



**DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**  
**MESTRADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**O Turismo como via para a Internacionalização da Economia Portuguesa:**

**2006 - 2016**

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Relações Internacionais

Autor: Pedro Filipe Bernardino Vello Fernandez

Orientadora: Professora Doutora Brígida João Benedito Farinha da Rocha Brito

Número do candidato: 20130155

**Fevereiro de 2019**

**Lisboa**

## **Resumo**

O turismo é hoje considerado pelo meio académico, científico e empresarial como uma indústria que contribui de forma significativa para o desempenho económico a nível internacional.

Como em qualquer indústria, existem economias mais dependentes desta atividade não só pela importância crescente que o turismo tem na economia, mas também porque existem países que, pelas características que os definem e caracterizam, se tornam mais propensos e dependentes dos resultados dessa atividade.

Assim, podem ser gerados impactos indesejáveis ou imprevistos, considerando-se, de qualquer forma, os aspetos positivos como mais relevantes. Exemplo disto mesmo é o facto de se assistir ao aumento do comércio externo, à promoção e divulgação da imagem do país ou à própria internacionalização da economia, não só pelas atividades diretas que decorrem do turismo como também de todos os outros setores que inevitavelmente terão um importante contributo na consolidação e incremento do turismo na economia.

Verificam-se também determinados constrangimentos, que têm a ver com fatores menos positivos nomeadamente a falta de planeamento não só ao nível das infraestruturas como das estratégias, e/ou falta delas na criação ou redefinição de novas empresas particularmente, com a excessiva dependência do comércio externo, que em conjunturas menos favoráveis pode acarretar graves problemas de sustentabilidade futura.

A importância hoje reconhecida da atividade turística tornava-se irrelevante, não fossem as relações internacionais, particularmente a relevância central da cooperação internacional neste domínio.

O turismo depende necessariamente de boas relações institucionais entre Estados, e dado o seu carácter muitas vezes transfronteiriço obriga a que a sociedade internacional, de forma conjunta, regule o setor, de forma a minimizar os impactos indesejados e a potenciar os efeitos positivos.

A investigação que conduziu à elaboração da dissertação analisa a relevância do turismo para a promoção e valorização da economia portuguesa.

**Palavras-chave:** turismo; economia; internacionalização; cooperação; Relações Internacionais.

## **Abstract**

Tourism is today considered by academia, science, and business as an industry that contributes significantly to international economic performance.

Like any industry, there are economies more dependent on this activity, not only because of the increasing importance that tourism has on the economy but also because there are countries that, by their defining and characterizing characteristics, making them more prone and dependent on the results of this activity.

As in any industry, there are several positive factors, such as the increase in foreign trade, the dissemination of the image of the country or the internationalization of the economy, not only for the direct activities of the tourist activity but also for all other sectors that will inevitably make an important contribution in the consolidation and increase of tourism in the economy.

There are also certain constraints, such as the lack of planning not only at the level of infrastructure or of the strategies or the lack of them in the creation or redefinition of new enterprises, particularly with the excessive dependence on external trade, which may lead to serious problems of future sustainability.

The importance now recognized of tourism activity became irrelevant, were it not for international relations, particularly the central relevance of international cooperation in this field.

Contrary to other sectors, tourism necessarily depends on good institutional relations between States, and given its cross-border nature, international society must jointly regulate the sector, otherwise, tourism would be impracticable as we know it today.

It is therefore fundamental to standardize international standards for tourism practice, allowing citizens the maximum benefit of this activity, but also the greatest possible return to the states that emit and receive tourism.

The research that led to the elaboration of the dissertation analyzes the relevance of tourism for the promotion and appreciation of the Portuguese economy.

**Keyword:** tourism; economy; internationalization; cooperation; international relations.

## Índice

|     |                                                                              |    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.  | Introdução.....                                                              | 6  |
| 2.  | Metodologia e Fundamentação Teórica .....                                    | 11 |
| 3.  | O turismo no passado como processo de internacionalização.....               | 16 |
| 3.1 | Definição do conceito de internacionalização da economia .....               | 18 |
| 3.2 | Contexto histórico do sector turístico em Portugal .....                     | 22 |
| 3.3 | O impacto na economia portuguesa.....                                        | 27 |
| 3.4 | A influência do turismo na dinâmica económica em Portugal.....               | 30 |
| 4.  | O contexto global.....                                                       | 34 |
| 4.1 | Inclusão do turismo na política económica internacional.....                 | 38 |
| 4.2 | Reconhecimento das atividades turísticas .....                               | 43 |
| 5.  | Reconhecimento e classificação das consequências económicas do turismo ..... | 48 |
| 5.1 | Consequências na produção .....                                              | 51 |
| 5.2 | Multiplicador turístico .....                                                | 52 |
| 5.3 | Análise custo benefício .....                                                | 54 |
| 5.4 | Consequências dos investimentos turísticos.....                              | 54 |
| 5.5 | Consequências sobre o emprego .....                                          | 56 |
| 5.6 | Consequências sobre a Balança de Pagamentos .....                            | 59 |
| 5.7 | Consequências sobre os preços.....                                           | 62 |
| 5.8 | Consequências no consumo e nos comportamentos sociais .....                  | 63 |
| 5.9 | Consequências económicas externas.....                                       | 64 |
| 6.  | Perspetivas Futuras.....                                                     | 66 |
| 7.  | Conclusão .....                                                              | 73 |
| 8.  | Bibliografia .....                                                           | 76 |

## **Lista de abreviaturas, acrónimos e siglas**

|               |                                                                      |
|---------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>AICEP</b>  | Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E. P     |
| <b>AIP</b>    | Associação Industrial Portuguesa                                     |
| <b>CEE</b>    | Comunidade Económica Europeia                                        |
| <b>CTTE</b>   | Consumo do Turismo no Território Económico                           |
| <b>EFTA</b>   | Associação Europeia de Comércio Livre                                |
| <b>ICOM</b>   | Conselho Internacional de Museus                                     |
| <b>IFN</b>    | Inventário Florestal Nacional                                        |
| <b>NUTS</b>   | Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos        |
| <b>OCDE</b>   | Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico          |
| <b>OIT</b>    | Organização Internacional do Turismo                                 |
| <b>ONU</b>    | Organização da Nações Unidas                                         |
| <b>OMC</b>    | Organização Mundial do Comércio                                      |
| <b>PIB</b>    | Produto Interno Bruto                                                |
| <b>PIT</b>    | Produto Interno Turístico                                            |
| <b>UNESCO</b> | Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura |
| <b>VAB</b>    | Valor Acrescentado Bruto                                             |
| <b>VABGT</b>  | Valor Acrescentado Bruto Gerado pelo Turismo                         |
| <b>VABT</b>   | Valor Acrescentado Bruto do Turismo                                  |
| <b>WTTC</b>   | World Travel & Tourism Council                                       |

## 1. Introdução

O turismo é uma indústria fundamental a nível global, tendo-se disseminado pelo mundo contrariando uma realidade que caracterizou o setor durante muitos anos, e que apenas se concretizava ao nível das economias mais avançadas. Posto isto, inúmeros países olham hoje para o sector turístico como uma aposta exponencial de futuro.

A nível mundial o desenvolvimento do turismo tem sido contínuo nas últimas décadas. É o sector que maior crescimento regista a nível mundial, sendo, de acordo com a Organização Mundial do Turismo, o 3º maior empregador em todo o mundo<sup>1</sup>, indo ao encontro também do estudo efetuado pela Agência das Nações Unidas especializada na análise do sector turístico, que traça cenários extremamente otimistas.

Em Portugal, o setor tem adquirido progressiva e continua importância, traduzido pelo valor da rubrica das “Viagens e Turismo” da Balança de pagamentos com um aumento de 12,7% em 2016, totalizando no seu conjunto um valor de 12.7 mil milhões de euros<sup>2</sup>. O turismo é fulcral tendo em conta o peso crescente do sector na economia. A realidade do sector do turismo no país está em linha com as perspetivas mais otimistas, que evidenciam um potencial elevado. Revestido de condições climáticas e naturais habitualmente definidas como excecionais, o destino turístico Portugal apresenta índices de competitividade ao nível dos preços, assim como outros fatores aliciantes, a saber: História e cultura, elementos patrimoniais, diversidade paisagística e hospitalidade. É ainda relevante referir que o país é referenciado como destino turístico preferencial quando analisados os índices de segurança interna, comparativamente com outros destinos europeus. Assim sendo, Portugal tem todas as condições para um cada vez maior desenvolvimento do turismo, e consequentemente para o aumento exponencial da sua atividade económica.

O turismo é hoje um dos principais sectores da economia nacional, diria mesmo o principal, contribuindo de forma indelével para o Produto Interno Bruto (PIB), para o investimento, para a criação de mais e melhor emprego, e para o aumento das exportações. A afirmação de Portugal no contexto internacional como destino turístico privilegiado,

---

<sup>1</sup> **Annual Report** [EM LINHA]. Madrid: World Tourism Organization, 2016. [Consult. Em 17 Set. 2018]. Disponível em WWW: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017>

<sup>2</sup> **Estatísticas do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. Em 14 Set. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=299821677](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=299821677)

traduz-se, nomeadamente, no seu *ranking* a nível mundial que no ano de 2017 já ocupava a 14.<sup>a</sup> posição<sup>3</sup>, com tendência para subir no quadro de referência.

É incontornável constatar que Portugal hoje está na moda no que respeita à procura turística internacional e é, sem sombra de dúvida, um sector que necessita de uma aposta contínua. Ora esta aposta é essencial na qualidade e na inovação, e invariavelmente na competitividade ao nível de preços que são praticados de uma forma geral em Portugal, sendo fatores hoje entendidos como pontos fortes no sucesso turístico dos últimos anos, para além do fator segurança - cada vez mais importante, capitalizando assim o País uma mais-valia que outros perderam.

No que respeita ao futuro do turismo, as análises prospetivas são animadoras, indicando a definição de cenários tendentes a um contínuo crescimento da atividade turística em Portugal. A Organização Mundial do Turismo prevê que o crescimento mundial rondará os 3.3% ao ano até 2030, e assim sendo, interpretando estes valores tal como estão previstos, estamos a falar num acréscimo potencial de cerca de 43 milhões de turistas<sup>4</sup>.

O turismo é assim um sector incontornável quando pensamos na internacionalização da economia nacional. Esta dinâmica permite um desenvolvimento excecional, nomeadamente na captação de inovação, consubstanciando-se num sustentado e elevado ritmo de crescimento económico. Tal facto é apresentado em várias análises e prospetivas económicas, nomeadamente no Boletim Económico do Banco de Portugal que refere que desde do ano de 2009 “[...] o grau de abertura da economia portuguesa tem apresentado um perfil marcadamente ascendente, prevendo-se a continuação desta tendência no horizonte de projeção.”<sup>5</sup>

As receitas do sector do turismo no ano de 2016 atingiram 12.680 mil milhões de euros<sup>6</sup>. Estes resultados refletem um incremento de 10,7%<sup>7</sup> em comparação com o ano de 2015, traduzindo-se num aumento de 1.2 mil milhões de euros, sendo este resultado o

---

<sup>3</sup> **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017**. [EM LINHA]. Cologny: World Economic Forum, 2017. [Consult. 17 Set. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

<sup>4</sup> **Annual Report** [EM LINHA]. Madrid: World Tourism Organization, 2016. [Consult. 17 Set. 2018]. Disponível em WWW: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017>

<sup>5</sup> **Boletim Económico de Dezembro de 2016**. [EM LINHA]. Lisboa: Banco de Portugal, 2016. [Consult. 19 Set. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.bportugal.pt/comunicado/banco-de-portugal-divulga-boletim-economico-de-dezembro-de-2016>

<sup>6</sup> **Annual Report - Activities and Financial Statements** [EM LINHA]. Lisboa: Banco de Portugal Dados Disponíveis em: Banco de Portugal, 2016. [Consult. 23 Set. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.bportugal.pt/en/publicacao/activities-and-financial-statements-2017>

<sup>7</sup> *Idem*.

maior crescimento absoluto da última década. Analisando os dados estatísticos de década 2006 – 2016, Portugal duplicou as receitas turísticas. Estes resultados demonstram de forma clara o dinamismo da atividade turística e a capacidade de Portugal crescer cada vez mais em valor no mercado internacional das viagens e do turismo. Um dado muito curioso e que demonstra a versatilidade e possibilidades de incremento do sector é o facto de haver uma aposta do Governo no alargamento da atividade turística, ao longo do ano e por todo o território, e que se espera que se traduza em resultados concretos com aumentos claros nos meses de época baixa em Portugal.

A crise financeira que Portugal atravessou nos últimos anos foi o mote para o germinar de novas oportunidades e o ressurgimento de projetos que por motivos conjunturais foram temporariamente abandonados. A globalização renovou a necessidade de uma aposta clara na internacionalização da economia, com base na inovação e modernização que sustente o acréscimo de valor do sector turístico português. Ora a internacionalização da economia nacional tem de ter na sua base competências de conhecimento, empreendedorismo, lideranças visionárias e o estabelecimento de parcerias estratégicas.

A divulgação da “marca” Portugal tem sido central e definida como estratégia para a internacionalização da economia que tem de projetar as mais-valias de Portugal (entenda-se produtos, serviços e talentos) de modo a reforçar a competitividade do país nos mercados externos.

Uma das questões essenciais que originaram este estudo consistiu em perceber se o aumento da atividade turística verificada nos últimos anos é fruto do investimento e da aposta do país no sector, com perspetivas a médio e longo prazo, pensadas e estruturadas, que invariavelmente produziram efeito como o que já sentimos hoje em dia, ou se a realidade que hoje se vive é resultado de uma conjuntura instável de países competidores na atração turística, mais concretamente no norte de África, mas também da instabilidade vivida nos restantes países europeus.

O ex-Presidente do Turismo de Portugal, Luís Patrão, afirmou que os turistas procuram alternativas quando veem perturbações em certos destinos, “[...] é o que está a acontecer agora”, salientando que Portugal pode captar turistas que pretendiam viajar para destinos como o Egipto, Tunísia, Marrocos ou outros países árabes.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> PATRÃO, Luís - Situação no Norte de África favorece Portugal. **Diário de Notícias** [EM LINHA]. Lisboa. (25 Fev. 2011). [Consult. Jul. 2017]. Entrevista concedida a António Garcia. Disponível em WWW: <http://www.dn.pt/bolsa/interior/situacao-no-norte-africa-favorece-portugal--1792630.html>

Opinião diferente tem Jorge Rocha de Matos, ex-Presidente da Associação Industrial Portuguesa (AIP), que afirmou que a situação no Norte de África não vai ter efeitos substanciais no sector turístico português - “Estou convencido de que vai ter algum efeito em termos de custos, sobretudo a nível dos preços do petróleo, mas no turismo e em outros sectores da economia o impacto não será substancial”<sup>9</sup>.

Por sua vez o ex-Presidente do Turismo de Portugal, João Cotrim Figueiredo, fez questão de referir que “Portugal não pode estar dependente do que acontece noutros países para ver o turismo nacional crescer, obrigando a um trabalho constante para que a competitividade do país aumente a nível global”<sup>10</sup>.

É, contudo, evidente que, para além da vertente mais económica interna, se verifica uma influência da diplomacia económica na promoção da internacionalização da economia portuguesa através do turismo e da valorização de Portugal como destino competitivo.

Hoje em dia e de forma generalizada, todos os países com evidentes diferenças tendo em conta o seu grau de desenvolvimento, usam a diplomacia económica, nomeadamente através da expansão das redes de consulados e embaixadas, por forma a potenciar a captação de investimento estrangeiros, promover a imagem do país e apoiar as empresas nos seus processos de internacionalização.

A diplomacia económica é exercida com recurso à integração em redes diplomáticas internacionais, a dois níveis principais, por um lado numa vertente mais económica, por outro numa dimensão acentuadamente política. De referir que dentro destas redes diplomáticas existem agências, como no caso português - a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal – AICEP, que visa «o desenvolvimento de um ambiente de negócios competitivo que contribua para a globalização da economia portuguesa. Os estatutos da AICEP definidos pelo Decreto-Lei n.º 229/2012, de 26 de outubro, com as alterações previstas no Decreto-Lei n.º 219/2015, de 8 de outubro, vêm corroborar tudo o que atrás se referiu, e reforçar todo um trabalho de implementação de políticas favoráveis a uma cada vez maior internacionalização de Portugal, e, consequentemente, ao maior sucesso de Portugal nos rankings sobre o assunto.

---

<sup>9</sup> MATOS, Jorge Rocha de – *Op. Cit.*

<sup>10</sup> FIGUEIREDO, João Cotrim - Férias. Instabilidade na Tunísia aumenta número de turistas em Portugal. **Jornal I.** [EM LINHA]. Lisboa. (01 Jan. 2015). [Consult. Jul. 2017]. Entrevista Concedida a Marta Cerqueira. Disponível em WWW: <http://ionline.sapo.pt/400067>

Através dos seus gestores de cliente, das lojas da exportação e da sua rede comercial externa, que em articulação com a rede diplomática e consular assegura presença em cerca de 80 mercados, a AICEP Portugal *Group* presta serviços de suporte e aconselhamento sobre a melhor forma de abordar os mercados externos, identifica oportunidades de negócios internacionais e acompanha o desenvolvimento de processos de internacionalização das empresas portuguesas, nomeadamente PME.

A AICEP Portugal é também a Agência responsável pelo acolhimento de todos os projetos de investimento estrangeiro em Portugal fazendo, se necessário, o seu posterior encaminhamento para outras entidades em função do perfil do projeto».

A AICEP atua de acordo com o princípio da seletividade prestando um serviço de excelência aos projetos que melhor concorram para a competitividade e sustentabilidade da economia portuguesa, contribuindo para os objetivos de aumentar o Valor Acrescentado Bruto (VAB), reduzir o défice da balança comercial e criar emprego»<sup>11</sup>.

O turismo é um meio significativo para a realização de vários objetivos políticos, como o desenvolvimento da imagem de um determinado país no exterior, ou mesmo na definição das relações com os outros Estados.

É também um fenómeno caracterizado pelo dinamismo e pela diversificação. O próprio turismo desempenha um papel significativo como um dos componentes das relações económicas internacionais com especial incidência na área da cooperação.

A dissertação irá estar apresentada em primeiro lugar pela apresentação da metodologia e da fundamentação teórica, bases na elaboração deste trabalho. Numa segunda parte será abordada a temática de internacionalização da economia e o contexto histórico do setor em Portugal. Em terceiro o contexto global, de seguida as consequências económicas da atividade turística, e por fim as perspetivas futuras e conclusões.

---

<sup>11</sup> **Sobre Nós** [EM LINHA]. Lisboa: Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, 2018. [Consult. 13 Ago. 2018]. Disponível em WWW: <http://www.portugalglobal.pt/PT/sobre-nos/Paginas/sobre-nos.aspx>

## **2. Metodologia e Fundamentação Teórica**

Este trabalho pretende demonstrar a importância do desenvolvimento do turismo em Portugal, e identificar as consequências do fenómeno do turismo na economia portuguesa pela via da internacionalização e abertura aos mercados externos, respondendo desta forma à pergunta de partida que sustenta este estudo, i.e., quais os efeitos do turismo na economia?

De forma adjacente surgem outras questões para as quais pretendemos dar resposta, especificamente qual a importância da promoção da economia portuguesa a partir do turismo seguindo o critério da internacionalização.

Assim pretende-se identificar de que forma o turismo, enquanto atividade económica, viabiliza e potencia a internacionalização da economia portuguesa, e compreender e explicar a importância do vetor turístico na economia nacional.

Como metodologia de pesquisa para o desenvolvimento da dissertação, foi utilizado o método de abordagem hipotético-dedutiva, que pretende corresponder os conhecimentos já adquiridos com base no método indutivo com a racionalização do método dedutivo. Este método foi particularmente desenvolvido por Karl Popper<sup>12</sup> como um ensaio para formular uma teoria, que tenha como suporte determinadas conjecturas associadas a críticas permanentes, contribuindo para o conhecimento revisionista. Assim é possível afirmar que, se determinadas hipóteses forem observadas como verdadeiras, as conjecturas também o serão. Já no que concerne ao procedimento privilegiei o método histórico, de forma a analisar a relevância do turismo na economia portuguesa com um sentido evolutivo, e o estudo de caso centrado em Portugal.

As técnicas de pesquisa utilizadas para a investigação que sustenta a análise apresentada na dissertação foram a pesquisa, a recolha e a análise de fontes documentais e bibliográficas, assim como a sistematização e a análise de dados quantitativos. Refira-se que a bibliografia consultada para a elaboração desta dissertação resultou de pesquisas efetuadas na Biblioteca Nacional, na Biblioteca do Palácio das Galveias, na Biblioteca do Instituto Universitário de Lisboa e na Biblioteca da Universidade Autónoma de Lisboa, para além de acervo próprio.

