

## ESTRATÉGIA DE TURISMO 2027

**Mariana Raquel Guimarães<sup>38</sup>,**

ISPGAYA

### Resumo

As anos 2005 e 2015 os números de dormidas em Portugal registam uma evolução muito positiva, e as entidades do Turismo de Portugal I. P., sob tutela do Governo, sentiram a necessidade de criar uma estratégia capaz de manter o crescimento do turismo de Portugal, e melhorá-lo de forma sustentável a longo prazo. O trabalho apresentado desenvolve uma breve descrição da evolução do turismo nos últimos anos, 2016 a 2020, e descreve todo o processo de construção e implementação da Estratégia do Turismo 2027, também conhecida como ET27. A metodologia deste trabalho baseou-se no documento oficial da estratégia publicado pelo Turismo de Portugal, IP, assim como o documento do Diário da República, 1.ª série — N.º 187 — 27 de setembro de 2017. Para além destes consultou-se teses, dissertações de mestrado, artigos de jornais e fontes de pesquisa online. Concluiu-se que a implementação de uma estratégia como a que caracteriza a ET27 explora diversas vertentes (sociais, económicas e ambientais), o que é vital para o futuro de um Turismo mais sustentável e inovador.

Palavras-chave: turismo; sustentabilidade; ET27.

---

<sup>38</sup> Contato

ispg2019101254@ispgaya.pt

## TOURISM STRATEGY 2027

### Abstract

In the years 2005 and 2015, the number of overnight stays in Portugal registered a very positive evolution, and the entities of Turismo de Portugal IP, under the tutelage of the Government, felt the need to create a strategy capable of maintaining the growth of tourism in Portugal, and will improve it in a long-term sustainable way. The work presented develops a brief description of the evolution of tourism in the last years, 2016 to 2020, and describes the entire process of construction and implementation of the Tourism Strategy 2027, also known as ET27. The methodology of this work was based on the official strategy document published by Turismo de Portugal, IP, as well as the document of the Diário da República, 1st series — No. 187 — 27 September 2017. whether theses, master's dissertations, newspaper articles and online research sources. It is concluded that the implementation of a strategy like the one that characterizes the ET27 explores several aspects (social, economic and environmental), which is vital for the future of a more sustainable and innovative Tourism.

Keywords: tourism; sustainability; ET27.

### Introdução

Para ser possível estudar e acompanhar a evolução do turismo é necessário haver registos estatísticos e, através de plataformas como o INE é possível observar a evolução positiva do aumento do número de dormidas em Portugal, é possível verificar valores relativos à estada média, número de visitantes, concentração destes em diferentes regiões do país, entre outros.

Entre os anos 2005 e 2015 essa evolução foi tão positiva que a entidades do Turismo de Portugal I. P., sob tutela do Governo, sentiu a necessidade de criar uma estratégia capaz de manter o crescimento do turismo de Portugal, e melhorá-lo de forma sustentável a longo prazo.

Dito isto, ao longo deste trabalho desenvolveu-se uma breve descrição da evolução do turismo nos últimos anos- 2016 a 2020, e descreveu-se todo o processo de construção e implementação da Estratégia do Turismo 2027, também conhecida como ET27. Primeiramente descreveu-se a sua definição, de seguida o Processo de Construção, os desafios definidos a serem ultrapassados, a missão, objetivos, visão...sendo que o diagnostico da ET27 baseia-se na análise de dados turísticos entre 2005 e 2015.

A metodologia para a realização deste trabalho baseou-se maioritariamente no documento oficial da estratégia publicado pelo Turismo de Portugal, IP, assim como o documento do Diário da República, 1.ª série — N.º 187 — 27 de setembro de 2017. Para além destes consultou-se teses, dissertações de mestrado, artigos de jornais e fontes de pesquisa online.

Para além de enriquecer conhecimentos da área do Turismo e aprofundar técnicas de recolha e seleção de informação, esta análise à ET27 teve como objetivo adquirir conhecimento a seu respeito relativamente à missão, objetivos, foco e visão central, relações da estratégia com diversos projetos, benefícios da sua criação, reconhecer a sua importância, origem, planeamento operacional, metodologia e objetivo da sua criação.

## **1. Revisão da Literatura**

Turismo é a atividade de deslocação que as pessoas realizam para fora do seu lugar habitual de residência, por mais de um dia e menos de um ano, cujos motivos possam ser apenas de lazer (Oliveira, 2014), portanto, sem exercer nenhuma atividade remunerada. O Turismo é uma necessidade humana “enraizada na sociedade” e é uma das áreas que mais enriquece o país onde é realizado, uma vez que se trata de trocas monetárias. São diversos os ramos científicos que se associam ao Turismo, tentando cruzar informação, de forma a estabelecer conceitos minimamente explicativos deste fenómeno natural (Almeida, 2003).

A complexidade desta atividade abrange diversas áreas como a economia e a política, tem consequências socioculturais (história, geografia, urbanismo), contribui para a melhoria e desenvolvimento dos transportes públicos, entre outras vantagens (Bonifácio, 2012).

