1,4

Fonte: AICEP (2017c)

Como podemos verificar na tabela acima, o Produto Interno Bruto (PIB) português tem vindo a crescer no período de 2013 a 2016: 2013-2014 registou um aumento de 0,9%; em 2014-2015 cresceu 1,6%; e em 2015-2016 aumentou 1,4%. Prevê-se que no fim de 2017 o PIB tenha crescido 1,8% em relação ao ano transato e, para 2018 um crescimento de 1,7%. É também possível verificar que o número de indivíduos empregados tem vindo a aumentar, passando de 4.450.000 em 2013 para 4.650.000 em 2016. Estima-se que em 2018 este valor atinja as 4.698.000 pessoas. Em contrapartida, a taxa de desemprego tem vindo a diminuir, no mesmo período de tempo, passando de 16,2% em 2013 para 11,1% em 2016. Para 2018 espera-se que o valor desta baixe para 9%.

3.3. Exportações portuguesas

De acordo com a AICEP (2017c), um dos principais motivos para o crescimento da economia portuguesa, deveu-se ao aumento das exportações. Efetivamente, face aos dados disponíveis (vide Tabela II), estas têm vindo a registar um percurso ascendente nos últimos anos.

Tabela II - Comércio internacional português (2012-2016)

Comércio Internacional Português		2012	2013	2014	2015	2016	Var. % 16/12 ^c	Var. % 16/15 ^d
Comércio de bens e serviços ^(a)								
Exportações (fob)	Milhoes EUR	64 380	68 610	70 718	74 294	75 779	4,2	2,0
Importações (fob)	Milhoes EUR	64 151	65 414	68 827	71 128	71 714	2,8	0,8
Saldo (fob)	Milhoes EUR	229	3 196	1 891	3 165	4 065	--	--
	% do PIB ^e	-0,5	1,0	0,2	0,7	1,2	--	--

Fonte: AICEP (2017c) com dados do Banco de Portugal

Verificou-se uma média de crescimento anual de 4,2%, no período de 2012-2016. Neste último ano, o valor das exportações atingiu os 75 779 milhões de euros, representando um aumento de 2% face ao ano anterior. É de realçar que o saldo da Balança Comercial de Bens e Serviços tem sido positivo, ao longo do mesmo período de tempo, indicando que as exportações superaram as importações.

No último ano, os principais destinos das exportações foram: União Europeia (UE), com uma quota de 75,2 %; África, com 8,3% (4,3% pertencente aos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) e 4% aos restantes países africanos); América do Norte, com 5,5%; Ásia, com 4,3%; Países Europeus fora da UE, com 3%; e América Central e do Sul, com 2,6% (vide Figura 4).

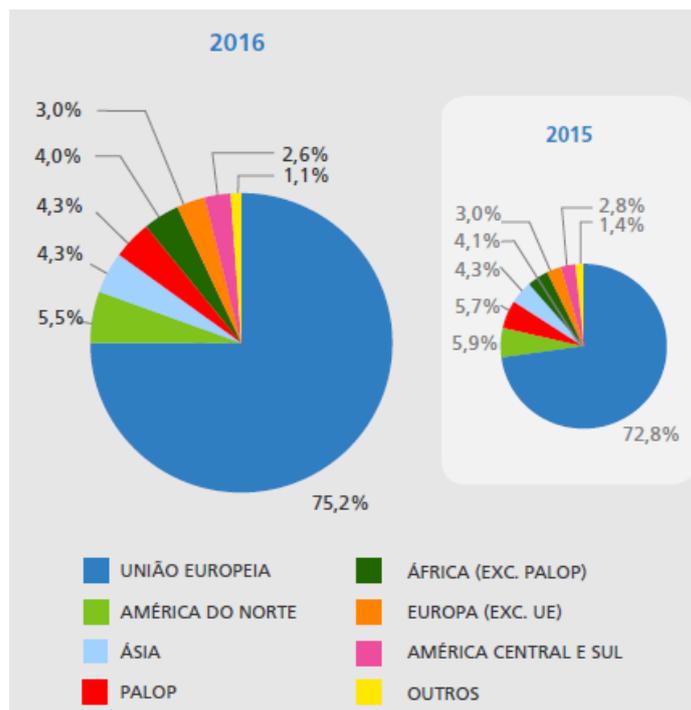


Figura 4 - Principais destinos das exportações portuguesas (2015-2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017c) com dados do Instituto Nacional de Estatística (INE)

Analisando a figura é perceptível que a UE foi a única a registar um aumento da sua quota de 2015 para 2016, passando de 72,8% para 75,2%, respetivamente. Em contrapartida, a África viu a sua quota ser reduzida de 9,8% (2015) para 8,3% (2016) (sendo que os PALOP passaram de 5,7% para 4,3% e os restantes países africanos de 4,1% para 4%), bem como a América do Norte, que passou de 5,9% (2015) para 5,5 % (2016) e a América Central e do Sul, de 2,8% (2015) para 2,6% (2016).

Relativamente aos principais clientes das exportações portuguesas, os cinco países que mais compraram a Portugal, no ano de 2016, foram: Espanha (26,2%); França (12,6%); Alemanha (11,6%); Reino Unido (7%); e Estados Unidos da América (EUA) (4,9%).

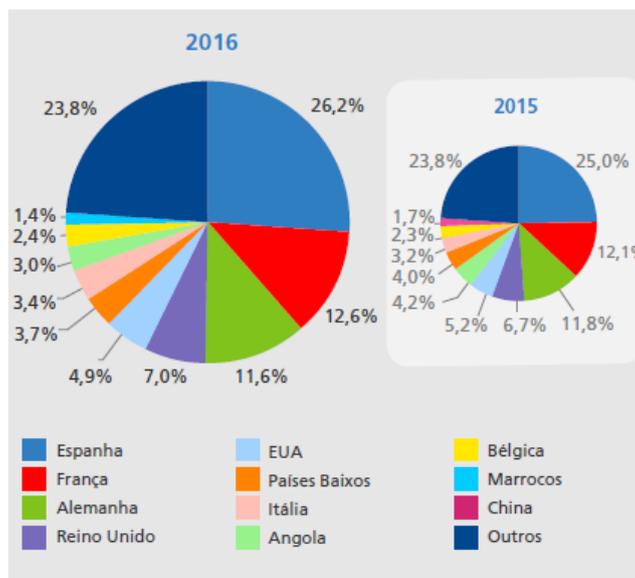


Figura 5 - Principais clientes das exportações portuguesas (2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017c) INE

É de realçar que Espanha, França e Reino Unido, aumentaram, de 2015 para 2016, as suas quotas nas exportações portuguesas, passando, respectivamente, de 25% para 26,2%, de 12,1% para 12,6% e de 6,7% para 7%. Contrariamente, no mesmo período, a Alemanha e os EUA viram as suas quotas passar de 11,8% para 11,6% e de 5,2% para 4,9%, respetivamente. Importa, ainda, realçar que a maioria dos destinatários das exportações portuguesas, como mencionado anteriormente, corresponde a países europeus pertencentes à UE, sendo que, fora deste, os mais relevantes são os EUA, Angola, Marrocos e China.

No global das exportações, no ano passado, as relativas a bens, foram as que tiveram maior peso, representando 65,3%, enquanto as referentes aos serviços, representaram 34,7% (vide Figura 6).

