

A evolução recente da actividade turística em Portugal

Eugénia Pereira da Costa e Merícia Gouveia¹

1. Introdução

Neste artigo pretende-se evidenciar a importância da actividade turística em Portugal, enquadrando-a no contexto turístico internacional e analisando o seu contributo para a economia nacional e a evolução nos anos mais recentes. Complementarmente, é referido o quadro de estratégia política do turismo e alguns mecanismos de apoio ao desenvolvimento da actividade, realçando os produtos estratégicos.

Na análise efectuada está subjacente a óptica do turismo receptor (inclui as actividades dos visitantes residentes no estrangeiro que viajam num outro país, fora do seu ambiente habitual) e, essencialmente, de turistas (visitante que permanece pelo menos uma noite num alojamento colectivo ou particular no lugar visitado), assim como uma tónica regional. O período temporal analisado diz respeito a 2006/2007 e para comparação evolutiva, escolheu-se um ano de início da década ou o mais aproximado, consoante o indicador e a disponibilidade de dados comparáveis.

2. Importância da Actividade Turística

2.1 O turismo português no contexto mundial

Considerando o **turismo receptor**, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT)² das Nações Unidas, e com base em valores provisórios, o ano de 2007 representa o quarto ano consecutivo de crescimento do turismo mundial, com valores acima da tendência média de crescimento de longo prazo que se situa nos 4,1% e tendo mesmo ultrapassado o crescimento de 5,5% dos anos de 2005 e 2006. Em 2007, as chegadas internacionais de turistas registaram um crescimento de 6,6% face a 2006, atingindo o número recorde de 903 milhões. As estimativas da OMT apontam no sentido das receitas globais do turismo mundial ascenderem a 856 mil milhões de dólares (625 mil milhões de euros) em 2007, correspondendo a um crescimento homólogo em termos reais de 5,6%.

Quadro 1 - Principais países de destino em termos de chegadas e de receitas em 2000, 2006 e 2007

Rank em 2007	Países	Chegadas de turistas não residentes							Rank em 2007	Países	Receitas do turismo internacional					
		Milhões			Taxa de Variação (%)		Quotas de mercado (%)				Mil milhões de dólares			Taxa de Variação (%) **	Quotas de mercado (%)	
		2000	2006	2007*	2007/00	2007/06	2000	2007*			2000	2006	2007*	2007/06	2000	2007*
1	França	77,2	78,9	81,9	6,1	3,8	11,3	9,1	1	EUA	82,4	85,7	96,7	12,8	17,3	11,3
2	Espanha	47,9	58,2	59,2	23,6	1,7	7,0	6,6	2	Espanha	30,0	51,1	57,8	3,6	6,3	6,8
3	EUA	51,2	51,0	56,0	9,4	9,8	7,5	6,2	3	França	30,8	46,3	54,2	7,2	6,5	6,3
4	China	31,2	49,9	54,7	75,3	9,6	4,6	6,1	4	Itália	27,5	38,1	42,7	2,5	5,8	5,0
5	Itália	41,2	41,1	43,7	6,1	6,3	6,0	4,8	5	Reino Unido	21,9	33,7	37,7	2,7	4,6	4,4
6	Reino Unido	23,2	30,7	30,9	33,2	0,7	3,4	3,4	6	China	16,2	33,9	37,2	23,5	3,4	4,3
7	Alemanha	19,0	23,5	24,4	28,4	3,8	2,8	2,7	7	Alemanha	18,7	32,8	36,0	0,6	3,9	4,2
8	Ucrânia	6,4	18,9	23,1	259,2	22,2	0,9	2,6	8	Austrália	9,3	17,8	22,3	12,2	2,0	2,6
9	Turquia	9,6	18,9	22,2	131,6	17,5	1,4	2,5	9	Áustria	9,8	16,6	18,9	4,0	2,1	2,2
10	México	20,6	21,4	21,4	3,9	0,0	3,0	2,4	10	Turquia	7,6	16,9	18,5	9,7	1,6	2,2
20	Portugal	12,1	11,3	12,3	1,8	9,2	1,8	1,4	23	Portugal	5,2	8,4	10,1	10,8	1,1	1,2
	Mundo	683,0	847,0	903,0	32,2	6,6	100,0	100,0		Mundo	475,0	742,0	856,0	..	100,0	100,0

Fonte: Cálculos GEE, com base no UNWTO World Tourism Barometer, volume 6, nº 2 e nº 3, de Junho e Outubro de 2008, respectivamente.

Notas: Chegadas de turistas internacionais às fronteiras (com a exclusão de excursionistas) para todos os países, com excepção da Alemanha que contabiliza as chegadas a estabelecimentos de turismo colectivo; As receitas do turismo resultam das despesas efectuadas pelos visitantes estrangeiros em alojamento, comida e bebida, gasolina, transportes no país, compras, etc.; * valores provisórios; ** Calculada com base nas divisas locais, a preços correntes, com excepção da China e da Turquia cuja base é o dólar; .. dados não disponíveis.

No quadro das regiões a nível mundial, a Europa continua a liderar destacadamente, registando em 2007 um volume de chegadas de cerca de 485 milhões (quota de mercado de 53,7%) e um montante de receitas de aproximadamente 434 mil milhões de dólares (quota de mercado de 50,7%), ainda que se verifiquem diferentes

¹ Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia e da Inovação (Direcção de Serviços de Análise Económica e Previsão). As opiniões expressas são da exclusiva responsabilidade das autoras.

² UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), World Tourism Barometer, volume 6, nº 2 e nº 3, de Junho e Outubro de 2008, respectivamente.

comportamentos evolutivos das suas quotas de mercado entre 2000 e 2007. Com efeito, a quota das chegadas diminuiu 4p.p. enquanto que a das receitas subiu cerca de metade da das chegadas (2p.p.).

De acordo com o Quadro 1, no conjunto de 132 países, a França, a Espanha e os EUA mantêm as suas posições destacadas como líderes entre os principais países de destino turístico, quer nas chegadas de turistas quer nos montantes de receitas, com os EUA e a França a trocarem de posições entre si (a França é primeira nas chegadas e os EUA é primeiro nas receitas) e a Espanha a segunda nos dois indicadores. Destaca-se também, em 2007, em termos de países emergentes, o dinamismo da China (4º lugar nas chegadas e 6º nas receitas), e também o crescimento acentuado da Turquia (9º nas entradas e 10º nas receitas). **Portugal** é 20º em chegadas (quota de 1,4%) e 23º em receitas (quota de 1,2%), e entre 2006 e 2007 evidencia evoluções significativas nas chegadas (acréscimo de 1 milhão) a que correspondeu um crescimento de 10,8% das receitas.

Considerando o **motivo da visita**, em 2007, mais de metade das chegadas (51%) inscrevem-se em actividades de “Lazer, Recreio e Férias”, seguidas de “Visita a Familiares e Amigos” (27%) e de motivos de ordem “Profissional e de Negócios” (15%). Em termos de **meio de transporte** utilizado em 2007, 47% das chegadas realizaram-se por via aérea, que vem registando uma tendência crescente.

No âmbito do **turismo emissor** e quanto às despesas em turismo efectuadas a nível mundial (Quadro 2), constata-se que cerca de metade (50,8% em 2007) são da responsabilidade dos países da Tríade (UE15, EUA e Japão), com realce para a UE15 (38,8% em 2007). A Alemanha, os EUA e o Reino Unido continuam a destacar-se claramente nas três primeiras posições sendo também de referir, em 2007, a ascensão da China à 5ª posição. Portugal é 37º em 2007, mantém uma quota de mercado de 0,5%, idêntica à de 2000, registando um crescimento da ordem dos 7,5% face a 2006.