O Turismo está relacionado com o lazer, bem-estar, descanso, recreio, natureza e cultura (Canani, 1999), mas também com desporto, atividades radicais, campismo, entre outros. No entanto, e mesmo havendo muitas motivações de deslocação, existem problemas no Turismo como a sazonalidade (tanto em número de clientes como de contratos de trabalhadores), poluição, concentração em excesso de pessoas, crescente ódio da população pelos turistas...

Segundo o site oficial do Turismo de Portugal, IP<sup>39</sup>, “O setor do Turismo é uma atividade económica fundamental para a geração de riqueza e emprego em Portugal”, uma vez que representou 15,3% do PIB em 2019. No entanto com o aparecimento do vírus covid-19 este valor desceu para

---

<sup>39</sup> Site oficial do Turismo de Portugal, IP., de 7 de maio de 2021, “Visão geral”:  
[http://www.Turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/visao\\_geral/Paginas/default.aspx](http://www.Turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx) Pesquisado em 27/06/2021.

8,0%<sup>40</sup>, pois todos os serviços turísticos como alojamento, restauração, transportes aéreos, serviços de aluguer... foram os que mais sentiram impactos diretos provocados pela pandemia.

## 2. Estado da Arte

Relativamente à evolução da atividade turística, sabe-se que o aumento do número de deslocações das pessoas tem consequências no número de construção de alojamentos turísticos (Hotelaria, Turismo no Espaço Rural/Habitação e Alojamento Local), assim como a capacidades destes em termos de número de camas (INE, 2018).

Sabe-se que se registou um crescimento entre os anos 2016 e 2017, de 5,8% na capacidade oferecida/camas, o que corresponde a um aumento de 5,2% relativamente ao ano anterior. Por consequente o número de hóspedes tinha aumentado 12,9%, ascendendo a 24,1 milhões (INE, 2018).

Em 2018 registou-se um crescimento de 4,3% na capacidade oferecida/ camas (correspondente a +5,8% em relação a 2017). Os valores obtidos do número de hóspedes aumentaram 5,1% (+12,9% em 2017) e as dormidas aumentaram 3,1%, fazendo um total de 67,7 milhões (INE, 2019).

Relativamente aos meios de alojamento turístico<sup>41</sup> em 2019, houve um crescimento de 4,4% na capacidade oferecida/camas, o que corresponde a +3,3% em relação ao ano de 2018. Quanto ao número de hóspedes registou-se um aumento de 7,4%, enquanto que as dormidas cresceram 4,3%, totalizando 77,8 milhões (INE, 2020).

Importa saber ainda que em 2019, “as unidades de alojamento em Portugal receberam praticamente 27 milhões de hóspedes (mais 7,3% do que no ano anterior)”<sup>42</sup>, no entanto, com o aparecimento da pandemia provocada pelo vírus mortal, COVID-19, contou-se com uma descida dramática relativamente a estes números no ano seguinte.

Em 2020 os valores relativos ao número de dormidas de hóspedes em estabelecimentos turísticos em Portugal são muito diversificados por consequência das restrições e decisões tomadas

---

<sup>40</sup> Revista online TSF- Rádio de Notícias, de 14 de maio de 2021, “Peso do Turismo no PIB português desce para metade”: <https://www.tsf.pt/portugal/economia/peso-do-Turismo-no-pib-portugues-desce-para-metade-13720357.html> Pesquisado em 27/06/2021.

<sup>41</sup> Hotéis, hotéis-apartamentos, apartamentos, aldeamentos turísticos, pousadas, quintas da Madeira, Turismo em Espaço Rural/habitação e alojamento local com 10 ou mais camas, parques de campismo, colónias de férias e pousadas da juventude.

<sup>42</sup> Fonte de informação: <https://www.lidel.pt/pt/catalogo/hotelaria-Turismo/hotelaria/gestao-hoteleira/> Consultado a 07/07/2021.

pelo Estado, como forma de controlar a pandemia (González Guija, 2021). Segundo o gráfico nº1 é possível observar uma descida do número de dormidas entre os meses de janeiro e abril, esta não é fruto da chamada “época baixa”, mas sim do medo inicial que as pessoas tinham de se movimentar, juntamente com as restrições importas pelo Estado de Emergência. Pode-se observar que o mês que registou mais dormidas foi agosto, com o total cerca de 5 mil pessoas, e o mês com menor número é abril.