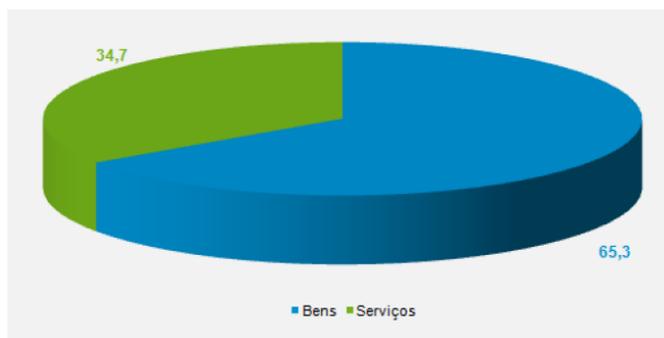


Figura 6 - Exportações por componentes (2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017a) com dados do Banco de Portugal

No que diz respeito aos tipos de bens e serviços com maior peso no total das exportações, no ano de 2016, os cinco principais foram: Viagens e Turismo (16,7%); Máquinas e Aparelhos (10,2%); Veículos e Outros Materiais de Transporte (7,5%); Transportes (7,3%); e Outros Serviços Fornecidos por Empresas (5,9%). Importa realçar o papel desempenhado pelas “Viagens e Turismo” para o bom desempenho das exportações, representando mais de 15% do total destas (vide Figura 7).

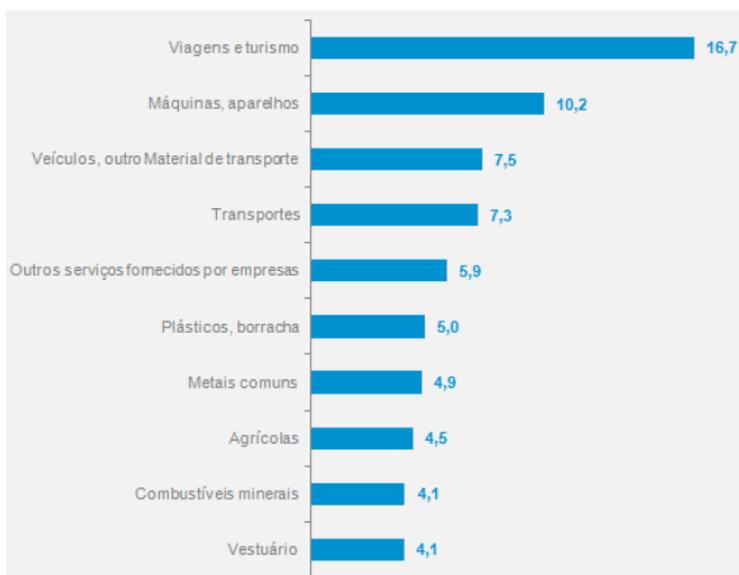


Figura 7 - Exportações por tipos de bens e serviços (2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017a) com dados do Banco de Portugal

3.3.1. Exportações de bens

Como referido, anteriormente, registou-se um aumento das exportações, assim como do saldo da Balança Comercial. O mesmo se aplicou às exportações de bens entre 2012 e 2016, tendo-se verificado uma média de crescimento anual de 2,7%. Ao invés, o saldo entre exportações e importações de bens foi negativo, como demonstrado na Tabela III.

Tabela III - Comércio internacional português (2012-2016)

Comércio Internacional Português		2012	2013	2014	2015	2016	Var. % 16/12 ^c	Var. % 16/15 ^d
Comércio de bens e serviços ^(a)								
Exportações (fob)	Milhoes EUR	64 380	68 610	70 718	74 294	75 779	4,2	2,0
Importações (fob)	Milhoes EUR	64 151	65 414	68 827	71 128	71 714	2,8	0,8
Saldo (fob)	Milhoes EUR	229	3 196	1 891	3 165	4 065	--	--
	% do PIB ^e	-0,5	1,0	0,2	0,7	1,2	--	--
Comércio de bens ^(b)								
Exportações (fob)	Milhoes EUR	45 213	47 303	48 054	49 826	50 290	2,7	0,9
Importações (cif)	Milhoes EUR	56 374	57 013	59 032	60 310	61 055	2,0	1,2
Saldo (fob-cif)	Milhoes EUR	-11 161	-9 710	-10 978	-10 485	-10 766	--	--
	% do PIB ^e	-5,0	-4,0	-4,7	-4,3	-4,1	--	--

Fonte: AICEP (2017c) com dados do Banco de Portugal e INE

Com base no valor das exportações de bens dos últimos anos, torna-se importante perceber quais os principais produtos exportados. No ano de 2016, os cinco principais foram: Máquinas e Aparelhos (15,4%); Veículos e Outros Materiais de Transporte (11,3%); Plásticos e Borracha (7,5%); Metais Comuns (7,3%); e Produtos Agrícolas (6,8%).

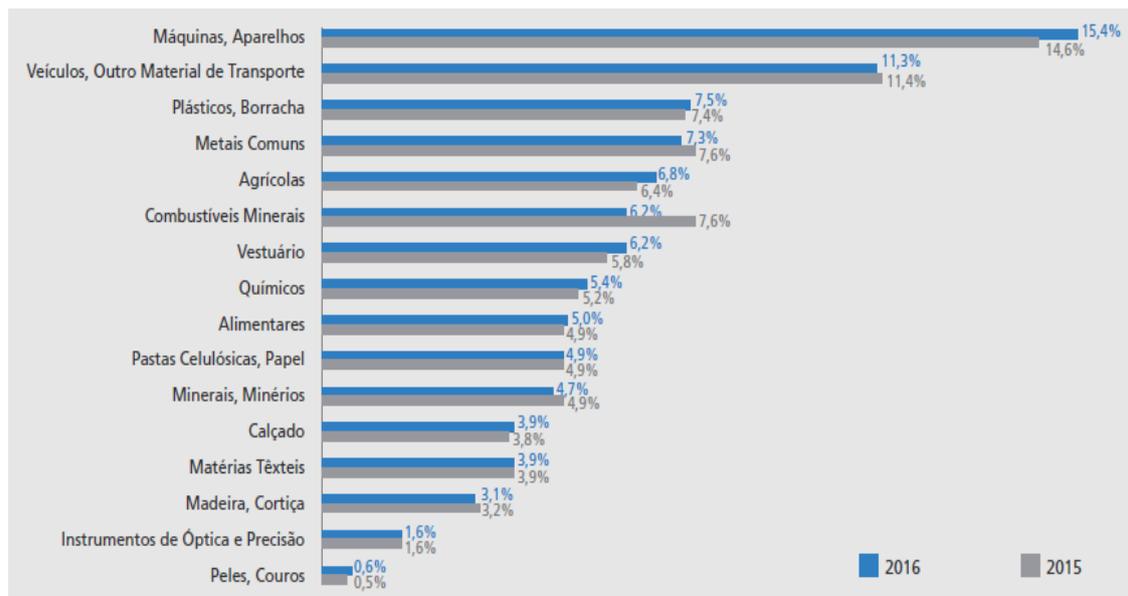


Figura 8 - Principais produtos exportados

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017c) com dados do INE

Analisando a figura, entre 2015 e 2016, revela-se preocupante, o decréscimo das exportações de: Combustíveis Minerais (7,6% para 6,2%); Metais Comuns (7,6% para 7,3%); Minerais e Minérios (4,9% para 4,7%); Veículos e Outros Materiais de Transporte (11,4% para 11,3%); e Madeira e Cortiça (3,2% para 3,1%). Importa também realçar o crescimento das exportações de Máquinas e Aparelhos, Produtos Agrícolas e Vestuário, no mesmo horizonte temporal.