Quadro 2 - Principais países em despesas de turismo em 2000, 2005 e 2007

Rank em 2007	Países/Agregados	Despesa (Mil milhões dólares)			Taxa de Variação (%) **	Peso (%)	
		2000	2006	2007*	2007/06	2000	2007*
1	Alemanha	53,0	73,9	83,1	2,7	11,2	9,7
2	EUA	64,7	72,1	76,2	5,6	13,6	8,9
3	Reino Unido	38,4	63,1	72,3	5,4	8,1	8,4
4	França	17,8	31,2	36,7	7,8	3,7	4,3
5	China	13,1	24,3	29,8	22,5	2,8	3,5
6	Itália	15,7	23,1	27,3	8,4	3,3	3,2
7	Japão	31,9	26,9	26,5	-0,2	6,7	3,1
8	Canadá	12,4	20,5	24,8	14,4	2,6	2,9
9	Federação Russa	8,8	18,2	22,3	22,1	1,9	2,6
10	República da Coreia	7,1	18,9	20,9	10,8	1,5	2,4
37	Portugal	2,2	3,3	3,9	7,5	0,5	0,5
	UE15	184,0	288,5	332,4	n.d.	38,7	38,8
	Total Tríade (UE15, EUA e Japão)	280,6	387,5	435,1	n.d.	59,1	50,8
	Mundo	475,0	742,0	856,0	n.d.	100,0	100,0

Fonte: Cálculos GEE, com base no UNWTO World Tourism Barometer, volume 6, nº 2 e nº3, de Junho e Outubro de 2008, respectivamente.

Notas: Despesas em turismo efectuadas fora do país de residência por visitantes (excursionistas e turistas) de um dado país de origem; * Valores provisórios; ** Calculada com base nas divisas locais, a preços correntes, com excepção da China, da Federação Russa e da República da Coreia, que estão em dólares; n.d. Dados não disponíveis

2.2 A actividade turística na economia nacional

De acordo com a mais recente Conta Satélite do Turismo 2005-2007³ do INE, a contribuição do sector do Turismo⁴ para o Valor Acrescentado Bruto (VAB) da Economia foi de 4,6% em 2005, tendo apresentado face ao ano anterior, um crescimento nominal inferior ao da economia, ou seja, 2,0% para o Turismo e 2,4% para a economia (Quadro 3). Contudo, para 2006 e 2007 a tendência é de crescimentos do VAB mais acentuados no Turismo (9,7% em 2007) em comparação com os da economia (5% em 2007), situando em 5,1% o peso do Turismo no VAB total, em 2007.

³ Dados definitivos para 2005 e preliminares para 2006 e 2007.

⁴ Inclui: Produtos Característicos (Alojamento; Restauração e bebidas; Transporte de passageiros; Agências de viagens, operadores turísticos e guias turísticos; Serviços culturais; Recreação e lazer; Outros serviços de turismo), Produtos Conexos (produtos que, apesar de não serem típicos do turismo num contexto internacional, podem sê-lo num determinado país) e Produtos Não específicos (bens e serviços não directamente relacionados com o turismo, mas que são alvo do consumo turístico).

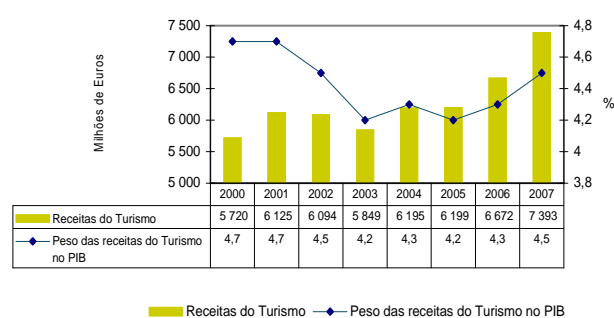
Quadro 3- Peso do Turismo na Economia e no Emprego

Indicadores	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Contribuição do Turismo para o VAB da Economia (10 ⁶ Euros)	5053,8	5483,6	5442,6	5332,5	5786,7	5900,1	6454,3	7082,0
Peso do Turismo no VAB (%)	4,7	4,9	4,6	4,4	4,6	4,6	4,9	5,1
Taxa de variação do VAB do Turismo (%)		8,5	-0,7	-2,0	8,5	2,0	9,4	9,7
Consumo Turístico Interior (10 ⁶ Euros)	12 307	12 878	12 726	12 577	13 450	13 969	15 282	17 019
Peso do Consumo Turístico no PIB (%)	10,1	10,0	9,4	9,1	9,3	9,4	9,8	10,5
Taxa de variação do Consumo Turístico(%)		4,6	-1,2	-1,2	6,9	3,9	9,4	11,4
Emprego nas Actividades Características do Turismo*	387 865	398 807	399 329	409 526	421 660	432 560	n.d.	n.d.
Peso do Emprego nas Act. Caract. Turismo no Emprego na Economia (%)	7,1	7,2	7,1	7,4	7,6	7,8	n.d.	n.d.
Taxa de variação do Emprego do Turismo (%)		2,8	0,1	2,6	3,0	2,6	n.d.	n.d.
<i>Por memória:</i>								
VAB da Economia (10 ⁶ Euros)	106 545,2	112 816,6	117 750,5	120 465,2	125 310,2	128 362,9	133 055,2	139 662,6
Taxa de variação do VAB da Economia (%)		5,9	4,4	2,3	4,0	2,4	3,7	5,0
PIB pm (10 ⁶ Euros)	122 270	129 308	135 434	138 582	144 128	149 123	155 446	162 756
Taxa de variação do PIB da Economia (%)		5,8	4,7	2,3	4,0	3,5	4,2	4,7
Emprego na Economia*	5 500 411	5 570 360	5 610 201	5 569 825	5 559 047	5 551 683	n.d.	n.d.
Taxa de variação do Emprego da Economia (%)		1,3	0,7	-0,7	-0,2	-0,1	n.d.	n.d.

Notas: Os dados da Conta Satélite do Turismo para 2006 e 2007 são preliminares; * Número de postos de trabalho; n.d.= Não disponível
Fontes: INE, Conta Satélite do Turismo 2000-2002, 2003-2004 e 2005-2007

A despesa em Consumo Turístico Interior⁵, cresceu 3,9% em 2005, após uma evolução nominal de 6,9% em 2004. Os dados preliminares para 2006 e 2007 apontam para crescimentos mais acentuados, na ordem dos 9,4% e 11,4%, respectivamente, atingindo em 2007 um valor de 17 000 milhões de euros, ou seja, 10,5% do PIB. Neste âmbito, em 2005, os produtos que mais se destacaram foram os Transportes de passageiros (27,8%), a Restauração e bebidas (24,6%) e o Alojamento (21,6%). Ainda em 2005, o consumo do turismo de não residentes em Portugal correspondeu a 52,1% do Consumo Turístico Interior, cabendo os restantes 47,9% ao consumo efectuado pelos visitantes residentes em Portugal e a outras componentes.

O emprego nas actividades características do Turismo registou, desde 2003, uma evolução mais favorável que o da economia (2,6 % em 2005 face a 2004) enquanto que o emprego na economia tem vindo a registar ligeiras reduções (-0,1% no mesmo período), (Quadro 3). Concomitantemente, o peso do emprego nas actividades características do Turismo no total do emprego na economia tem vindo a crescer, atingindo 7,8% em 2005⁶.

Figura 1 - Peso das receitas do Turismo no PIB, 2000-2007

Fontes: INE - PIB; BP - Receitas do Turismo

Analisando o lado da procura turística por parte dos visitantes não residentes, com base na balança de pagamentos do Banco de Portugal, verifica-se que as receitas do Turismo⁷, que representam uma parcela do consumo turístico interior, ascenderam a 4,5% do PIB, em 2007 (Figura 1). De acordo com esta fonte, a actividade turística em Portugal apresentou em 2006 e 2007 desempenhos bastante positivos, tendo as receitas do turismo registado, respectivamente, crescimentos de 7,6% e 10,8%, em termos nominais, após uma variação quase nula em 2005 (0,1%).