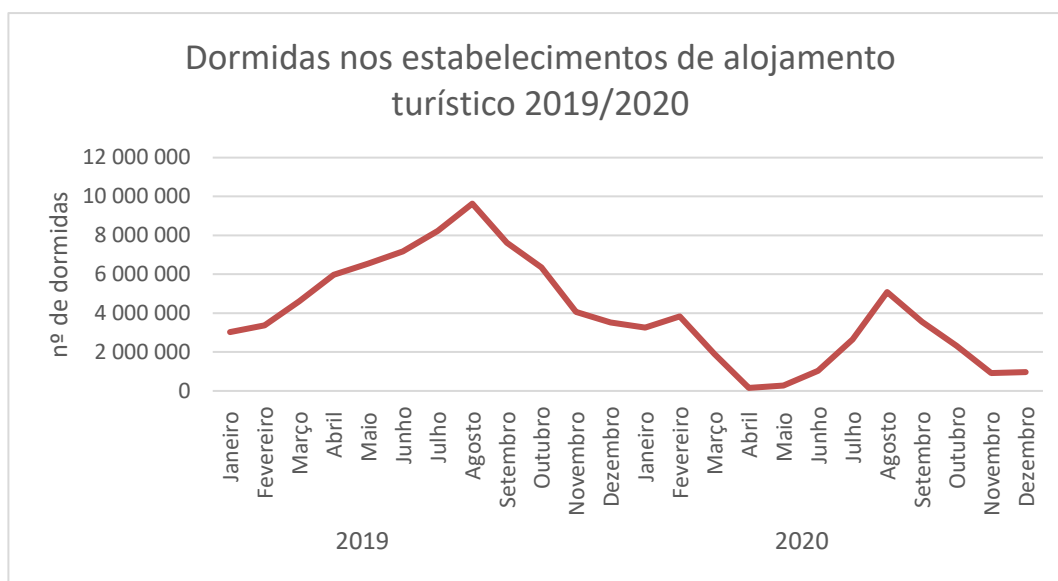


Figura 5: número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em 2019 e 2020.

Elaboração própria a partir de (INE, 2021b)

No ano atual 2021, registaram-se 460,0 mil hóspedes e 946,8 mil dormidas no mês de abril, em comparação de 2019 (no mesmo mês), os hóspedes registaram um decréscimo de 80,3% e as dormidas diminuiram 84,2% (INE, 2021a).

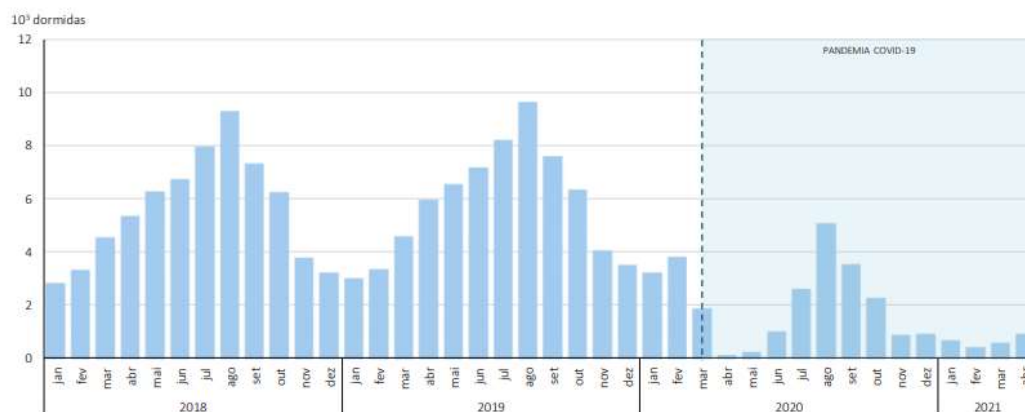


Figura 6: Gráfico de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico.

Fonte INE,2021

Registou-se ainda nos primeiros quatro meses do ano uma diminuição de 70,1% das dormidas totais, resultante de -39,0% nos visitantes residentes e de -85,6% nos não residentes. Relativamente aos estabelecimentos de alojamento turístico, em abril, cerca de 47,6% estiveram encerrados ou não registaram movimento de hóspedes (INE, 2021a).

Tabela 1: Análise SWOT sobre o Turismo de Portugal

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	Clima ameno; Diversidade de Património; Novos tipos de alojamento; Hospitalidade; Relação qualidade/preço; Segurança; Gastronomia; Diversidade da oferta turística; Autenticidade com inovação; Facilidade de acesso e proximidade entre os vários destinos turísticos.	Quadro económico-financeiro frágil; Falta de coordenação entre agentes que operam no mercado turístico; Défice de informação sobre a oferta turística; Assimetrias regionais; Sazonalidade; Baixo nível de qualificações e de rendimentos dos profissionais de turismo.
Fatores Externos	Alteração dos padrões de consumo e motivações (privilegiando destinos que ofereçam experiências diversificadas) Crescimento do Turismo sénior e maior disponibilidade financeira para viajar em determinados segmentos; Crescimento da combinação férias/negócios; Captação de investimento internacional; Abertura de ligações diretas a novos mercados.	Alterações climáticas; Crescimento de fenómenos de insegurança; Possibilidade de sobrecarga turística em determinados locais/destinos, podendo originar impactos negativos, destinos, designadamente de natureza ambiental e social; Dificuldade em desenvolver Portugal enquanto mercado europeu perante o crescimento da procura por destinos fora da Europa e emergência de novos destinos.

Elaboração própria, adaptado de Turismo de Portugal I.P., 2017.

Apesar de todos os constrangimentos que o país está de momento a atravessar, existem todo um conjunto de fatores e capacidades do turismo de Portugal voltar aos números que atingiu outrora. Para avaliar essas capacidades elaborou-se uma análise SWOT relativamente ao contexto interno e externo do turismo.

### **3. Descrição da Estratégia**

Para ser possível reconhecer o Turismo de Portugal como uma atividade económica que contribui para a melhoria da economia do país, criou-se a Estratégia para o Turismo 2027 (estipulada para o período de tempo entre os anos 2017 e 2027). Esta pretende dar resposta aos objetivos do Programa do Governo, em termos de investimento bem planeado na atividade turística, através do Plano Estratégico Nacional do Turismo (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Termos como a sustentabilidade, coesão territorial e social, inovação, empreendedorismo, tecnologia, valorização dos Recursos Humanos, entre outros, são importantes e incluídos nesta estratégia para afirmar que Portugal é um país rico e inclusivo.