3.3.2. Exportações de serviços

Relativamente à prestação das exportações de serviços, entre 2012 e 2016, estas têm vindo a registar um aumento progressivo. Neste último ano, o valor deste tipo de exportações atingiu os 26 281 milhões de euros, valor muito acima dos 20 063 milhões de euros registados em 2012. No que respeita ao saldo da Balança Comercial de

Serviços, este manteve-se sempre positivo tendo inclusivamente apresentado um aumento de ano para ano, como ilustrado na Figura 9.

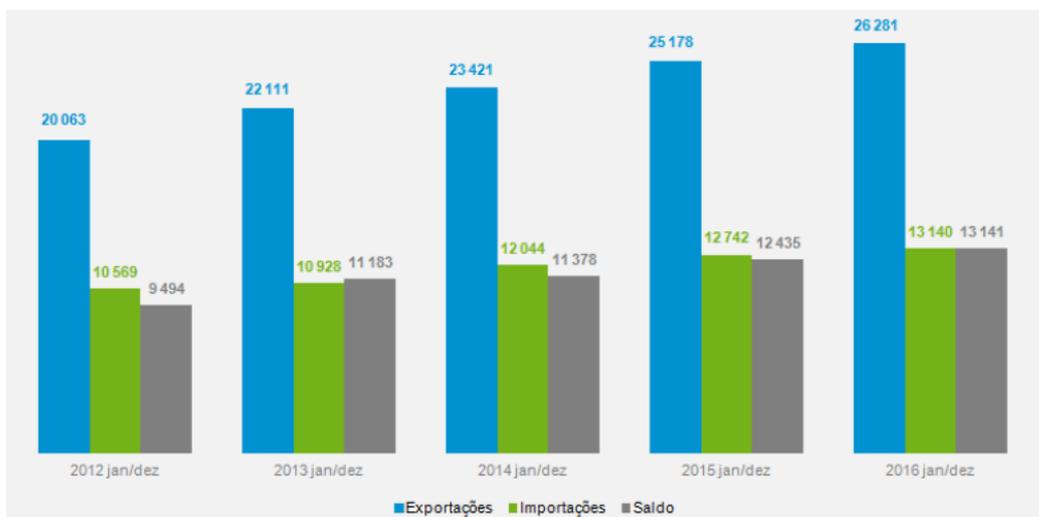


Figura 9 - Balança comercial portuguesa de serviços (2012 - 2016)

Unidade: Milhões de euros

Fonte: AICEP (2017b) com dados do Banco de Portugal

No último ano, os principais destinatários das exportações de serviços, foram, à semelhança do já referido, países situados no continente Europeu, na sua maioria, pertencentes à UE. No seu conjunto, os cinco principais importadores foram: Reino Unido (15%); França (14,9%); Espanha (12,5%); Alemanha (9,7%); e EUA (5,4%). Para além destes, destacam-se o Brasil, Angola e Canadá (vide Figura 10).

No total das exportações de serviços, as tipologias que mais se evidenciaram, em 2016, foram: Viagens e Turismo (48,2%); Transportes (21,1%); Outros Serviços Fornecidos por Empresas (17,1%); Telecomunicações, Informáticos e de Informação (4,9%); e Construção (2,1%).

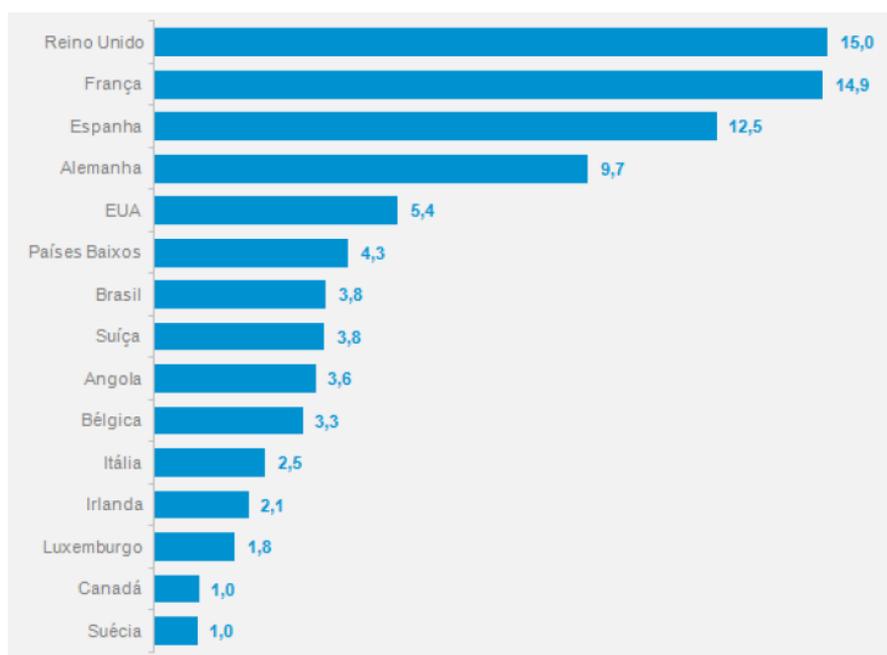


Figura 10 - Principais clientes das exportações de serviços nacionais (2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017b) com dados do Banco de Portugal

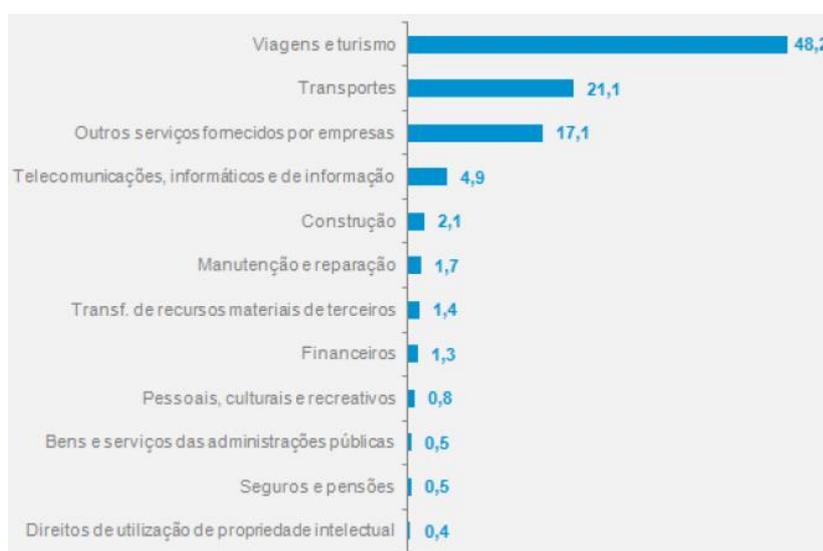


Figura 11 - Exportações por tipos de serviços (2016)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017b) com dados do Banco de Portugal

Analisando a figura, importa realçar o contributo das Viagens e Turismo, que, em 2016, representaram praticamente metade do total das exportações de serviços.

3.3.3 Expetativas para 2017

Prevê-se que as exportações continuem a crescer durante este ano. Analisando os valores destas, durante o período compreendido entre Janeiro e Julho de 2017, e comparando com período homólogo do ano passado, concluímos que o resultado obtido no primeiro, 48 115 milhões de euros, é superior aos 43 048 milhões de euros, registados no segundo. Relativamente ao saldo da Balança Comercial de Bens e Serviços, este permaneceu positivo durante o primeiro semestre deste ano, embora com valores inferiores aos registados em igual período de 2016 (1596 milhões de euros no primeiro e 2255 milhões de euros, no segundo).