O Quadro 4 mostra que desde 2001, o peso das receitas do Turismo na exportação de Bens e Serviços tem vindo a descer, passando de 16,2% em 2001 para 13,5% em 2007, devido essencialmente ao crescimento mais

⁵ O Consumo Turístico Interior engloba as despesas de consumo em turismo efectuadas pelos residentes e não residentes, em Portugal, no âmbito de uma deslocação para fora do seu ambiente habitual, por motivos de negócios e/ou outros.

⁶ Dados mais recentes para o emprego disponibilizados pela Conta Satélite do Turismo

⁷ Não inclui Transporte de passageiros.

acentuado dos outros serviços, principalmente em 2006 e 2007. Entre 2002 e 2007, a evolução das receitas do Turismo acompanhou em geral a das exportações de Bens e Serviços, apresentando, no entanto, taxas de crescimento inferiores.

Entre 2000 e 2007, o saldo da Balança Turística, sempre positivo, apresentou uma evolução favorável situando-se, em 2007, em cerca de 4,5 mil milhões de euros, o que corresponde a 2,8% do PIB, nível idêntico ao de 2004, ano da realização do Euro (Quadro 4).

Quadro 4 – Peso do Turismo na Exportação de Bens e Serviços e Balança Turística, 2000-2007

Indicadores	Milhões de Euros							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Receitas do Turismo	5720	6125	6094	5849	6195	6199	6672	7393
Despesas do Turismo	2 422	2 363	2 247	2 131	2 225	2 454	2 658	2 858
Exportação de Bens e Serviços	36 566	37 814	38 436	39 278	41 613	43 248	48 873	54 612
Peso do Turismo na Exportação de Bens e Serviços	15,6	16,2	15,9	14,9	14,9	14,3	13,7	13,5
Saldo da Balança Turística	3 298	3 762	3 847	3 718	3 971	3 744	4 014	4 535
Saldo em % do PIB	2,7	2,9	2,8	2,7	2,8	2,5	2,6	2,8

Fonte: Banco de Portugal

Caixa 1 - Orientações estratégicas de política para o Turismo

A política nacional para o sector do Turismo expressa-se no Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT), a aplicar no horizonte 2015. No PENT estão definidos objectivos e linhas de orientação estratégica que visam: a criação de condições para tornar Portugal num dos destinos turísticos de maior crescimento na Europa; o desenvolvimento do Turismo, através da qualificação e competitividade da oferta; e o aumento do contributo do Turismo na economia.

As linhas de desenvolvimento estratégico assentam em onze domínios prioritários, a saber: Mercados emissores, Produtos estratégicos, Regiões, Pólos de desenvolvimento, Acessibilidades aéreas, Eventos, Enriquecimento da oferta, Qualidade urbana, ambiental e paisagística, Qualidade de serviço e recursos humanos, Promoção e distribuição e Eficácia e Modernização da actuação dos agentes públicos e privados. Os objectivos de actuação de cada um destes domínios estão sintetizados no Quadro seguinte.

LINHAS DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO

Mercados emissores	Apostar na captação de turistas de mercados emissores internacionais e no desenvolvimento do Turismo interno.
Produtos estratégicos	Consolidar e desenvolver produtos turísticos estratégicos.
Regiões	Desenvolver ofertas distintivas para as regiões, capitalizando a vocação natural de cada região e desenvolvendo factores de qualificação.
Pólos de desenvolvimento	Desenvolver novos pólos turísticos pelos conteúdos específicos e distintivos (Douro, Serra da Estrela, Oeste, Alqueva, Litoral Alentejano e Porto Santo).
Acessibilidades aéreas	Reforçar as acessibilidades aéreas com as cidades e regiões com maior potencial turístico em cada mercado emissor.
Eventos	Promover um calendário nacional de eventos que assegure a notoriedade de Portugal e o enriquecimento da experiência do turista.
Enriquecimento da oferta	Desenvolver e inovar conteúdos diferenciadores da oferta turística nacional.
Qualidade urbana, ambiental e paisagística	Tornar a qualidade urbana, ambiental e paisagística numa componente fundamental do produto turístico para valorizar e qualificar o Destino Portugal.
Qualidade de serviço e recursos humanos	Reforçar a qualidade do turismo português ao longo dos "momentos de verdade" de interacção com o turista, através da implementação de um sistema de qualidade turística e da formação e valorização dos recursos humanos.
Promoção e distribuição	Implementar uma abordagem inovadora, segmentada e por mercado emissor, privilegiando o recurso à Internet, promovendo uma gestão proactiva da relação com operadores e jornalistas e definindo como prioridade o Destino Portugal.
Eficácia e Modernização da actuação dos agentes públicos e privados	Facilitar a interacção das empresas com o Estado, promover a difusão do conhecimento do sector e estimular a adopção de práticas inovadoras pelas empresas.

Fonte: Plano Estratégico Nacional para o Turismo, Resolução do Conselho de Ministros nº 53/2007, de 14 de Abril.

Dado o contributo do turismo para a economia nacional, no quadro das políticas públicas a actividade turística é objecto de um plano de orientações estratégicas específico, o Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT), a aplicar no horizonte de 2015 (ver Caixa 1). No sentido de incrementar a importância da actividade turística na economia portuguesa o Estado disponibiliza diversos mecanismos de apoio a iniciativas de natureza empresarial e infraestrutural que se referem com algum detalhe na Caixa 2.

Um reflexo das estratégias de política para o Turismo adoptadas em Portugal pode ser constatado no *Travel & Tourism Competitiveness Index 2008*, do *World Economic Forum*, onde Portugal se encontra na 15ª posição no *ranking global* (130 países) e em 9ª no conjunto da UE27 (Caixa 3).

Caixa 2 - Mecanismos de apoio do Estado

No sentido de concretizar os objectivos do PENT, o papel do Estado português revela-se através da criação de mecanismos de apoio a projectos de natureza empresarial e infraestrutural. Seguidamente, identifica-se um conjunto de apoios, dirigidos, nomeadamente, aos produtos turísticos estratégicos.

É o caso do Programa de Intervenção do Turismo (PIT 2007-2009) que consiste num financiamento de natureza não reembolsável dirigido a investimentos de características infraestruturais, nomeadamente, a dinamização dos produtos turísticos estratégicos e dos novos pólos turísticos, a promoção de eventos de projecção internacional, a requalificação de destinos, assim como a promoção da inovação e reforço da competitividade das empresas do sector do turismo. O PIT tem o horizonte temporal 2007-2009 e a dotação orçamental de 100 milhões de euros. Actua em complementaridade com os sistemas de incentivos do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN 2007-2013) no referente a objectivos estratégicos e alavancagem financeira.

Através de Protocolos estabelecidos entre o Turismo de Portugal, I.P. e o sector financeiro, para vigorar entre 2007 e 2009, criou-se uma linha de crédito destinada ao financiamento de projectos turísticos que, nas áreas dos pólos turísticos e dos produtos turísticos estratégicos, contribuam para o aumento da qualidade, inovação e competitividade da oferta do sector turístico nacional. O Turismo de Portugal, I.P. disponibiliza para esta linha de crédito um montante de 60 milhões de euros.

No âmbito das recentemente anunciadas linhas de crédito PME Investe foram criadas linhas específicas para o sector da restauração, no valor de 50 milhões de euros, e para empresas hoteleiras sedeadas em Portugal, no montante de 500 milhões de euros. No caso das empresas hoteleiras, o valor máximo de financiamento por empresa é de 2,5 milhões de euros, sendo o prazo de financiamento de sete anos.