Esta estratégia foi criada partindo das estatísticas de turismo registadas até 2016, relativamente a receitas e lucros obtidos, isto é, depois de se reconhecer a importância desta atividade para o enriquecimento do país, era primordial começar a traçar planos de forma a garantir e manter o crescimento do Turismo<sup>43</sup>. Para além disso reconheceu-se a importância de incluir a sustentabilidade e a valorização dos recursos naturais de Portugal, para assim ser possível gerar riqueza para o país e criar emprego qualificado.

Segundo o ex-ministro da economia, Manuel Caldeira Cabral, a criação da Estratégia Turismo 2027 (ET207) pretende acelerar o ritmo de crescimento das receitas para beneficiar os agentes do Turismo e as populações locais, “potenciando o efeito multiplicador do Turismo enquanto motor de desenvolvimento económico-social local” (Turismo de Portugal I.P., 2017).

De uma forma mais clara e concisa, esta estratégia planeia o futuro do Turismo numa visão de longo prazo, através de uma combinação de ações de curto prazo, para assim ser possível atuar e agir com maior precisão num período de 10 anos (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Dito isto, a ET27 concretiza planos, programas e projetos turísticos de acordo com os objetivos delineados, é exemplo disso o All for All – Portuguese Tourism, o projeto onde se implementou e desenvolveu ações sensibilizadoras entre agentes, entidades turísticas e entidades públicas, assim

---

<sup>43</sup> Informação retirada do Diário da República, 1.ª série — N.º 187 — 27 de setembro de 2017.

como se desenvolveu “diretivas estratégicas para promover a criação de condições de acolhimento de turistas com necessidades especiais nos serviços turísticos, incluindo alojamento, entretenimento, restauração, etc”. (Ambrose et al., 2017).

Do ponto de vista a longo prazo, os objetivos definidos relativamente à atividade turística em Portugal, foram organizados num quadro referencial estratégico de 10 anos, para ser possível assegurar estabilidade, assumir compromissos para o Turismo nacional, promover uma integração das políticas setoriais, gerar relações e ligações entre agentes do Turismo e atuar estrategicamente no presente e no curto/médio prazo (Turismo de Portugal I.P., 2017).



Figura 7: Road Map

Fonte: Turismo de Portugal I.P., 2017.

### 3.1 Processo de Construção

Não é demais reforçar que o ano de 2016 ficou marcado pelos resultados elevados relativamente ao número de dormidas, receitas, hóspedes, emprego e exportações, pois foi assim que se considerou, nesse ano, o Turismo como a maior atividade económica exportadora do país.

Foi com o objetivo ambicioso de manter este ritmo de crescimento do Turismo, que a entidade do Turismo de Portugal, I.P., juntamente com o Estado, criou a ET27. Os representantes e criadores desta estratégia deslocaram-se ao “terreno” para ouvir a voz dos agentes da área do Turismo, cidadãos portugueses e visitantes, para melhor compreenderem a atividade turística do ponto de vista das pessoas.

O processo de construção da ET27 contou com a participação de mais de 1.700 pessoas que, através de reuniões decorridas de 24 de maio de 2016 a 6 de janeiro de 2017, partilharam diferentes perspetivas. Entre os participantes podemos distinguir aqueles que fizeram parte das discussões em laboratórios estratégicos de Turismo por todas as regiões do país; os que participaram em reuniões através da realização de focus groups nos mercados internacionais e os cidadãos/visitantes que deram a sua opinião através de plataformas tecnológicas.

Os agentes que fizeram parte integrante dos laboratórios estratégicos de Turismo e das sessões decorridas em todas as regiões do país, foram: instituições de ensino, empresas, entidades regionais de Turismo, entidades públicas e privadas, associações empresariais... Estas sessões envolveram 1 400 participantes com o objetivo de adquirir contributos e recomendações, investigar os principais indicadores do Turismo de cada região e debater prioridades estratégicas relativamente ao Turismo regional e nacional.

Com a informação adquirida concluiu-se que é necessário reforçar a coordenação de ações entre trabalhadores de Turismo, reforçar o trabalho de parceria, assegurar coerência entre estratégia e financiamento, aumentar a notoriedade da imagem de Portugal nos mercados externos, qualificar Recursos Humanos, responder às necessidades das empresas e é necessário, ainda, aprofundar conhecimento sobre a procura, assim como melhorar a informação estatística relativamente aos dados pertinentes relacionados com o Turismo.

Os operadores turísticos, agentes de viagens, líderes de opinião, associações setoriais, a imprensa... são aqueles que fizeram parte da realização de focus groups e reuniões com o objetivo de conhecer a perspetiva dos agentes que comercializam. Estas reuniões envolveram mais de 80 participantes e decorreram em 5 mercados estratégicos - Espanha, França, Alemanha, Reino Unido e Brasil.

Com toda a informação adquirida foi possível distinguir, relativamente ao Turismo de Portugal, os aspetos positivos (como a hospitalidade, a segurança, a diversidade de oferta, relação qualidade-preço) e os aspetos a melhorar (como a formação de Recursos Humanos qualificados, as ligações aéreas de todo o ano, a coordenação entre regiões turísticas).