---

<sup>12</sup> Karl Raimund Popper nasceu em 1902 em Viena, é considerado um dos maiores filósofos do século XX. Teve importantíssimos contributos na área da investigação científica nomeadamente com a publicação do livro “Lógica da pesquisa Científica”. Faleceu em Inglaterra em 1994.

Salienta-se que, em razão de muita da informação, principalmente documental, disponível sobre o assunto em causa estar disponível apenas em formato digital, implicando acentuada pesquisa via internet, foram privilegiados *sites* institucionais como o do Instituto Nacional de Estatística, o Portal Pordata, o Portal do Banco de Portugal e a Organização Mundial do Turismo.

O turismo é um sector significativo para a concretização de vários objetivos políticos, como o desenvolvimento da imagem de um determinado país no exterior, ou mesmo na definição das relações com outros estados, como atrás foi referido.

Atualmente, o turismo é objeto de inúmeros e diversificados estudos científicos traduzindo, em muitos casos, abordagens interdisciplinares que cruzam contributos das áreas científicas da Economia, da Sociologia, do Direito, das Relações Internacionais, entre outras. O turismo é continuamente acompanhado por fenómenos e noções como: mobilidade e deslocação de pessoas, transferências de dinheiro e capital, trocas de bens e serviços, taxas de câmbio, cooperação internacional ou balança de pagamentos.

A análise que propomos centra-se, de forma particular, na abordagem funcionalista. O turismo pode ser interpretado de uma forma teórica pela teoria do funcionalismo de que foi o seu principal fundador Émile Durkheim<sup>13</sup>. Esta teoria adapta-se a diferentes âmbitos do conhecimento.

O principal objetivo do funcionalismo é explicar o resultado de causalidade entre as ações individuais e coletivas, identificando que determinadas consequências não resultam de ações individuais, mas sim um efeito sistémico de ações e interações criadas entre indivíduos, grupos, instituições e dos demais atores que constituem uma sociedade.

Pode então questionar-se, como se explica que todos os intervenientes exerçam a sua função? A resposta é sem dúvida, o consenso. Na medida em que é responsável pelos valores comuns e pela estabilidade de uma determinada sociedade, neste caso em particular da sociedade internacional, e mais concretamente no turismo como valor e atividade transversal às várias sociedades que compõem o sistema internacional.

Desta forma fica claro que, de acordo com esta teoria, a atividade global considerada, o turismo, é constituída pelas atividades individuais, sendo que são elas que efetivam o sistema como um todo. Assim determinadas ações só se manterão enquanto forem vitais

---

<sup>13</sup> Émile Durkheim nasceu a 15 de abril de 1858 em França, distinguiu-se por ser um dos fundadores da Sociologia francesa, foi o impulsionador da Teoria do Funcionalismo, uma das suas principais publicações foi “De la Division du Travail Social”. Teve também importantes contribuições no campo da Antropologia, da Ciência política e da Psicologia, morreu no ano de 1917.

para os objetivos do turismo, na medida em que a mudança advém de necessidades de adaptação a novas realidades, obrigando o sistema a adaptar-se constantemente a novas variáveis.

É exatamente nesse sentido que vai o entendimento de Talcott Parsons<sup>14</sup> que identifica a necessidade de sobrevivência de uma determinada atividade, sempre com base na integração e manutenção de modelo e realização de objetivos, associados a uma capacidade de adaptação constante.

Os problemas associados ao turismo estrangeiro ocupam uma posição importante no âmbito das relações económicas internacionais, que pode ser concretizada em diferentes níveis: nacional, ministerial, via organizações não-governamentais, entre outras.

A cooperação tanto ao nível das relações multilaterais como das organizações internacionais ou convenções, ou a nível bilateral via acordos de cooperação ou empresas, são fundamentais para o desenvolvimento e consolidação do turismo, enquanto atividade.

O carácter multilateral de turismo faz com que o mesmo esteja presente em acordos relativos a outras dimensões, como o comércio, os transportes, as finanças, etc. O crescente papel da cooperação internacional no turismo é desempenhado por organizações internacionais. Estas exercem uma considerável influência sobre a forma e o funcionamento do mercado do turismo.

A cooperação ao nível das organizações internacionais das Empresas e dos demais atores da sociedade civil revela uma grande diversidade de propósitos, objetivos e formas de cooperação. A interdisciplinaridade do fenómeno turístico, particularmente a sua influência em várias esferas, provocou uma grande especialização neste domínio, nomeadamente no funcionamento global do mercado turístico e no seu desenvolvimento futuro, formando um importante campo de cooperação internacional.

É, portanto, um sistema diversificado na medida em que influencia os vários tipos de turismo, as várias indústrias, não só as que dizem respeito ao turismo diretamente como também as sinergias que inevitavelmente cria com outras indústrias.

As organizações internacionais por exemplo a ONU ou a OCDE com âmbitos mais generalistas, mas também de forma mais específica, nomeadamente pela OMC, pela UNESCO na proteção e preservação do património cultural, pela ICOM na definição de políticas internacionais dos museus, pela IFN e/ou a *Europa Nostra* na defesa do

---

<sup>14</sup> Talcott Parsons nasceu a 13 de dezembro de 1902 nos EUA, evidenciou-se pela sua influência a nível sociológico, e com importantes contribuições para a Teoria do Funcionalismo, nomeadamente com a publicação do título “Neofuncionalismo”, morreu em 1979.

património natural, e por várias outras organizações que visam a diversidade e multiplicidade única que envolve a atividade turística.

Um dos alicerces das organizações internacionais que atuam no âmbito do turismo é sem dúvida o crescente processo de globalização, e que permitem criar uma homogeneização de padrões e normas a nível internacional.

O caráter internacional do turismo está relacionado com as evoluções do mundo contemporâneo, pela necessidade de internacionalização das economias, captação de novos mercados, abolição de fronteiras, fatores estes que caracterizam o processo de globalização.

O aparecimento de novas ideias, estratégias, recursos, bens, normas, regulamentos e instituições, faz com que o papel das organizações internacionais com desígnios ao nível do turismo, sejam cada vez mais importantes para que o mercado seja minimamente homogeneizado, caso contrário os proveitos da atividade turística iriam deparar-se com sistemas muito díspares e complexos, elementos contrários ao desenvolvimento da atividade, e contrária à fundamentação teórica do funcionalismo.

Assim a atividade turística ao nível do seu funcionamento é regulada por normas internacionais, elemento crucial para o seu desenvolvimento, e consciencializando todos os intervenientes para a necessidade de cumprimento dos padrões internacionais.

Neste sentido reveste-se de especial importância a participação em seminários internacionais, conferências e reuniões relacionadas com questões de turismo, a participação em organizações turísticas internacionais e outras instituições relacionadas e a conclusão de acordos e convenções internacionais, sendo estes elementos fundamentais para o aprofundamento da cooperação internacional no domínio da atividade turística, proporcionando uma homogeneização de noções, definições e critérios a nível internacional.

A crescente complexidade e dinâmica dos processos que ocorrem no mundo contemporâneo, incluindo o agravamento de problemas de alcance global, faz com que várias formas de cooperação sejam desenvolvidas e essenciais em crescentes domínios, e o turismo não é uma exceção, nomeadamente pela sua influência e importância a vários níveis, nomeadamente económico, mas também aos níveis sociais, culturais e ambientais.

Todos os atores envolvidos exercem cada vez mais uma influência na área da formação de políticas, que moldam o ambiente institucional e legal, e estabelecem frequentemente direções e prioridades a ter em conta.

Cabe referir que a multiplicidade de organizações internacionais neste domínio pode em determinado momento dificultar a análise de determinadas noções, uma vez que cada entidade constitui diversos objetivos e funções, desempenhando desta forma um papel diferente na gestão e na definição de políticas do turismo.

Alem disso a cooperação internacional não deve ser observada apenas no âmbito do processo organizacional, formal e legal, mas antes de mais numa perspetiva holística e dinâmica ou seja, um processo que está em contínuo desenvolvimento de novos objetivos, novas direções, novas formas e novos campos de ação. São estes critérios que devem sustentar a cooperação internacional ao nível do turismo.

### **3. O turismo no passado como processo de internacionalização**

Os principais desafios que Portugal enfrentou com a definição de uma estratégia de internacionalização do setor turístico, ou seja, combater as ameaças concorrenciais e aproveitar as oportunidades nos mercados externos, deveram-se sobretudo à inovação, à iniciativa, à qualidade, à competitividade, às capacidades de gestão empresariais e da internacionalização.

A leitura de referência apresenta três vetores principais na conceptualização da internacionalização: o investimento direto estrangeiro em Portugal, o investimento português no estrangeiro e a compra e venda de bens e serviços ao exterior. A internacionalização é um aspeto central para as empresas nacionais, uma vez que o seu sucesso, não só no mercado europeu, mas principalmente no mercado global, depende irremediavelmente das empresas que revelam capacidade de concretizar tais objetivos.

Desde os anos 90, a economia portuguesa passou por um acentuado processo de modernização com a sua entrada na Comunidade Económica Europeia, nomeadamente com uma alteração fulcral para o sector do turismo em Portugal – a alteração da ideia implantada de julgar suficiente para a projeção internacional de Portugal as relações bilaterais. A entrada na Comunidade Económica Europeia modificou esta postura passando Portugal a privilegiar o multilateralismo nas relações internacionais.

Este processo permitiu também um desenvolvimento muito significativo do setor do turismo, houve uma aposta clara na divulgação da imagem do país para atração - por um lado buscando maior investimento direto estrangeiro, e por outro a captação de um número cada vez maior de turistas.

A competitividade foi, e continua a ser, um elemento central na estratégia de expansão do setor turístico nos mercados internacionais, que depende de diversos fatores, alguns em dependência clara das empresas nomeadamente pela sua capacidade de definição de estratégias claras centradas nos mercados externos – a insubstituível capacidade de investimento, o espírito empreendedor, o esforço nas parcerias empresariais, o incremento na produtividade e na qualidade, o estabelecimento de alianças estratégicas, o reforço da cadeia de valor do produto, entre outras. Também as políticas públicas nacionais e comunitárias tem um papel central neste indicador da economia.

Os governos que conduziram o país nas últimas décadas estabeleceram um quadro coerente e estável que proporcionou as necessárias condições para a atividade

empresarial, nomeadamente com políticas económicas e financeiras como as linhas de crédito. O investimento em infraestruturas, a evolução do sistema de educação, a desburocratização, a flexibilidade laboral, a promoção dos produtos e serviços nacionais e a promoção da imagem do País, foram fundamentais, não só para o setor turístico, mas para toda a economia.

As estratégias de competitividade centraram-se sobretudo na obtenção de resultados, tentando combater os problemas estruturais como a fraca produtividade, ou o elevado endividamento externo, que influenciavam a competitividade. Os resultados só foram possíveis devido a uma ação coordenada do poder político, das empresas e empresários, do sistema financeiro e de toda a sociedade.

Nas últimas décadas tomaram-se opções políticas concretas, direcionadas para o incentivo e apoio à internacionalização das empresas nacionais, nomeadamente foram criados vários mecanismos e instrumentos integrados - como por exemplo programas específicos e orientados para o setor público e privado como o Quadro de Referência Nacional 2014 - 2020. Este é o percurso necessário para o poder político corresponder à necessidade e aos interesses da economia real, e de forma responsável e credível concretizar a sua tarefa de execução da política económica e da necessidade que a sua internacionalização tem nas potencialidades da economia portuguesa.

Portugal assistiu a uma série de investimentos, nomeadamente com a criação de joint-ventures, a implementação e consolidação de grupos hoteleiros, o surgimento de novos operadores turísticos, um aumento substancial das cadeias de management, entre outros. Embora pudesse existir algum risco em determinados investimentos, sobretudo pelo equilíbrio necessário da oferta, estes foram determinantes para um novo padrão do setor turístico, e surgiram com um ímpeto potenciador de novas oportunidades de investimento e negócios.

É evidente o aproveitamento por parte dos empresários portugueses das vantagens competitivas que caracterizam Portugal - nomeadamente o clima, a cultura, a gastronomia, a História, marcada pela ancestralidade e claro, a hospitalidade no acolhimento ao visitante estrangeiro.

### 3.1 Definição do conceito de internacionalização da economia

A internacionalização da economia portuguesa tem verificado uma evolução constante nas últimas décadas, com especial relevo e consolidação nos últimos anos, especialmente desde 2006, como confirmaremos com os dados adiante expostos.

Como já referido anteriormente, é habitual considerar que a internacionalização da economia pode ser medida e avaliada tendo por base determinados indicadores, como o investimento direto estrangeiro, as importações e as exportações, e pela produção e divulgação de desenvolvimento e investigação a nível internacional.

Se analisarmos o contexto internacional, mais concretamente a interdependência económica entre os países e os mecanismos presentes no sistema da globalização económica que hoje se verifica nos mercados, no sistema financeiro e na concorrência, a internacionalização da economia torna-se inevitável. Ora, perante este cenário, as empresas são forçadas a criar estratégias que garantam e permitam a sua competitividade ao nível internacional, e que se traduzam em ganhos substanciais na cadeia de valor.

A literatura de referência indica que a exportação de bens e serviços das empresas reduz o risco a que estão sujeitas se atuarem em exclusivo no mercado interno; por outro lado, para além de aumentar a sustentabilidade para o futuro, ainda reforça a sua competitividade. Para Portugal o incremento do comércio internacional é decisivo para o crescimento da sua economia, nomeadamente analisando os dados referentes ao indicador de exposição ao comércio internacional, percebe-se um incremento entre 2006 (30,73%) e 2016 (36,38%)<sup>15</sup>. Prova disso têm sido as políticas levadas a cabo pelos sucessivos Governos nos últimos 20 anos, e em particular pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros, que implementa, segundo orientações políticas juntamente com a AICEP e vários outros parceiros, amplos esforços com o intuito de apoiar, consolidar e fazer crescer a internacionalização da economia portuguesa através de múltiplos instrumentos tais como acordos, negociações ou convenções ao nível económico, fiscal e comercial, mas também com a conceção de redes que permitam alavancar a penetração nos mercados externos e a divulgação e promoção da imagem de Portugal, sendo uma parte importante deste processo a diáspora portuguesa presente nos cinco continentes, que impulsionam de forma significativa a projeção e a internacionalização da economia portuguesa.

---

<sup>15</sup> **Despesas e Receitas** [EM LINHA]. Lisboa: Portal PORDATA, 2017. [Consult. em 21 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>

Numa conjuntura em que a globalização da economia e dos mercados se alia a uma crescente digitalização e informatização dos processos, realidades fundamentais para a internacionalização, torna-se central para as empresas, como também para os políticos e académicos uma vez que é uma realidade multidimensional e complexa, o processo de internacionalização justifica a necessidade de compreensão a par da identificação de oportunidades e também de desafios que nos são colocados por via da internacionalização das economias.

É consensual que a economia global está hoje mais interdependente. Tal facto é resultado de alterações ao nível institucional e tecnológico, fazendo com que os processos de internacionalização se tornem mais complexos e dependentes uns dos outros. Esta realidade potencia a irrelevância quanto às fronteiras físicas, e favorece o surgimento de parcerias estratégicas de empresas e corporações. Esta conceção obrigou a que as empresas se adaptassem a abordagens mais empreendedoras.

A formação de cadeias de valor e o crescimento que proporciona o comércio internacional tem sido o mote para a criação, de forma generalizada por parte dos decisores políticos, de políticas que visam potenciar as exportações, nomeadamente via turismo, o investimento direto estrangeiro, e criar um ambiente que seja propício e orientado para a expansão internacional dos negócios, que se efetivam através de regulamentações e disposições legais criadas para esse efeito, e tendo em conta determinadas realidades regionais ou por sector de cada país, uma vez que o desenvolvimento económico e os progressos tecnológicos podem modificar as vantagens comparativas das empresas, com particular destaque para as que pertencem ao sector turístico.

É também necessário mencionar que não existe uma forma simples da implementação de uma estratégia que tenha na sua base as exportações, uma vez que é um sector com especificidades diferentes entre países. Uma análise holística das cadeias de valor permite-nos aferir que o êxito das exportações está dependente, em primeiro lugar, dos custos efetivos de produção, que por sua vez dependem da tecnologia disponível, de investimentos, da escala de produção, da relação entre preço e qualidade, da moldura legal e institucional, dos *inputs* usados e da concorrência, que são indicadores decisivos para o sucesso de uma estratégia assente no sector exportador.

Tal sucesso só é possível se ao nível das políticas públicas forem igualmente tidos em conta os fatores que potenciam a consolidação do sector exportador, sejam eles de natureza regulatória, financeira, económica, multilateral ou mesmo técnica. Todos estes

fatores terão uma importância acrescida devido à necessidade de concertação entre o sector público e o sector privado.

Não é hoje possível identificar sectores que não estejam dependentes do processo de internacionalização. Como em qualquer processo, existem fatores favoráveis e que por extensão se tornam potenciadores do processo, e constrangimentos que dificultam a sua implementação. Tais fatores, mais ou menos favoráveis, estão principalmente ligados ao contexto financeiro, económico e organizacional das próprias empresas, das particularidades do próprio sector onde as empresas se incluem, e evidentemente subordinadas às características internas e externas dos mercados.

Os fatores que tendem a potenciar a internacionalização são:

- I. Particularidades relacionadas com os órgãos de gestão como: indicadores demográficos, tempo de estadia e viagens ao estrangeiro, conhecimento e experiência em transações internacionais e um planeamento estratégico que seja proactivo.
- II. Características respeitantes à própria cultura organizativa das empresas como a propensão para o desenvolvimento e pesquisa de produtos e serviços adaptados ao mercado externo, a propensão para o financiamento de atividades internacionais, os proveitos tecnológicos, a apetência para procura de mercados externos, o volume de empregabilidade, a grande atenção a atividades de investigação e desenvolvimento tecnológico, e a própria natureza dos produtos e serviços.
- III. Redução dos custos de produção, a diminuição da procura interna, os incentivos ao setor exportador por parte do governo ou o excesso de capacidade produtiva instalada.
- IV. Constrangimentos externos como: as barreiras alfandegárias, a compreensão dos riscos nos mercados externos, as posturas de controlo dos governos, as oscilações dos mercados cambiais, o desconhecimento dos mercados externos por falta de informação, a pouca experiência ao nível do sector exportador, o desconhecimento dos apoios estatais ao sector exportador e os próprios custos das transações.

Fica claro que os indicadores que potenciam os processos de internacionalização económica têm por base os próprios recursos internos ou a sua ausência nas empresas. As empresas não possuem, à partida, todos os recursos que precisam, uma vez que logram com o estabelecimento de ligações comerciais externas - seja ao nível empresarial ou

mesmo ao nível das organizações - para poderem aceder aos recursos que necessitam, principalmente através das aquisições ao exterior, e que por norma antecedem as suas próprias exportações. Nesta conjuntura é necessário dedicar especial atenção às importações, para que os decisores políticos e os gestores definam estratégias de políticas públicas centradas no apoio à internacionalização, e à expansão internacional da economia de forma concertada.

É também necessário mencionar que as parcerias internacionais são muito importantes para as empresas que se deparam com determinados constrangimentos internamente, não só ao nível da informação sobre mercados externos, como também ao nível dos recursos e do mercado interno, uma vez que lhes permite aceder a capital humano altamente qualificado, e aos recursos essenciais para a expansão da sua linha de produção, a par da possível transferência de competências aliada ao conhecimento partilhado entre as empresas, que auxilia a capacidade de entendimento de oportunidades nos mercados internacionais. Perante este cenário torna-se necessário ressaltar que a não existência de ligações formais entre as empresas conduz a determinados riscos, nomeadamente o roubo de informação e obtenção de informações por parte da concorrência.

Em suma, Portugal como parte integrante na União Europeia prossegue uma política que é comum ao espaço do qual faz parte, sendo a internacionalização da economia fundamental para o retorno do crescimento económico, sempre com a consciência de que, mais do que nunca, são-nos apresentados desafios a nível global, como por exemplo a crescente competitividade com base na escala e nos fatores de produção, incomparavelmente diferentes dos padrões europeus onde Portugal se insere.

A análise permite perceber que o processo de internacionalização continua a ser implementado, tendo, portanto, um carácter processual, sendo de destacar que existem oportunidades por explorar, e, a resultarem com sucesso, representam uma grande oportunidade pelos impactos extraordinários que poderão ter numa economia com a dimensão da portuguesa.

Contudo, podem destacar-se um conjunto de eixos bem definidos e que terão certamente um impacto muito significativo na economia nacional, são eles:

- I. Aumentar a captação de investimento direto estrangeiro;
- II. Incrementar de forma significativa a criação de empresas que tenham no seu “ADN” a propensão e o foco para o mercado internacional;
- III. Fomentar a atração de altos quadros orientados para a inovação;

- IV. Modificar a imagem do país, tornando-o num destino de negócios;
- V. Concertação estratégica para acolhimento de grandes centros internacionais, comerciais e/ou tecnológicos.