Figura 12 - Balança comercial portuguesa de bens e serviços (1º semestre de 2013 a 2017)

Unidade: Milhões de euros

Fonte: AICEP (2017d) com dados do Banco de Portugal

Da leitura da Figura 13 resulta que, no conjunto das exportações nacionais, os tipos de bens e serviços com maior relevância, durante o primeiro semestre deste ano, foram:

Viagens e Turismo (16,4%); Máquinas e Aparelhos (10,4%); Veículos e Outros Materiais de Transporte (7,7%); Transportes (7,6%); e Metais Comuns (5,3%). Continua a ser de realçar a prestação das Viagens e Turismo, seguindo como principal atividade exportadora.



Figura 13 - Exportações por tipos de bens e serviços (1º semestre de 2017)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017d) com dados do Banco de Portugal

Com base na análise do comportamento das exportações de serviços durante o primeiro semestre de 2017, torna-se perceptível que o seu valor atingiu os 16 225 milhões de euros, muito superior ao obtido em igual período do ano de 2016 (14 280 milhões de euros). Entre Janeiro e Julho de 2017, a Balança Comercial de Serviços apresentou um saldo positivo de 7 886 milhões de euros, comparativamente ao mesmo período de 2016 (6860 milhões de euros) (vide Figura 14).



Figura 14 - Balança comercial de serviços (1º semestre de 2013 a 2017)

Unidade: Milhões de euros

Fonte: AICEP (2017e) com dados do Banco de Portugal

De acordo com a Figura 15, verificamos que, no total das exportações de serviços, as tipologias que mais se destacaram, no primeiro semestre de 2017, foram: Viagens e Turismo (48,7%); Transportes (22,5%); Outros Serviços Fornecidos por Empresas (15%); Telecomunicações, Informáticos e de Informação (4,9%); e Manutenção e Reparação (1,9%). Uma vez mais, torna-se evidente a importância das Viagens e Turismo, representando quase metade do total das exportações de serviços.

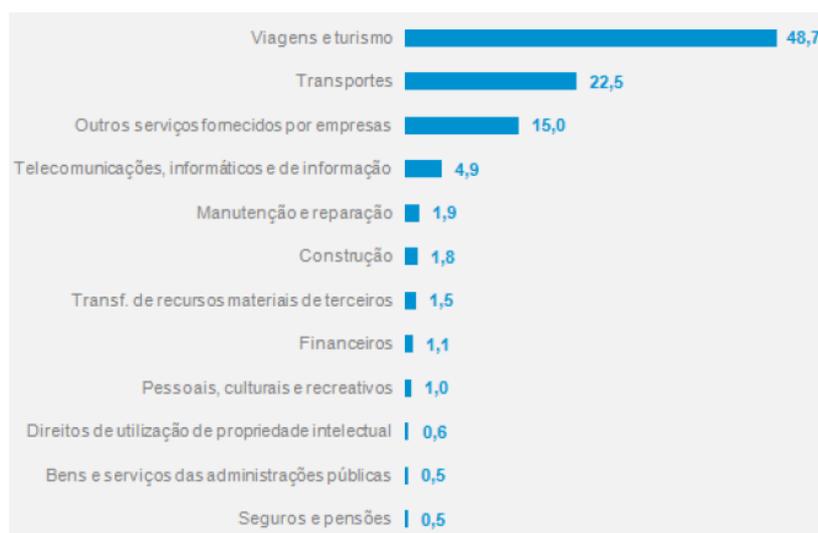


Figura 15 - Exportações por tipos de serviços (Janeiro a Julho de 2017)

Unidade: % do total

Fonte: AICEP (2017e) com dados do Banco de Portugal

3.4. Importância do turismo para Portugal

O comportamento do turismo em Portugal segue as tendências verificadas a nível internacional. Este sector tem apresentado, nos últimos anos, segundo o Turismo de Portugal (2017), um crescimento em, praticamente, todos os indicadores: número de turistas, receitas, dormidas, emprego, formação dos colaboradores e peso nas exportações nacionais. De acordo com a Dra. Patrícia Seguro e o Dr. Sérgio Guerreiro, o país está a atravessar o melhor momento de sempre, no que respeita ao turismo, posicionando-se hoje em dia como um importante destino mundial.

Este crescimento foi possível, em grande parte, devido a um esforço e investimento realizados pelo país, neste sector, nomeadamente, no reforço da capacidade aérea. Segundo o Turismo de Portugal (2017), em 2016, esta aumentou em, aproximadamente, 1,5 milhões de lugares, traduzindo-se no crescimento das chegadas de turistas internacionais aos aeroportos portugueses. São ainda de referir as melhorias, quer a nível de qualificação dos recursos turísticos quer de infra-estruturas, como é o caso das acessibilidades, do património cultural e histórico das localidades, dos espaços verdes e áreas protegidas.

Segundo a Dra. Patrícia Seguro e o Dr. Sérgio Guerreiro, o crescimento do turismo em Portugal, nos últimos anos, caracterizou-se por: diversificação dos mercados emissores de turistas; reforço da capacidade de alojamento, tanto em quantidade como qualidade; aparecimento de novas formas de alojamento, como o Alojamento Local; e aumento do número de empresas ligadas à área da animação turística. Tal traduziu-se na emergência de mercados menos fortes e ainda na consolidação do mercado interno.

Paralelamente ao crescimento do turismo, houve um acréscimo das receitas turísticas, de cerca de 6,3% ao ano, entre 2005 e 2015, com exceção de 2009, marcado pela crise

económica. Em 2005, o seu valor foi de 6,2 mil milhões de euros enquanto em 2015 atingiu os 11,5 mil milhões. Com base nas informações que nos foram prestadas pelo Turismo de Portugal, em 2016, os ganhos ascenderam aos 12,7 mil milhões de euros, representando um aumento de 10,4%, cerca de 6,9% do PIB (6,4% em 2015 e 4,2% em 2010), 48,2% das exportações de serviços (45,5% em 2015) e 16,7% das exportações globais (15,4% em 2015) assumindo-se como a maior actividade exportadora nacional.



Figura 16 - Receitas Turísticas (2005-2015)

Fonte: Turismo de Portugal com dados do Banco de Portugal

A capacidade de alojamento em Portugal sofreu algumas melhorias, quer em quantidade, mediante o aumento do número de camas, quer em qualidade, através do crescimento da quota de hotéis de quatro e cinco estrelas. No ano de 2009, haviam 273,8 mil camas, das quais os hotéis de quatro e cinco estrelas representavam 31,7%. Em 2015, o número de camas subiu para 312 mil, das quais 37,5% pertenciam a hotéis destas categorias (vide Figura 17).