Por fim, as opiniões dos cidadãos portugueses e dos visitantes foram recolhidas através de plataformas online, como por exemplo: um website criado especificamente para a Estratégia Turismo 2027, questionários online, comunicação nas redes sociais, entre outros. Com a informação adquirida foi possível definir desafios para o Turismo em Portugal nos próximos 10 anos, sendo eles: combater a sazonalidade, valorizar o património e a cultura, desconcentrar a procura, qualificar e valorizar os recursos humanos, incentivar a inovação e o empreendedorismo.

#### 4. Referencial Estratégico

##### 4.1 Fase 1- Diagnóstico

O diagnóstico efetuado na ET27 foi efetuado para a compreensão da análise dos indicadores relacionados com o Turismo na década de 2005-2015. Neste período de tempo observou-se um aumento na capacidade de estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outros, sendo que em 2015, cerca de 37,5% destes eram hotéis de 4 e 5 estrelas (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Notou-se uma evolução significativa no número de empresas de animação turística, sendo que entre 2005 e 2009 a evolução variou entre 147 e 355 respetivamente. Depois, em 2010 o registo aumentou para 693 devido à entrada de novas empresas de animação. Notou-se ainda um registo significativo entre 2014 e 2015, com um número de 1925 para 2661 unidades (Turismo de Portugal I.P., 2017).



Figura 8: Evolução anual dos registos de empresas de animação turística entre 2005 e 2015

Fonte: Turismo de Portugal I.P., 2017.

Nesta década, relativamente ao crescimento nas receitas turísticas, calculou-se uma Taxa de variação média anual de 6,3%, sendo que em 2005 registaram-se 6,2 mil milhões de euros, em 2010 registaram-se 7,6 e em 2015 registaram-se 11,5 mil milhões de euros. Relativamente ao crescimento do número de dormidas, calculou-se uma taxa média anual de 3,2% (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Quanto à evolução dos principais mercados emissores, em 2005 a percentagem de maior valor (33%) corresponde ao mercado nacional, seguido do Reino Unido com 21%, Alemanha com 11%, Espanha com 7%, Holanda com 5% e França com 3%, sendo que o restante 20% corresponde a outros mercados. Em 2015 o mercado nacional permanece com maior valor (30%), seguido do Reino Unido com 17%, Alemanha com 10%, França e Espanha com 7% cada uma, Holanda com 4%, e os restantes 25% são outros mercados.

Desde 2005 registam-se assimetrias relativamente à concentração de dormidas nas regiões do país, ademais, em 2015, 75% das dormidas concentraram-se na região autónoma da Madeira, Lisboa e Algarve (região que apresenta, em 2015, a maior taxa de sazonalidade) (Turismo de Portugal I.P., 2017).

No que diz respeito ao crescimento dos fluxos do número de voos internacionais, em 2015 registou-se um valor que quase duplicou o valor de 2005, passando de cerca de 8,5 para 16,1 milhões de passageiros.

Entre 2005 e 2015, a autonomia financeira das empresas assim como o número da população empregada na área do Turismo diminuiu, sendo que o setor da restauração foi o que mais sentiu de forma acentuada o declínio (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Para terminar, todos estes registos e análises efetuadas levaram a entidade do Turismo de Portugal, I. P., a concluir que era necessário manter o ritmo de crescimento da atividade turística. Para tal acontecer foram implementados e desenvolvidos vários projetos para i) promover a competitividade aérea e a diversificação de mercados, tal como por exemplo o Programa de promoção de rotas aéreas e de operações turísticas; ii) responder a dificuldades financeiras das empresas turística, como é o da linha de qualificação da oferta 2016, com uma dotação de 60 milhões de euros e capital de risco; iii) qualificar, capacitar e diversificar a oferta através de programas como o All For All, o Portuguese Trails, o Projeto piloto cycling & walking no Algarve, entre outros; iv) gerar novas procuras e atratividade ao longo do ano, por exemplo, através de programas de captação de congressos internacionais; v) incentivar a inovação e o empreendedorismo com o Lançamento do programa Turismo 4.0; vi) qualificar e valorizar os Recursos Humanos com ajudas de investimentos em Escolas de Hotelaria e Turismo (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Contudo, em 2016 percebeu-se que se devia focar em objetivos claros como os descritos acima, para atingir resultados que comprovam que o Turismo é uma atividade sustentável e importante para o desenvolvimento regional do país.

## 4.2 Os 10 Desafios

A ET27 definiu 10 desafios a serem ultrapassados ao longo dos 10 anos entre 2017 e 2027, sendo eles<sup>44</sup> 1) as Pessoas, no sentido de promover emprego, qualificar e aumentar os rendimentos dos profissionais do Turismo; 2) Coesão, isto é, promover o Turismo como fator de coesão social por

---

<sup>44</sup> Informação retirada do Diário da República, 1.ª série — N.º 187 — 27 de setembro de 2017.

todo o território; 3) Acelerar mais o ritmo de crescimento em receitas do que as dormidas; 4) Manter a atividade turística todo o ano de forma sustentável; 5) Garantir a competitividade das acessibilidades e promover a mobilidade dentro do território; 6) Atingir os mercados que permitem manter o Turismo todo ano por todo o território; 7) Estimular a inovação e empreendedorismo; 8) Assegurar a sustentabilidade no património cultural e natural; 9) Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração pública; 10) Investir, no sentido de garantir recursos financeiros, assim como dinamizar o investimento.

