

Capítulo 2 – Caracterização do Turismo

2.1– Noções importantes e visão global

Quando se fala de turismo existe a perspectiva que “Com a evolução do seu âmbito, ocorrida nos últimos anos, e com as diferentes visões envolvidas (sociológicas, culturais, geográficas, económicas, ocidentais, orientais), não é fácil encontrar um consenso quanto a um conceito de turismo aceite universalmente” (Cunha & Abrantes, 2013, p.17).

Neto (2013) tem, no entanto, uma explicação holística de turismo, referindo que é um todo e exige uma visão onde tudo é importante, regiões, produtos, ofertas, setores, empresas, profissões e, principalmente, seres humanos em todas as expressões e dimensões. Esta visão não é apenas justa, como é vital para o próprio turismo. No entanto, muda na perceção da abordagem do que o rodeia, ou seja, nas atitudes, comportamentos e reações, porque os turistas são todos diferentes uns dos outros.

A proteção da biodiversidade, combate à pobreza, desenvolvimento das comunidades locais, o desenvolvimento sustentável, o progresso social e a preservação de respeito pelas diversidades culturais do planeta são, segundo Rifai (2015), os pontos na ordem de trabalhos de uma área, que como o turismo, contínua a ter um crescimento visível, apesar de choques geopolíticos, desastres naturais, epidemias e problemas económicos. O turismo ao revitalizar a cultura, traz, desta forma, o respeito pelas nossas diferenças e diversidades e faz prestar atenção a quem somos realmente.

Nota-se desta forma, a preocupação que a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2015) tem em por as pessoas no centro da missão e valores no que ao turismo diz respeito. A responsabilidade através do trabalho conjunto entre todas as nações revela-se fundamental no que respeita aos direitos humanos, à paz e à dignidade para todos.

Após os factos evidentes salientados passa-se então ao que são os conceitos mais técnicos de turismo. Estes, expostos no Quadro 1, são assim menos complexos do que se prevê, mas o que se analisou traduz uma visão mais abrangente do que é verdadeiramente turismo, apesar do seu conceito ser sempre um livro aberto.

Quadro 1 – Principais definições de turismo

Turismo	Conjunto de atividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer essas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e outras. Conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as suas viagens fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros.
Viajante	Qualquer pessoa que se desloca entre dois ou mais países (viajante internacional) ou entre duas ou mais localidades do seu país de residência habitual (viajante doméstico). Qualquer pessoa que viaja para fora do seu local habitual por menos de 12 meses consecutivos e cujo motivo principal não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado.
Turista	Visitante que permanece, pelo menos, uma noite no local visitado (não necessariamente em alojamento pago).
Visitante do dia (excursionista)	Visitante que não permanece uma noite no local visitado

Fonte: Adaptado de Cunha & Abrantes (2013)

A evolução do turismo e as suas características depende do que foram as passagens cronologicamente importantes na história da humanidade. Cunha (2013) refere que foi o progresso social e económico, operado no século XIX, que permitiu o acesso às viagens à generalidade das populações. O progresso da ciência, a revolução industrial, a multiplicação das trocas e o desenvolvimento dos transportes dão um novo impulso às viagens, que começam a encontrar a sua verdadeira identidade. Já no século XX em plena idade contemporânea, o início do reconhecimento das férias pagas faz com que o turismo passe a ter organizações nacionais e internacionais destinadas à sua promoção.

No entanto, segundo Cunha (2013) já vinham conceitos desde os primórdios das civilizações na idade clássica ou primitiva, que nem sequer deixam localizar no tempo o início das primeiras viagens, tendo os Sumérios criado as condições para o seu desenvolvimento.

No Quadro 2 faz-se uma síntese da cronologia do que foram as grandes migrações, viagens e realizações com influência no turismo, ficando decerto algumas passagens importantes por descrever.