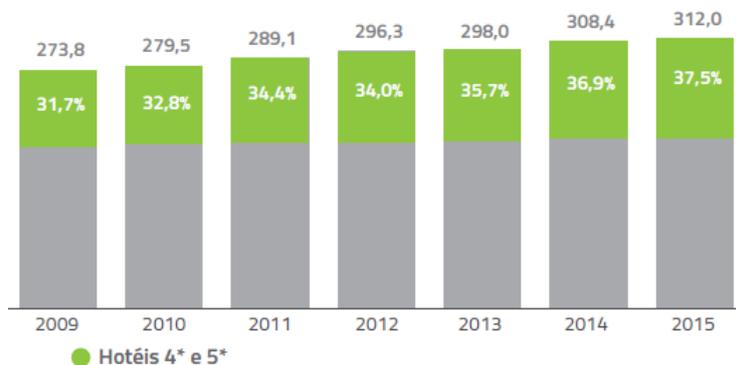


Figura 17 - Capacidade de alojamento entre 2009 e 2015 (nº de camas em milhares)

Fonte: Turismo de Portugal com dados do INE

No período de 2012 a 2016, paralelamente às melhorias na capacidade de alojamento, traduzíveis num aumento da oferta, também a procura registou um acréscimo, mediante a subida do número de dormidas de estrangeiros em Portugal. Em 2012, estas foram de 27,3 milhões, valor que ascendeu a 38,3 milhões, em 2016. Trata-se de um aumento impressionante. Os principais mercados que contribuíram para esta subida, segundo a Dra. Patrícia Seguro e o Dr. Sérgio Guerreiro, foram: Reino Unido; Alemanha; Espanha; França; e Holanda. No seu conjunto, estes foram responsáveis por 24,7 milhões de dormidas (aumento de 11,1% face a 2015), correspondendo a 65% dos mercados estrangeiros que pernoveram em Portugal, de acordo com a mesma fonte. Segundo a AICEP (2017c), os países de origem dos turistas que mais gastaram em Portugal, ou seja, os que tiveram maior peso nas receitas turísticas, foram: a França (18%); o Reino Unido (17,9%); a Espanha (12,9%); a Alemanha (11,7%); e EUA (4,7%).

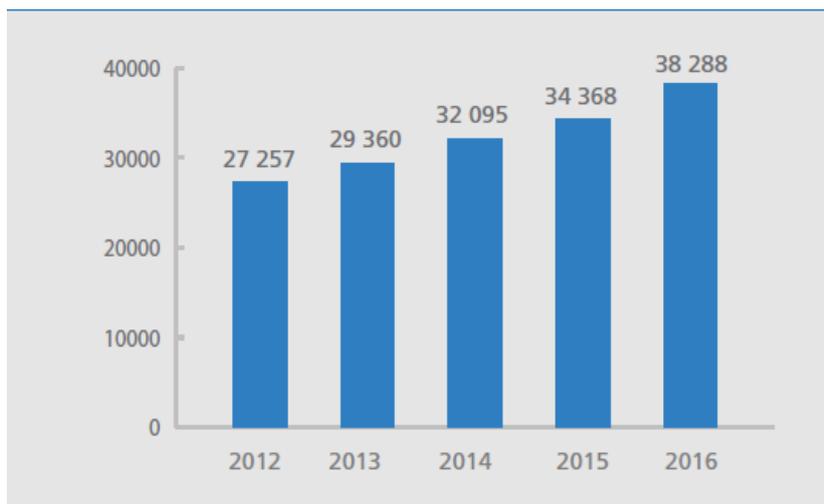


Figura 18 - Dormidas de estrangeiros entre 2012 e 2016 (milhares)

Fonte: AICEP (2017c) com dados do INE

Segundo a Dra. Patrícia Seguro e o Dr. Sérgio Guerreiro, as regiões que concentraram o maior número de dormidas foram o Algarve, Lisboa e Madeira, representando as três, quase 80% do total de dormidas de estrangeiros em Portugal, no ano de 2016. Afirmam ainda que, apesar da maior parte das mesmas se fazerem sentir nestas três regiões, o seu crescimento verificou-se em todo o território. Em relação ao ano anterior houve um acréscimo de: 12,8% no Norte; 9,7% no Centro; 7,2% em Lisboa; 10,7% no Alentejo; 8,9% no Algarve; 21,7% nos Açores; e 9,8% na Madeira.

O número de hóspedes, no mesmo ano, surpreendeu pela positiva, visto ter sido de 19 milhões (+ 9,8% que 2015), dos quais 12 milhões de estrangeiros, tendo estes ultrapassado, pela primeira vez o número da população portuguesa, de acordo com a mesma fonte.

Em termos de emprego, este sector é muito importante para o país. O Turismo de Portugal (2017) indica que, no ano de 2015, o número total de empregados neste ramo foi de 280 mil e, em 2016, cerca de 328 mil. Tal representou um incremento de 48 mil

trabalhadores e uma variação de 17,1%. Estes dados, foram reforçados pela Dra. Patrícia Seguro e o Dr. Sérgio Guerreiro, tendo afirmado que só o alojamento e a restauração englobam 6% do total deste.

	2015	2016	VARIAÇÃO
Dormidas	48,9 milhões	53,5 milhões	+ 4,6 milhões + 9,4%
Receitas	11,5 mil milhões	12,7 mil milhões	+ 1,2 mil milhões + 10,4%
Hóspedes	17,4 milhões	19,1 milhões	+1,7 mil milhões + 9,7%
Exportações	15,4% do total de Exportações de bens e serviços do País	16,7% do total de Exportações de bens e serviços do País	+ 1,3%
Saldo da Balança Turística	7,8 mil milhões €	8,8 mil milhões €	+ mil milhões + 12,8%
Emprego	280 mil	328 mil	+ 48 mil + 17,1%

Figura 19 - Importância do turismo

Fonte: Turismo de Portugal com dados do INE e Segurança Social

A Figura 19 ilustra bem a importância que o turismo tem para o nosso país. É perceptível que este último pertence ao grupo dos maioritariamente receptores, corroborável pelos dados do saldo da balança turística, reforçando o papel deste sector como atividade exportadora.

O Ministro da Economia, Dr. Manuel Caldeira Cabral, segundo a “Estratégia Turismo 2027”, considerou que este setor desempenha um papel de enorme relevância estratégica para o desenvolvimento económico e social do país, maioritariamente pelo seu contributo para as exportações e criação de emprego, classificando-o como a maior atividade exportadora nacional. Realça ainda que Portugal irá continuar a apostar a este nível, nomeadamente através da qualificação dos colaboradores da área, da requalificação e diversificação da oferta turística ao longo de todo o ano, do reforço das ligações aéreas e da aposta na tecnologia e inovação. O objetivo é o de tornar o país um destino sustentável, inovador, competitivo, valorizador do trabalho e talento de cada um, destacando-se por ser ideal para se visitar, viver, estudar e investir.

Também a Secretária de Estado do Turismo, Dra. Ana Mendes Godinho, na mesma “Estratégia Turismo 2027”, reforça a importância deste, realçando que o mesmo atravessou um período muito bom no ano de 2016. Afirma que foi uma fase de crescimento em todo o país, com a maioria deste a ocorrer durante a época baixa e, o ritmo a que cresceram as receitas ter sido superior ao das dormidas. Enfatizou o contributo do turismo para o emprego, referindo que o aumento do número de empregados neste setor foi indicativo da expansão da atividade turística ao longo de todo o ano, traduzindo-se na redução da taxa de sazonalidade. Destacou, ainda, o bom trabalho que o país tem desenvolvido neste campo, o que trouxe maior reconhecimento internacional, através da atribuição de inúmeros prémios a Portugal, mais concretamente 491 (157 em 2015). Ana Mendes Godinho reforçou a sustentabilidade anual deste setor e o papel impulsionador na economia nacional através da criação de emprego e geração de receitas.

Por sua vez, o presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo, garante que o principal objetivo com a elaboração da “Estratégia Turismo 2027” passa por colocar o turismo como “*hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo”. Considera, ainda, que os planos para o futuro passam pela valorização e preservação do território e património cultural, melhoria da competitividade de Portugal, atração de investimento estrangeiro, fomento da inovação e da formação dos profissionais do turismo, reforço das ligações aéreas ao longo de todo o ano e, em sintonia com o ministro da economia, posicionamento de Portugal como ideal para visitar, viver, estudar e investir.