Outra medida relevante, que abrange as actividades turísticas, é a atribuição de benefícios fiscais às empresas que promovam projectos de investimento, realizados até 2010, considerados estratégicos para a economia portuguesa.

Para além dos incentivos financeiros geridos e co-geridos pelo Turismo de Portugal, I.P. destacam-se outros instrumentos de apoio, igualmente aplicáveis a actividades do sector do turismo, que visam contribuir para o reforço da dinamização da actividade do Turismo na óptica da oferta: Sistema de apoio às micro, pequenas e médias empresas para a prestação de garantias financeiras no acesso ao crédito e apoios financeiros estatais – Sistema de Garantia Mútua;

- ◆ Fundos de Capital de Risco como, o FCR – Turismo capital, dotado de 49,8 milhões de euros;
- ◆ Fundos Imobiliários, instrumento de apoio na aquisição e arrendamento de imóveis afectos à actividade turística.
- ◆ Todos estes mecanismos actuam sempre tendo subjacente as políticas definidas para o sector do turismo.

Paralelamente foram aprovados, no âmbito do novo regime de licenciamento, novas regras e requisitos mais simplificados para a instalação exploração e funcionamento dos empreendimentos turístico. proporcionando às empresas um ambiente de negócios menos burocratizado.

Caixa 3 - Posicionamento de Portugal no ranking da Competitividade Viagens e Turismo

De acordo com o **Índice de Competitividade Viagens e Turismo** (*Travel & Tourism Competitiveness Index*) 2008⁸, do *World Economic Forum*, cujo objectivo é medir os factores e as políticas que tornam atractivo desenvolver o sector das Viagens e Turismo em 130 países, Portugal encontra-se na 15ª posição no ranking global e em 9ª no da UE27. O Quadro 3 retrata os desempenhos competitivos em treze países, que representam o top 10 no ranking do índice global das Viagens e Turismo mais três países da UE15 que fazem parte da sub-região da Europa do Sul (Portugal, Itália e Grécia), para além da Espanha que integra os 10 primeiros.

É curioso constatar que a França, a Espanha e a Itália, que se destacam no grupo dos principais destinos turísticos a nível mundial (Caixa 4), surgem no ranking do Índice de Competitividade Viagens e Turismo 2008 em posições diferenciadas variando entre 10º, 5º e 28º lugar, respectivamente.

Considerando os três sub-índices constitutivos do Índice de Competitividade Viagens e Turismo, Portugal demonstra melhor desempenho competitivo no sub-índice que reflecte a dotação do país em termos de “recursos humanos, culturais e naturais” (11ª posição), seguindo-se o do “quadro regulatório” (14ª) que abrange os elementos relacionados com medidas de política geralmente sob a esfera da intervenção estatal e por fim o do “ambiente empresarial e infra-estrutura” (22ª) que envolve, nomeadamente, a infra-estrutura “hard” da economia. No “quadro regulatório” Portugal apresenta-se mais competitivo que cinco países do top 10, casos da Espanha, EUA e Reino Unido, nos “recursos humanos, culturais e naturais” está melhor posicionado que a França, a Grécia e a Itália e no “ambiente empresarial e infra-estrutura” tem melhor desempenho que a Grécia e a Itália.

Rankings e Índices de Competitividade Viagens e Turismo 2008

nº de ordem em 130 países

País	Índice Global		Sub-índices					
			Quadro regulatório		Ambiente empresarial e infra-estrutura		Recursos humanos, culturais e naturais	
	Rank	Pontuação	Rank	Pontuação	Rank	Pontuação	Rank	Pontuação
Suíça	1	5,63	1	5,94	2	5,55	3	5,39
Áustria	2	5,43	4	5,86	8	5,27	7	5,16
Alemanha	3	5,41	6	5,67	3	5,43	9	5,13
Austrália	4	5,34	30	5,23	11	5,18	1	5,61
Espanha	5	5,30	28	5,24	5	5,32	4	5,33
Reino Unido	6	5,28	26	5,28	6	5,32	5	5,26
EUA	7	5,28	49	4,75	1	5,58	2	5,52
Suécia	8	5,27	9	5,62	15	5,05	8	5,15
Canadá	9	5,26	23	5,31	4	5,40	10	5,07
França	10	5,23	12	5,57	7	5,28	12	4,85
Portugal	15	5,09	14	5,50	22	4,83	11	4,93
Grécia	22	4,92	17	5,46	30	4,63	18	4,66
Itália	28	4,84	41	4,99	24	4,77	15	4,74

Fonte: World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008
Nota: A pontuação varia entre 1 e 7 (mais competitivo).

⁸ Constante da publicação *Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*, divulgada em Março de 2008. Na generalidade, os dados que servem de base à construção do Índice de Competitividade Viagens e Turismo 2008 reportam-se a 2007, 2006 e 2005.

3. Caracterização e evolução recente da actividade turística em Portugal

3.1 Proveniência dos turistas

A grande maioria dos turistas que visita Portugal é proveniente da Europa, particularmente dos países da UE. Relativamente aos seus países de residência, de acordo com o INE⁹, em 2007 a Espanha com 21,6% constituiu a principal origem das entradas de turistas em Portugal, seguindo-se o Reino Unido (18,9%), a França (15,1%) e a Alemanha (9,8%) (Quadro 5 e Figura 2). Entre 2006 e 2007, as entradas de turistas com crescimentos mais acentuados tiveram origem na Suíça, na França e nos EUA.

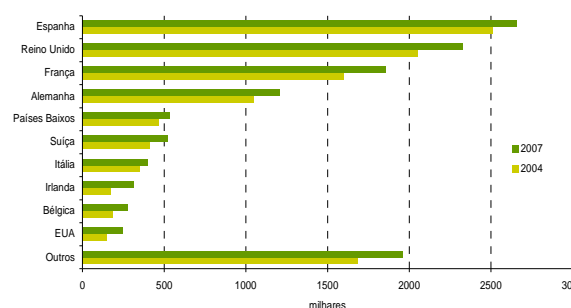
Se considerarmos os 11,4 milhões entradas de excursionistas não residentes, através da fronteira rodoviária, (48% do total de visitantes não residentes), constata-se que em 2007, a Espanha contribuiu com cerca de 99% daquele número.

Quadro 5 - Estrutura das Entradas de Turistas não residentes por países de residência (%)

Países	Entradas de Turistas (Milhares)			Taxa de Variação (%)		Estrutura (%)		
	2004	2006	2007	2007/04	2007/06	2004	2006	2007
Espanha	2 514	2 497	2 661	5,8	6,6	23,6	22,1	21,6
Reino Unido	2 052	2 254	2 326	13,4	3,2	19,3	20,0	18,9
França	1 598	1 501	1 859	16,3	23,8	15,0	13,3	15,1
Alemanha	1 047	1 191	1 212	15,7	1,7	9,8	10,6	9,8
Suíça	411	417	537	30,5	28,9	3,9	3,7	4,4
Países Baixos	470	515	526	12,0	2,2	4,4	4,6	4,3
Itália	350	384	402	14,6	4,4	3,3	3,4	3,3
Irlanda	174	267	314	80,6	17,2	1,6	2,4	2,5
Bélgica	184	254	281	52,8	10,3	1,7	2,3	2,3
EUA	151	204	245	61,5	19,9	1,4	1,8	2,0
Outros	1 688	1 798	1 960	16,1	9,0	15,9	15,9	15,9
TOTAL	10 639	11 282	12 321	15,8	9,2	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEE, com base no INE - Inquérito ao Movimento de Pessoas nas Fronteiras, 2004-2007
Nota: Movimentos de turistas referentes às fronteiras rodoviária e aérea.