Quadro 2 – Cronologia histórica influente no turismo

Data	Acontecimento
2800 a.C.	Começo das construções das pirâmides do Egipto.
2000-332 a.C.	Fenícios viajam por todo o mediterrâneo.
777 a. C.	Começo dos jogos olímpicos na Grécia.
79	Em Roma o coliseu recebe os seus primeiros visitantes.
800-1110	Os vikings exploram a Islândia, Gronelândia e a costa norte da América.
1075	Construção da catedral de Santiago de Compostela.
1119	Fundação da Ordem dos Templários.
1215	Fundação da Magna Carta que inclui o direito de viajar.
1225	Publicação do guia dos peregrinos.
1271-1295	Marco Polo viaja para o Ocidente.
1325-1354	Peregrinações a Meca, Índia, China, Espanha e Egipto.
1412	Fundação da escola náutica de Sagres pelo Infante Don Henrique.
1492	Cristovão Colombo chega à América.
1494	Assinatura do tratado de Tordesilhas.
1498	Descoberta do caminho marítimo para a Índia por Vasco da Gama.
1523	Chegada dos Portugueses ao Japão.
1665	Colbert vigia as tarifas dos Albergues e dos Hoteleiros.
1675	Primeira viagem termal entre Chester e Londres.
1687	Papin constrói o barco a vapor.
1785	Primeira travessia do canal da mancha em balão.
1800	Napoleão com a construção de uma estrada faz surgir os primeiros hotéis na Suíça.
1802	Introdução do passaporte em França.
1814	Stephenson cria a primeira locomotiva a vapor.
1817	Primeira travessia do Atlântico a vapor.
1825	Inauguração da primeira linha de ferro.
1826-1840	Iniciam-se os primeiros serviços de caminho-de-ferro nos Estados Unidos.
1830	Inauguração da linha de ferro Liverpool-Manchester.
1840	Fundação da Agência de Viagens Abreu.
1841	Thomas Cook organiza a primeira excursão em «comboio especial».

Data	Acontecimento
1850	Thomas Bennet organiza viagens especiais para Oslo.
1864	Primeira viagem coletiva internacional organizada por Cook (Suíça).
1873	Criação da American Express Companie,
1878	O Engandier Cul é o primeiro hotel do mundo eletrificado.
1883	Primeiro veículo automóvel a petróleo entra em serviço.
1888	Dunlop inventa o pneu.
1895	Primeiro veículo automóvel equipado com pneus.
1896	Jogos olímpicos modernos de Atenas.
1898	Primeira inauguração do Hotel Ritz em Paris.
1903	Irmãos Wright voam pela primeira vez.
1908	Henry Ford introduz o famoso automóvel modelo T.
1911	Criação organização oficial do turismo Português.
1914	Conceção de facilidades governamentais à construção de hotéis em Portugal.
1920	A KLM organiza o primeiro voo de Londres para Amesterdão
1921	Instituição, em Portugal, da organização turística local.
1926	Criação das primeiras companhias aéreas nos Estados Unidos.
1930	Criação da Comissão de propaganda do Turismo de Portugal no estrangeiro.
1936	Promulgação da lei que concede direito às férias pagas.
1939	Primeiros voos comerciais entre Europa e Estados Unidos da América.
1947	Criação da Comissão Europeia de Turismo.
1956	A França estabelece três semanas legais de férias.
1958	A Boing produz o B 707 (avião comercial a jato criado nos Estados Unidos). O Bank of America lança o Bank American Card (atual VISA).
1969	Homem chega à Lua.
1971	A Pacific Southwest Airlines inicia voos de baixo custo (low cost).
1989	Queda do muro de Berlim.
1991	Assinatura do Tratado de Maastricht (criação da União Europeia).
1992	Entrada em funcionamento do Mercado Único Europeu.
1994	Início da «Idade das Viagens» (Organização de serviços turísticos vários).
1995	Entrada em vigor dos acordos de Schengen (circulação de pessoas)
2001	Primeiro turista no espaço.
2002	Entrada em vigor do Euro.
2004	Alargamento da União Europeia para 25 países.
2007	Alargamento da União Europeia para 27 países.

Data	Acontecimento
2008	Primeiro voo intercontinental com mais de 800 passageiros.
2011	Enviada sonda para Marte à velocidade de 21 000 km/hora.

Fonte: Adaptado de Cunha (2013)

Segundo a OMT (2014), o número de turistas internacionais aumentou 5% em 2013, conseguindo a meta de 1 bilião e 87 milhões de turistas. Em 2012, foi o ano em que a marca de 1 bilião tinha sido superada internacionalmente, verificando-se igualmente uma escalada de crescimento.

A OMT (2015) adianta, que em 2014, este número voltou a crescer numa quota de 4,4% em relação ao ano anterior, atingindo 1 bilião e 135 milhões de turistas, movimentando no total cerca de 1,5 triliões de dólares. Rifai (2015) refere que com um cenário de baixa de preços, atendendo ao que o turismo cresceu em 2014, estima-se que o turismo vá continuar a crescer. Estimulando a economia, aumentando exportações e criando empregos.