### 4.3 Fase 2- Referencial Estratégico

#### 4.3.1 Visão e Metas

Uma das preocupações que as identidades responsáveis pela ET27 tiveram, era saber “onde” e “como” estaria o Turismo de Portugal em 2027, pois queriam “Afirmar o Turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo” (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Afirmar Portugal como destino sustentável é uma prioridade, pois para se exercer esta atividade no futuro é necessário preservar e valorizar o património presente no país, assim, contribui-se para a melhoria da qualidade de vida das populações locais e satisfaz-se as necessidades dos visitantes presentes sem comprometer os das gerações futuras.

Outras perspetivas da ET27 é fazer com que o turismo se pratique homogeneamente por todas as regiões do território nacional; assegurar o país como destino inovador e competitivo ao ponto de estar bem classificado nos rankings internacionais; investir nas qualificações das pessoas e valorizar o seu trabalho; fazer com que os turistas tenham interesse em investir, viver e estudar em Portugal; dar a oportunidade a todos de exercer turismo no país de forma equitativa, portanto, apresentar estruturas adequadas a pessoas com mobilidade reduzida (Turismo de Portugal I.P., 2017).

Por fim, a ET27 pretende tornar Portugal num hub internacional especializado em turismo<sup>45</sup>, fazendo com que país seja mundialmente conhecido pela produção de bens e serviços dirigidos à atividade turística.

Relativamente às metas definidas na estratégia, podem-se dividir em três secções: as de sustentabilidade económica, as de sustentabilidade social e as que se inserem na sustentabilidade

---

<sup>45</sup> Revista *online* Dinheiro Vivo, a 29 de janeiro de 2019, “Turismo: Startups estrangeiras recebem investimento para virem para Portugal”: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/turismo-startups-estrangeiras-recebem-investimento-para-virem-para-portugal-12782218.html> Pesquisado em 29/06/2021.

ambiental. No primeiro segmento encontram-se as metas relativas ao número de dormidas pelo território (Aumentar a procura turística e chegar às 80 milhões de dormidas) e às receitas (chegar ao valor de 26 mil milhões €).

No segmento da sustentabilidade social, estabeleceu-se o objetivo de manter a atividade do turismo todo o ano, portanto, reduzir o índice de sazonalidade de 37,5% para 33,5%; estabeleceu-se a meta “Qualificações” que tem o objetivo de aumentar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo de 30% para + de 60%, e delineou-se o objetivo de assegurar a atividade turística de forma a gerar impactos positivos nas populações residentes, para que mais de 90% destes apõem a realização de turismo no seu território.

Quanto às metas ambientais podemos considerar a “Energia”, que tem o objetivo de fazer com que mais de 90% das empresas do turismo adotem medidas de utilização eficiente da energia; a “Água”, que pretende fazer com que mais de 90% das empresas promovam uma utilização eficiente da água nas suas operações através de uma gestão racional do recurso Água e, por fim, os “Resíduos”, a meta que tem como objetivo promover uma gestão eficiente dos resíduos nas empresas de turismo.

#### 4.3.2 Eixos e Linhas Estratégicas de Atuação

Segundo o presidente do Turismo de Portugal, I.P., os eixos de atuação da ET27 contêm um conjunto de linhas estratégicas que foram definidas em torno das Pessoas, sendo estas no centro da estratégia.

Valorizar o território e as comunidades para desfrutar do património histórico-cultural a longo prazo, preservar a autenticidade do País, conservar o património natural e rural, contribuir de forma sustentável para a regeneração urbana; promover bens e serviços que respondam à procura turística.

Impulsionar a economia através da competitividade das empresas da área do turismo, da desburocratização, da qualificação da oferta, do empreendedorismo e da inovação;

Gerar conhecimento, valorizar os profissionais de turismo promovendo a igualdade de género, investir na formação das pessoas através da transferência de conhecimento pelas escolas e outras instituições de ensino/formação; tornar os profissionais em empresários e gestores capazes de liderar o futuro do turismo e por fim, afirmar o país como destino inteligente e tecnológico;

Gerar conectividade, reforçar o número de rotas aéreas/ cruzeiros ao longo do ano, melhorar as redes de transporte rodoferroviário, promover o Turismo para todos e incluir os membros da população local no desenvolvimento turístico do país;

Projetar a imagem de Portugal enquanto destino turístico que vale apenas visitar, investir, viver e formar academicamente, valorizar o turismo interno como fator de alavanca da economia nacional,

incluir a comunidade portuguesa em atrativos que promovam o país e representar Portugal em grandes eventos de Turismo em mercados internacionais.

#### 4.3.3 Ativos Estratégicos

Segundo o Diário da República, 1.ª série — N.º 187 — 27 de setembro de 2017, o referencial estratégico da ET27, contempla 10 ativos estratégicos que se agrupam nas categorias: diferenciadores, qualificadores e emergentes. A estes junta-se um ativo único que são as Pessoas.