Figura 2 - Entradas de turistas não residentes, por países de residência, 2004 e 2007



Fonte: GEE, com base no INE - Inquérito ao Movimento de Pessoas nas Fronteiras, 2004-2007

A maioria dos turistas que se desloca a Portugal utiliza o transporte aéreo, atingindo os 60% em 2007 (Caixa 4).

Caixa 4 - Indicadores de tráfego aéreo

A maioria dos turistas que se desloca a Portugal utiliza o transporte aéreo, cerca de 60% em 2007, segundo dados do INE¹⁰. Em 2007, o tráfego aéreo em Portugal, de acordo com a ANA Aeroportos de Portugal, envolveu cerca de 26,7 milhões de passageiros, crescendo 22,1% face a 2004 (mais 4,8 milhões de passageiros), com os aeroportos do Porto e de Lisboa a registarem as maiores subidas no movimento de passageiros¹¹, respectivamente, 25,3% e 35,4% e com Lisboa a ser responsável por cerca de 56% do acréscimo total, ou seja, por mais 2,7 milhões de passageiros. Por seu lado, os voos ascenderam a cerca de 276,8 mil no total a que correspondeu um aumento de cerca de 12,4% em relação a 2004.

Considerando o movimento de passageiros desembarcados de voos internacionais *low cost* em 2007¹² verificou-se um acréscimo de 36,1% em relação ao período homólogo, ascendendo a cerca de 31,6% o seu peso no total dos passageiros desembarcados de voos internacionais.

Tráfego aéreo em 2004, 2006 e 2007

Aeroportos	Nº de voos				Nº de passageiros			
	2004	2006	2007	Taxa variação 2007/2004 (%)	2004	2006	2007	Taxa variação 2007/2004 (%)
Lisboa	122 206	132 456	139 519	14,2	10 705 206	12 314 314	13 392 069	25,1
Porto	43 725	47 067	50 745	16,1	2 944 135	3 402 816	3 986 748	35,4
Faro	32 580	37 431	40 253	23,6	4 643 626	5 089 672	5 470 472	17,8
Açores (1)	18 418	20 222	21 499	16,7	1 129 353	1 241 199	1 281 021	13,4
Madeira (2)	29 273	28 550	24 802	- 15,3	2 440 811	2 513 909	2 564 243	5,1
TOTAL	246 202	265 726	276 818	12,4	21 863 131	24 561 910	26 694 553	22,1

Fonte: ANA Aeroportos de Portugal

Notas: (1) - Inclui os aeroportos de Ponta Delgada, S. Maria, Horta e Flores; (2) - Inclui os aeroportos do Funchal e do Porto Santo.

⁹ Inquérito ao Movimento de Pessoas nas Fronteiras, 2004-2006

¹⁰ Inquérito ao Movimento de Pessoas nas Fronteiras, 2007

¹¹ Inclui embarcados e desembarcados, nacionais e internacionais

¹² Fonte: Turismo de Portugal, O Turismo em Números, Janeiro de 2008

Considerando as **dormidas** nos estabelecimentos hoteleiros em Portugal, em 2007 verifica-se que estão concentradas em cerca de 10 países (82% do total do Estrangeiro), sendo 9 países da UE15 e os EUA. Neste ano, o número de dormidas de turistas estrangeiros em Portugal situou-se em cerca de 26,8 milhões, mais cerca de 6% e 13,6% em relação a 2006 e 2002¹³, respectivamente. O Reino Unido ocupou a 1ª posição com 7,7 milhões de dormidas, representando 27,1% do total, seguido da Alemanha (3,9 milhões e 14,4%) e da Espanha (3,4 milhões e 11,9%), (Quadro 6 e Figura 3).

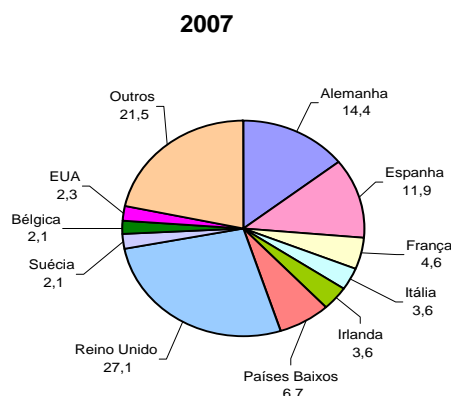
Quadro 6 - Dormidas e Estada Média por países de residência habitual

Dormidas por países de residência habitual						Estada média por países de residência habitual					
Países de Residência	2002	2006	2007	Taxa variação 2006/2002 (%)	Taxa variação 2007/2006 (%)	Países de Residência	2002	2006	2007	Variação 2007-2002	Variação 2007-2006
Reino Unido	7 406	7 258	7 705	4,0	6,2	Irlanda	7,1	5,6	5,4	-1,7	-23,4
Alemanha	4 105	3 863	3 851	-6,2	-0,3	Países Baixos	6,0	5,5	5,4	-0,6	-9,4
Espanha	2 068	3 194	3 381	63,5	5,9	Reino Unido	5,6	5,5	5,4	-0,2	-4,0
Países Baixos	1 825	1 794	1 826	0,0	1,8	Alemanha	5,2	5,0	5,0	-0,2	-4,1
França	1 156	1 242	1 442	24,8	16,1	Suécia	5,0	4,8	4,6	-0,4	-7,2
Irlanda	971	967	1 047	7,9	8,3	Bélgica	4,3	3,9	3,8	-0,4	-10,5
Itália	780	953	1 011	29,6	6,0	França	2,6	2,7	2,8	0,3	10,3
EUA	625	624	653	4,4	4,6	Itália	2,4	2,5	2,5	0,1	3,0
Bélgica	529	556	602	13,8	8,3	Espanha	2,3	2,4	2,4	0,1	5,9
Suécia	677	553	518	-23,4	-6,3	EUA	2,4	2,4	2,4	0,0	-1,7
UE (excepto Portugal)	20 486	22 043	23 328	13,9	5,8	UE (excepto Portugal)	4,4	4,1	4,0	-0,4	-9,3
Estrangeiro	23 563	25 217	26 769	13,6	6,2	Estrangeiro	4,2	3,9	3,8	-0,4	-8,9
Portugal	10 646	12 350	12 968	21,8	5,0	Portugal	2,2	2,1	2,1	-0,1	-5,7
Total Geral	34 209	37 567	39 737	16,2	5,8	Total Geral	3,2	3,0	3,0	-0,3	-8,3

Fonte: GEE, com base no INE, Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria 2002, 2006 e 2007

Em termos de **estada média** de hóspedes¹⁴ constata-se que entre 2002 e 2007, a estada média de estrangeiros em estabelecimentos hoteleiros diminuiu de 4,2 para 3,8 noites, com a maior queda (-1,7 noites) a verificar-se nos residentes na Irlanda, cuja estada média passou de 7,1 para 5,4 noites. Em 2007, os países com estadas médias mais altas foram a Irlanda, o Reino Unido e os Países Baixos, com permanências iguais de 5,4 noites e as mais baixas as da Espanha e dos EUA, com 2,4 noites em cada.

Figura 3 - Dormidas de não residentes, por país de residência habitual -%



Fonte: GEE, com base no INE, Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria 2007

Conforme o Quadro 7, em Portugal, entre 2002 e 2007, as dormidas globais nos estabelecimentos hoteleiros aumentaram cerca de 16%, correspondendo a um acréscimo dos proveitos totais¹⁵ de cerca de 33%. A taxa líquida de ocupação-cama, entre 2006 e 2007¹⁶, aumentou 2 pp, com a maior subida a verificar-se na Região Autónoma

¹³ A escolha de 2002 como ano de comparação ficou a dever-se à alteração efectuada na metodologia de apuramento dos dados dos estabelecimentos hoteleiros pelo INE e que inviabilizou a comparação com os valores dos anos anteriores.

¹⁴ Relação entre o número de dormidas e o número de hóspedes que deram origem a essas dormidas.