A análise permite considerar que a posição de Portugal evidencia um sentido positivo, principalmente evidenciado pelas características endógenas, que tornam o País num destino cativante, seguro e pacífico; com um clima muito favorável, com uma posição privilegiada entre os quatro continentes e com as gerações mais bem formadas e preparadas de sempre. São, portanto, elementos fundamentais para uma aposta estrutural e concertada da internacionalização da economia portuguesa.

### **3.2 Contexto histórico do sector turístico em Portugal**

A intrínseca vontade de aventura e descoberta de novas realidades, parte indissolúvel da própria natureza humana, cria uma necessidade que adquire progressiva relevância a partir do século XIX, apenas revestindo um traço de generalização após a segunda metade do século XX, período de valorização de direitos laborais e associados a férias pagas.

A conjuntura internacional do turismo serve de base para a interpretação do período entre 1815 e 1841, fundamental para o surgimento do turismo tal como hoje o conhecemos, já que, neste espaço temporal, surgiram infraestruturas e serviços fundamentais para o seu desenvolvimento, tais como a construção das primeiras estradas em macadame, os comboios, a máquina a vapor, os hotéis, o telégrafo e o próprio agente<sup>16</sup> de viagens num período em que as viagens são ainda conotadas com práticas elitistas associadas à ideia do *Grand Tour* em contexto europeu.

Este é sem dúvida um momento marcante, de viragem e precursor da atividade turística, num Portugal ultramarino que, pela sua vontade e espírito de aventura, permitiram conquistar não só vastos territórios, como a criação de um próprio sentido nacional que tinha na sua base a vontade de explorar e descobrir. Foi de forma natural que novos interesses surgiram, e que por extensão Portugal retomou paulatinamente a sua dimensão europeia.

A revolução Liberal resultou na perda de avultadas receitas, contudo foi este choque que permitiu a Portugal sair do estado de imobilismo em que se encontrava como

---

<sup>16</sup> É o período em que Thomas Cook adquire relevância como agente de viagens organizando os denominados circuitos, os tours, para a Europa.

consequência da instauração do Regime Constitucional, que permitiu a democratização da vida económica e financeira, e que também se traduziu numa postura de alinhamento com a Europa.

Passadas as Invasões Napoleónicas, contidas as agitações políticas e civis, e como resultado do ajustamento inevitável da sociedade aos novos princípios liberais, Portugal passou a usufruir de condições que favoreceram o desenvolvimento sustentável, abrangente e inclusivo do turismo, e sobretudo permitiu transmitir a todos os potenciais visitantes ou investidores que o país se tornou seguro, fiável e tranquilo.

Nos anos 40, o Governo de Costa Cabral lançou as bases para o desenvolvimento da prática turística. Um sinal concreto surge com a abertura em 1840 de um Hotel em Lisboa com o nome de Bragança (em homenagem à família Real Portuguesa). Este hotel fez parte de uma estratégia de expansão de uma cadeia britânica de hotéis que têm unidades por toda a Europa e pelas Américas, numa altura em que o Imperio Britânico dominava os movimentos marítimos mundiais, aliados a fortes interesses económicos com o seu mais antigo aliado - Portugal.

É nesta fase de algum avanço que são concretizados alguns investimentos em infraestruturas, que apesar de se destinarem aos residentes, iriam de igual forma beneficiar qualquer visitante. Alguns exemplos são: os Teatros de São Carlos em Lisboa, São João no Porto, o passeio público de Lisboa, o Teatro D. Maria II, bem como o aparecimento dos cafés de estilo parisiense como por exemplo o Martinho da Arcada ou o Magestic no Porto, entre outros, e que vieram proporcionar o desenvolvimento de movimentos culturais (Tertúlias) e de animação turística.

A moda do “veraneio” acentuou-se, por um lado com a utilização de estâncias termais, das quais destaco: Gerês, Caldas da Rainha, Estoril e São Pedro do Sul, fontes medicinais por excelência, e pelo grande fluxo populacional registado do interior para o litoral para a prática “banhista”. Contudo a falta de uma rede de transportes condicionava a atividade turística, não só para os residentes como para os estrangeiros, fazendo com que múltiplos pontos de interesse o deixassem de ser por falta de acessibilidades.

A construção das primeiras estradas em macadame e as primeiras linhas de caminho-de-ferro que viriam a proporcionar a ligação do centro da Europa com Lisboa surgem com Fontes Pereira de Melo, ao mesmo tempo que agentes locais em Lisboa e no Porto criam as primeiras companhias transportadoras.

Em 1911 Portugal organiza o IV Congresso Internacional do Turismo<sup>17</sup>, e por extensão é criada por Decreto a Repartição do Turismo, fazendo parte do Ministério do Fomento. A criação de tal organismo foi sugerido na Assembleia do Congresso por forma a materializar aquela que era a vontade do governo - a capacidade do país no desenvolvimento da atividade turística.

Em 1936 realiza-se em Lisboa o I Congresso Nacional do Turismo, que visava promover uma visão holística da verdadeira situação do sector do turismo em Portugal. Pretendia-se analisar o passado e construir um futuro com bases sólidas e credíveis, com contribuições dos mais prestigiados especialistas na área, nacionais e internacionais.

Apesar do impacto negativo que o período pós-guerra criou no sector turístico, as transformações na Europa e no Mundo faziam prever uma valorização muito acentuada da atividade turística.

Nos anos 60 era já conhecido o intenso crescimento do turismo, uma época de grande ênfase na zona do Mediterrâneo, altura em que Espanha aposta de forma vigorosa e com resultados muito significativos no turismo, e Portugal segue o mesmo caminho embora num contexto diferente, com a necessidade de um estudo aprofundado e com a planificação necessária, mas esta era já uma realidade irreversível.

Foi, portanto, uma fase de desenvolvimento e criação de bases, nomeadamente, com a construção de muitas infraestruturas, construção e requalificação de pousadas e a regeneração das tradições populares, que viriam a proporcionar a consolidação de um sector turístico estruturado a nível económico para poder competir com os mercados internacionais.

Foi neste cenário que se criou um ambiente de interesse generalizado pelo turismo, com a participação de vários ilustres em conferências, exposições e organismos internacionais com o intuito de promover o sector. Em 1965 a antiga Repartição do Turismo é elevada a Direção Geral, e procura mobilizar com base num consenso nacional, não só o Estado, como também os municípios, empresários e investidores em prol de uma estratégia de desenvolvimento.

Este desenvolvimento assentou em dados realistas, que teve em conta vários indicadores como: a previsão da procura; a capacidade e qualidade dos equipamentos; as perspetivas de investimento e a promoção turística. Paralelamente desenvolveram-se

---

<sup>17</sup> **Efemérides Lisboa e o Turismo: um Congresso há 100 anos** [EM LINHA]. Lisboa: Hemeroteca Municipal de Lisboa, 2005. [Consult. 15 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/EFEMERIDES/Turismo/Turismo.htm>.

infraestruturas indispensáveis de comunicações e transportes, bem como melhorias significativas nos tráfegos nos portos, aeroportos e rede de estradas, nomeadamente com a construção da ponte 25 de abril em 1966<sup>18</sup>.

Foram também incentivados investimentos, concedidos empréstimos e isenções fiscais, por forma a fomentar o próprio investimento, e que teve como resultado a evolução da capacidade hoteleira instalada, que atingiu na década de 60 as 80 mil camas.<sup>19</sup>

A entrada de turistas em 1953 cifrou-se nos 150 mil, em 1964 1 milhão e em 1968 chega aos 2 milhões<sup>20</sup>. Como consequência deste aumento, as receitas crescem acima do esperado, superando pela primeira vez todas as principais exportações clássicas como as das conservas, dos têxteis ou da cortiça.

O que sustenta este desenvolvimento é, por um lado a conscientização do sector privado para o fenómeno do turismo, e por outro lado as orientações do Estado, sempre com o intuito de não colocar entraves ao desenvolvimento, mas sim, de haver um complemento entre o sector publico e o setor privado. Neste sentido existe uma reorganização profunda da formação profissional indispensável para um crescimento sustentado do sector, nomeadamente com a criação de novas escolas profissionais, bem como uma avaliação e adaptação profunda das leis relacionadas com a atividade turística.

Em 1966 realiza-se o Congresso Nacional do Turismo com o objetivo primordial de alargar a atividade turística a todo o território, e de fomentar a cooperação económica na vertente externa, nomeadamente no âmbito da EFTA e da OCDE. É também nesta década que o turismo assume uma dimensão nacional, e reflete a sua verdadeira importância como um setor estratégico para o desenvolvimento económico do país.<sup>21</sup>

A revolução de abril, associada a movimentos revolucionários, criou um clima de instabilidade e insegurança que afetou naturalmente a atividade turística, contudo tais consequências foram limitadas no tempo. Com a reorganização e a estabilidade do poder político, assistiu-se a uma retoma da atividade turística, com base na livre iniciativa e num mercado livre, sendo que a crise no sector foi naturalmente superada.<sup>22</sup>

Já nos anos 80 com a estabilização do setor, o Governo definiu uma política para o setor turístico que visava aumentar a oferta, estimular a procura, promover o turismo

---

<sup>18</sup> **PORTUGAL, Ministério do Comércio e Turismo, Secretaria de Estado do Turismo de – Livro Branco do Turismo.** p. 25

<sup>19</sup> **Idem.** p. 26

<sup>20</sup> **Idem.** p. 27

<sup>21</sup> **Idem.** p. 32

<sup>22</sup> **Idem.** p. 43

interno e resolver problemas estruturais. Para alcançar as metas estabelecidas, foram definidas áreas de atuação prioritária, nomeadamente com o ordenamento do território, a criação de polos de desenvolvimento turístico, a criação do turismo no espaço rural, e outras medidas de fortalecimento da atividade turística em zonas privilegiadas como a Serra da Estrela, a região do litoral algarvio e zonas de prática termal. Foram também criados vários programas direcionados à criação de museus, pousadas, campos de golf, animação turística; de apoio financeiro, de reabilitação e modernização de equipamentos já existentes. Também ao nível da formação foram criadas novas escolas, nomeadamente Vilamoura e Coimbra, e surgiram também novos programas de formação na área da animação cultural, bem como outros programas inovadores<sup>23</sup>.

Foram também visíveis os progressos ao nível da legislação, o aprofundamento da ação de Portugal junto da OCDE nomeadamente na promoção do Comité do Turismo da OCDE, ou mesmo ao nível da Organização Mundial do Turismo onde Portugal apoiou a livre circulação em todo o mundo, e com apoio em ações concretas, nomeadamente na promoção da qualidade e segurança e pela expansão do turismo a nível internacional<sup>24</sup>.

Com a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia é visível a influencia que daí advém, sempre respeitando a cultura e identidade nacionais. É a partir deste momento que existe um consenso nacional sobre a implementação da atividade turística no nosso país, que reflete a sua ação num quadro técnico que tem por base a seriedade e a competência.

Os anos 90 caracterizaram-se pela expansão muito significativa da atividade turística em Portugal. A criação de novas infraestruturas, a perceção da necessidade de prospeção de novos mercados, foram parte integrante de uma estratégia nacional e consensual, prova disso é o Saldo da Balança de Viagens e Turismo que em 1996 apresentava um saldo 1.923,31€ (Mil Milhões)<sup>25</sup>, e em 2016 esse valor atinge o patamar dos 8.830,63€ (Mil Milhões)<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> *Idem.* p. 44

<sup>24</sup> *Idem.* p. 47

<sup>25</sup> **Estatísticas do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 1997. [Consult. Em 23 Out. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpagenumber=2&PUBLICACOEScolecao=107668&PUBLICACOEStipo=ea&selTab=tab0](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpagenumber=2&PUBLICACOEScolecao=107668&PUBLICACOEStipo=ea&selTab=tab0)

<sup>26</sup> **Estatísticas do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2007. [Consult. Em 25 Out. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=26453735&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=26453735&PUBLICACOESmodo=2)

Esta evolução tão expressiva resulta em primeiro lugar da identificação clara de que Portugal goza de características únicas, singulares e diversificadas para a prática do turismo. Depois porque existe um consenso nacional da necessidade de uma aposta continua no sector que ganhou uma importância absolutamente central na economia portuguesa como comprova o VABGT em 2016 7,1%.<sup>27</sup>

Os anos 2000 têm sido caracterizados por um aumento muito expressivo, por um lado no surgimento de novas unidades hoteleiras, novos equipamentos, a criação de novas atividades de nichos de mercado, mas também ao nível da realização de eventos internacionais e a promoção de Portugal como destino turístico, fizeram de Portugal um caso de sucesso a nível mundial, com uma aposta clara do Turismo de Portugal na internacionalização.

### **3.3 O impacto na economia portuguesa**

Hoje, mais do que nunca, o turismo é central para a economia portuguesa. Prova disso são os resultados do excedente estrutural da balança de serviços, que se devem sobretudo às rubricas “viagens e turismo” e “transporte de passageiros”.

A atividade turística internacional em Portugal contribui de forma líquida para uma diminuição significativa das necessidades de financiamento da economia e assim, de forma clara o turismo internacional surge como uma fonte de criação de recursos sobre os mercados externos.

É reconhecido por instituições e estudiosos, que Portugal hoje está na moda, e é tão evidente a expansão do sector turístico, que alguns arriscam-se a referir que a promoção nos mercados externos não é necessária, contudo, a análise da situação do turismo em Portugal levou-nos a considerar que o instrumento da promoção turística tem sido uma realidade. Desta forma, entidades como o Turismo de Portugal ou mesmo o Turismo de Lisboa apresentam a promoção turística como elementos chave para a contínua valorização do país como destino turístico no exterior. Como um dos resultados destas linhas de orientação, são as distinções de que Portugal tem sido alvo, nomeadamente com distinção de melhor destino turístico do mundo em 2018, pelo segundo ano consecutivo, atribuído pelo World Travel Awards.

---

<sup>27</sup> *Idem.*

O nosso país posiciona-se de forma muito eficaz neste domínio. Os fatores anteriormente referidos – competitividade ao nível dos preços, o clima, a hospitalidade, a gastronomia, a cultura, a geografia, a estabilidade política e o clima de segurança, constituem-se como pilares que potenciam de forma eficaz este sector, cada vez com um peso mais significativo no Produto Interno Bruto português.

Os impactos gerados pela atividade turística em Portugal, de forma direta e indireta, permitem ano após ano alcançar novos recordes em vários domínios. A atividade turística tem apresentado resultados crescentes nos últimos anos, como demonstrado na tabela 1, sendo atualmente a atividade que mais contribui para a dinamização da economia, e por extensão, impulsiona de forma direta e indireta outros setores da economia portuguesa.

| Anos | Saldo     | Exportações | Importações |
|------|-----------|-------------|-------------|
| 2006 | 4.014,25  | 6.671,94    | 2.657,68    |
| 2007 | 4.533,41  | 7.402,10    | 2.868,69    |
| 2008 | 4.501,33  | 7.440,10    | 2.938,78    |
| 2009 | 4.195,58  | 6.907,84    | 2.712,26    |
| 2010 | 4.648,45  | 7.601,27    | 2.952,82    |
| 2011 | 5.171,99  | 8.145,56    | 2.973,57    |
| 2012 | 5.659,57  | 8.605,54    | 2.945,97    |
| 2013 | 6.129,92  | 9.249,61    | 3.119,96    |
| 2014 | 7.075,67  | 10.393,92   | 3.318,25    |
| 2015 | 7.838,94  | 11.451,08   | 3.612,14    |
| 2016 | 8.830,63  | 12.680,55   | 3.849,92    |
| 2017 | 10.860,66 | 15.153,36   | 4.292,70    |
| 2018 | 11.909,62 | 16.613,99   | 4.704,37    |

*Tabela 1 Balança de Viagens e Turismo (Em Euros)*

Fonte: Portal PORDATA

Em Portugal o turismo tem um peso na economia superior á média mundial. O VABGT gerado pelo Turismo no ano de 2016 foi de 7,1%<sup>28</sup>, já o CTTE foi de 12,5% do

---

<sup>28</sup> *Idem.*

PIB<sup>29</sup>, tendo-se verificado um incremento de 5,8% no ano de 2016 face ao ano anterior. As exportações do turismo cifraram-se nos 18,4% do total de exportações nacionais nos anos de 2014 e 2015<sup>30</sup>, ao nível do mercado de trabalho as atividades diretamente relacionadas com a atividade turística representavam em média 9,1<sup>31</sup> do total do emprego em Portugal, ao nível da procura turística verificou um aumento de 5,8% em 2016 face ao ano de 2015, em relação às dormidas foram registadas 59,4 milhões de dormidas no ano de 2016<sup>32</sup>.

O peso crescente do turismo na economia portuguesa vai ao encontro das conjecturas do WTTC que prevê um aumento até 2026 no investimento, no emprego, no Produto Interno Bruto ou nas exportações. Em 2016, Portugal ultrapassou mais um recorde tendo superando a fasquia dos 19 milhões de turistas<sup>33</sup>.

Este cenário reforça a necessidade de uma aposta contínua na modernidade, na qualidade, e sobretudo continuar a explorar as potencialidades de que Portugal goza nesta matéria. À semelhança dos seus pares, Portugal atinge ritmos de crescimento nominal muito significativos e que ultrapassa o crescimento da economia nacional. Para quantificar este cenário - por cada 5€ de receitas turísticas geram-se, em média, 8,30€ na riqueza nacional, sendo que o valor total gasto por turistas não residentes superou os 15,3 (Mil Milhões de euros) em 2016<sup>34</sup>. Ao nível do mercado laboral, um em cada nove trabalhadores exerce funções no setor do turismo. Estes dados demonstram de forma clara a importância crescente do turismo para a economia portuguesa.

De acordo com o ranking do WTTC, no ano de 2016 Portugal recebeu 11,423 milhões de turistas não residentes, o que reflete um share de 1,9% do total mundial. Já ao nível das receitas de turistas não residentes totalizou 14,036 (Mil Milhões de euros) representando 3,1% do total contabilizando a nível mundial.

A atividade turística representa assim uma rubrica fundamental para o equilíbrio das contas públicas portuguesas, bem como de um resultado positivo da Balança Corrente de Serviços, sendo a atividade turística a principal contribuição para este resultado.

---

<sup>29</sup> *Idem.*

<sup>30</sup> **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695&att_display=n&att_download=y).

<sup>31</sup> *Idem.*

<sup>32</sup> *Idem.*

<sup>33</sup> *Idem.*

<sup>34</sup> *Idem.*

Portugal é, sem dúvida, um país recetor de turismo, em que os principais parceiros são europeus. Contudo, regista-se uma consolidação da influência de outros mercados, já que a procura americana, brasileira e asiática tem sido alvo de incremento. Ao nível interno, o Algarve, o Arquipélago da Madeira e a região de Lisboa e Vale do Tejo concentram 77% das dormidas<sup>35</sup>.

Esta dinâmica turística vem confirmar a crescente tendência a nível mundial, e da qual Portugal se destaca. É necessário e inevitável referir que Portugal beneficiou de vários acontecimentos geopolíticos, nomeadamente pela sua atratividade no que respeita à segurança, fator essencial para o praticante da atividade turística. De acordo com o WTTC, as receitas totais do turismo calculando as consequências indiretas, diretas e induzidas para o produto Interno bruto foi de 16,6% em 2016, estando este valor acima da média em comparação com os restantes países da União Europeia que se situam nos 10,2%.

Toda esta dinâmica faz com que outros setores estruturais da economia nacional se dinamizem, como a construção e manutenção de infraestruturas, diversificação de serviços, surgimento de novos produtos culturais nomeadamente com a recuperação de várias atividades que passaram de uma situação de decadência para um novo estágio de desenvolvimento. De forma geral, pode considerar-se que o turismo estabelece uma relação de interdependência com toda a economia nacional, e esses proveitos verificam-se de forma concreta e transversal em toda a sociedade portuguesa.

### **3.4 A influência do turismo na dinâmica económica em Portugal**

O turismo é cada vez mais uma indústria indispensável e estratégica para o crescimento e o desenvolvimento socioeconómico a nível mundial, verificando-se um incremento muito acentuado nas últimas décadas, tornando-se assim uma aposta clara para muitas economias.

Olhando para o caso português, e como já mencionado anteriormente, o turismo é fundamental e insubstituível para o desenvolvimento da economia nacional. Tal facto é justificado pelo interesse crescente das entidades governamentais ao nível do apoio, incentivo e divulgação do setor turístico. O caso português é de facto um daqueles casos em que se verificam resultados muito positivos. No ano de 2017, Portugal ocupava a 9ª

---

<sup>35</sup> *Idem.*

posição no ranking do Índice de Competitividade do sector das Viagens e Turismo a nível Europeu, e o 14º ao nível mundial de acordo com o World Economic Forum.

Neste contexto o turismo é apontado como um elemento fundamental para a promoção do crescimento económico. A importância do sector turístico, o impacto e os efeitos que produz na realidade portuguesa, tem sido alvo de vários estudos científicos.