A “Estratégia Turismo 2027” consiste num plano baseado nas pessoas (residentes, turistas, profissionais), com o objetivo de reforçar as interligações e interdependências

deste setor, estabelecendo metas futuras para a próxima década, com impacto em diferentes níveis:

- Económico: obtenção de 80 milhões de dormidas e de 26 mil milhões de euros em receitas;
- Social: redução da taxa de sazonalidade, para 33,5%; reforço da formação dos colaboradores, para que mais de 60% possuam ensino secundário e pós-secundário; consciencialização para que mais de 90% da população residente reconheça o impacto do turismo como positivo;
- Ambiental: gestão eficiente da energia, água e resíduos, por parte de 9 em cada 10 empresas.

CAPÍTULO 4

Análise crítica dos dados

No capítulo anterior ficou perceptível a importância do turismo para Portugal, podendo ser considerada a maior atividade exportadora do país e um motor para o desenvolvimento económico, social e ambiental. É notável o contributo deste sector para o equilíbrio da balança comercial portuguesa, com as receitas a atingirem, em 2016, os 12,7 mil milhões de euros, representando 16,7% do total das exportações e 48,2% das exportações de serviços. O saldo da balança turística nacional foi positivo, tendo registado o valor de 8,8 mil milhões de euros, no mesmo ano, fazendo de Portugal um país maioritariamente receptor de turistas e comprovando que este sector atua como atividade exportadora. Importa realçar que, o investimento no turismo, é um bom caminho a seguir, não devendo, no entanto, ser a única aposta, pois quanto maior a variedade de actividades exportadoras, maior se revela a sustentabilidade de uma economia.

Como mencionado anteriormente, as receitas turísticas tiveram um peso de 6,9% no PIB nacional, no ano de 2016, tendo o sector do turismo sido responsável por empregar 328 mil pessoas, com a restauração e alojamento representando quase 6% do mesmo. Tal, indica claramente a relevância do turismo para a economia portuguesa, através da geração de receitas/riqueza e criação de emprego.

A questão central deste estudo consistia em averiguar se o turismo deverá ser aposta para as exportações nacionais. Ora, através do descrito nos parágrafos anteriores poderíamos dizer que sim, dado o seu peso no total das exportações e, ainda, no seu potencial para gerar receitas e criar emprego. Mas, o turismo para ser aposta com vista ao equilíbrio da balança externa do país, exige um investimento, de modo a potenciar o

seu crescimento. Aqui, evidencia-se um aspeto fundamental, porque ao estimular o aumento da actividade turística, Portugal beneficiará de um conjunto de impactos benéficos. Com base na revisão de literatura, o turismo apresenta um carácter inter-relacional e interdependente, relacionando-se com várias outras áreas, influenciando-as e sendo por elas influenciado.

Este, funcionando como sistema, requer que para que haja crescimento, seja necessário existir um aumento na procura (ter mais visitantes), implicando para tal, que existam condições para os receber, ou seja, mais e melhor oferta. É deste processo que surgem os impactos benéficos, porque ter mais visitantes, poderá implicar a criação de mais receitas (exportações) e um alargamento da actividade turística, o que, por sua vez, conduzirá a um aumento do emprego.

De modo a atrair mais visitantes, urge ter condições, tais como: boas acessibilidades, através do melhoramento das estradas e uma boa rede de transportes públicos; eficiente gestão do saneamento, com ruas e cidades mais limpas e espaços verdes preservados; melhores infra-estruturas, mais inovadoras e tecnologicamente evoluídas, sejam elas aeroportos, terminais de autocarros, de comboios ou centros comerciais; requalificação e preservação de património histórico e cultural, como monumentos, museus e aproveitamento de imóveis abandonados para criar oferta turística; e bons estabelecimentos de ensino, de modo a formar profissionais capazes de responder às necessidades da procura.

Tal, não só beneficiará os visitantes, como a população local. Estes últimos terão a possibilidade de eles próprios usufruir dos mesmos serviços, incrementar os seus rendimentos e ainda ver melhorada a sua qualidade de vida. Esta, por sua vez, irá atrair investimento estrangeiro.

Resumindo, para que o conjunto destes benefícios seja possível, revela-se fundamental a participação do Estado. Este, deve monitorizar e fomentar o crescimento sustentável do turismo, através da criação de um plano. Entretanto, foi criado o plano “Estratégia Turismo 2027” com o intuito de posicionar Portugal como ideal para visitar, viver, estudar e investir.

Face ao exposto, o turismo acarreta um largo espectro de benefícios com implicações variadas para o país, nomeadamente de carácter económico, social e ambiental, revelando-se digno de regulação e controlo por parte do Estado.

Urge realçar que Portugal tem vindo a ganhar maior importância a nível internacional, em termos de turismo, sendo hoje um dos destinos mais competitivos do mundo, corroborado pelos inúmeros prémios que tem vindo a receber nesta matéria. É um país que está a ganhar notoriedade, cada vez mais procurado, seja para visitar, estudar, investir ou até mesmo viver, como são exemplos os recentes casos, em que a cantora norte americana Madonna, decidiu mudar a sua residência para Portugal e a realização da *Web Summit* passar a ser na cidade de Lisboa, o que pode contribuir para o crescimento do setor turístico em Portugal.

O turismo, como forte motor das exportações nacionais, deve ser aposta, com vista ao crescimento das mesmas, de modo a incrementar o PIB. Contudo, não deverá ser a única rúbrica a ter em conta, atendendo à importância de uma diversidade de atividades exportadoras para a sustentabilidade da economia portuguesa.

CAPÍTULO 5

Conclusões - Considerações finais

5.1. Conclusão

Este estudo teve como finalidade verificar se o turismo deve ser considerado como aposta para o crescimento das exportações nacionais. Procurou-se analisar o comportamento das exportações nos últimos anos, o contributo do turismo para as mesmas e ainda toda a importância que este representa para Portugal, não só na vertente económica, mas também social/cultural e ambiental.

Em relação ao comportamento das exportações, pudemos concluir que estas, no período de 2012 a 2016, cresceram a uma taxa média anual de 4,2% e que o seu valor, em 2016, atingiu os 75 779 milhões de euros, com previsões para continuarem a crescer em 2017. As exportações de bens continuam a ter um maior peso no total das exportações, tendo representado 65,3%, em 2016, enquanto as exportações de serviços representaram 34,7%.

Este estudo permitiu-nos constatar que a Espanha, a França, a Alemanha, o Reino Unido e os EUA foram os principais países destinatários das exportações portuguesas, nos últimos anos.

Concluimos também que as tipologias que mais contribuíram, no ano de 2016, para as exportações foram: Viagens e Turismo (16,7%), Máquinas e Aparelhos (10,2%), Veículos e Outros Materiais de Transporte (7,5%), Transportes (7,3%) e Outros Serviços Fornecidos por Empresas (5,9%).

Nesse mesmo ano, o turismo representou 16,7% do total das exportações e 48,2% das exportações de serviços, tendo sido considerada a maior atividade exportadora do país.

Registaram-se 53,5 milhões de dormidas, 19,1 milhões de hóspedes e receitas de 12,7 mil milhões de euros, fazendo com que o saldo da balança turística fosse positivo, na ordem dos 8,8 mil milhões de euros. Este sector empregou 328 mil pessoas, sendo que só a restauração e o alojamento representaram cerca de 6% do emprego nacional.

Concluimos ainda que o governo elaborou um plano para o futuro do turismo, a “Estratégia Turismo 2027”, com vista ao acompanhamento e monitorização do crescimento desta atividade, estabelecendo metas baseadas nos impactos económicos, sociais e ambientais.