¹⁵ Inclui os proveitos de aposento, os proveitos de restauração e outros proveitos decorrentes da própria actividade, como por exemplo, aluguer de salas, lavandaria, telefone, etc.

¹⁶ Optou-se por não incluir o ano de 2002, já que as taxas não são comparáveis com as de 2006 e 2007, uma vez que o INE abandonou a utilização da taxa bruta de ocupação-cama, substituindo-a pela taxa líquida de ocupação-cama, a partir de 2006. A taxa líquida de ocupação-cama

da Madeira (mais 5,5 pp). Refira-se, complementarmente, que a capacidade hoteleira aumentou de cerca de 700 camas entre 2006 e 2007 (passou de 264 037 para 264 747 o número máximo de indivíduos que os estabelecimentos de alojamento turístico colectivo¹⁷ podem alojar, dados referidos a 31 de Julho).

Quadro 7- Dormidas, taxa de ocupação-cama e proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros, por regiões

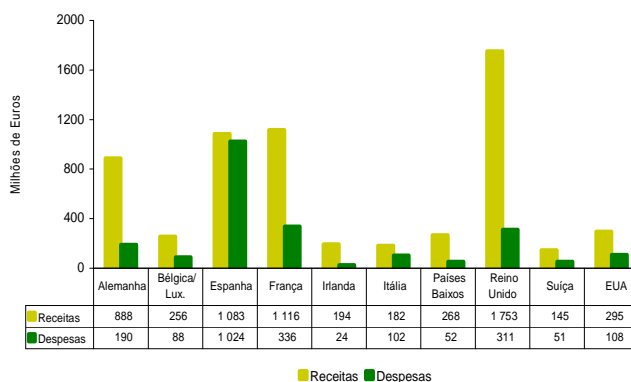
Regiões (NUTS II)	Dormidas (milhares)					Taxa líquida de ocupação-cama (%)			Proveitos totais (milhões de euros)				
	2002	2006	2007	Estutura 2007 (%)	Taxa variação 2007/2002 (%)	2006	2007	Variação 2007-2006 (pp)	2002	2006	2007	Estutura 2007 (%)	Taxa variação 2007/2002 (%)
Portugal	34209	37567	39737	100,0	16,2	40,8	43,0	2,2	1466,1	1752,6	1943,6	100,0	32,6
Continente	27962	30657	32562	81,6	16,5	39,0	41,0	2,0	1192,8	1435,8	1606,8	81,9	34,7
Norte	3262	3844	4229	10,2	29,6	30,1	32,4	2,3	161,7	194,6	208,4	11,1	28,9
Centro	1953	3508	3851	9,3	97,2	27,6	30,1	2,5	83,0	163,1	180,9	9,3	118,0
Lisboa	7548	8163	8679	21,7	15,0	46,4	48,0	1,6	437,4	497,9	577,1	28,4	31,9
Alentejo	904	979	1099	2,6	21,5	28,4	30,3	1,9	42,0	48,3	59,3	2,8	41,0
Algarve	14294	14164	14704	37,7	2,9	44,2	46,0	1,8	468,7	532,0	581,1	30,4	24,0
Reg. A. Açores	778	1180	1184	3,1	52,2	39,3	39,8	0,5	36,1	54,2	55,0	3,1	52,2
Reg. A. Madeira	5469	5729	5990	15,3	9,5	54,8	60,3	5,5	237,1	262,7	281,8	15,0	18,8

Fonte: GEE, com base no INE, Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria 2002, 2006 e 2007

Em termos de receitas e despesas, em 2007, segundo dados do Banco de Portugal, verifica-se que os 10 principais países de origem e destino representam 83% e 78% nos respectivos totais (Figura 4). Os saldos positivos mais significativos referem-se ao Reino Unido, à França e à Alemanha e é de assinalar que o montante das receitas relativo à Espanha está muito próximo do das despesas, ultrapassando-as ligeiramente.

De notar a coincidência de alguns dos principais países emissores (Reino Unido, Alemanha, França, Itália e EUA) com os países do top 10 mundial em despesas efectuadas no turismo (ver ponto 2.1).

Figura 4 - Receitas e Despesas do Turismo, por principais países de origem e destino, 2007



Fonte: Banco de Portugal

3.2 Motivo das viagens

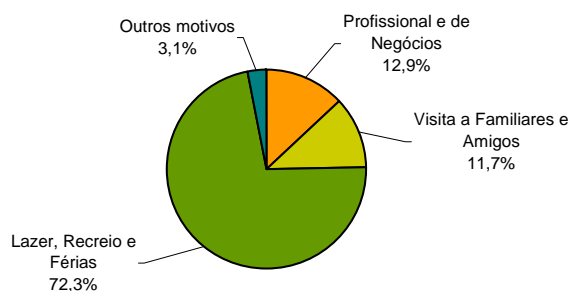
O motivo principal das viagens de turistas para Portugal enquadra-se em “Lazer, Recreio e Férias” que, em 2007, esteve na origem de cerca de 72,3% do movimento das entradas de turistas, seguindo-se o motivo “Profissional e de Negócios”, com 12,9% e o motivo “Visita a Familiares e Amigos”, com 11,7% das entradas (Figura 5). Comparando estes dados para Portugal com a situação a nível mundial, constata-se que existe uma maior concentração na procura de “Lazer, Recreio e Férias” em Portugal do que na média mundial (51%). Simultaneamente, os outros dois motivos representam procuras menos significativas em Portugal.

corresponde à “relação entre o número de dormidas e o número de camas disponíveis no período de referência, considerando como duas as camas de casal”.

¹⁷ Inclui estabelecimentos hoteleiros e similares, outros estabelecimentos de alojamento colectivo e alojamento especializado.

No “Lazer, Recreio e Férias”, Portugal é procurado por cerca de 86% dos turistas provenientes do Reino Unido, aproximadamente 66% dos turistas oriundos de Espanha e 65% da França, países que no conjunto representam cerca de 56% das entradas de turistas em Portugal durante o ano de 2007. No motivo “Profissional e de Negócios”, a Espanha volta a destacar-se com 24% do total das entradas, seguida da Itália com cerca de 23%. Já na “Visita a Familiares e Amigos”, destacam-se a França (18,9%), a Suíça (21,1%) e os EUA (25,4%), países que acolhem significativas comunidades de emigrantes portugueses, (Quadro 8).

Figura 5 – Entradas de Turistas, por motivo principal da viagem, em 2007



Fonte: INE, Inquérito ao Movimento de Pessoas e Fronteiras 2007

No segmento do turismo de negócios, refira-se que de acordo com o *ranking* dos países destino de congressos a nível mundial¹⁸, medido com base no número de congressos realizados, em 2007, Portugal ocupava a 15ª posição (153 congressos), e a 9ª a nível europeu, sendo os três primeiros lugares, a nível mundial, ocupados pelos EUA (467), Alemanha (429) e Espanha (303).