Como alternativa às exportações, as despesas do turismo contribuem de forma clara para a melhoria da balança de pagamentos, beneficiando de forma clara o mercado laboral, as receitas provenientes da atividade turística que aumentam de forma acentuada a arrecadação de receitas por parte do Estado, e um aumento muito acentuado do valor acrescentado o que, em conjunto, reproduz um efeito muito importante como compensador de desequilíbrios que possam ocorrer ao nível dos défices orçamentais e da própria balança de pagamentos.

De forma adicional, o desenvolvimento das atividades do setor turístico reveste especial importância pelo desenvolvimento do capital humano, estímulo à investigação científica, e tornando-se um elemento essencial para a divulgação do conhecimento técnico. Assim, o desenvolvimento da atividade turística na economia pode e deve difundir aquilo que são as suas influências positivas na dinâmica económica, nomeadamente com a criação de *spillovers*.

O objetivo da política económica portuguesa tem sido a de criar e proporcionar níveis de bem-estar positivos para os cidadãos. Tal facto relaciona-se diretamente com um aumento do consumo privado e público, bem como um incremento no investimento produtivo. Ora o crescimento destas rubricas pressupõe um aumento das importações de bens de serviços, consumo e equipamentos que tem sido compensado com o aumento das exportações. É evidente que os dados vão ao encontro da realidade de produção ao nível mundial, mais concretamente em volta das complexas cadeias de valor, que por si justificam um aumento das exportações, e afetam diretamente, contribuindo para o aumento das importações de produtos intermédios.

O crescimento das nossas exportações tem sido uma condição imprescindível para criar e preservar excedentes nas nossas contas externas e que, por extensão, tem um efeito de redução progressivo do nosso endividamento perante o resto do mundo.

A aposta tem sido a de aumentar sucessivamente as nossas exportações de bens e serviços e ao mesmo tempo manter o nosso tecido empresarial competitivo em relação aos seus concorrentes, como tal têm sido criadas condições que permitem o aumento do investimento interno e externo, condição central para o sucesso económico português.

É necessário mencionar que tais resultados surgem em primeiro lugar pelo desenvolvimento de políticas públicas e portando de um poder político consciencioso da necessidade de incremento da economia nacional por via do turismo, mas também pela consciência nacional em torno desta questão, ou seja, a concertação de esforços pelo mesmo objetivo, na produção de bens e serviços com valor nos mercados externos.

Os compromissos entre entidades públicas, trabalhadores e empresários têm sido determinantes para o desenvolvimento de novas ideias, projetos e parcerias, que nos dias de hoje não é possível que sejam desenvolvidos se o cenário internacional não for tido em conta.

É incontornável a abertura da economia portuguesa nas últimas décadas, contudo é também necessário referir que esta abertura da economia não teve na sua base nenhum projeto concreto, e isso reflete-se quando o país atravessa fases económicas menos favoráveis, especialmente na sua capacidade de antecipação e ajustamento perante as rápidas transformações a nível internacional. É neste contexto que o incremento da posição de Portugal no comércio internacional afeta de forma positiva, mormente com o reforço da exigência sobre os agentes económicos - entenda-se o combate á corrupção e ao favorecimento ilícito.

Ao nível do mercado laboral para além dos empregos diretos criados com o aumento da atividade turística e o surgimento de novas empresas e negócios, é fundamental considerar os empregos gerados de forma indireta, que surgem noutros setores que são, de forma mais ou menos profunda, influenciados pelo turismo, e que são ao nível da análise económica difíceis de quantificar à semelhança dos efeitos multiplicadores gerados pela atividade turística.

A redução do fator produtivo do trabalho não verificou um impacto tão significativo como a melhoria dos serviços prestados com a introdução de novas tecnologias nos vários segmentos da atividade turística. O setor do turismo destaca-se exatamente por um efeito contrário, ou seja, pelo aumento expressivo da necessidade de mão-de-obra que não sendo substituível por tecnologia tem necessariamente de ser intensiva.

Ao nível empresarial o turismo demonstra de forma clara como a coexistência e as parcerias entre pequenas e médias empresas e grandes empresas podem existir de forma harmoniosa e vantajosa para todos os intervenientes, onde é possível, com investimentos baixos, criar empregos de forma rápida e com efeitos multiplicadores significativos.

Portugal tem levado a cabo estratégias públicas e empresariais de progresso de modernização do setor turístico, com enfoques na capacitação de recursos humanos, aumento da ação comercial, na melhoria da qualidade, na diversificação de produtos e mercados e na diferenciação, como elementos fundamentais para o desenvolvimento a nível interno e com capacidade de competir nos mercados internacionais.

#### 4. O contexto global

Com o crescimento da procura turística mundial, verifica-se um crescimento ainda maior no número de destinos e mercados, ou seja, no aumento da capacidade global da oferta turística. As economias em vias de desenvolvimento enfrentam desafios ainda maiores, que também se colocam aos países desenvolvidos, nomeadamente pela capacidade de manter, ou se possível aumentar, a sua quota de mercado. Perante este cenário torna-se essencial uma resposta que, por um lado contribua para aumentar a qualidade dos serviços que atualmente dispõem, e por outro fomentar a necessidade constante de procura e associada à diversificação de novos mercados e a aposta em novos produtos que permitam a existência de fatores de diferenciação. Neste contexto os destinos emergentes terão necessariamente de se saber posicionar neste mercado tão competitivo, e de preferência evitar erros que outros cometeram no passado, em especial dedicarem-se afincadamente à preservação de recursos de forma a evitar o seu esgotamento.

Desenvolver produtos competitivos torna-se um trabalho complexo devido a questões como a falta de infraestruturas, deficiências ao nível dos transportes, falta de investimento, falta de mão-de-obra qualificada, fatores que evidenciam má gestão; a inexistência de políticas que permitam às pequenas e médias empresas penetrarem nos mercados internacionais. Estes são fatores de retrocesso e em nada contribuem para a real evolução do setor.

Persistem ainda outros fatores que condicionam o desenvolvimento do turismo: a instabilidade política, a ausência ou ineficácia das ações de *marketing* e divulgação inoperante, e que se repercutem naturalmente em resultados menos positivos a par das dificuldades económicas, que em conjunto, condicionam os resultados esperados, para além da penalização da imagem do destino.

Em termos genéricos é possível afirmar que a procura turística é condicionada por três elementos: em primeiro lugar a composição etária da população, em segundo o rendimento disponível dos agregados familiares, e em terceiro o tempo de férias disponível, todos estes fatores estão intrinsecamente conectados com o nível de desenvolvimento económico.

Tendo em conta os elementos mencionados, destacam-se de forma clara os países que realizam mais despesas com o setor turismo - Os Estados Unidos da América, o Japão e os países membros da União Europeia. Todos eles partilham elementos comuns como

um maior rendimento disponível, uma população mais envelhecida e maiores períodos de férias.

A evolução verificada nos últimos anos demonstra que a veloz expansão da capacidade do poder de compra dos países asiáticos, se traduz de forma clara num incremento muito importante na procura mundial da atividade turística. Como consequência os países ocidentais tendem a perder peso relativo face a estes novos mercados emissores de turistas.

O crescimento económico de determinados destinos nomeadamente no continente africano, com uma exploração mais intensiva dos recursos próprios, contribuirá a médio prazo para um aumento dos fluxos turísticos. Aliás, é expectável que os destinos para a prática turística venham a ser cada vez mais longínquos, como resultado do desenvolvimento tecnológico a par da redução dos custos e do tempo associados à prática turística. Tal facto resulta num aumento da concorrência a nível internacional.

As alterações que se verificam ao nível do próprio turista, mormente pela procura de preços mais competitivos, não deve fazer com que os destinos ponham em causa a qualidade dos serviços em detrimento do seu valor. Os mercados têm de se adaptar, apostar na inovação, nas parcerias estratégicas ao nível empresarial, e só assim será possível por um lado ter preços mais competitivos perante os mercados externos, e por outro manter, ou se possível aumentar, os padrões de qualidade dos serviços prestados.

Existem também outros fatores importantes para o aumento da dinâmica turística a nível mundial, como por exemplo a flexibilidade ou a capacidade de responder de forma célere ao aumento de melhor e maior oferta de serviços e produtos turísticos, como fatores de competitividade. Aliás, estes fatores são justificados de forma clara pela crescente individualização do próprio turista, o que obriga o mercado a ajustar-se ao pretendido e a apresentar produtos e serviços para nichos de mercado diferenciadores de destinos de turismo de massas.

Outro elemento fundamental que caracteriza a dinâmica turística atual é o combate à sazonalidade, com a oferta de pacotes economicamente mais competitivos que contemplam mais serviços, i.e., a criação de soluções mais vantajosas e integradoras de valor, e que portanto combatem, de forma eficiente e eficaz, este fenómeno que ocorre devido ao aumento da idade média dos turistas, e pela própria gestão dos períodos de férias, especificamente com a diluição durante todo o ano por períodos de férias mais curtos ao invés de um período único e mais longo. Ainda em relação às alterações que se verificam ao nível da estrutura etária dos turistas, aprez mencionar que a mesma

influencia, de forma direta, o fenómeno da sazonalidade pela adequação a novas necessidades ou mesmo pela própria natureza da prática turísticas num determinado segmento etário em particular - o turismo sénior, que no caso português é absolutamente fundamental no combate á sazonalidade.

Esta questão continua a necessitar de medidas concretas ao nível da gestão integrada, da qualidade, da criação e divulgação de novos serviços e produtos, de uma gestão eficaz dos fluxos turísticos, da própria organização da oferta turística e com a criação de novas formas alternativas, com a criação de novas práticas turísticas. Em simultâneo, é necessário que se alterem os padrões de procura, não estando apenas sujeitos áquilo que são os calendários profissionais e escolares.

Estão perfeitamente identificados os chamados picos de fluxos turísticos, bem como a sujeição a determinados períodos conjunturais, como o são situações adversas ao nível climático ou mesmo a determinadas conjeturas de instabilidade política e que, contrariamente ao que acontece noutros setores, impossibilita acumular *stocks* produtivos. Torna-se portanto essencial que o poder político tenha um papel orientador relativamente à iniciativa privada no que respeita à sua adaptação ao nível da dimensão dos investimentos, por um lado para enfrentar qualquer eventualidade de diminuição da procura, mesmo com perdas significativas, já que, se determinado projeto for sobredimensionado, para além de comprometer o destino turístico em si, colocará em causa o próprio projeto de forma irreversível. Mas se pelo contrário, a procura superar as expectativas o mercado tem de estar preparado e com a necessária capacidade para fazer face a esse aumento perante a capacidade instalada.

Verificou-se também nos últimos anos uma crescente consciencialização da verdadeira importância da atividade turística nas dinâmicas ambientais, culturais, económicas, sociais e ao nível educacional.

Os gastos realizados pelos turistas são muito diversos, abrangendo desta forma muitos serviços e produtos, que vão desde atividades desportivas, culturais, transportes, alojamento, artesanato, produtos de vestuário, alimentares e muitos outros; e por isso o impacto nos diversos setores de atividade e produção são muito díspares e particulares dependendo de cada país. Logo, o mais importante é, de facto, o que é consumido pelos turistas e que tem um impacto direto da dinâmica económica.

A Organização Mundial do Turismo entende que os produtos e serviços que caracterizam o turismo são todos aqueles que, numa determinada economia, por um lado não existiam ou viriam o seu consumo cair de forma muito significativa caso não existisse

turismo. Assim a percepção deste indicador possibilita comparar diferentes economias entre si, tendo como pressuposto que diferentes economias pressupõem diferentes atividades.

Todavia são identificados diversos setores de atividade que são transversais a todas as economias e que dependam mais ou menos do turismo - os transportes, a hotelaria, a restauração e os operadores turísticos no geral.

Ainda de acordo com a Organização Mundial do Turismo existem dois setores que são os maiores contribuidores líquidos para o valor acrescentado bruto - a restauração e a hotelaria.

O setor hoteleiro é caracterizado por uma grande segmentação no lado da oferta, existindo, na prática, um pequeno número de empresas corporativas globais que competem com mercados regionais e locais. Estes grupos globais tendem a especializar-se num determinado nicho de mercado, por forma a serem reconhecidos internacionalmente, exatamente por essa oferta concreta. São normalmente originários dos países emissores dos turistas, e, assim sendo, aproveitam o seu reconhecimento interno para expandir a sua ação nos mercados externos, criando também vários níveis de serviços e adaptando-se de forma geral a toda a sociedade onde se inserem, criando uma imagem global e integradora de serviços e produtos, completamente adaptada à realidade de cada país onde fazem os seus investimentos turísticos.

Relativamente ao sector da aviação comercial verificaram-se nos últimos anos grandes negócios, nomeadamente com fusões de empresas já existentes e a operar, ou mesmo o surgimento de novas companhias, com especial enfoque na liberalização do mercado europeu. Destes negócios surgem grandes companhias com diferentes opções e que em última análise se refletem numa maior competitividade do setor, na redução de custos e na captação de novos mercados. No fundo trata-se de aproveitar uma convergência muito positiva de sinergias de um mercado claramente em expansão. A par desta realidade, as companhias desenvolvem varias estratégias para captar clientes, em especial com a criação de clubes de fidelização, que visam promoções para os seus clientes mais habituais, servindo como incentivo, em detrimento de outras companhias.

As novas tecnologias têm de forma clara contribuído para a perda de importância dos operadores turísticos no geral, embora estes continuem a ser fundamentais para alguns segmentos de mercado, proporcionando a conexão entre a procura e a oferta. Existe, cada vez mais, uma maior autonomia por parte dos turistas para as suas escolhas, com a criação de novas plataformas informáticas e serviços muito intuitivos para o turista comum, e

que, em última análise, lhes vai permitir aceder às mesmas ofertas, mas conferindo-lhes a possibilidade de organizarem e criarem os seus próprios programas, feitos à sua medida, e que contribuem para poupanças muito significativas em termos económicos, especialmente porque são menos os intermediários.

Ora este desenvolvimento tecnológico é proporcional à perda de importância dos operadores turísticos, nomeadamente as agências de viagem. Estes factos são muito claros em determinar que o setor turístico foi um dos que mais rapidamente se adaptou a novas dinâmicas económicas, com base na criação e desenvolvimento de novas tecnologias, com a sua promoção via internet, sendo aliás um dos sectores mais importantes no que respeita às transações eletrónicas em todo o mundo.

#### **4.1 Inclusão do turismo na política económica internacional**

O turismo é hoje uma das atividades mais universalizadas e com mais adeptos no mundo, contudo ainda persistem algumas dúvidas em relação à sua inclusão na política económica, e à importância e papel que desempenha no desenvolvimento da economia.

É necessário compreender se se pretende que o turismo seja apenas um meio que de alguma forma facilite o desenvolvimento económico, ou se, por outro lado, seja considerado de forma concreta como um fator ao desenvolvimento.

Em Portugal já existiram diversas teorias sobre o tema - desde o turismo ser considerado como o motor da economia, passando pelo eixo central da economia, entre outros. Mas mais do que uma expressão ou denominação, o que é efetivamente relevante, são as consequências ao nível dos instrumentos e da ação política.

A União Europeia adotou uma visão horizontal do turismo procurando soluções mas sem uma visão de autonomia para o setor. Ainda assim o Tratado de Lisboa veio permitir que a Comissão desenvolva uma abordagem global, considerando-a como um motor ao desenvolvimento, uma vez que, considerando apenas uma abordagem horizontal, estamos apenas a fazer análises individuais, sem contemplar uma visão holística dos factos, num setor tão importante para a União Europeia onde o mesmo representa a terceira atividade socioeconómica.

É possível identificar cinco vetores fundamentais que subjagam as teorias e os moldes de desenvolvimento da história económica, são elas: «acumulação de capital,

inovação, vantagem comparativa, dimensão de mercados e diferenciação.»<sup>36</sup> Ora o turismo integra todos eles, com mais ou menos intensidade. Para além da necessidade de elevados investimentos, antevê a concentração de capitais, bom como gera elevados rendimentos em moeda estrangeira que vão gerar a aquisição de bens e de capital fundamentais para a evolução de outras atividades.

Já a inovação é sem dúvida uma das vertentes mais importantes no turismo, estando sempre presente no seu desenvolvimento e caracterizando-se pela sua capacidade de adaptação a novas necessidades, nomeadamente novos hábitos, culturas e estilos de vida, obrigando a recorrer constantemente à inovação, seja na implementação de novos conceitos, de novos métodos de produção, de lojas, de experiências, etc.

Um dos vetores reconhecidos ao turismo internacional é a vantagem comparativa, sendo que as vantagens que gera vão repercutir-se internamente. São as vantagens comparativas de Portugal que atraem os investidores, o que resulta numa necessária adaptação a novas exigências. Deste ponto de vista o turismo reveste especial importância pela sua capacidade de dinamização do progresso económico.

Principalmente para países pequenos como é o caso de Portugal, a dimensão necessária à expansão de determinadas atividades será incrementada quanto mais se abrirem as fronteiras, e o turismo é o apogeu dessa realidade. Como resultado do aumento da procura externa com a entrada de turistas, ou seja um incremento do mercado interno, nomeadamente determinados serviços e produtos de consumo imediato, que de outra forma não poderia ser exportado. Em resultado deste facto surgem novas oportunidades de negócio e promove-se o crescimento económico.

A diferenciação é uma característica do turismo, por isso a criação de novos bens e serviços que tem esse pressuposto, faz com que o sector seja um dos mais diferenciadores e, ao mesmo tempo, projeta essa capacidade de diferenciação na atividade económica de forma geral. O turismo compõe-se de elementos fundamentais para o crescimento, sendo um agente gerador de contínuo desenvolvimento económico.

Ainda assim, persiste por vezes alguma indefinição relativamente ao setor do turismo, i.e., qual a sua verdadeira posição na economia, a qual pode, de alguma forma, conduzir a uma relativização quanto às políticas adotadas. Provavelmente uma das razões para tal acontecer, é o facto de ser uma atividade recente e por ainda existir um défice de análise técnica e pouca investigação sobre o turismo.

---

<sup>36</sup> CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. p. 310.

Podemos identificar cinco desígnios que lhe conferem um lugar de destaque na economia:

- «1.º - Finalidade social - porque permite garantir às populações condições essenciais para a melhoria da qualidade de vida;
- 2.º - Finalidade económica - porque contribui para a solução de problemas económicos e é fator de dinamização da atividade económica em geral;
- 3.º - Finalidade territorial - porque contribui para compensar ou atenuar os desequilíbrios regionais;
- 4.º - Finalidade patrimonial - porque pode e deve contribuir para proteger o meio ambiente e valorizar o património cultural;
- 5.º Finalidade cultural - porque o turismo, por um lado, é um importante instrumento de promoção e divulgação do património cultural existente e, por outro, cada vez mais se vão transformando numa forma de cultura, ou seja, num património de conhecimento, de atitudes e de experiências que contribuem para transformar o mundo material e criar novos valores.»<sup>37</sup>

Para países que possuam um sistema económico diverso o turismo vai atuar como um propulsor ao desenvolvimento. O turismo pode ser um incentivo ao financiamento e por extensão, ao desenvolvimento da economia, nomeadamente com o incremento industrial e à modernização que traz à economia.

Pode também originar danos menos positivos como por exemplo a excessiva dependência que uma determinada economia possa ter das atividades turísticas, e que essa mesma dependência, neste setor em particular, atue como desincentivador do desenvolvimento de outros setores da economia, o que, em última instância, pode provocar uma necessidade excessiva de importação de bens por falta de produção interna.

Ora para desenvolver os aspetos mais favoráveis e de alguma forma minimizar possíveis efeitos adversos, o turismo tem de ser integrado numa abordagem holística de desenvolvimento, não devendo ser levado em conta de forma isolada, porque caso contrário poderão surgir consequências adversas, afetando os alicerces que o sustentam.

A contribuição do turismo para a economia e para a sociedade em geral, será tanto melhor quanto a integração económica de que for alvo. Para a Organização Mundial do Turismo, o turismo é parte integrante na vida das sociedades. Identifica as suas consequências positivas, mas alerta para o facto de que os proveitos económicos não

---

<sup>37</sup> *Idem.* p. 312.

podem de forma nenhuma constituir-se como único objetivo, devendo ser contabilizadas as várias dimensões que constituem o turismo como a cultura, o ambiente, a política, a religião e as sociais.

Cada região e cada país deve adaptar-se para o desenvolvimento do turismo, mas sempre respeitando os valores e as tradições intrínsecas a cada local, já que são estas características que justificam a promoção da atividade, tendo sempre de existir o cuidado de se assegurar o equilíbrio necessário entre as populações locais e os visitantes.

Podem surgir duas situações de integração negativa, na medida em que as regiões mais debilitadas têm de se adaptar aos obstáculos criados pelos visitantes de poder de compra elevado, e que não respeitam as origens do local que visitam. O outro diz respeito ao estabelecimento de grandes grupos empresariais que constroem circuitos fechados, não permitindo os benefícios desse fluxo às populações locais.