A Europa contínua a ser a região que está na linha da frente, no entanto e no que respeita a gastos, segundo a OMT (2015), Portugal tem a vantagem de contar com a possibilidade de poder desenvolver melhores estratégias para aqueles que são os seus mercados prioritários. Alemanha, Reino Unido, França e Brasil continuam a fazer parte dos chamados 10 mercados que mais gastam no mundo em viagens turísticas, a Alemanha foi o terceiro país que mais gastou em turismo durante o ano de 2014.

Segundo Neto (2013), na década de 1990-2000, Portugal tinha registado um crescimento de 8 para 12 milhões de turistas, ou seja, uma média de 4,2% ao ano. No entanto, metade dos 4 milhões verificou-se entre 1997 e 2000, tendo atingido o valor de 12,2 milhões de turistas estrangeiros em 2001.

De seguida analisa-se a diferença em relação aos nossos mercados concorrentes portugueses. Convém verificar sobretudo o que se passou na década 2000-2010, Portugal perdeu quota de mercado ao nível do turismo numa fase de crescimento.

2.1.1- Análise dos mercados concorrentes

Na Figura 1 pode-se verificar a nível geográfico onde se situam os principais concorrentes de Portugal ao nível do turismo. Conforme Neto (2013), Marrocos, Espanha, França, Tunísia, Itália, Croácia, Grécia, Egipto e Turquia oferecem também eles para além do sol e mar, um vasto património cultural material e imaterial para descobrir.

Figura 1 – Países concorrentes de Portugal no turismo



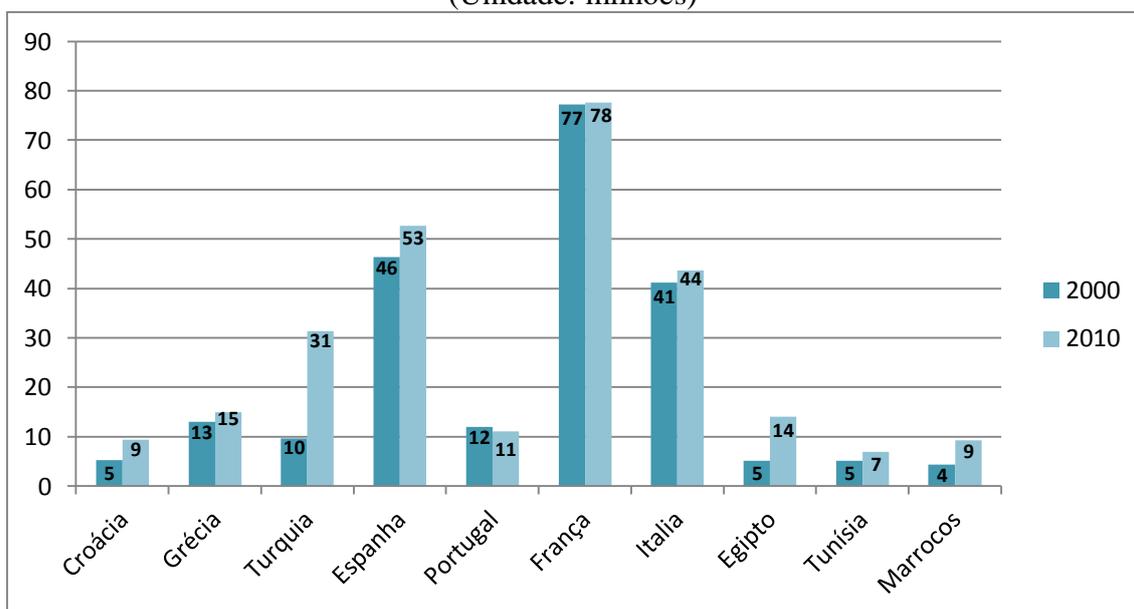
Fonte: www.guiageo-europa.com

Como refere Neto (2013), baseando-se em dados da OMT (2012), o Mundo obteve um crescimento de 266 milhões de turistas na década 2000-2010, cerca de 40% em relação à última década e 116% nos últimos 20 anos. A Europa cresceu no período 2000-2010 cerca de 90 milhões de turistas, ou seja, 23% em relação aos últimos 10 anos. Como todos os países em concorrência com Portugal obtiveram crescimento positivo, depreendia-se que Portugal apresenta-se, também ele, valores positivos.