Os ativos diferenciadores possuem qualidades-base da oferta turística nacional, contendo particularidades endógenas (que refletem características intrínsecas que dão valor ao destino e possuem elevado potencial para evoluir futuramente), singularidades não transacionáveis (que são parte de um destino/ território e não podem ser deslocadas para outro local) e particularidades geradoras de fluxos (capazes de gerar movimentos). São eles o Clima e luz, a História, cultura e identidade, o Mar, a Natureza e a Água.

Os ativos qualificadores são aqueles que tornam a experiência turística única e tornam a oferta dos territórios mais rica (Gastronomia e Vinhos/ Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio). Por fim, os ativos emergentes, são os que possuem elevado potencial de crescimento e reconhecimento internacional, potenciando o efeito multiplicador do turismo na economia (Bem-Estar/ Living - Viver em Portugal).

É a união de todos estes ativos que tornam o turismo de Portugal diferenciador, por exemplo, o clima temperado mediterrânico permite ao país ter temperaturas distintas por todo o território, permitindo assim a realização de vários tipos de turismo simultaneamente em regiões distintas. Outro exemplo que permite valorizar o turismo é a costa litoral que possui potencial para a praticar surf, banhos de sol e possui condições naturais/ infraestruturais para cruzeiros turísticos (Turismo de Portugal I.P., 2017).

### 5. Planeamento Operacional

Como já foi referido a ET27 atua a longo prazo através de ações no presente, isto é, a visão definida, os eixos estratégicos e as linhas de atuação funcionam a longo prazo, já a operacionalização e os projetos concretizam-se a curto-prazo, portanto, no presente.

Todos os projetos criados/implementados estão assentes nas linhas de atuação dos eixos estratégicos e têm uma lógica na sua realização, pois algumas delas são prioritárias para alcançar metas e ambições de forma a cumprir com a visão definida da ET27: afirmar “o turismo como hub

para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.” (Turismo de Portugal I.P., 2017).

No sentido de organizar as linhas de atuação/ tipologia de projetos prioritários, descreveram-se ações que respondem a cada eixo, por exemplo, para o Eixo 1 criaram projetos de conservação e valorização do património edificado, desenvolveram suportes digitais e aplicações tecnológicas para densificar a experiência turística nos territórios e nos seus patrimónios, entre muitos outros...

Para o eixo 2 o investimento da qualificação da oferta turística é realizado envolvendo ações nos mercados externos, como roadshows, dossiers e instrumentos de prospeção de mercados e de atração de investimento. Como resposta aos objetivos do eixo 3 afirmou-se Portugal como smart destination através de projetos que envolvem a tecnologia e implementação um projeto de open data para o turismo.

No sentido do eixo 4, implementaram o Programa VIP.pt - promoção e captação de rotas aéreas de operações turísticas e promoveram novas rotas de cruzeiros e operações turísticas. Para o eixo 5 reforçou-se a internacionalização do país com ações de promoção nos mercados internacionais e dinamizou-se uma rede de restaurantes portugueses espalhados pelo mundo.

No que diz respeito aos mercados externos prioritários para promover e comercializar a oferta turística portuguesa, pode-se dividir em Mercados estratégicos, que são os que têm em conta as realidades regionais de cada mercado (Espanha, Alemanha e França); Mercado de aposta, sendo aqueles de grande dimensão em termos de emissores de turistas (China e Índia); Mercado de crescimento, que têm um peso pouco significativo, mas podem contribuir para a diversificação da procura (Itália, Bélgica e Polónia); e o Mercado de atuação seletiva, que são aqueles que poderão ser objeto de ações de promoção focadas em segmentos de procura específicos (Japão, Coréia do Sul...).

### 5.1 Governança e Auditoria

De forma resumida, a ET27 é composta pelo Turismo de Portugal I. P., enquanto entidade gestora do turismo nacional sob tutela do membro do Governo responsável pela área do turismo. Esta entidade dinamiza e promove a implementação da estratégia, certifica a coerência entre os investimentos e o financiamento comunitário, mobiliza atores e monitorizar a estratégia.

Os Laboratórios Estratégicos de Turismo são os responsáveis pela constituição de plataformas de auscultação ongoing dos territórios e implementação dos projetos/ medidas da ET27. O Fórum Anual de Turismo constitui espaço para refletir a visão do turismo no país e nas regiões, partilhar

iniciativas subjacentes às prioridades estratégicas, formular recomendações para ação no curto/médio prazo de tempo (Turismo de Portugal I.P., 2017).

### **Conclusão**

A implementação de uma estratégia que explora diversas vertentes (sociais, económicas e ambientais) como a ET27 é vital para o futuro de um Turismo mais sustentável e inovador. Esta estratégia espelha-se como um fator importante para o acompanhamento da evolução do turismo, apoio ao desenvolvimento através de iniciativas/ projetos e contribui como uma melhoria da qualidade do turismo. Antes de compreender como é que esta estratégia foi planeada é preciso entender o porquê da sua criação.

Foi com a intenção de aumentar o ritmo de crescimento do Turismo em termos de receitas, lucros, número de dormidas, estada média, número de visitantes... que a entidade do Turismo de Portugal, I.P criou a ET27. Realizaram-se reuniões, congressos, inquéritos a trabalhadores de postos de turismo, agentes de viagens, líderes de opinião, visitantes, turistas, população local... para adquirir informação relativamente aos aspetos positivos do turismo (como a hospitalidade) e os aspetos negativos ou a melhorar.