Em qualquer das circunstâncias ambos os factos representam ameaças na medida em que as populações locais ficam alheias a esse desenvolvimento, gerando menos riqueza do que o verdadeiro potencial económico dos visitantes, podendo mesmo originar custos económicos. É fundamental que o poder político, particularmente nos países em desenvolvimento, planeie uma estratégia de desenvolvimento assente numa avaliação criteriosa de quais são as suas condições e que tipo de especialização deve adotar.

Sem se verificar uma integração política e económica do turismo não é possível assistir a um desenvolvimento organizado e estável, por via das inter-relações e interdependências que a dinâmica da atividade turística desenvolve. A ausência deste pressuposto poderá traduzir-se em desequilíbrios essenciais que prejudicam as fundações do seu desenvolvimento.

Portugal encara hoje o turismo como parte fundamental da sua política económica e social, fruto de pressões circunstanciais, nomeadamente as receitas crescentes do setor, com um saldo positivo da balança de viagens e turismos em percentagem do PIB de 2,4% passando para 4,7% em 2006 e 2016 respetivamente<sup>38</sup>.

Contudo existem algumas questões que merecem alguma reflexão, mormente a possibilidade de se assistir a um crescimento desordenado, à ausência de consciência a nível político e das intuições responsáveis pela coordenação do setor para a verdadeira importância do turismo para Portugal. Um bom exemplo é o atraso na construção de uma alternativa aeroportuária para o Aeroporto Humberto Delgado que se encontra numa

---

<sup>38</sup> **Despesas e Receitas** [EM LINHA]. Lisboa: Portal PORDATA, 2017. [Consult. em 21 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>

situação de clara rutura, sendo a capacidade máxima da infraestrutura aeroportuária de 22 milhões de passageiros, de acordo com a ANA Aeroportos de Portugal.

| <b>N.º de Passageiros em milhões</b> |                            |
|--------------------------------------|----------------------------|
| <b>Ano</b>                           | <b>Aeroporto de Lisboa</b> |
| 2006                                 | 12.314.917,0               |
| 2007                                 | 13.393.182,0               |
| 2008                                 | 13.603.616,0               |
| 2009                                 | 13.265.268,0               |
| 2010                                 | 14.049.808,0               |
| 2011                                 | 14.806.537,0               |
| 2012                                 | 15.314.800,0               |
| 2013                                 | 16.025.510,0               |
| 2014                                 | 18.158.588,0               |
| 2015                                 | 20.110.804,0               |
| 2016                                 | 22.462.599,0               |

*Tabela 2 Quadro do número de passageiros no Aeroporto Humberto Delgado em Lisboa*

Fonte: Portal PORDATA

É fácil de observar que a capacidade máxima considerada pela ANA-Aeroportos de Portugal foi claramente ultrapassada - a capacidade máxima do aeroporto que já no ano de 2017 recebeu mais de 26.6 milhões de passageiros, um aumento de 18,8%<sup>39</sup> em relação ao ano anterior, inviabiliza e com impactos muito significativos, a capacidade de receber mais visitantes e mais companhias aéreas, sendo que os efeitos em cadeia multiplicam-se devido a uma ausência de decisão política.

O turismo é ainda um setor exposto às alterações da sociedade, podendo de alguma forma perder parte dos seus valores, resultante particularmente da forma autónoma e do próprio ritmo de desenvolvimento que não foi acompanhado por desconhecimento ou por incapacidade do poder político. Independentemente dos objetivos, mais ou menos primordiais da política económica, o turismo não pode ser descurado porque ele é hoje um setor fundamental para o crescimento económico.

<sup>39</sup> **Estatísticas Aeroportuárias** [EM LINHA]. Lisboa: Vinci Airports, 2017. [Consult. em 23 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.vinci-airports.com/en/airports/lisbon-airport>

Não sendo o turismo um setor neutro, considerar ou não o turismo não é uma opção, ou seja, os objetivos das estratégias políticas e económicas, nomeadamente com a capacidade de equilibrar a balança de pagamentos e a contenção de défices externos, o turismo é fundamental para combater os saldos negativos da balança de transações correntes.

Também ao nível do emprego o turismo tem um peso muito importante, com a criação de postos de trabalho direto e indireto. E se o objetivo for o desenvolvimento económico de uma região, o turismo não pode ser esquecido já que a par do setor primário, o turismo ocupa uma posição cimeira no que respeita às potencialidades de desenvolvimento, potenciando o património e a cultura local, e contribuindo para incrementar a capacidade de produção. Refira-se que o turismo representou 12,5 % do PIB e 7,1 % do VAB no ano de 2016<sup>40</sup>.

#### **4.2 Reconhecimento das atividades turísticas**

Independentemente da sua natureza quase todas nas atividades socioeconómicas influenciam e são influenciadas pelo turismo, fruto do aumento das inter-relações, mas também consequência de num nível superior de interdependência. Na generalidade verifica-se uma dependência direta, mas também um contributo direto decorrente da atividade humana. Assim é difícil encontrar outra atividade em que o ser humano se identifique tanto quanto com o turismo.

O que está nos primórdios do turismo é a necessidade de ter novas experiências e novas descobertas. Por norma, os turistas não viajam para comer e dormir, fazem-no porque decorre da sua motivação turística, e tal vai originar a necessidade de criação de novos serviços e bens para além da deslocação em si mesma.

O turista traz consigo um conjunto de necessidades geradoras de novos serviços, novas atividades, novos comportamentos e mesmo novos produtos. Enquanto se desenvolve e consolida, de alguma forma o turismo adapta-se às necessidades da procura, sendo elas de múltiplas dimensões. São por isso muito poucas as atividades humanas que

---

<sup>40</sup> **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695&att_display=n&att_download=y)

se encontram de forma tão interligada quanto esta, com o processo de transformação do sector.

De acordo com Licínio Cunha «é difícil definir os contornos mais precisos do turismo em virtude da:

- Diversidade das atividades necessárias à satisfação das necessidades dos turistas;
- Dificuldade crescente em distinguir entre as atividades produtivas aquelas que são turísticas das que não o são;
- Papel que os fatores intangíveis desempenham no êxito dos destinos turísticos (hospitalidade, tradições, exotismo, segurança, ambiente).»<sup>41</sup>

O turismo enquanto atividade económica incorpora diversos setores estabelecendo relações com todos os organismos e instituições da nossa economia. É desta constatação que decorre o facto de o turismo ser de difícil concetualização, mais do que outros tipos de atividades, nomeadamente a produção de bens, em consequência da sua diversidade e complexidade tanto do lado da oferta quanto do lado da procura.

A própria produção turística pode qualificar-se de atípica, uma vez que ela satisfaz não só os turistas, como também as populações residentes, já as produções para consumo local tanto os serviços quanto bens acabam por também satisfazer os turistas. Uma forma de materializar esta questão é por exemplo no setor hoteleiro, já que é criado e consolidado em função dos turistas, ou seja, aqueles que se deslocam da sua residência habitual, permanecendo num outro local por um período superior a 24 horas e inferior a 365 dias, com motivações diversas desde que não incluam o exercício de atividades para aquisição de rendimentos.

Podemos então definir a produção turística como tudo aquilo que satisfaz as necessidades da procura turística, sendo que os turistas consomem tudo, diferentes serviços e bens, em locais diferentes, e que são simultaneamente consumidos por todos aqueles que não são identificados por turistas, e que podemos considerar como os consumidores locais.

A procura diz respeito ao consumo de um combinado de serviços e bens, em diversos setores da economia, passando pela hotelaria, restauração, diversão, transportes,

---

<sup>41</sup> CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. p. 302.

etc., o que, para uma análise quantitativa e qualitativa, se reveste de um grau superior de complexidade.

A diversidade que caracteriza o turismo não permite, contrariamente a setores como a agricultura ou mesmo a indústria, caracteriza-lo a um nível conceptual como uma atividade autónoma no conjunto da economia. Enquanto as primeiras correspondem a setores bem circunscritos ao nível das atividades, o turismo caracteriza-se por ser heterogéneo, assumindo uma forma de ramos ou setores que se agrupam, ainda que mais não sejam do que complementares entre si.

Do ponto de vista económico, ou mais concretamente da estatística económica, o turismo não é analisado como um ramo económico autónomo. Ao contrário dos outros ramos de atividade que prestam serviços ou produzem bens para o turismo, dividem-se por diversos setores, não havendo na contabilidade portuguesa nenhuma rubrica que a identifique. Devido a este facto torna-se impossível circunscrever diretamente a contribuição para o PIB da contribuição da atividade turística do lado da oferta.

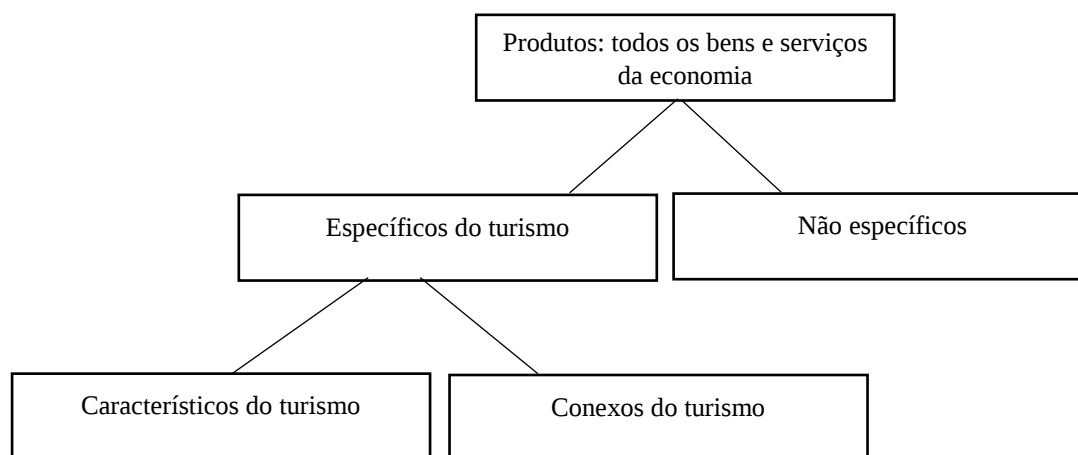
Está subjacente à atividade turística a deslocação por parte dos turistas. Nem sempre os serviços de transporte, ou outro tipo de serviços ou bens consumidos pelos turistas, podem ser considerados apenas nessa perspetiva, seria até redutor e implicaria imputar grande parte da atividade económica ao turismo.

Porém, existem atividades exclusivas para turistas, na maioria das vezes organizadas pelas agências de viagens. Implica na generalidade dos casos criar as condições necessárias ao nível do alojamento local, e de todo um conjunto de serviços e/ou bens que visam satisfazer as necessidades dos turistas, cada vez mais exigentes. Graças ao aumento da oferta e da qualidade, os turistas dispõem hoje em dia de margem de manobra para optar por aqueles que melhor serviços e/ou bens lhes podem dispensar. A relação qualidade/preço tem um peso cada vez maior nas suas escolhas. Também surgem situações em que as atividades conexas, com características inicialmente vocacionadas para os residentes, acabam por efetivar uma fração significativa do seu negócio com os turistas.

Assim os produtos específicos da atividade turística são:

- «Produtos característicos da atividade turística: definem-se como sendo aqueles que deixariam de existir numa quantidade significativa, ou cujo consumo diminuiria de forma significativa, na ausência do turismo;

- Produtos conexos à atividade turística: aqueles que são consumidos pelos visitantes em quantidades significativas para os próprios visitantes e para quem os fornece.»<sup>42</sup>



*Figura 1 – Classificação dos Produtos da Atividade Turística*

Fonte: CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. Lisboa: Edições Técnicas, 2003. ISBN: 978-972-757-950-1. Pag.303

No seguimento das definições elencadas existem três condições que os produtos turísticos respeitam, são eles:

- Representem uma quantidade importante do consumo global dos turistas (exemplo: transporte aéreo);
- O consumo dos turistas de um determinado produto ou serviço sejam uma grande parte da oferta dos mesmos;
- Bens os serviços incontornáveis para a satisfação da procura (exemplo: infraestruturas e estabelecimentos turísticos).

É por isso difícil indicar com certeza, as fronteiras entre as diversas atividades características e conexas, isto porque, por vezes, as atividades características do turismo não escoam o total da sua produção para os turistas, para além de que, também pode ser diferenciado de país para país a interpretação da atividade turística. Como exemplo podemos observar a restauração, ou seja, a quantidade e qualidade de serviços prestados pelo setor é substancialmente diferente em cada país e região. A importância que

<sup>42</sup> CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. p. 303.

determinada atividade conquistar vai sempre depender da proporção adquirida pelos turistas, se tal premissa se verificar, então estamos perante uma atividade característica do turismo.

Para considerarmos se uma determinada atividade e/ou estabelecimento está orientada para o turismo, é necessário utilizar dois critérios: o da localização e o da sua característica. O primeiro diz respeito às regiões ou destinos onde se localizam os estabelecimentos produtivos, por exemplo, à partida os espaços comerciais existentes num aeroporto destinam-se sobretudo aos turistas. O segundo é determinado pela dependência quase exclusiva que determinados produtores têm do turismo.

Já uma atividade conexa pode ser avaliada pelo grau de envolvimento que tem na prestação de serviços ou bens às atividades turísticas. Este é o caso dos transportes, ou seja, em que mesmo que a sua utilização seja reduzida, os serviços turísticos são considerados porque a sua existência poderia por em causa a prática do turismo.

A diferenciação entre o que são ou não atividades características do turismo permite compatibilizar duas abordagens, em primeiro lugar a vertical que não sendo característica se reveste de especial importância por permitir estabelecer inter-relações, em segundo lugar a horizontal que caracteriza a atividade turística. É através de ambas as abordagens que se pode concluir quais são as atividades que integram o turismo.

«Produtos específicos:

- Característicos: típicos e foco da atividade turística (ex: alojamento, restauração, transportes de passageiros, agências de viagens)
- Conexos: não típicos em contexto internacional (ex: artesanato)

Produtos não específicos: todos os outros que podem ser consumidos pelos visitantes (ex: produtos alimentares, medicamentos, etc.)»<sup>43</sup>

Contudo o facto de segmentarmos a oferta em atividades específicas do turismo, não esgota por si só o consumo real pelos visitantes, uma vez que consomem também outros serviços e produtos que não são necessariamente específicos. É evidente a importância que as atividades específicas têm, contudo não podemos descurar as atividades não específicas já que elas representam ganhos muito significativos.

---

<sup>43</sup> **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695&att_display=n&att_download=y)

## **5. Reconhecimento e classificação das consequências económicas do turismo**

O consumo por parte dos turistas gera um combinado de impactos na sua origem e com várias intensidades, incidindo desta forma em diversas atividades sejam elas mais ou menos económicas. Dada a sua importância é necessário avaliar os custos e benefícios deste consumo para o mesmo poder ser ordenado, ou seja, poder potenciar ou atenuar determinados casos.

A constatação dos resultados do turismo é uma tarefa complexa, uma vez que não existe nenhum mecanismo concreto que permita uma análise integral da atividade turística. A interpretação do fenómeno do turismo obriga necessariamente a uma abordagem interdisciplinar, em que se consiga apurar todos os seus efeitos nas diferentes esferas onde atua, o que não é assegurando hoje em dia.

Este facto resulta da forma como foi implementada a análise económica, ou seja, na altura da construção dos modelos económicos predominava essencialmente a produção de bens tangíveis, negligenciando desta forma os serviços. Como resultado a avaliação não é totalmente adequada, porque a valorização entre os bens e os serviços não é equilibrada.

O cenário nos países mais desenvolvidos é esclarecedor desta questão, uma vez que cada vez mais os serviços ganham quota de mercado em detrimento da produção de bens materiais que tendem a ser deslocalizados para contextos mais favoráveis economicamente para as empresas, principalmente pela redução dos custos de mão-de-obra, e por um nível de tributação mais baixo. Apesar deste facto, os instrumentos de análise mantêm-se praticamente inalterados, na medida em que continuam a focar-se no incremento da produção de bens em detrimento dos serviços.

Para podermos analisar de forma global o turismo os critérios de análise devem ser repensados, por forma a poder incorporar todas as características do sector, para identificação de todos os serviços e todos os bens e que integram o seu produto final.

As relações socioculturais e as alterações que o turismo provoca, são outro parâmetro de análise que deve ser observado quando queremos obter uma visão global da atividade turística - dadas as crescentes preocupações com os valores culturais, o ambiente, o bem-estar das populações, sejam elas residentes ou visitantes. Os indicadores de que dispomos atualmente, não refletem de forma clara esta realidade, devendo ser alvo de adaptações para que adquiram valor científico específico e concreto. Assim a análise das consequências da atividade turística torna-se bastante complexa na medida em que se

reveste de particular dificuldade proceder à quantificação dos seus múltiplos domínios de ação.

Podemos desta forma elencar as dificuldades mais prementes, são elas:

- a) «Redução dos obstáculos aos movimentos turísticos – A eliminação do controlo de fronteiras entre países membros da União Europeia a redução ou mesmo eliminação progressiva de obstáculos administrativos, monetários e alfandegários nos restantes países do mundo tornam cada vez mais difícil a quantificação das estatísticas dos movimentos turísticos;
- b) Diversidade dos consumos – Embora a maior parte do consumo se concentre no transporta, no alojamento e na alimentação, os visitantes consomem uma grande variedade de bens e serviços e a sua diversidade dificulta o estabelecimento de uma correspondência entre o consumo e a produção turística agravada pela falta de definição normalizada para a elaboração de estatísticas;
- c) Indefinição concetual – Existe uma grande imprecisão na delimitação e conceptualização económico do turismo, quer do ponto de vista da procura quer da oferta.»<sup>44</sup>

Para que possamos analisar os efeitos do turismo na economia torna-se necessário delimitar e contextualizar a atividade turística. A questão coloca-se ao nível do método, tanto na formação lógico-matemática, quanto ao nível da própria recolha de dados, sendo que só com uma delimitação de fronteiras de análise tal é possível.

Um dos métodos de análise passa pela inclusão do turismo nas contas nacionais, sendo de integração necessária os seguintes indicadores:

- «Consumo turístico;
- Conta da produção turística;
- Balança de pagamento Turísticos;
- Contas do setor público;
- Formação bruta de capital fixo.»<sup>45</sup>

Delimitar o turismo ao nível do consumo é mais inteligível do que ao nível da produção. A produção turística está intrinsecamente ligada à noção de destino turístico e aos bens e serviços consumidos pelos visitantes, sendo por isso, as circunstâncias que vão determinar o seu carácter turístico, levantando à questão já referida da delimitação

---

<sup>44</sup> CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. p. 315.

<sup>45</sup> *Idem.* p. 316.

setorial, ou seja, grande parte dos bens e produtos consumidos advém de empresas de setores tradicionais da atividade produtiva.

Assim é necessário obter dados mais completos da ação do turismo nas relações económicas internacionais, nomeadamente com a adaptação da metodologia seguida na conceção da balança de pagamentos e das rubricas que a compõem.

Ao nível do Estado, a sua participação no desenvolvimento do turismo, não está circunscrita à Administração Central, estende-se também aos níveis regional e local, sendo necessário aferir em cada uma destas esferas de governação a incidência da atividade turística nas contas públicas. A elaboração de dados obriga a uma discriminação setorial nos orçamentos públicos, contudo por vezes é difícil que tal aconteça porque existe alguma dificuldade na separação de recursos que sejam apenas destinados ao turismo, e que por outro lado se destinem às populações locais.

Quanto à avaliação dos investimentos, é necessária a identificação das infraestruturas existentes, equipamentos e unidades produtivas exclusivas de produção de bens e fornecimento de serviços ao setor turístico. É uma análise imprescindível para a identificação dos impactos económicos e financeiros do turismo.

Para podermos avaliar os efeitos da atividade turística, é necessário ter em conta, por um lado, o momento que se efetiva, e por outro, a sua extensão. Por exemplo, quando um visitante despende 5000 euros, para além do efeito imediato, vai ter mais repercussões em momentos posteriores, não sendo possível quantificar de forma imediata o efeito que irá ter.

Depois de reconhecida a produção turística, os resultados que produz não são diferentes de qualquer outro setor, podendo ser identificáveis três efeitos numa perspetiva macroeconómica - os efeitos induzidos, diretos e indiretos.

Os efeitos induzidos dizem respeito à remuneração paga aos trabalhadores e produtores que prestam serviços e comercializam bens que resultam dos gastos turísticos. Os efeitos diretos contabilizam-se quando se verifica um consumo direto de bens e serviços, portanto um primeiro nível de transações. Em terceiro, os efeitos indiretos verificam-se nos setores que produzem e fornecem bens e serviços, e resultam da necessidade de satisfazer a procura de serviços no setor turístico, é por isso considerado um segundo nível de transações.

As repercussões dos efeitos diretos e indiretos resultam de um incremento de rendimentos das empresas e das famílias, que por sua vez se traduzem em mais consumo,

mais investimento, induzindo um novo ciclo, nomeadamente ao nível do mercado de trabalho e do setor produtivo.