Por último, com a realização deste estudo pudemos constatar que o turismo deve ser aposta para as exportações nacionais.

5.2. Contributos do estudo

Um dos contributos deste trabalho é o de mostrar o comportamento das exportações, os principais bens e serviços exportados, os principais mercados e o papel destas para o desenvolvimento económico de Portugal.

Outro contributo a realçar é o de que este estudo evidencia a evolução do turismo a nível nacional, os esforços e investimentos realizados neste setor, a sua importância para o desenvolvimento do país e, ainda, objetivos futuros.

Este estudo contribui para o reforço da importância do investimento no turismo, como principal aposta para aumentar as exportações nacionais, e incide sobre o conjunto de impactos decorrentes desse, que, se devidamente acompanhados e monitorizados, traduzem-se numa melhoria da qualidade de vida da população local, posicionando Portugal como destino ideal para se visitar, viver, estudar e investir.

5.3. Limitações

A principal limitação deste trabalho consistiu na impossibilidade de realizar as entrevistas previstas com elementos de destaque da AICEP, do Turismo de Portugal e a Secretaria de Estado do Turismo. Apenas nos foi possível colocar um conjunto de questões a dois colaboradores do Turismo de Portugal, o que, tendo em conta as limitações referidas, consideramos ter sido a solução possível mais apropriada para a recolha de informação útil e relevante para este estudo.

5.4. Investigação futura

Portugal tem uma longa tradição de emigrantes, nomeadamente para França, Suíça, Alemanha, Luxemburgo, entre outros. Face ao exposto, seria interessante um estudo que analisasse a importância do turismo étnico, centrado na visita a familiares e amigos nos países de origem, com o intuito de perceber qual a importância do seu contributo na geração de receitas turísticas.

Consideramos que de futuro seria interessante a realização de um outro estudo que quantifique a importância do turismo para a divulgação dos produtos nacionais e o seu impacto nas exportações, isto é, que permita perceber se o aumento de visitantes dá a conhecer os diversos produtos de origem portuguesa e se fomenta o seu consumo nos respetivos países de origem.

Hoje em dia, a maior parte dos indivíduos procura informação e opiniões sobre destinos, contactam companhias aéreas, hotéis e outro tipo de empresas através da *internet*, nomeadamente das redes sociais. A terceira sugestão prende-se, pois, com realização de

um estudo que permita avaliar a relevância que a inovação tecnológica representa para o crescimento e desenvolvimento do turismo atualmente.

Recentemente, a Madonna mudou a sua residência para Portugal. Seria interessante a realização de uma investigação acerca do contributo que as celebridades estrangeiras residentes no nosso país, possa ter para a divulgação dos produtos e serviços nacionais, fomentando o seu consumo além-fronteiras e o aumento do turismo.

Outra sugestão diz respeito a um estudo sobre a relevância do turismo para a captação de investimento estrangeiro em Portugal.

Por último, sugerimos a realização de um estudo para avaliar e medir quais os tipos de turismo mais rentáveis para se explorar e investir em território nacional.

Referências Bibliográficas

. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (2017a). Comércio Internacional Português de Bens e Serviços – Exportações Portuguesas em 2016 (Janeiro a Dezembro). Disponível em:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Homepage.aspx> [Acesso em: 22/07/2017].

. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (2017b). Comércio Internacional Português de Serviços – Exportações Portuguesas em 2016 (Janeiro a Dezembro). Disponível em:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Homepage.aspx> [Acesso em: 22/07/2017].

. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (2017c). Portugal – Ficha País – Março de 2017. Disponível em:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/LivrariaDigital/PortugalFichaPais.pdf> [Acesso em: 20/07/2017].

. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (2017d). Comércio Internacional Português de Bens e Serviços – Exportações Portuguesas em 2017 (Janeiro a Julho). Disponível em:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Homepage.aspx> [Acesso em: 22/07/2017].

. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (2017e). Comércio Internacional Português de Serviços – Exportações Portuguesas em 2017 (Janeiro a Julho). Disponível em:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Homepage.aspx> [Acesso em: 22/07/2017].

. Akkemik, K. (2012). Assessing the importance of international tourism for the turkish economy: A social accounting matrix analysis. *Tourism Management* 33, 790-801.

. Azar, G e Ciabuschi, F. (2016). Organizational innovation, technological innovation and export performance: The effects of innovation radicalness and extensiveness. *International Business Review*.

. Boiteux, B e Werner, M. (2009). *Introdução ao Estudo do Turismo*. Rio de Janeiro: Elsevier.

. Chi, T e Sun, Y. (2013). Development of firm export market oriented behavior: Evidence from an emerging economy. *International Business Review* 22, 339-350.

. Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*, 4ª Edição. Lisboa – São Paulo: Verbo.

. Dalfovo, M. Lana, R e Silveira, M. (2008). Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada* 2, 01-13.

. Deery, M. Jago, L e Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management* 33, 64-73.

. Freixanet, J. (2012). Export promotion programs: Their impact on companies internationalization performance and competitiveness. *International Business Review* 21, 1065 – 1086.

. Gallego, A e Casillas, J. (2014). Choice of markets for initial export activities: differences between early and late exporters. *International Business Review*.

- . García, A. (2016). Drivers of export entrepreneurship. *International Business Review* 25, 244 – 254.
- . Goeldner, C e Ritchie, J. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 11^o Edição. Nova Jérсия: John Wiley & Sons.
- . Gustavo, N. (2012). Modelos e Processos de Gestão em Negócios Turísticos – Tendências num contexto em mudança. *Revista Turismo e Desenvolvimento* (17/18), 671-685.
- . Hessels, J e Van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation and economic growth. *Small Business Economics* 37, 255 – 268.
- . Jiménez, I. Pulina, M. Prunera, C e Artis, M. (2009). Tourism and exports as a means of growth. *Research Institute of Applied Economics*.
- . Kalinic, I e Forza, C. (2012). Rapid Internationalization of traditional SME`S: Between gradualist models and born globals. *International Business Review* 21, 694 – 707.
- . Kim, K. Uysal, M e Sirgy, M. (2012). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 1 – 14.
- . Kylaheiko, K. Jantunen, A. Puumalainen, K. Saarenketo, S e Tuppara, A. (2011). Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability. *International Business Review* 20, 508 – 520.
- . Leung, D. Law, R. Van Hoof, H e Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 30, 3 – 22.

. Li, M. He, X e Sousa, C. (2016). A review of the empirical research on export channel selection between 1979 and 2015. *International Business Review*.

. Liang, X. Lu, X e Wang, L. (2012). Outward internationalization of private enterprises in China: The effect of competitive advantages and disadvantages compared to home market rivals. *International Business Review* 47, 134 – 144.

. Mesa, A e Alegre, J. (2014). Entrepreneurial orientation and export intensity: Examining the interplay of organizational learning and innovation. *International Business Review*.

. Organização Mundial do Comércio (2017). World Trade and GDP growth in 2016 and early 2017. Disponível em:

https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/WTO_Chapter_03_e.pdf

[Acesso em: 11/10/2017].

. Organização Mundial do Turismo (2017a). Glossary of tourism terms. Disponível em:

<http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf> [Acesso em:

20/07/2017].

. Organização Mundial do Turismo (2017b). 2016 Annual Report. Disponível em:

<http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016> [Acesso em: 20/07/2017].

. Papadopoulos, N e Martín, O. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review* 19, 388 – 406.

. Schubert, S. Brida, J e Risso, W. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management* 32, 377 – 385.