Como se pode verificar no Gráfico 1, tal facto não aconteceu. Portugal teve, ao nível de chegadas de turistas internacionais, uma quebra de 12 milhões de turistas em 2000 para 11 milhões de turistas em 2010. De referir que esta quebra dá-se em contraciclo com mundo, Europa e principais concorrentes de Portugal, no que respeita à captação de turistas externos.

No entanto existe uma discrepância a assinalar, segundo Neto (2013), Portugal e Croácia apenas passaram a facultar o número de hóspedes para as estatísticas. Os Países baixam assim nos rankings da OMT e podem ser prejudicados por uma eventual consulta de dados por investidores externos. Sendo este também um fator que não permite fazer comparações diretas de entradas nas fronteiras, desde 2012, ano a partir do qual Portugal deixou de facultar as chegadas de turistas internacionais, facultando apenas o número de hóspedes.

Gráfico 1 – Chegadas de turistas internacionais 2000-2010
(Unidade: milhões)



Fonte: Adaptado de Neto (2013) e OMT (2014)

A situação dos últimos anos, embora não sendo de decréscimo em Portugal, continua com números ao nível dos concorrentes que menor afluxo têm, no que à chegada de turistas internacionais diz respeito.

No que respeita a Países como o Egípto e Tunísia esta situação, infelizmente, até se pode considerar normal, derivada dos constantes focos de instabilidade religiosa, política e conseqüentemente militar. No que diz respeito a Portugal, o crescimento embora progressivo dos últimos anos, não faz com que o País descole do penúltimo lugar de nível competitivo em relação aos mais diretos concorrentes.

2.1.2 - Análise dos Principais Mercados Emissores

No lançamento dos últimos dados preliminares da OMT (2015), Portugal detém, nos seus principais mercados emissores, quatro dos Países que estão entre os 10 Países que mais gastam no turismo a nível mundial. São eles a Alemanha (3.º), o Reino Unido (4.º), a França (6.º) e o Brasil (10.º), sendo estes Países os que maior quota de hóspedes representam para o mercado Português.

Sabendo através de dados prospetivos da OMT (2014), para 2030, que a Europa vai continuar a liderar em termos de preferência dos turistas para viajar, e que o Brasil, apesar de neste momento não apresentar um crescimento económico de outrora, é um País com cerca de mais de 200 milhões de habitantes, Portugal só pode ter a beneficiar com as prospetivas avançadas pela OMT, embora se saiba que nos tempos que correm ao nível de destinos turísticos, têm de ser estes a prepararem-se para receber o turista e não o que se delineou no passado em que se esperava que fosse o turista que, por si só, toma-se a iniciativa de visitar o destino. Segundo o Turismo de Portugal (TP, 2015), com base em dados provisórios do Instituto Nacional de Estatística (INE), Portugal finalizou o ano de 2014 com receitas do turismo de 10,4 mil milhões de euros, mais 1,1 mil milhões do que em 2013 (mais 12,4%).

2.1.3 - Análise Nacional por Regiões

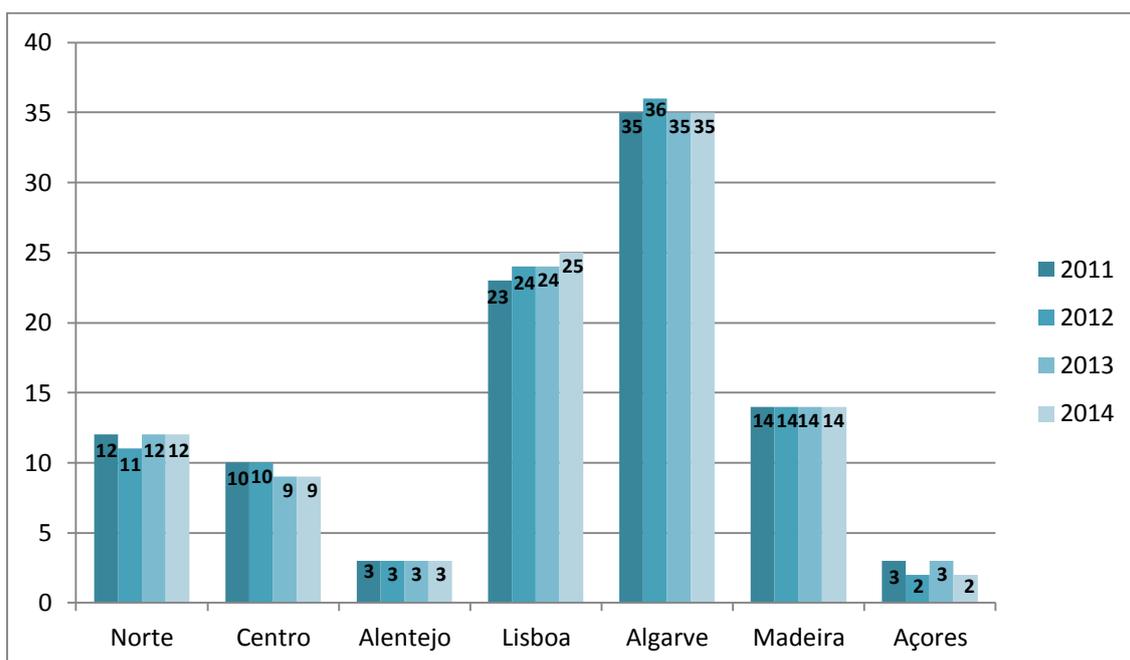
Descendo na escala de análise, a nível global e nacional, analisam-se seguidamente as tendências de nível regional e local, onde se pode verificar a existência de enormes desigualdades ao nível do território nacional. Segundo o TP (2015), as regiões do Algarve, Lisboa e Madeira com 34,2 milhões de dormidas, representaram 74% do movimento global do País. No Gráfico 2, apesar de ser o destino que mais cresceu a nível percentual, no ano de 2014, em dormidas (17,2%), o Alentejo continua a ser no Continente a região com o nível de dormidas mais baixo (1,3 milhões de dormidas), registando o Centro do País cerca de 3 vezes mais em número de dormidas do que a região Alentejana.