Assim os efeitos diretos apresentam resultados imediatos, enquanto os efeitos indiretos e induzidos surgem num momento seguinte, com mais ou menos efeitos, dependendo do ciclo económico.

A constatação dos efeitos da prática turística tem por base a elaboração de um inventário que abranja todos os que consideremos válidos, embora como já mencionado, nem sempre ser possível uma avaliação cuidada de indicadores que apresentam insuficiências nos seus dados. Os efeitos deveram então ser analisados a partir da repercussão do turismo no sistema económico em geral. A OMT adotou uma classificação dos mais importantes - os efeitos globais que interferem ao nível da estratégia de desenvolvimento, os efeitos parciais que se referem aos que agem sobre os agentes, e por fim os efeitos externos que dizem respeito aos efeitos a nível sociocultural.

O turismo é assim mais do que uma mera atividade económica, ele vai também responder a necessidades políticas, sociais e culturais, que são incontornáveis para uma análise global do turismo.

## **5.1 Consequências na produção**

A prática turística ajuda a produção de uma determinada economia pela procura adicional que gera, que pode ser de origem externa ou interna, que deve ver satisfeitas as suas necessidades pela capacidade produtiva interna, a não ser que exista a necessidade de adquirir determinado bem ou serviço ao exterior.

Essa procura adicional e os proveitos que gera nos diferentes setores de atividade, depende do desenvolvimento económico da região, mas também da própria procura turística. Assim, quanto maior for o grau de desenvolvimento de um país, maior a sua capacidade de arrecadar receitas. Outro fator que influencia as receitas é a origem da procura, nomeadamente do seu poder de compra.

O cálculo da contribuição do turismo para a produção é aferido mediante a comparação do produto interno bruto e as receitas externas originadas pela atividade turística. Contudo trata-se de uma análise simplista, na medida em que não considera as importações implícitas do turismo, exclui as receitas oriundas do turismo interno e por fim exclui o investimento.

A sua análise deve ser usada como indicador da relevância do turismo externo, mas não para a interpretação da produção nacional. Para aferir o rendimento produzido pelo turismo é necessário calcular os rendimentos de atividades não específicas, de atividades conexas, atividades indiretamente influenciadas pelo turismo e por atividades características do turismo.

Verificam-se, contudo, constrangimentos na recolha e compilação de dados referentes a atividades turísticas pela diversidade de bens e serviços que engloba. Existe por isso alguma dificuldade de precisão para identificar a relevância do turismo no PIB, embora a análise da relação entre o PIB e as receitas turísticas seja importante para percebermos a importância do turismo na economia do país.

É necessário aferir a estrutura das compras intermédias do setor turístico, e o valor das importações que está implícito na prestação de serviços e venda de bens. É portanto essencial analisar as inter-relações económicas, para além do aglomerado de atividades inerentes de forma direta ao turismo. Assim o VABT caracteriza-se pelo valor acrescentado das áreas de ação da atividade turística, combinado pelas restantes áreas que de forma menos direta prestam serviços e fornecem bens aos turistas. Desta forma a análise da VABT é fundamental uma vez que aglomera todos os consumos realizados pelos visitantes.

O turismo é também responsável por contribuir de forma indireta para o PIB, em primeiro lugar pela procura nos diversos setores da economia e que gera uma apetência pelo investimento que, por extensão, imputam valor acrescentado a outros setores. Em segundo o consumo intermediário, que aumenta o consumo de bens e serviços não característicos do turismo.

## **5.2 Multiplicador turístico**

O multiplicador turístico diz respeito ao relacionamento da atividade turística, na medida faz uma determinação da realidade dos gastos turísticos.

As repercussões do turismo não se verificam apenas no momento em que se realiza um pagamento da prestação de um serviço ou da compra de um bem, nem o rendimento que gera se delimita aos setores económicos de ligação direta ao turismo.

O gasto efetuado pelas famílias vai originar pela produção a existência e o aumento das receitas turísticas. Assim a despesa efetuada gera um rendimento, que por

sua vez irá originar outra despesa, criando uma sucessão de movimentos até ao seu término.

Ora, no seguimento desta ideia, o rendimento final absoluto gerado por determinada despesa turística vai ser maior do que o investimento inicial resultante dos sucessivos gastos relacionados. De forma geral, o gasto turístico é rececionado como rendimento. Esse rendimento vai ser gasto na aquisição de mercadorias para reabastecer os estabelecimentos, contribuindo para fazer face a responsabilidades financeiras. Parte das aquisições e das responsabilidades financeiras são para com o mercado externo.

As divisas que são retidas e que não são alvo de poupança, ativa, por si só, um novo ciclo de rendimentos sucessivos, até que o valor acrescentado se torne nulo. Contudo quanto maior for a necessidade de importação de bens e serviços para fazer face á procura interna, menor a capacidade de gerar valor acrescentado. Ou seja, quanto maior for a capacidade produtiva da economia, maior a margem para a criação de valor acrescentado.

O efeito da aquisição de um serviço ou de um bem turístico operacionaliza-se através do investimento, do rendimento e da produção. Por forma a fazer face às suas necessidades, as empresas adquirem essas necessidades a outras empresas, que por sua vez irão executar o mesmo processo, até à extinção da cadeia. Desta forma, o valor despendido vai proporcionar um rendimento maior.

O rendimento é consequência dos salários dos empregados que operacionalizam o sistema de produção, e que o aplicam na aquisição de outros bens e serviços em outros setores produtivos, obtendo desta forma um rendimento. Por fim, quando um gasto vai gerar um investimento de uma empresa, ela terá necessariamente de comprar materiais a outras empresas multiplicando-se desta forma uma sucessão de aquisições.

Em suma, o consumo vai produzir uma sequência de choques na economia, originando um efeito multiplicador no sistema económico. Este multiplicador consubstancia-se entre a relação da criação de valor acrescentado e o gasto inicial num determinado bem ou serviço. Uma característica importante neste circuito é o facto de a velocidade de circulação das divisas quanto maior for, maior será o número de transações, resultando no aumento da capacidade de efeito multiplicador.

Quanto maior for o grau de abertura e integração do turismo numa determinada economia, maior será o rendimento gerado pela atividade. Podem surgir também situações em que, quando se verifica que a capacidade hoteleira instalada pertence maioritariamente a investidores externos, e quando existe a necessidade de importar grande parte dos serviços e bens prestados, o multiplicador poderá ser muito reduzido ou

quase nulo. De forma geral o rendimento gerado pelo turismo supera o valor inicial despendido.

Assim o efeito multiplicador do turismo reveste-se de algumas vantagens, mormente por permitir avaliar o impacto do turismo nas atividades turísticas; possibilita calcular os efeitos do investimento, os impactos no mercado de trabalho e nas empresas, e permite avaliar as receitas económicas e flutuações no indicador da procura.

### **5.3 Análise custo benefício**

O estudo das consequências das despesas turísticas pelo efeito multiplicador desconsidera os custos de oportunidade, o que poderá originar uma avaliação subdimensionada dos benefícios da atividade turística, não fornecendo dados em relação à utilização alternativa dos recursos, particularmente quando diz respeito à programação do sistema económico para se alcançar a maior utilização possível dos recursos do país.

Analisar o custo benefício possibilita a fundamentação social do desenvolvimento do setor turístico, considerando os benefícios e custos relacionados aos empreendimentos, para além da rendibilidade. Este método viabiliza aferir, se o turismo gera mais ganhos nos fatores de produção, maiores rendimentos públicos e maior criação de emprego.

Numa perspetiva social os benefícios caracterizam-se pelo tributo dos investimentos no setor do turismo para os objetivos primordiais da economia no geral. É uma apreciação complexa, que obriga ao conhecimento de determinados indicadores, cuja metodologia gera questões, havendo a necessidade de recorrer a mais informação e recursos, que por vezes não se encontram disponíveis. De mencionar que existem economias onde a vantagem comparativa do turismo é mais evidente que em outros setores da economia.

### **5.4 Consequências dos investimentos turísticos**

O investimento é um indicador absolutamente central na economia, uma vez que sem investimento publico e privado, não existe aumento do emprego nem incremento da riqueza no país.

A abordagem económica considera que na criação necessidade de construção de infraestruturas e equipamentos necessários para o turismo, estes vão de forma direta contribuir para o aumento da constituição bruta de capital fixo.

Quando analisamos os investimentos necessitamos ter em conta as diferenças entre eles, nomeadamente em relação aos realizados em comparação com outros setores. Assim, os investimentos têm algumas particularidades que são necessárias ter em conta, respetivamente:

- a) «Uma boa parte dos investimentos turísticos não é realizada por razões comerciais, mas antes por razões de carácter social, educativo, cultural ou ambiental, como os investimentos em centros de informação, parques nacionais ou proteção do ambiente, recuperação e proteção do património cultural;
- b) Frequentemente, os investimentos turísticos são compartilhados com outros setores, como no caso dos centros desportivos ou de convenções em relação aos quais o turismo se comporta como um “inquilino”;
- c) Um certo número de investimentos realizados no turismo deve-se a razões relacionadas com o modo de vida: parques desportivos, piscinas, cinemas, etc.»<sup>46</sup>

Estas distinções associadas às dificuldades de delimitar o setor turístico, criam problemas de avaliação dos investimentos. Apesar desta constatação, é incontornável que o turismo contribui de forma mais ou menos direta para a produção nacional.

A diferenciação está no facto de os setores interligados de forma direta ao investimento turístico, como por exemplo a construção, serem diferenciados dos que dizem respeito ao consumo turístico.

A análise de dados levanta algumas questões de metodologia, bem como expõe constrangimentos que fundamentam a falta de dados e estudos sobre as consequências do turismo ao nível do investimento. A maioria dos dados diz respeito ao investimento no setor da hotelaria, que embora seja muito importante, não reflete, de todo, o investimento global.

A relação entre o valor acrescentado e os investimentos, ou seja, o coeficiente de capital-produto do turismo, possibilita aferir o número de unidades de capital indispensável para alcançar uma unidade de produto, já o seu contrário apresenta-nos o produto criado por cada unidade de investimento efetivado. É por isso bastante proveitoso para confrontar a produtividade dos investimentos no turismo com os restantes setores da economia.

---

<sup>46</sup> *Idem.* p. 353.

Apesar da necessidade de grandes investimentos, nomeadamente no domínio hoteleiro, o crescimento do turismo requer menos capital do que a maior parte dos restantes setores da economia. Tal facto deve-se a que a maioria das empresas prestadoras de serviços ou bens são de pequena ou média dimensão. Isto significa que os elevados investimentos ao nível do setor público, nomeadamente em infraestruturas, vão operar como estimuladores do investimento, de pequena e média dimensão, que pelo facto de necessitarem de montantes de capitais menos elevados, têm as condições necessárias para o recuperar de forma mais rápida.

Assim, o investimento no turismo deve ser considerado pelo poder político como uma forma concreta de criação de emprego, um caminho de promoção social de pequenos e médios investidores, e sobretudo como um importante fator de contribuição para o crescimento da economia portuguesa.

### **5.5 Consequências sobre o emprego**

Não sendo o turismo um setor de atividade independente, e tendo em conta as suas características muito particulares já mencionadas, torna-se impossível determinar a partir da oferta, qual o donativo da atividade turística para o emprego. Para além disso, as consequências do turismo não terminam na produção turística direta.

Os gastos turísticos originam a criação direta de emprego, na medida em que incrementa a capacidade produtiva. O incremento da capacidade produtiva induz ao aumento de outras atividades que, de forma direta ou indireta, fornecem os estabelecimentos turísticos que também eles acabam por criar empregos indiretos resultantes do aumento da procura. Setores como a produção de mobiliário, têxteis, agricultura, entre outros, são exemplos do efeito em cadeia da atividade turística. Ainda existe uma parte dos rendimentos gerados no turismo (salários), que acaba por ser aplicada em outros setores de atividade gerando empregos de forma induzida.

As modificações que se verificam ao nível do emprego e que sejam originados de forma direta pelas despesas turísticas, são designados por efeitos primários; já quanto às modificações induzidas e indiretas designam-se por efeitos secundários. Todos eles apresentam dificuldades de análise pela diversidade que apresentam e pelos muitos setores e atividades que abrangem.

Existem atividades como a contabilidade ou a lavandaria que são maioritariamente contratadas de forma terceirizada, e que por isso acabam por não ser tidas em conta para

as estatísticas, bem como outro tipo de atividades que prestam serviços diretos mas não são “dadas” ao turismo, como por exemplo os seguros de viagem.

Surge também a questão de muitos dos produtos e serviços disponibilizados aos visitantes serem de origem de micro e pequenas empresas, muitas vezes constituídos apenas por famílias, e que acabam por não ser qualificáveis como trabalhadores.

De uma forma generalizada, o turismo é essencialmente uma atividade sazonal, e na sequência deste facto, os dados do emprego acompanham esta sazonalidade, ou seja, em períodos de época considerada alta, o emprego no setor cresce consideravelmente. A tendência atual aponta para uma diluição das épocas turísticas convencionadas, i.e., existe uma aposta cada vez maior em alargar os padrões, até aqui espartilhados, das épocas “dadas” turísticas, para uma dimensão que abranja o ano na sua totalidade, rentabilizando áreas descuradas, como o turismo desportivo e apostando forte no turismo rural, dirigida ao mercado turístico empresarial e com melhor poder económico, como fuga aos grandes centros urbanos e aos pontos turísticos sobrelotados.

Existe ainda outro constrangimento na apuração de dados de emprego no setor turístico, que se prende com o facto de existir trabalho a tempo parcial, o que dificulta uma análise global deste indicador.

Com a finalidade de apurar o emprego criado pelos gastos turísticos, temos de recorrer ao multiplicador do emprego, que estabelece a relação entre o número total de postos de trabalho gerados com os postos de trabalho diretos do turismo, e que se verifica por um incremento das receitas das atividades turísticas.

Por norma o turismo é considerado um setor de emprego intensivo, logo detém um elevado coeficiente de emprego, ou seja, ocasiona um grande número de empregos por cada incremento de rendimento, paralelamente apresenta um pequeno coeficiente de capital versus emprego, ou seja, o setor caracteriza-se por conseguir um número grande de postos de trabalho por cada unidade de capital que é investido.

Assim o turismo apresenta um peso maior no conjunto da população ativa, havendo uma correspondência entre nível de procura turística e a criação de emprego, não se verificando esta relação em outros setores.

Em Portugal, o INE através da Conta Satélite do Turismo, constata que as atividades do setor apresentam números crescentes quando comparados com o mercado

de trabalho total - em 2006 representava 8,1%<sup>47</sup> do emprego total e em 2016 9,2%<sup>48</sup>, registando-se, portanto, um incremento de 1,1%.

Assim o incremento das receitas obtidas com as atividades turísticas altera-se mediante o grau de desenvolvimento social e económico, e pode originar um incremento da imigração. Quanto maiores forem as retribuições maior é a tendência de recrutamento de população estrangeira.

Podemos determinar que nas economias em desenvolvimento o setor do turismo reveste-se da maior importância na questão do mercado de trabalho, já nas economias mais desenvolvidas, a tendência é que o impacto no mercado de trabalho seja menor, uma vez que existe a necessidade de recorrer a mão-de-obra externa. Contudo as economias mais desenvolvidas apresentam graus de diversificação e integração superiores, sendo que o incremento das receitas vai originar um aumento do emprego induzido e indireto, com especial destaque para as atividades que necessitam de trabalhadores com maior qualificação profissional.

As atividades turísticas estão ligadas aos valores de um determinado local, as quais delimitam a sua disposição turística. Assim, a sua localização está pendente de uma série de fatores, que vão desde a cultura ao ambiente, ou à própria história do local, e que não é passível de deslocalização. Neste contexto, é necessária a dinamização do mercado de trabalho, nomeadamente com a deslocação de mão-de-obra para fazer face às necessidades de determinado local.

Ainda que o turismo seja muito importante para o mercado de trabalho, nomeadamente com a criação de postos de trabalho e consequentemente com a diminuição da taxa de desemprego, o mercado de trabalho no turismo apresenta facetas que criam alguns constrangimentos, isto porque muitos trabalhadores não consideram esta como a sua atividade de eleição, ou seja, por uma questão de conjuntura, exercem funções no setor. Isto deve-se ao facto de muitas vezes as atividades se caracterizarem pela sazonalidade, ou seja, existirem trabalhadores com vínculos efetivos às empresas; o reverso da medalha é uma outra realidade - a de trabalhadores cujos vínculos dizem

---

<sup>47</sup> **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2006. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW:

[https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695)

<sup>48</sup> **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW:

[https://cse.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=325807451](https://cse.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=325807451)

apenas respeito à denominada época alta do mercado turístico, ou seja, trabalho meramente sazonal e portanto, temporário.

De referir que para os trabalhadores “sazonais” existe a vantagem de poderem complementar as suas atividades profissionais com atividades noutra área em tempo parcial, por outro lado, perante estas situações, deparamo-nos com a precariedade e com a dificuldade em constituir uma carreira profissional, estável e duradoura.

Existe uma outra característica importante no mercado de trabalho no setor do turismo, aquela que diz respeito às baixas qualificações exigidas. É aliás um dos motivos que levam as economias mais desenvolvidas a recorrerem a mão-de-obra estrangeira, podendo, no entanto, ser uma oportunidade para excedentes de mão-de-obra de outros setores que à semelhança do turismo, não exigem qualificações relevantes, como por exemplo, a agricultura.

De referir outra característica do emprego neste setor, que é o baixo índice de produtividade em comparação com a média da economia. Grande parte do emprego diz respeito à prestação de serviços, muitas vezes particularizados, não estando desta forma sujeitos à rapidez e racionalização que se verifica noutros setores. Por isso é possível constatar que existem postos de trabalho que conseguem criar um maior valor acrescentado em detrimento de outros. Esta razão justifica em parte a baixa renumeração auferida pelos trabalhadores, podendo de alguma forma ser compensada pelas denominadas gorjetas.

O emprego nesta área em questão caracteriza-se também pela flutuação do pessoal - relacionada diretamente com a sazonalidade por um lado, e por outro pela forma temporária como o trabalho no setor é encarado pelos trabalhadores, ou seja, não é uma solução para o resto da vida. Por fim, mas não menos importante, são as condições oferecidas - pouco atrativas, fazendo com que muitas vezes existam estigmas relativamente ao setor.

## **5.6 Consequências sobre a Balança de Pagamentos**

As relações económicas entre os países implicam necessariamente pagamentos e recebimentos entre eles. O registo de quaisquer transações financeiras realizadas entre residentes dos vários países denomina-se por “Balança de Pagamentos”. Assim, este indicador menciona todas as trocas de renda ocasionadas pelas relações estabelecidas com

o exterior, que abrangem as trocas ao nível das viagens, e que se denomina por “Balança Turística”.

A balança turística diferencia-se da balança de pagamentos, porque regista no indicador viagens e turismo e todos os gastos concretizados pelos visitantes fora do seu país. Já a balança turística apenas diz respeito às despesas e receitas concretizadas pelos visitantes fora do seu país. Estes indicadores não podem ser comparáveis por dizerem respeito a dados diferentes, ou seja, os visitantes são considerados turistas, enquanto os viajantes podem não o ser.

Todavia este indicador pode não traduzir o total de transações ao nível da produção e dos consumos. Assim, o saldo da balança turística usualmente utilizado, diz respeito à diferença entre despesa e receitas turísticas. Se o valor for positivo é uma balança ativa, já o contrário, se o valor for negativo é uma balança negativa.

O turismo fruto dos movimentos dos visitantes promove a aquisição de produtos, tanto no local de destino como no local de residência após regresso, geram criação de emprego, e desperta as exportações, já que o seu desenvolvimento germina de forma exclusiva do seu crescimento.

O turismo origina exportações ocultas no próprio país, ou seja, determinados bens ou serviços, pelas suas características, não podem ser exportados no sentido literal do termo, por exemplo, não é possível exportar um museu; ou ao nível dos produtos, uma determinada iguaria torna inviável a sua exportação pelas suas características intrínsecas.

As atividades turísticas proporcionam também aos turistas a descoberta e a apreciação de novos produtos ou serviços que desconheciam, e que passaram também a adquirir-los no seu país de origem. Existem também exportações que se constituem como não visitantes, por exemplo os pacotes de viagens orquestrados fora do país, mas que, na sua génese tem como missão incentivar a visita ao nosso país.

O turismo, como qualquer outro setor, tem a necessidade de importar bens fundamentais para o consumo turístico, o que de forma inevitável vai influenciar as importações da economia como um todo, e que antes do seu desenvolvimento não se verificavam, e que passam a ser incrementadas por via desse mesmo desenvolvimento. Esta realidade difere de país para país, porque está dependente do grau de desenvolvimento de determinada economia, ou seja, quanto maior for a diversificação, menores serão as necessidades de aquisições nos mercados externos.