. Styliadis, D. Biran, A. Sit, J e Szivas, E. (2014). Residents support for tourism development: The role of residents place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management* 45, 260 – 274.

. Tung, V e Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of tourism research* 38 (4), 1367 – 1386.

. Turismo de Portugal (2017). Estratégia Turismo 2027 – Liderar o turismo do futuro.

Disponível em:

http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_2027_TdP.pdf [Acesso em: 25/07/2017].

. Vahlne, J. Ivarsson, I e Johanson, J. (2011). The tortuous road to globalization for Volvo`s heavy truck business: Extending the scope of the Uppsala model. *International Business Review* 20, 1- 14.

. Vissak, T e Masso, J. (2014). Export patterns: Typology development and application to Estonian data. *International Business Review*.

ANEXO 1- Questões colocadas ao Turismo de Portugal

1- Considera Portugal um país atrativo para a prática do turismo? Porquê?

Em 2016, Portugal foi considerado o 14.º país mais competitivo do setor turístico no Índice de Competitividade das Viagens & Turismo do Fórum Económico Mundial.

Terminámos 2016 com todos os indicadores a crescer. Registámos 19 milhões hóspedes (+ 9,8%) e 54 milhões de dormidas (+9,6%) - e, pela primeira vez, o número de estrangeiros ultrapassou o número da população portuguesa: recebemos 12 milhões de hóspedes estrangeiros. Naturalmente, os aumentos refletiram-se também nas receitas provenientes dos gastos dos não residentes, com um crescimento de 10,4%, para 12,7 mil milhões de euros.

Parece que só por si estes números mostram que Portugal é um país atrativo em termos de turismo.

2- Como caracteriza a evolução do turismo em Portugal, nos últimos anos?

Se analisarmos a última década conseguimos perceber que existe:

- Crescimentos em todos os indicadores da atividade turística, dormidas, hóspedes, proveitos e receitas turísticas
- Diversificação de mercados de origem, com reforço do mercado interno e crescimento em mercados emissores não tradicionais
- Um aumento da capacidade de alojamento, tanto em qualidade como em quantidade
- Há um crescimento significativo de novas formas de alojamento, como é o caso do alojamento local e também do turismo rural
- Crescimento significativo de novas empresas na área da animação turística

Portugal está a conhecer, de facto, o seu melhor momento de sempre em termos turísticos e é, hoje, um importante destino mundial.

3- O crescimento do turismo verifica-se em todo o país, na sua maioria ou em apenas algumas regiões?

Em 2016, o crescimento do turismo estendeu-se a todas as regiões e isso pode-se aferir pelas dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos:

- Norte +12,8%
- Centro +9,7%
- Lisboa +7,2%
- Alentejo +10,7%
- Algarve +8,9%
- Açores +21,1%
- Madeira +9,8%

4- Quais as regiões que mais turistas internacionais recebem ao longo do ano?

As regiões que recebem mais estrangeiros são o Algarve, Lisboa e Madeira que concentram cerca de 80% do total de dormidas de não residentes em Portugal.

5- Qual o top 5 dos países emissores de mais turistas para Portugal e o top 5 das nacionalidades dos turistas que mais gastam em Portugal?

Reino Unido, Alemanha, Espanha, França e Holanda constituíram o TOP 5 nacional em 2016 e alcançaram juntos 24,7 milhões de dormidas (+11,1% que em 2015). Este grupo representou 65% dos mercados estrangeiros que pernoitaram no País.

6- Existe algum mercado, ou alguns mercados que estejam a ganhar força e a começar agora a procurar Portugal para a prática do turismo?

Existem alguns mercados de aposta como é, por exemplo, o caso do mercado chinês.

No caso particular da China, em 2016 o número de turistas chineses alcançou os 182.958, o que representa um aumento de 19,5% face ao ano anterior. No total, terão sido responsáveis por cerca de 307.085 dormidas e por um aumento de 16,2% das receitas geradas, face a 2015.

7- Que esforços têm sido feitos para que o turismo continue a crescer em Portugal?

Estamos hoje numa fase de maturidade do setor do turismo em Portugal e da generalidade dos seus atores – das empresas, dos gestores, do setor público, das estruturas associativas.

Os últimos anos foram anos de enorme progresso em termos de qualificação da oferta, de melhoria da formação dos profissionais, do desenvolvimento de novos produtos, de transformação de modelos de negócio.

8- Qual a importância do turismo para a economia portuguesa? Nomeadamente no que diz respeito a exportações, criação de emprego e em gerar receita.

O turismo é um dos setores económicos que contribui de forma mais eficaz para o desenvolvimento económico e diversificação das atividades geradoras de riqueza.

As receitas do turismo representaram, em 2016, cerca de 6,9% do PIB (6,4% em 2015), valor muito acima dos 4,2% registados em 2010. Em termos de emprego, só o setor do alojamento e da restauração representam cerca de 6% do total do emprego da economia.

9- Qual tem sido o contributo e o peso do turismo nas exportações portuguesas, nos últimos anos?

As receitas turísticas representaram 48,2% das exportações de serviços (45,5% em 2015) e 16,7% das exportações globais (15,4% em 2015), reforçando o turismo como a principal atividade exportadora do país.

10- Acha que o turismo pode e deve ser o principal “produto” a exportar? Porquê?

A diversificação de atividades exportadoras é fundamental para a robustez e sustentabilidade de uma economia. Acreditamos que o turismo pode continuar a desempenhar um papel importante no equilíbrio da balança externa do País.

11- Qual o plano para o futuro do turismo em Portugal? Qual o plano para que o turismo continue a crescer e a contribuir positivamente para o crescimento da economia portuguesa?

O Governo apresentou recentemente a Estratégia Turismo 2027, o referencial para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias empresariais no setor do turismo.

A visão da Estratégia Turismo 2027 espelha o que se pretende alcançar: «afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo».

Portugal, enquanto destino turístico de qualidade, alicerça a sua vantagem competitiva nos princípios de sustentabilidade, na oferta diversificada e na valorização das suas

características distintivas e inovadoras, colocando as pessoas no centro da sua estratégia.

Fomos ambiciosos nesse domínio, definindo metas concretas em cada um dos três pilares de sustentabilidade.

No plano económico, pretendemos atingir 80 milhões de dormidas em 2027, aumentando a procura turística no país e nas diversas regiões, ao mesmo tempo que pretendemos crescer em valor e duplicar as receitas turísticas nesse período.

Na vertente social, consideramos a sazonalidade como o maior inimigo do emprego e, nesse contexto, os objetivos passam por alargar a atividade turística a todo o ano, reduzindo o índice de sazonalidade de 37,5% para 33,5%. Ainda em matéria social, pretendemos duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo e garantir que 90% da população residente nas zonas turísticas considere positivo o impacto do turismo no seu território.

Por fim, no plano ambiental, os objetivos passam por garantir que 9 em cada 10 empresas do país adotam medidas de gestão eficiente de energia, água e resíduos.

12- Vê Portugal como uma das principais potências turísticas a nível mundial, no futuro? Portugal está no bom caminho para atingir esse feito?

Como já referimos, Portugal é hoje o 14.º destino mais competitivo do Mundo e um 30 países que maior volume de turistas internacionais recebe.

Acreditamos que a estratégia que estamos a seguir é correta e os indicadores que dispomos vão exatamente nesse sentido.

A visão que foi definida através da ET27 é muito clara e passa reforçar a importância do turismo em Portugal e o seu contributo para o desenvolvimento económico, social e ambiental do país.