“ O Alentejo é talvez uma das maiores vítimas das opções estratégicas oficiais erradas e da demagogia mistificadora e irresponsável da última década. A novela do

Aeroporto de Beja, a paragem brusca do projeto imobiliário/turístico do Alqueva, a encenação da *Ryder Cup* e o marcar passo de algumas ilusões de investidores e autarcas são algumas das provas. Importa tirar ilações.” (Neto, 2013, p.56)

Esta citação fica para reflexão sobre o caminho que tem sido traçado pelos agentes envolvidos, no que às responsabilidades de desenvolvimento turístico da região do Alentejo diz respeito.

Gráfico 2 – Dormidas por Região (Unidade: percentagem)



Fonte: Adaptado de TP (2015) – dados provisórios.

Em 2014, o TP (2015), com base em estatísticas provisórias, tendo como fonte o Banco de Portugal (BP), apura que o saldo da balança turística voltou a subir a nível nacional, o contributo de 7,1 mil milhões de euros do turismo foram indispensáveis para que a balança corrente obtivesse um saldo positivo de 1 mil milhões de euros, ou seja, sem o contributo do turismo a balança corrente atingiria um valor negativo de 6 mil milhões de euros.

2.1.4 - Análise da cidade de Évora

A cidade de Évora tem um peso de 23% das dormidas de todo o Alentejo. Segundo dados do INE (2013), observa-se que essa influência se torna ainda maior quando se analisa apenas o Alentejo Central. Os 70% de quota revelam a importância

que tem para um destino a garantia de ter no seu passado influências que o tornam Património Mundial. O selo da UNESCO é fundamental para este destaque no centro de 14 concelhos.

Pode-se fazer uma comparação em que as 330 149 dormidas de Évora foram superiores às 203 007 registadas nos alojamentos turísticos de todo o Alto Alentejo, bem como em relação às 197 763 que se realizaram segundo o INE (2013) em todo o Baixo Alentejo. Esta comparação revela-se fundamental para uma análise do peso da cidade ao nível da própria Província, bem como das responsabilidades acrescidas, que a mesma, tem ao nível do desenvolvimento do turismo na região.

O Alentejo com 33% da superfície da área que abrange o território fica muito aquém das expectativas, pois também conta apenas com 7,6% da população do Continente. Lisboa, uma das regiões, senão a região com mais proveitos de aposento em alojamentos turísticos, com apenas uma superfície de 3% do território, detém 28% da população de Portugal Continental, o que dá para ter uma ideia das assimetrias regionais existentes a nível nacional e uma das razões que explica as evidências anteriormente expostas.

Antes de se passar a uma análise prospetiva, de referir, que no Anexo I, se encontra pormenorizadamente, mais alguns dados que foram analisados, e que de alguma forma, esclarecem ainda com mais clareza, acerca das realidades do turismo em termos de números, desde o ponto de vista externo até ao que se pode ver a nível estrutural e conjuntural internamente.