Assim os serviços e os bens indispensáveis à procura, e adquiridos ao exterior são destinados a:

- a) «Satisfazer o consumo turístico e, geralmente, não sofrem nenhuma transformação no processo produtivo interno;
- b) Permitir o abastecimento, em matérias-primas e bens intermédios, de indústrias que, no interior do país, realizam produções destinadas ao consumo turístico;
- c) Proporcionar os materiais e equipamentos requeridos pelo investimento turístico, em particular a construção de alojamentos e serviços turísticos complementares e infraestruturas.»<sup>49</sup>

Aferir o grau de importações, é uma tarefa difícil, porque exige o conhecimento de dados sobre a estrutura das despesas das atividades turísticas, ou seja, a origem dos bens e dos serviços destinados à procura turística, bem como a dependência dos subsectores do turismo em comparação com outros setores de atividade. À semelhança do consumo externo também o consumo interno interage com a balança de pagamentos.

Verifica-se assim que a estrutura das importações turísticas varia de país para país. Tal justifica-se porque existem diferentes níveis de diversificação e de desenvolvimento; pela sua capacidade interna de produzir os equipamentos necessários para a oferta, e pelo nível de aprovação dos produtos locais, pelos visitantes.

A aferição das consequências da atividade turística sobre a balança de pagamentos, determina que previamente sejam identificadas as despesas e receitas do turismo. Para tal podem-se utilizar um dos dois métodos, ou os dois em conjunto, são eles:

- «O método direto ou bancário, baseado nas compras e vendas de moeda estrangeira efetuadas pelos viajantes e nas transações em divisas, com origem em pagamentos de despesas de viagem, feitas por intermédio do sistema bancário;
- O método indireto, que consiste em determinar o montante global das receitas através da multiplicação do montante médio das despesas diárias dos turistas pelo número de noites que passam no país, dados estes obtidos por inquérito.»<sup>50</sup>

Contudo nenhum destes métodos nos permite aferir a totalidade das transações do turismo. O método bancário tem por base as estatísticas de câmbio, disponibilizadas pelos bancos e que não abrangem todas as operações. Já o método indireto não possibilita a

---

<sup>49</sup> CUNHA, Licínio – Economia e Política do Turismo. p. 367.

<sup>50</sup> *Idem.* p. 369.

aferição exigente das despesas e receitas, porque o valor dos gastos diários é deliberado em função da mediana das despesas de um turista médio, desconsiderando assim as franjas da população turística.

O desenvolvimento económico pressupõe, de forma genérica, que os países sintam a necessidade de comprar bens ao exterior e que têm de ser financiados. Muitas vezes os países têm dificuldade para fazer face a esses gastos, por causa da escassez de divisas estrangeiras. Neste sentido o turismo pode funcionar como atividade financiadora do progresso económico.

### 5.7 Consequências sobre os preços

A atividade turística nas economias recetoras incita a um incremento da procura interna. Por lado, pela vinda de visitantes que residem no exterior, e por outro, porque acrescentam o seu consumo ao dos residentes. Existe um contraponto - a saída de residentes para a prática turística em outros países.

As economias que são mais emissoras do que recetoras do turismo culminam numa diminuição da procura interna. Seja ao nível regional ou nacional, o incremento do turismo aumenta necessariamente a procura, seja de bens produzidos no mercado interno, quer seja de produtos importados, e que vão originar influência sobre os preços. Em relação com a rigidez da oferta, o incremento da procura não é satisfeito de imediato pela oferta, pelo que tende a aumentar os preços de bens e serviços. Os residentes acabam por beneficiar do incremento dos preços, uma vez que são os responsáveis pela oferta local, podendo receber maiores rendimentos.

As atividades turísticas têm influência ao nível geral de preços quando de verificam os seguintes pressupostos:

- a) «A procura suplementar originada pelo turismo seja elevada em relação á procura global;
- b) Os bens e serviços procurados pelos turistas sejam, simultaneamente, exigidos pela população local;
- c) Existe escassez regional de bens e serviços procurados pelos turistas;
- d) A expansão turística provoque um incremento da oferta monetária.»<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> *Idem.* p. 376.

É evidente que, quando a oferta for inapta para se adequar á procura, poderá constatar-se pressões no incremento dos preços. Mas se forem tomadas medidas de forma atempada poderá garantir-se o abastecimento do mercado com o intuito de repor o equilíbrio. Podemos também constatar que as receitas turísticas auxiliam o financiamento do saldo negativo da balança comercial nas economias recetoras.

Face ao expendido supra, verifica-se que as atividades turísticas ao financiarem as importações, contribuem para a redução do desequilíbrio entre os bens produzidos e a massa monetária. Em suma pode-se constatar que o turismo contribui para incrementar a procura, exerce pressão sobre os preços, particularmente nas denominadas épocas altas. De forma geral as suas repercussões na taxa de inflação são diminutas existindo uma exceção - os terrenos para a construção imobiliária.

### **5.8 Consequências no consumo e nos comportamentos sociais**

Como resultado da demonstração, as atividades turísticas, com particular incidência nas economias menos desenvolvidas, podem revestir-se de especial importância, porque poderão permitir uma integração dos modelos de consumo das economias mais desenvolvidas nas populações locais.

Os visitantes de países com graus de desenvolvimento mais acentuados, que usufruem de um poder de compra superior, e que por norma têm uma predisposição para o aumento de gastos quando estão a praticar turismo, poderão ditar novas tendências junto da população local com uma capacidade financeira idêntica.

Ao nível económico os resultados deste efeito podem traduzir-se num incremento da procura, por parte dos habitantes locais, com especial relevo para os produtos importados. Podem também verificar-se alterações ao nível da estrutura do consumo. As alterações podem consubstanciar-se na menor importância de determinados produtos, nomeadamente ao nível da alimentação, e criar uma nova propensão para aquisição de serviços, que antes eram perspectivados como sendo de luxo.

Todo e qualquer procedimento de desenvolvimento económico conduz a modificações no consumo e, sendo os turistas parte integrante desse processo de desenvolvimento, torna-se difícil apurar que parte das modificações no consumo é resultado apenas dos efeitos de demonstração, e que tem o seu princípio no desenvolvimento económico.

É necessário referir que existem outras maneiras de influir o consumo que geram um efeito de demonstração maior do que aquele que é criado pelo turismo. Veja-se a publicidade, que exerce uma pressão constante através dos meios de comunicação, com o intuito de criar necessidades constantes nos seus destinatários.

Assim, o turismo reveste-se de especial importância porque contribui para uma alteração estrutural aos níveis económico, cultural e social, aumentando a propensão para maior modernidade e para o aumento das perspectivas futuras das sociedades tradicionais.

O desenvolvimento social e económico tem na sua base o estabelecimento de novos conceitos e ideias, novas tecnologias, não se podendo verificar tal fenómeno em sociedades fechadas, sendo que o turismo assume um papel importante nesta dinâmica.

O turismo é sem dúvida um elemento de mudança e que contribui de forma efetiva para alterações nos vários domínios da sociedade. Contudo, como qualquer atividade, o turismo não se encontra isento de riscos, nomeadamente junto de sociedades mais débeis, com efeitos prejudiciais ao nível da cultura, e ao afastamento de modelos socioeconómicos que compõem uma sociedade civilizacional e de multiplicidade produtiva.

## **5.9 Consequências económicas externas**

Aquando do desenvolvimento do turismo numa região ou numa localidade específica, erguem-se infraestruturas, ocupam-se espaços - implicando também um incremento da poluição. Assim, valorizam-se os recursos naturais locais, e em última instância constitui uma mais-valia ao nível do bem-estar para as populações residentes.

Para a concretização e produção das atividades turísticas, fornecem-se bens e serviços distribuídos pelos produtores turísticos aos compradores, e desenvolve-se um mecanismo que, de forma mais ou menos direta, vai produzir efeitos mais ou menos positivos nas pessoas que não são turistas, nem são produtores - são os habitantes locais.

A relação entre produtores e visitantes é averiguada consoante a avaliação dos preços, ou seja, o que os turistas têm de pagar aos produtores. Este facto decorre dos resultados económicos de exploração. No entanto, para os locais pode significar um aumento do bem-estar social, para o qual não há preço.

Se o desenvolvimento das atividades turísticas tiver como consequência um incremento de utilidade para os locais, verifica-se um incremento gratuito do benefício

social, em sentido contrário não só é possível existir uma diminuição como pode mesmo criar um custo social.

Este resultado é conhecido em economia como efeito económico externo, pode ser constatado quando a atividade de um agente vai afetar a atividade de um outro agente, onde o primeiro não tenha que acarretar com o custo total, nem o segundo necessite pagar o benefício arrecadado. Verifica-se, portanto, uma consequência externa, quando a atividade de um determinado agente vai provocar alterações no bem-estar de outro agente, por uma via alheia ao próprio mercado.

Os efeitos económicos externos podem produzir níveis de degradação do ambiente de vários locais turísticos. Assim, a saturação de determinada área turística vai danificar a qualidade de vida, provoca consequências negativas para os residentes, mas também para os turistas, embora em muito menor escala porque estão de passagem, têm mais opções de destinos. Por exemplo, os recursos turísticos, nomeadamente balneares, pressupõem que todos sejam residentes ou turistas e podem fazer usufruto desse recurso, contudo quando a taxa de ocupação turística ultrapassa um determinado grau, verifica-se um custo externo para os restantes usuários.

Os efeitos económicos externos decorrem também da ação dos promotores turísticos, na medida em que, se por exemplo se erguer um empreendimento turístico que destrua determinado património cultural, pode de forma clara constituir-se como efeitos económicos negativos, para os locais, para os próprios visitantes e também para outras empresas, porque perdem exatamente a identidade, transformado a atividade apenas num ato de massificação sem qualquer defesa dos valores e cultura locais.

De forma contrária, em comparação com outros setores, os efeitos económicos negativos do turismo são suportados pelas restantes empresas, pelos habitantes locais e pelos próprios turistas, ou seja, os danos causados afetam de forma negativa a competitividade da própria atividade. Constata-se então que o desenvolvimento do setor turístico é uma das atividades que estão mais subjugadas aos efeitos económicos externos que ela própria cria.

As más decisões normalmente só são contestadas quando tanto os residentes como os visitantes sofrem as consequências de decisões erradas de desenvolvimento turístico.

É, contudo, necessário interpretar os efeitos económicos externos negativos do turismo, ou seja, muitas vezes existem efeitos negativos que não derivam diretamente da prática turística.

## 6. Perspetivas Futuras

O desígnio nacional do turismo passa pela estratégia adotada, “Turismo 2020”: cinco princípios para uma ambição”, pretende que até 2020, Portugal se distinga como o destino mais dinâmico e ágil da Europa, tornando-o por isso um dos dez países mais competitivos do mundo, e consequentemente, que se verifique um incremento das receitas, superior ao dos nossos concorrentes.

É preciso não esquecer quem são os nossos concorrentes. No mundo globalizado de hoje podemos encará-los como todos aqueles países que fazem parte do ranking de competitividade do Fórum Económico Mundial e todos os outros. As previsões apontam para um crescimento em África, Médio Oriente, Ásia e Pacífico. A Europa deve manter-se como o continente mais visitado, contudo, de acordo com a OIT, em 2030 o sul da Europa será ultrapassado pelo Nordeste Asiático, em número de chegadas. Uma das maiores advertências que se identificam a longo prazo é sem dúvida o emergir de novos destinos turísticos. Em contrapartida também surgem novos mercados emissores, sendo portanto uma possível forma de combater o emergir de novos destinos.

No curto prazo, não se pode afirmar que temos competidores em todo o mundo para serem identificados, basta que olhemos para a nossa oferta turística. Em 2007 o Turismo de Portugal definiu os dez produtos estratégicos para o turismo em Portugal, sendo eles:

- Sol e Praia;
- *Touring Cultural*<sup>52</sup>;
- *City breaks*<sup>53</sup>;
- Turismo de Negócios;
- Golfe;
- Turismo de Natureza;
- Saúde e bem-estar;
- Turismo do mar;
- Turismo residencial;
- Gastronomia e Vinhos.

---

<sup>52</sup> Percurso em tours, circuitos ou rotas de diferente extensão e duração, podendo ser organizadas ou independentes.

<sup>53</sup> Estadia de curta duração numa cidade.

Já no plano de ação “Turismo 2020” está contemplado que a oferta deve ser construída de acordo com a procura, sempre com a certeza que no mundo de mudança e dinamismo constante em que vivemos, as soluções não devem ser rígidas, muito pelo contrário, têm de ter uma capacidade de adaptação ao mercado.

O turismo, no fundo não é diferente das demais atividades económicas, nomeadamente pela necessidade de agradar aos clientes, para ter capacidade de captação e finalmente conseguir fidelizar. O setor tem particularidades como por exemplo as expectativas. Como refere o poeta José Tolentino Mendonça<sup>54</sup>, “quando vamos a Paris pela primeira vez, já lá estivemos mil vezes”, qualquer um que pratique turismo cria expectativas sobre a sua viagem antes que ela se efetive, e por isso a sua realização está pendente de que, aquilo que sonhou se concretize.

Torna-se por isso fundamental não criar expectativas irrealistas ou tentar criar produtos que não podemos oferecer. Os possíveis produtos turísticos englobam tudo aquilo que se usufrui durante uma viagem, sendo por isso todos os recursos produzidos mas também todos os atributos naturais, em suma, parte da oferta é determinada pelas características do destino que vão desde a sua localização geográfica, passando pelos monumentos históricos, paisagens, entre outros. Portugal tem de canalizar os recursos para a promoção de atividades para as quais temos vocação.

O Algarve, a Madeira e Lisboa foram, desde os primórdios do turismo em Portugal, os grandes polos de atração da atividade turística, contemplando os seus visitantes com bem-estar e saúde, sol e praia e *Touring cultural*. Com o passar do tempo o surgimento de novos produtos evidenciou-se. O Algarve caracteriza-se pelo Turismo residencial e pela prática do Golfe. Na Madeira é evidente a importância do Turismo de natureza e Turismo de mar. Já a Capital - Lisboa tornou-se, por exemplo, num destino *City Break*, em grande medida impulsionada pela massificação e penetração no mercado das companhias áreas *low-cost*.

Os vinhos e a gastronomia, embora em determinados casos se possam compor como características particulares, aparecem como um complemento absolutamente central na atividade do turismo em Portugal.

É evidente o grau de abertura e de diferenciação de novos produtos que surgiram no mercado português. Contudo a procura continua bastante concentrada

---

<sup>54</sup> Nascido no ano de 1965 na Ilha da Madeira, é arcebispo, poeta, primeiro diretor do Secretariado Nacional da Pastoral da Cultura, biblista, foi nomeado em 2018 para Arquivista do Arquivo Secreto do Vaticano e é atual vice-reitor da Universidade Católica Portuguesa.

geograficamente. Tal facto pode contribuir para realçar as disparidades no que à coesão territorial diz respeito. Não é de todo casuístico o facto de o maior rendimento *per capita*<sup>55</sup> se concentrar nas regiões mais privilegiadas ao nível da prática turística.

Em Portugal o território encontra-se dividido em destinos regionais - os três principais recetores já mencionados, mas também Alentejo e Açores, Centro de Portugal e Porto e Norte, coincidindo desta forma com a NUT II<sup>56</sup>. Para além ser uma forma de administrar o território nacional, é uma distribuição por segmentos homogéneos ao nível da ordenação da oferta turística e da formação da imagem da marca Portugal, enquanto destino turístico. Cada região tem a sua especificidade no que concerne aos produtos e serviços que oferece, ao seu grau de desenvolvimento e à sua exposição e capacidade de captação de turistas, logo diferentes regiões têm diferentes concorrentes. Não podemos comparar Barcelona ao Alentejo, mas com toda a certeza podemos fazê-lo com a cidade de Lisboa.

Os nossos principais concorrentes são: a Grécia, a Itália, a França e a Espanha. Já Malta e Croácia possuem um posicionamento de mercado diferenciado do português. Mercados como Marrocos, Egipto, Tunísia, Argélia e Turquia, não se podem considerar como alternativas diretas, devido à diferenciação a vários níveis como o próprio desenvolvimento do país, a cultura, a diversidade de produtos e serviços, e principalmente ao nível da segurança. A denominada “Primavera Árabe” provocou um desvio dos turistas para os países da região mediterrânica da Europa, em detrimento do norte de África, dada a instabilidade política, social e a falta de segurança pública.

Estando identificados os nossos principais concorrentes, bem como os nossos serviços e produtos turísticos, é necessário entender como iremos conseguir alcançar as metas estabelecidas no plano “Turismo 2020”, que expressa de forma clara que “... queremos criar condições para que as receitas auferidas pelo setor privado do turismo

---

<sup>55</sup> Quanto é, em média, por pessoa, a riqueza criada no país e a diferença entre o que se recebe e paga ao estrangeiro como salários, juros, rendas e lucros quer em transferências correntes.

<sup>56</sup> NUTS é o acrónimo de “Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos”, sistema hierárquico de divisão do território em regiões. Esta nomenclatura foi criada pelo Eurostat no início dos anos 1970, visando a harmonização das estatísticas dos vários países em termos de recolha, compilação e divulgação de estatísticas regionais. A nomenclatura subdivide-se em 3 níveis (NUTS I, NUTS II, NUTS III), definidos de acordo com critérios populacionais, administrativos e geográficos. A NUT II divide-se da seguinte forma: Norte; Centro; Área Metropolitana de Lisboa; Alentejo; Algarve; Região Autónoma da Madeira e Região Autónoma dos Açores.

cresçam em Portugal acima da média dos nossos concorrentes e queremos ser um dos dez destinos mais competitivos do mundo”<sup>57</sup>.

Em 2017 Portugal ocupava a 14.<sup>a</sup> posição no ranking do Fórum Económico Mundial, a nossa vizinha Espanha ocupava o primeiro lugar, seguida de França na segunda posição. Há que destacar que Portugal no ano de 2007 ocupava a posição 22.<sup>a</sup>, e passado uma década subiu oito lugares no ranking. Faltam apenas quatro posições para que o País atinga o objetivo proposto de se posicionar no *top ten* dos países mais competitivos do mundo, no que ao turismo diz respeito, e que parece perfeitamente exequível.

O Fórum Económico Mundial identifica também na sua análise as principais vantagens de cada país, bem como as suas fraquezas. Portugal neste domínio concorre ao nível do turismo de negócios com os seus principais concorrentes, não demonstrando grande diferença quando comparado com os demais.

Contudo o turismo, como qualquer atividade, apresenta constrangimentos que são transversais a outros sectores, como por exemplo, o nível da carga fiscal que desincentiva o investimento e a criação de postos de trabalho, um quadro jurídico pouco eficiente criando dificuldades na resposta a litígios, e o impacto da regulação no investimento direto estrangeiro, são alguns dos indicadores onde Portugal está pior classificado. Existem vários diagnósticos que apontam estes riscos como estruturais na economia portuguesa, sendo, portanto, transversais a diversos setores, e indo em sentido contrário à ambição determinada pelo plano “Turismo 2020”.

O preço<sup>58</sup> é outro fator de competitividade analisado pelo Fórum Económico Mundial, mas que, contudo, só os concorrentes diretos, nos encontramos bem posicionados. Quanto à importância relativa de Portugal num quadro de mercados emissores europeus constituímos-nos como um destino pouco preponderante.

Apesar deste diagnóstico menos favorável é possível não só combatê-lo, como alterar esta realidade. Basta que aumente a procura para que as nossas receitas aumentem por via de maiores taxas de ocupação e de subida de preços. Os últimos anos foram marcados pelo aumento da quantidade e do preço, são aliás resultados admiráveis. Um fator incontornável é o surgimento dos movimentos na “Primavera Árabe”, mas a par

---

<sup>57</sup> **Plano de ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal.** [EM LINHA]. Lisboa: Turismo de Portugal, 2018. [Consult. em 11 Jan. 2019]. Disponível em WWW: <https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2017/03/Plano-de-Acao-Turismo-2020-Turismo-de-Portugal.pdf>

<sup>58</sup> De acordo com o Fórum Económico Mundial o país será mais competitivo, quando os preços praticados forem menores em comparação com os demais.

destes acontecimentos, é fundamental destacar a importância das estratégias adotadas ao nível da promoção de Portugal enquanto destino turístico, e a forma como estas se adaptaram às novas tendências dos mercados internacionais.

A forma tradicional de venda de viagens através de agentes turísticos perde quota de mercado em detrimento do surgimento de novas realidades, nomeadamente as companhias áreas *low-cost*, mas também hotéis e serviços de aluguer de viaturas, que no fundo dispensam intermediários no processo de comercialização, o que provoca uma queda de preços para os consumidores, a qual será sempre bem-vinda.

A importância cada vez maior de vários canais de comunicação e divulgação, nomeadamente redes sociais, torna possível que os turistas possam trocar opiniões, ver informações e arranjar alternativas. Como resultado, capacita-os para poderem de forma autónoma, criar a sua própria viagem, e constitui-se cada vez mais como um próprio meio de promoção.