Quadro 8 - Entradas de Turistas não residentes por países de residência, segundo o motivo principal da viagem (fronteira aérea e rodoviária) – 2007

Países	Entradas de Turistas (Milhares)					Peso no total de cada país (%)			
	TOTAL	Lazer, Recreio e Férias	Visita a Familiares e Amigos	Profissional e de Negócios	Outros Motivos	Lazer, Recreio e Férias	Visita a Familiares e Amigos	Profissional e de Negócios	Outros Motivos
Espanha	2661	1753	209	641	58	65,9	7,9	24,1	2,2
Reino Unido	2326	1993	174	106	54	85,7	7,5	4,5	2,3
França	1859	1214	352	209	85	65,3	18,9	11,2	4,6
Alemanha	1212	904	124	153	30	74,6	10,2	12,7	2,5
Suíça	537	385	113	22	17	71,6	21,1	4,1	3,1
Países Baixos	526	438	35	43	10	83,3	6,6	8,2	1,9
Itália	402	256	27	91	28	63,9	6,7	22,6	6,9
Irlanda	314	285	11	10	7	91,0	3,6	3,1	2,3
Bélgica	281	205	30	38	8	73,1	10,8	13,4	2,7
EUA	245	144	62	28	10	58,9	25,4	11,5	4,1
Outros	1960	1330	299	255	75	67,9	15,3	13,0	3,8
TOTAL	12321	8908	1436	1595	381	72,3	11,7	12,9	3,1

Fonte: INE, Inquérito ao Movimento de Pessoas nas Fronteiras, 2007

A análise que segue tem por base o Relatório Anual de Pesquisa 2007¹⁹, divulgado pelo Turismo de Portugal, I.P., em que são tratados, na óptica da motivação, nove produtos turísticos estratégicos que se enquadram no “Lazer, Recreio e Férias”. Assinale-se, que no âmbito do PENT estão definidas orientações que visam a consolidação e desenvolvimento dos dez produtos turísticos estratégicos, cuja descrição consta da Caixa 5.

Os resultados deste relatório do Turismo de Portugal, I.P, que “representam a realidade do período temporal compreendido entre Junho de 2006 e Julho de 2007”, mostram que cerca de 90% das visitas a Portugal são explicadas por 5 Motivações Primárias²⁰: Sol e Mar (37,8%), *Touring Cultural* e Paisagístico (29,7%), Turismo de

¹⁸ Fonte: ICCA (*International Congress & Convention Association*).

¹⁹ Sob o tema “Determinação da Representatividade das Motivações Primárias e Estádio de Satisfação dos Turistas em Portugal”

²⁰ No relatório são analisadas 9 motivações: Sol e Mar, *Touring Cultural* e Paisagístico, Turismo de Natureza, *City Break*, Golfe, Saúde e Bem-Estar, Turismo Residencial, Turismo Náutico, *Tours* de Gastronomia e Vinhos. O Turismo Profissional e de Negócios não foi considerado, ainda que integre os dez produtos estratégicos do PENT.

Natureza (8,2%), *City Break* (7,6%) e Golfe (7,1%). Contudo, o relatório refere que em relação às duas motivações primárias mais significativas existe *cross-touring*, ou seja, as motivações secundárias são recíprocas das primárias entre si.

Caixa 5 - Descrição dos 10 produtos estratégicos do PENT	
OS DEZ PRODUTOS ESTRATÉGICOS	
Sol e Mar	Requalificar o produto Sol e Mar, com prioridade no Algarve Apostar no desenvolvimento de actividades complementares que reforcem a proposta de valor para o turista
Touring Cultural e Paisagístico	Criar rotas temáticas Enriquecer a experiência nos principais locais de atracção Assegurar a adopção de padrões de qualidade ao longo de toda a cadeia de valor
City Break	Melhorar a acessibilidade a Lisboa e Porto Melhorar a experiência dos turistas, em especial no Porto, estruturando itinerários temáticos, diversificando acções de animação
Turismo de Negócios	Consolidar a oferta para congressos de grandes dimensões em Lisboa e desenvolve-la no Algarve; Desenvolver o segmento das pequenas reuniões em Lisboa, Porto, Algarve e Madeira
Turismo de Natureza	Intervir para melhorar as infra estruturas de acolhimento, alojamento e visitação; Melhorar a sinalética e os percursos na natureza; Desenvolver a oferta, assegurando a preservação das áreas protegidas
Turismo Náutico	Desenvolver a "invernagem activa"; Investir nas condições de atracagem e construções de portos de abrigo ao longo da costa, para além de marinas e portos de recreio nas regiões prioritárias; No segmento de cruzeiros, melhorar as condições dos terminais e criar novas rotas
Saúde e Bem-estar	Crescimento em qualidade (não em quantidade); Promover a criação de <i>Resorts</i> Integrados com ofertas associadas (ex. golfe, spa); Privilegiar sistemas de gestão turística centralizada nos <i>resorts</i>
Golfe	Aproveitar as condições e os recursos naturais e culturais do Douro, Alentejo e Centro, em matéria de Gastronomia e Vinhos; Estruturar o produto, adequando museus e caves à actividade turística (ex. pessoal qualificado, horários); Estimular a venda de produtos de denominação de origem (vinhos, queijos), a oferta de refeições gastronómicas de demonstração, etc.
Resorts Integrados e Turismo Residencial	
Gastronomia e Vinhos	

Fonte: Plano Estratégico Nacional para o Turismo, Resolução do Conselho de Ministros nº 53/2007, de 14 de Abril.

3.3 Preferências a nível regional

Em termos de **estrutura regional**, em 2007, (Quadro 7), o Algarve permanece a região que atraiu mais visitantes (37,7% das dormidas), assim como a que contabilizou mais proveitos (30,4% do total), seguida de Lisboa que, neste último indicador, atingiu 28,4% dos proveitos totais, muito próxima do Algarve, ainda que nas dormidas representasse 21,7% (menos 10% que o Algarve). A Região Autónoma da Madeira foi a 3ª região mais procurada (15,3% do total das dormidas) e manteve a taxa de ocupação-cama mais elevada, com 60,3% em 2007. As regiões do Centro e dos Açores, ainda que pesem pouco no total das dormidas (9,3% e 3,1%), foram as que registaram maiores crescimentos entre 2002 e 2007 (respectivamente 97,2% e 52,2%).

Quadro 9 - Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, por regiões e principais países de residência, 2007

Região	Portugal		Norte		Centro		Lisboa		Alentejo		Algarve		Reg. A. Açores		Reg. A. Madeira	
	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)	Milhares	Peso (%)
Reino Unido	7 705,1	35,0	155,5	11,7	77,6	6,9	555,6	12,7	21,2	10,2	5 399,0	51,7	48,5	13,3	1 447,7	34,5
Alemanha	3 851,1	17,5	144,4	10,9	91,0	8,1	535,7	12,2	28,5	13,7	1 526,2	14,6	63,3	17,4	1 462,2	34,9
Espanha	3 380,9	15,3	548,1	41,3	438,0	39,0	1 332,7	30,4	69,7	33,7	712,1	6,8	30,5	8,4	249,8	6,0
Países Baixos	1 825,9	8,3	56,9	4,3	38,7	3,4	213,1	4,9	15,2	7,3	1 255,5	12,0	42,4	11,7	204,1	4,9
França	1 442,3	6,5	179,7	13,5	155,4	13,8	489,5	11,2	27,7	13,4	261,8	2,5	19,5	5,4	308,8	7,4
Irlanda	1 047,3	4,8	21,9	1,6	41,4	3,7	97,1	2,2	1,9	0,9	819,0	7,8	9,4	2,6	56,6	1,4
Itália	1 010,5	4,6	113,9	8,6	176,1	15,7	489,1	11,1	16,9	8,2	84,4	0,8	9,0	2,5	121,0	2,9
EUA	652,7	3,0	56,0	4,2	64,4	5,7	374,4	8,5	14,1	6,8	80,1	0,8	35,1	9,7	28,5	0,7
Bélgica	602,1	2,7	36,5	2,7	27,7	2,5	184,8	4,2	9,3	4,5	192,9	1,8	5,6	1,5	145,3	3,5
Suécia	518,4	2,4	15,6	1,2	13,4	1,2	115,8	2,6	2,6	1,2	103,1	1,0	100,4	27,6	167,6	4,0
Sub-total	22 036,4	100,0	1 328,5	100,0	1 123,8	100,0	4 387,7	100,0	207,1	100,0	10 434,1	100,0	363,7	100,0	4 191,6	100,0
Portugal	12 968,1	32,6	2 470,9	58,4	2 456,0	63,8	2 516,6	29,0	832,7	75,8	3 348,3	22,8	537,7	45,4	805,8	13,5
Estrangeiro	26 768,5	67,4	1 758,1	41,6	1 395,2	36,2	6 162,5	71,0	265,8	24,2	11 356,0	77,2	646,7	54,6	5 184,2	86,5
UE	23 328,0	58,7	1 390,2	32,9	1 155,8	30,0	4 495,0	51,8	207,9	18,9	10 748,9	73,1	540,3	45,6	4 790,0	80,0
Total Geral	39 736,6	100,0	4 229,0	100,0	3 851,2	100,0	8 679,0	100,0	1 098,6	100,0	14 704,4	100,0	1 184,4	100,0	5 990,0	100,0