2.1.5 – Análise Prospetiva

Os últimos dados disponíveis pela OMT (2016) revelam que o turismo a nível mundial, em 2015, teve um crescimento de 4.4% em relação ao ano de 2014. Traduzido em números, atravessaram as fronteiras cerca de 1,2 biliões de turistas, em 2015, e prevê-se uma subida ainda mais acentuada em 2016.

Regiões como a Europa, América e Ásia/Pacífico registaram subidas ligeiramente acima do índice de referência mundial, ou seja, cresceram em torno dos 5% em 2015, comparativamente ao ano de 2014.

Existe, no entanto, um ponto que é claramente traduzido pela OMT (2016), o turismo não gosta de instabilidades graves e marcantes, por isso pagou preços demasiado elevados com crescimentos muito baixos ou mesmo negativos entre 2000 e 2004, bem como entre 2008 e 2010, momentos em que se viveram os ataques às torres gémeas nos Estados Unidos da América e a crise dos mercados financeiros, com génese também nos Estados Unidos da América.

Os últimos dados provisórios disponíveis, reportados até final de Novembro de 2015, apontam que segundo o INE (2016), Portugal subiu o seu número de hóspedes em 8,6% e aumentou os proveitos globais em 13,1%. O crescimento das dormidas deu-se em todas as regiões do país, mas com uma incidência maior e já esperada derivado da abertura dos voos *low cost* nos Açores que cresceram até finais de 2015 18,5% em dormidas em relação a 2014. O Alentejo conta com um crescimento de 12% em número de dormidas e de 16% em proveitos de aposento. Em termos de hóspedes estrangeiros destaca-se o crescimento do mercado Holandês em cerca de 46,9% e no caso dos Estados Unidos da América, um crescimento de 40,4% em 2015, na relação com o mesmo período de 2014. Será que se perspetivam novas tendências ou apenas coincidências efémeras?

De referir que os principais mercados emissores estrangeiros estratégicos continuam a ser Reino Unido, Alemanha, Espanha e França a nível nacional em termos de proveitos e dormidas. No caso específico do Alentejo, apenas com informação divulgada pelo INE (2016), referente às dormidas, os principais mercados emissores são a Espanha, França, Brasil e Alemanha.

Segundo a OMT (2015), o turismo no mundo, em 2014 movimentou 1,5 triliões de dólares, sendo que Reino Unido, Alemanha, França e Brasil que são mercados neste momento estratégicos para Portugal, encontram-se nos primeiros 10 Países que mais gastam no mundo. Os mercados Chinês e Russo, pelo crescimento das suas economias, são igualmente importantes a ter em linha de conta de prioridades para estudos e investigações, pois o seu 1.º e 5.º lugar no *ranking*, bem como os seus 1 354 040 000 habitantes no caso da China e 142 500 482 habitantes no caso da Rússia merecem tal atenção.

Mas o que nos espera no futuro em termos de turismo?

Segundo a Confederação do Turismo Português (CTP, 2013) foi interessante analisar o vertiginoso crescimento do turismo, não sendo sequer travado pelas crises do petróleo em 1973 e 1979, nem sequer pela crise imobiliária e financeira de 2008. O turismo é sem dúvida o setor mais resiliente do mundo. Em 2013 foi ultrapassada a fasquia do bilião de turistas, sendo que as estimativas apontam para que se ultrapassem 1,4 biliões em 2020 e 1,8 biliões em 2030, o turismo não deixa desta forma de se adaptar e reajustar às novas realidades e não diminui o seu ritmo.

Para a OMT (2014), a região da Asia e Pacífico vai aumentar o seu número de turistas, vindos do exterior, de 331 milhões para 535 milhões, em 2030 (+ 4,9% ao ano). O Médio Oriente e a África esperam aumentos para mais do dobro, de 61 milhões para 149 milhões e de 50 milhões para 134 milhões respetivamente, sabe-se, no entanto, que estes são continentes sempre dependentes da sua estabilidade interna a vários níveis.

A OMT (2014) refere também que a Europa vai passar de 475 milhões para 744 milhões em 2030, continuando a ser o continente com maior afluência e estando sempre dependente do aumento da procura consoante a instabilidade no Médio Oriente e África. Quanto ao continente Americano vai, segundo a OMT (2014), obter um crescimento de 150 milhões para 248 milhões de turistas em 2030. Espera-se, no entanto, que a Europa como a América detenham um crescimento mais lento comparativamente aos últimos anos.