A compreensão por parte dos agentes para a interpretação de novos meios de difusão e partilha, nomeadamente os responsáveis pela promoção do turismo em Portugal seguiram a tendência de digitalização de conteúdos e outro tipo de ações como o convite da *Touring Club* de Portugal a profissionais de todo o mundo da área da comunicação, a visitarem Portugal.

Tal estratégia tem apresentado resultados positivos, sendo estes reconhecidos pelo Fórum Económico Mundial sendo um dos indicadores analisados pela Instituição, e em que Portugal progrediu consideravelmente. Parece ser uma estratégia que apresenta resultados, mas não é possível que seja esta a única forma de promoção, até porque se esgota em si mesma, ou seja, por um lado surgem concorrentes a competir pelo mesmo espaço de divulgação, por outro lado não se pode estar sempre a promover o mesmo destino.

A melhor forma de contornar esta situação é aumentar o grau de satisfação daqueles que visitam o país, um turista que se sinta realizado, feliz, é um turista que exterioriza o seu sentimento e opinião, especialmente ao nível das redes sociais, e estas têm cada vez mais impacto na opinião de terceiros.

As novas tecnologias de informação e comunicação, particularmente os *smartphones* e as *apps*, não servem apenas como meio de promoção, elas são também a base do desenvolvimento de novos produtos e serviços, e são uma ferramenta muito útil na gestão de preços para os consumidores.

É preciso mencionar que, tal como estas tecnologias são importantes para os consumidores pelas razões já mencionadas, é também verdade que se revestem de especial importância para os agentes, uma vez que conseguem também aferir aquilo que os turistas procuram e pretendem, o que é fundamental para que exista no fundo uma adaptação entre a procura e a oferta. O conceito de *big data*<sup>59</sup> é absolutamente central para Portugal conseguir acompanhar a concorrência a nível internacional, e não se devem dispersar esforços nesse campo, sendo que também é uma questão analisada, contribuindo o seu indicador para o ranking do Fórum Económico Mundial.

Já o desempenho de Portugal no indicador relativo aos dados do turismo deixa Portugal numa posição menos confortável. É portanto essencial que existam mais dados, mais estudos, mais reflexões sobre as temáticas que envolvem a prática turística, particularmente análises sobre o impacto quantitativo e qualitativo das medidas que vão sendo adotadas, e o estudo de mercados emissores que ainda não se conseguiu captar, bem com o as razões que suportam tal facto.

No entender da *Touring Club* de Portugal, Portugal não é contemplado pela mesma visibilidade de outros destinos, apesar de termos 900 anos de história, não existe nenhum monumento português tão reconhecido como o Arco do Triunfo ou a Torre Eiffel, ambos em Paris. Também ao nível da gastronomia, que é muito apreciada no nosso país, não temos nenhuma referência gastronómica como por exemplo a *pizza* em Itália. Qual será a nossa marca distintiva? É a nossa hospitalidade, aliás muitas vezes mencionada e quantificada de forma muito positiva em inquéritos de satisfação.

O *Ranking* do Fórum Económico Mundial destaca que os recursos humanos são um dos indicadores onde Portugal se destaca, nomeadamente pela aquisição de vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes. Outro fator favorável a Portugal e que vale a pena ser mencionado é o facto de concentrarmos num pequeno território uma grande diversidade de produtos e serviços, que estão ligados por boas vias rodoviárias, favorecendo as acessibilidades e proporcionando experiências diversas aos nossos visitantes.

A diversidade que nos caracteriza enquanto destino turístico, deve ser promovida de forma coerente pelas várias instituições que têm no seu âmbito a promoção de Portugal e de determinadas regiões, e é neste campo que o Estado deve agir no sentido de coordenador.

---

<sup>59</sup> *Big data* ou Megadados é a compilação e armazenamento de grandes quantidades de dados.

O turismo é um produto dinâmico, que integra vários serviços e produtos. A qualidade da atividade turística é analisada por quem nos visita desde a chegada até à sua partida, isto significa vários agentes, produtos, serviços e mesmo outros sectores são tidos em conta, tornando-se essencial um trabalho conjunto entre todos os agentes.

O setor dos transportes reveste-se de especial relevo quando analisamos o turismo. Para exportarmos é necessário que os turistas se desloquem dentro do território nacional, o que é muito positivo porque evita deslocalizações, contudo temos de levar o turista até ao produto ou serviço, onde os transportes são fundamentais. No último relatório do Fórum Económico Mundial, os transportes ferroviário e aéreo são referenciados como necessitando de mais competitividade perante os mercados externos.

Contudo não partilho da ideia que Portugal se deva tornar numa plataforma giratória de entrada para a Europa, África e Américas. É verdade que temos uma localização privilegiada, mas para além de já existirem outros destinos a fazê-lo, do meu ponto de vista é mais importante que Portugal seja o destino, do que assumir uma função de mero distribuidor para outros mercados.

É também necessária uma aposta reforçada noutros mercados, nomeadamente com a facilitação da política de vistos ou mesmo a criação de novas rotas. Estes novos mercados não constituem um risco, muito pelo contrário, são uma oportunidade. Contudo o nosso foco tem de estar nos mercados que constituem a nossa procura, uma vez que ainda tem grande margem para crescimento.

## 7. Conclusão

De acordo com a pergunta de partida deste trabalho quais os efeitos do turismo na economia, pode concluir-se que o turismo apesar da sua influência crescente na economia, é sem sombra de dúvidas, parte integrante das relações internacionais. Na realidade, a atividade turística constituiu-se como parte, não só ao nível das relações internacionais como também ao nível da política internacional que regulamenta essas mesmas relações, com especial enfoque num momento de aprofundamento do fenómeno da globalização.

Do meu ponto de vista é absolutamente indissociável o turismo do âmbito das relações internacionais. Prova disso é que as várias vertentes respeitantes às práticas turísticas, sejam elas ao nível financeiro e económico como as questões cambiais, ou operações de empresas de maior ou menor dimensão, sejam questões fronteiriças, entre muitas outras vertentes que interagem o turismo, todas elas são regidas por decisões políticas.

De referir que qualquer tipo de perturbação numa determina parte do globo, seja de natureza política ou não, vai invariavelmente provocar algum tipo de instabilidade em outros destinos, que por extensão irão afetar os fluxos turísticos.

No mesmo sentido, as políticas respeitantes à prática turística são determinadas pelo poder político, que podem ou não estar sobre influência de uma determinada ideologia. Veja-se como exemplo o caso da República Popular da China que durante muito tempo criou barreiras à prática turística, mas poderiam ser mencionados outros exemplos.

Assim, é concretamente identificada a grande influência que as relações internacionais têm na prática do turismo. Em cenários de conflito, nomeadamente guerra, os turistas são obviamente desencorajados a práticas turísticas em territórios onde estes pressupostos se verifiquem. Esta dinâmica vai invariavelmente ter repercussões negativas ao nível da economia.

No caso de situações de confronto ideológico ou político entre Estados, são muitas vezes criados mecanismos de retaliação, especialmente com a implementação de embargos, ou restringindo a própria deslocação de turistas.

Neste sentido, o turismo tem sido usado regularmente pelo poder político e pelos governos e de diversas formas no âmbito das relações internacionais, mormente através dos fluxos turísticos que podem constituir-se como uma via de auxílio económico ou

militar, mas também podem contribuir para a constituição de blocos económicos e comerciais, podendo estabelecer as bases da política externa entre Estados.

Os factos mencionados podem ser constatados nas políticas de vistos levados a cabo. Esta é aliás uma questão que permanece sempre no topo da agenda política pelas consequências que determinadas decisões podem provocar.

Outra vertente importante prende-se com a questão da liberalização do setor, através da obtenção de benefícios políticos e económicos. Estados em que, de forma mais ou menos camuflada, são aplicadas leis, que através do turismo demonstraram o país de forma diferente através do enviesamento da perceção internacional, onde se tenta demonstrar um país onde se verifica uma ordem social com a aplicação efetiva de leis e em franco desenvolvimento e progresso. E a verdade é que a maioria dos turistas não está formatado nem tem como objetivo analisar essas questões, ficando com a ideia de que as populações estão satisfeitas com a sua realidade, independentemente da sua subjugação a determinadas realidades menos democráticas.

A prática turística é também utilizada para a elevação da imigração, do espírito nacional e em última análise como arma política. O turismo incrementa a noção de legitimidade do país a par de um sentimento de segurança interna. A importância cada vez maior, atribuída ao setor pelo poder político, nomeadamente pela captação de grandes mercados, consubstancia a importância cada vez maior de os países aprofundarem a cooperação internacional e de se tornarem importantes atores nos mercados externos.

Podemos também interpretar o turismo como um elemento conciliador, na medida em que o Estado anfitrião pode interpretar a Sociologia do Estado emissor. O turismo pelos intercâmbios que proporciona, nomeadamente através das opiniões e da imagem criada pelos turistas, torna-os politicamente importantes na medida em que podem ou não criar uma imagem mais ou menos positiva do país que visitam, e que pode ter impactos muito significativos no setor em determinada economia.

Economicamente o turismo como foi mencionado ao longo deste trabalho, tem implicações muito significativas a vários níveis, desde o investimento, ao mercado laboral, passando pela balança de pagamentos entre outros, mas também ao nível político com o estímulo mais ou menos aprofundado do fluxo turístico internacional, nomeadamente com as políticas de vistos ou restrições à entrada e saída de visitantes.

Absolutamente estratégico para Portugal, o turismo é o principal setor exportador do país e com grande margem para incrementar este indicador. Tendo como premissa que “Portugal está na moda” tivemos como objetivo analisar a importância da

internacionalização do turismo, e examinar os impactos económicos que a atividade turística tem na economia portuguesa. Para concretizar este objetivo tive de estudar a sua história, mas também o momento que o setor atravessa, e aquilo que perspetiva para futuro. Questionaram-se várias fatores como aquilo que nos diferencia, a sustentabilidade do setor, o que somos enquanto produto turístico e aquilo que nos confere vantagem em relação aos nossos concorrentes.

Perante a investigação efetuada, partilho da convicção de que Portugal se reveste de condições muito positivas para o desenvolvimento e consolidação do setor turístico, e inevitavelmente o contributo tão importante que dá á nossa economia, mas também ao nível ambiental e social com a capacidade de encontro entre culturas e, por extensão, a valorização tantas vezes discriminada da nossa própria cultura.

Fica também percetível que a vertente política é fundamental constituindo-se como uma das bases para o turismo. Fenómenos das sociedades atuais, que se caracterizam pela sua ação transfronteiriça, afetam os fluxos turísticos independentemente da sua localização geográfica. Assim, as relações internacionais são um elemento central para o turismo na mediada em que é um garante das boas relações entre os Estados, contribuem em certa medida para a segurança internacional, e elaboram e aplicam leis de carácter transversal no sistema internacional.

Termino com uma questão central para o futuro do turismo em Portugal, que é a capacidade do País num contexto de mudança permanente, ter a capacidade de adaptação a novas realidades demográficas, tecnológicas, ambientais, socioculturais e económicas, identificando oportunidades ou possíveis constrangimentos que são um imperativo para alcançar o sucesso.

## 8. Bibliografia

### a) Livro

- BARROS, Vera Gouveia – **Turismo em Portugal**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2016. ISBN 978-989-881-935-2
- CARVALHO, Pedro Moreira – **O turismo de negócios**. Lisboa: Sílabas & Desafios, 2016. ISBN 978-989-993-107-7
- CASTELLS, Manuel – **A Sociedade em Rede**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2012. ISBN 978-972-311-411-9
- CRESPO, Nuno; TOMÁS, Maria João - **A Internacionalização da Economia Portuguesa**. Lisboa: Temas e Debates, 2017. ISBN 978-989-644-458-7
- CUNHA, Licínio – **Economia e política do turismo**. 3.<sup>a</sup> ed. Lisboa: LIDEL, 2013. ISBN 978-972-757-950-1
- \_\_\_\_\_ – **Turismo em Portugal sucessos e insucessos**. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2012. ISBN 978-989-851-224-6
- DOMINGUES, Celestino – **4 décadas de turismo: contributo de uma instituição**. Lisboa: Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, 2000. ISBN 972-953-391-1
- DURKHEIM, Émile – **As Regras do Método Sociológico**. Lisboa: Editorial Presença, 1998. 168 p. ISBN 978-972-231-429-9
- Escola de Gestão - **A internacionalização da economia portuguesa**. Lisboa: Texto Editores, 1995. ISBN 972-47-0657-5
- LEAL, João Mendes - **Turismo - A Nova Multinacional**. Lisboa: Bnomics, 2011. ISBN 978-989-818-476-4
- MATEUS, Abel - **Economia Portuguesa**. Lisboa: Principia, 2013. ISBN 978-989-716-100-1
- \_\_\_\_\_ – **Três décadas de Portugal europeu: balanço e perspetivas**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2015. ISBN 978-989-8819-09-3
- MEDEIROS, Eduardo Raposo – **Economia internacional comércio e finanças**. 3.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Escolar Editora, 2013. ISBN 978-972-592-400-6
- Ministério do Comércio e Turismo, Secretaria de Estado do Turismo de Portugal – **Livro Branco do Turismo**. Lisboa: Direção Geral do Turismo, 1991. 174 p.
- Ministério da Economia - **Turismo, espaço e a economia**. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospetiva Económica, 1998.

- \_\_\_\_\_ – **Turismo diagnostico prospetivo**. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospetiva Económica, 2001. ISBN 972-8170-69-6
- NETO, Vitor - **Turismo Portugal Relatório Urgente**. Lisboa: Bnomics, 2013. ISBN 978-989-713-070-0
- NOVAIS, Cristina Barroco - **Efeitos da globalização na atividade turística portuguesa**. Lisboa: Turismo de Portugal, 2008. ISBN 978-972-99590-6-6
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico - **OECD Environmental Outlook to 2030**. Paris: OECD, 2008. ISBN 978-92-64-04048-9
- POPPER, Karl Raimund – **A Lógica da Pesquisa Científica**. Ipiranga: Grupo Editorial Pensamento, 1998. 567 p. ISBN 978-853-160-236-8
- TALCOTT, Parsons - **The Structure of Social Action**. New York: Simon & Schuster, 1967. 368 p. ISBN 978-002-924-250-6
- VIEIRA, João Martins - **A Economia do Turismo em Portugal**. Lisboa: Dom Quixote, 1997. ISBN 978-972-201-418-2

b) Internet

- Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal - **Sobre Nós** [EM LINHA]. Lisboa: Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, 2018. [Consult. 13 Ago. 2018]. Disponível em WWW:<http://www.portugalglobal.pt/PT/sobre-nos/Paginas/sobre-nos.aspx>
- Confederação do Turismo Português – **Estatísticas**. [EM LINHA]. Lisboa: Confederação do Turismo Português, 2017. [Consult. 16 Jul. 2018]. Disponível em WWW:<http://www.confederacaoturismoportugues.pt/documents/view/id/568>
- FIGUEIREDO, João Cotrim - Férias. Instabilidade na Tunísia aumenta número de turistas em Portugal. **Jornal I**. [EM LINHA]. Lisboa. (01 Jan.2015). [Consult. Jul. 2018]. Entrevista Concedida a Marta Cerqueira. Disponível em WWW:<https://ionline.sapo.pt/400067>
- Hemeroteca Municipal de Lisboa - **Efemérides Lisboa e o Turismo: um Congresso há 100 anos** [EM LINHA]. Lisboa: Hemeroteca Municipal de Lisboa, 2005. [Consult. 15 Nov. 2018]. Disponível em WWW:<http://hemerotecadigital.cmlisboa.pt/EFEMERIDES/Turismo/Turismo.htm>.

- Instituto Nacional de Estatística - **Estatísticas do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 1997. [Consult. Em 23 Out. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpagenumber=2&PUBLICACOEScolecao=107668&PUBLICACOEStipo=ea&selTab=tab0](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpagenumber=2&PUBLICACOEScolecao=107668&PUBLICACOEStipo=ea&selTab=tab0)
- \_\_\_\_\_ - **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2006. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695)
- \_\_\_\_\_ - **Estatísticas do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2007. [Consult. Em 25 Out. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=26453735&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=26453735&PUBLICACOESmodo=2)
- \_\_\_\_\_ - **Conta Satélite do Turismo** [EM LINHA]. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. [Consult. em 11 Dez. 2018]. Disponível em WWW: [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=312027695&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=312027695&att_display=n&att_download=y).
- PATRÃO, Luís - Situação no Norte de África favorece Portugal. **Diário de Notícias** [EM LINHA]. Lisboa. (25 Fev. 2011). [Consult. Jul. 2018]. Entrevista concedida a António Garcia. Disponível em WWW: <http://www.dn.pt/bolsa/interior/situacao-no-norte-africa-favorece-portugal--1792630.html>
- PORDATA - **Despesas e Receitas** [EM LINHA]. Lisboa: Portal PORDATA, 2017. [Consult. em 21 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>
- \_\_\_\_\_ - **Estatísticas do Turismo**. [EM LINHA]. Lisboa: -, 2017. [Consult. 16 Jun. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>
- Vinci Airports - **Estatísticas Aeroportuárias** [EM LINHA]. Lisboa: Vinci Airports, 2017. [Consult. em 23 Nov. 2018]. Disponível em WWW: <https://www.vinci-airports.com/en/airports/lisbon-airport>
- World Tourism Organization - **Regional Programme for Europe**. [EM LINHA]. Madrid: World Tourism Organization, 2017. [Consult. 03 Ago. 2018]. Disponível em WWW: <http://europe.unwto.org/>

c) Relatórios estatísticos

Banco de Portugal - **Análise ao sector do turismo**. Lisboa: Departamento de Estatística, 2014. ISBN 978-989-678-301-3

\_\_\_\_\_ – **Annual Report 2016**. Lisboa: Secretariado-geral e dos Conselhos, 2016. ISBN 9789896784416

\_\_\_\_\_ – **Boletim Economico Dezembro**. Lisboa: Departamento de Estudos Económicos, 2016. ISSN 08729794

Instituto Nacional de Estatística - **Estatísticas do Turismo 2016**. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2016. ISBN 978-989-25-0308-0

VALÉRIO, Nuno – **Estatísticas históricas portuguesas**. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2008. ISBN 972-673-493-2

World Economic Forum - **Travel & Tourism Competitiveness Report 2017**. Genève: World Economic Forum, 2017. ISBN 9781944835088

World Tourism Organization - **Report Annual 2016**. Madrid: World Tourism Organization, 2016. ISBN 9789284418718

d) Teses e Dissertações

ALMEIDA, Tiago Filipe Figueiredo - **Diplomacia económica e internacionalização da economia portuguesa**. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2015. 142 f. Dissertação de Mestrado em Economia da Empresa e da Concorrência.

BARBACENA, Hugo Alexandre Pereira – **A Globalização do turismo e a competitividade dos destinos turísticos**. Lisboa: ISCTE Instituto Universitário de Lisboa, 2012. 91 f. Dissertação de Mestrado em Economia

FERREIRA, Timóteo Zacarias Duarte - **Turismo internacional: uma tendência de globalização**. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2011. 105 f. Dissertação de Mestrado em Economia Portuguesa e Integração Internacional.

FIRMINO, Manuel Brazinha - **As estratégias empresariais face à política de turismo em Portugal**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2006. 564 f. Tese de Doutoramento em Gestão Industrial.

GOMES, Ana Isabel Mano da Silva - **A imagem percebida e projetada de Portugal como destino turístico**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2014. 241 f. Dissertação de Mestrado em Gestão.

- MARICATO, Nuno André Gomes - **O turismo em Portugal: tendências e perspectivas.** Coimbra: Universidade de Coimbra, 2012. 62 f. Dissertação de Mestrado em Economia.
- NETO, Paulo Coelho - **Sustentabilidade financeira no sector de turismo.** Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2012. 85 f. Dissertação de Mestrado em Gestão.
- NEVES, Diana Carolina de Jesus - **Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal a nível regional.** Aveiro: Universidade de Aveiro, 2009. 138 f. Dissertação de Mestrado em Gestão.
- NOVAIS, Cristina Barroco – **Efeitos da globalização na atividade turística portuguesa.** Lisboa: ISCTE Instituto Universitário de Lisboa, 2004. 149 f. Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas
- PINHEIRO, Tatiana Filipa dos Santos – **O contributo do turismo para o crescimento da economia portuguesa.** Lisboa: ISCTE Instituto Universitário de Lisboa, 2012. 45 f. Dissertação de Mestrado em economia
- ROCHA, Maria Manuela Silva Ferreira da - **A internacionalização e fatores de competitividade.** Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2016. 95 f. Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais
- SANTOS, Jorge Humberto Assis Pacheco dos - **A investigação sobre turismo em Portugal.** Aveiro: Universidade de Aveiro, 2010. 223 f. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo
- TERESA, Angélique Inês da - **A marca Portugal: premissas para a construção da Marca-País Portugal.** Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2015. 142 f. Dissertação de Mestardo em Ciências da Comunicação