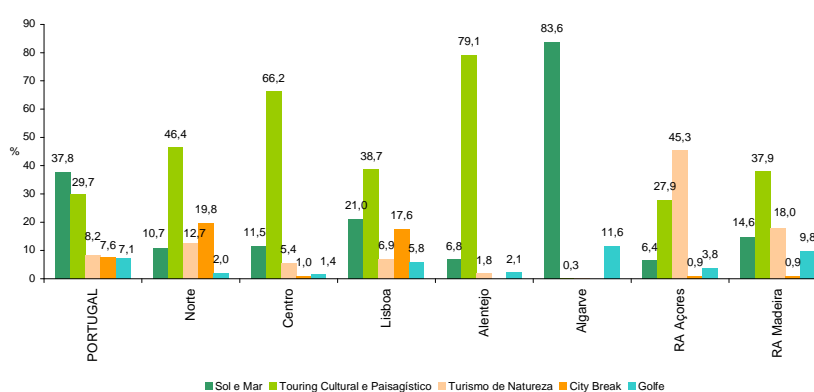
Fonte: Cálculos GEE, com base em INE, Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria 2007

Em 2007 e em termos de destino turístico regional (Quadro 9), a Região Autónoma da Madeira, o Algarve, Lisboa e a Região Autónoma dos Açores conquistaram mais turistas estrangeiros que nacionais, ao invés das restantes

três regiões. O Algarve e a Região Autónoma da Madeira atraíram preferencialmente os residentes no Reino Unido, no caso do Algarve de um modo destacado (51,7%) e na Madeira é ligeiramente ultrapassado pela Alemanha, com respectivamente, 34,5% e 34,9% no total da região. Nas regiões do Norte, Centro, Lisboa e Alentejo foram os visitantes Espanhóis que predominaram, oscilando entre os 41,3% no Norte e os 30,4% em Lisboa. A Região Autónoma dos Açores atraiu maioritariamente turistas Suecos e Alemães, que representaram no conjunto cerca de 45% do total das dormidas dos 10 principais países emissores na região.

Retomando o Relatório Anual de Pesquisa 2007, através da Figura 6 é possível extrair algumas observações relativas às motivações primárias que levam à procura das regiões para visita, sobressaindo a motivação Sol e Mar, que tem forte incidência no Algarve, e em seguida o *Touring Cultural e Paisagístico* que, com excepção do Algarve e da Região Autónoma dos Açores, representa o motivo principal nas outras regiões, evidenciando um carácter transversal mais significativo. A Região Autónoma dos Açores é particularmente procurada para Turismo da Natureza. Por motivação, as maiores concentrações, em termos absolutos, referem-se ao *City Break* (Lisboa e Norte), ao Sol e Mar e ao Golfe (ambos Algarve e Lisboa).

Figura 6 - Principais motivações primárias, por região (%)



Fonte: Turismo de Portugal, I.P., Relatório Anual de Pesquisa 2007

4. Conclusões Gerais

Tendo em consideração a informação analisada, podem-se realçar algumas apreciações genéricas relativas à importância e evolução da actividade turística, em Portugal, nos anos mais recentes:

- ◆ No contexto do **turismo mundial**, em 2007, Portugal evidenciou uma evolução positiva nas chegadas de turistas (acréscimo de 1 milhão), a que corresponde uma quota de mercado de 1,4%. Num conjunto de 132 países, subiu uma posição entre 2006 e 2007 (20º lugar). Em termos de receitas, Portugal manteve o 23º lugar em 2007 (quota de mercado de 1,2%), apesar de ter registado um crescimento de 10,8%.
- ◆ Para 2006 e 2007 estima-se um maior crescimento do **contributo do turismo** para a economia, na ordem dos 9,5% (face a 2% em 2005), com incrementos mais acentuados do VAB do Turismo em comparação com os da economia. O peso do **consumo turístico no PIB** tem vindo a recuperar, atingindo 10,5% em 2007 face a 9,1% em 2003. Entre 2001 e 2005, o **emprego do turismo** cresceu sempre acima da economia, com excepção do ano de 2002. Desde 2001, o peso das **receitas do turismo** na exportação de Bens e Serviços tem vindo a descer, passando de 16,2% em 2001 para 13,5% em 2007, devido essencialmente ao crescimento mais acentuado dos outros serviços, principalmente em 2006 e 2007.
- ◆ A grande maioria dos turistas que visita Portugal é **proveniente** da Europa, particularmente dos países da UE, destacando-se a Espanha e o Reino Unido. Em 2007, o número de dormidas de turistas estrangeiros em Portugal situou-se em cerca de 26,8 milhões, com o Reino Unido a ocupar a 1ª posição, seguido da

Alemanha e da Espanha. Entre 2006 e 2007, as entradas de turistas com crescimentos mais acentuados tiveram origem na Suíça, na França e nos EUA. Nas receitas, por ordem decrescente, em 2007, os contributos mais significativos couberam ao Reino Unido, à França e à Espanha. Neste mesmo ano, cerca de 60% das deslocações de turistas a Portugal foram efectuadas por via aérea.

- ◆ O **motivo principal da visita** a Portugal concentra-se em actividades de “Lazer, Recreio e Férias”, seguido de razões de ordem “Profissional e Negócios” e finalmente para a “Visita a Familiares e Amigos”. No “Lazer, Recreio e Férias” predominam os turistas provenientes do Reino Unido, Espanha e França, no “Profissional e Negócios” Portugal é mais procurado por Espanhóis e Italianos e a “Visita a Familiares e Amigos” tem origem na França, Suíça e EUA, países que acolhem significativas comunidades de emigrantes portugueses. No âmbito do “Lazer, Recreio e Férias”, no período de Junho de 2006 a Julho de 2007, a quase totalidade das visitas a Portugal dirigem-se maioritariamente aos produtos Sol e Mar e *Touring Cultural* e Paisagístico.
- ◆ Em termos de **estrutura regional**, em 2007, o Algarve permaneceu a região mais procurada, seguida de Lisboa e da Região Autónoma da Madeira. As regiões do Centro e dos Açores, ainda que pesem pouco no total das dormidas, foram as que registaram maiores crescimentos entre 2002 e 2007. O Algarve atraiu preferencialmente os residentes no Reino Unido enquanto que a Região Autónoma da Madeira foi procurada, em proporção idêntica, por Alemães e Ingleses. Nas regiões do Norte, Centro, Lisboa e Alentejo foram os visitantes Espanhóis que predominaram enquanto que a Região Autónoma dos Açores atraiu maioritariamente turistas Suecos e Alemães. O Algarve, Lisboa e a Região Autónoma da Madeira, por ordem decrescente, foram as regiões que contabilizaram mais proveitos em 2007
- ◆ O papel do Estado português tem-se caracterizado por uma acção impulsionadora da actividade turística. Para o efeito, disponibiliza mecanismos de apoio a iniciativas de empreendedores que queiram investir no sector em Portugal, nomeadamente, através de apoios financeiros, incentivos fiscais e um ambiente empresarial mais desburocratizado.