Foi realizado um diagnóstico para compreender e analisar indicadores entre os anos 2005 e 2015, relativamente à ocupação hoteleira, capacidade dos estabelecimentos hoteleiros, mercado alvo, número de voos, entre outros, com estes resultados percebeu-se que em 2016 atingiram-se números recorde registados até à data. Para continuar a crescer seria necessário criar planos, estabelecer metas, objetivos, apoios financeiros, como é o caso da ET27.

Resumidamente, a estratégia apresentada tem o objetivo de afirmar Portugal como destino sustentável, distribuir a atividade turística por todo o país, investir nas qualificações das pessoas, incentivar ainda os visitantes a investir, viver e estudar em Portugal, entre muitos outros.

Sendo o turismo uma das principais atividades que enriquece economicamente o país, é necessário que haja apoios, investimentos e planos que ajudem os profissionais de pequenas e médias empresas a progredir, sendo a ET27 um exemplo disso.

### **BIBLIOGRAFIA**

- Almeida, P. J. S. (2003). *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de Uma Região*. Universidade de Aveiro.
- Ambrose, I., Garcia, A., Papamichail, K., & Veitch, C. (2017). *Manual de Gestão de Destinos Turísticos*

- Acessíveis. *Turismo de Portugal I.P.*, 202.  
<http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/all-for-all/Documents/manual-de-gestao-de-destinos-turisticos-acessiveis-pt.pdf>
- Bonifácio, A. (2012). *O comportamento do consumidor infantil de turismo: um estudo exploratório acerca de percepções e motivações das crianças* (Vol. 66).  
<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1595/1/178> - Ana Bonifacio.pdf
- Canani, I. S. S. (1999). Guia de turismo: o mérito da profissão. *Revista Turismo Em Análise*, 10(1), 92.  
<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v10i1p92-106>
- González Guija, I. J. (2021). *A pandemia da covid-19 como possível responsável pela mudança do paradigma do turismo: Um estudo exploratório do mercado espanhol*. Universidade Lusófona do Porto.
- INE. (2018). Estatísticas do Turismo 2017. In *Instituto Nacional de Estatística*.
- INE. (2019). *Estatísticas do Turismo 2018*.
- INE. (2020). Estatísticas do Turismo 2019. In *Instituto Nacional de Estatística* (Issue 1).  
[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=133574&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=133574&PUBLICACOESmodo=2)
- INE. (2021a). *Crescimento Da Atividade Turística Em Abril Mas Ainda a Grande Distância Do Nível Do Período Homólogo De 2019*. 2–8.
- INE. (2021b). *Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos de abril 2021*.
- Oliveira, M. (2014). *A Influência dos Eventos na Taxa de Ocupação Hoteleira Study Case - Montebelo Viseu Hotel & Spa* [Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril].  
file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520
- Turismo de Portugal I.P. (2017). *Estratégia Turismo 2027. Liderar o Turismo Do Futuro*, 66.  
[http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia\\_Turismo\\_Portugal\\_ET2027.pdf](http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf)

#### Sitografia:

- Site Travel BI by Turismo de Portugal: <https://travelbi.Turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/hospedes.aspx>
- Site oficial do Turismo de Portugal, IP.,  
[http://www.Turismodeportugal.pt/pt/Turismo Portugal/visao geral/Paginas/default.aspx](http://www.Turismodeportugal.pt/pt/Turismo%20Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx)  
Pesquisado em 27/06/2021.
- Revista online TSF- Rádio de Notícias: <https://www.tsf.pt/portugal/economia/peso-do-Turismo-no-pib-portugues-desce-para-metade-13720357.html> Pesquisado em 27/06/2021.
- Revista online Dinheiro Vivo: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/turismo-startups-estrangeiras-recebem-investimento-para-virem-para-portugal-12782218.html> Pesquisado em 29/06/2021.

## Apêndices

Consequências da pandemia no Turismo de 2020.

Citando informação partilhada no webinar “Inovação e desafios tecnológicos no sector hoteleiro”<sup>46</sup>, publicado na página oficial do Facebook da Publituris, no início do ano 2020 os desafios da Hotelaria e Turismo eram idênticos aos dos anos anteriores (relacionavam-se com os recursos humanos, dificuldades em humanizar marcas e dar importância ao relacionamento próximo com os turistas). Com o aparecimento do vírus mortal, Covid-19, o desemprego aumentou, diminuiu a procura, o número de empresas de entretenimento e animação fecharam e alguns programas e projetos foram cancelados.

A atual ultrapassagem desta crise na área do turismo tem como base os esforços dos profissionais, a qualidade dos novos produtos e das atrações que continuaram a atrair turistas e visitantes. O aproveitamento do tempo da contingência foi produtivo para a criação de novos projetos adaptados às circunstâncias, assim como a criação de planos que tiveram (e ainda têm) o objetivo de conquistar a confiança dos visitantes, incentivando-os a deslocar a Portugal para realizar turismo.

O investimento inicial seria a captação de turistas do mercado nacional, de seguida o mercado de Espanha por proximidade, e seguido os restantes mercados estrangeiros, uma vez que apenas o turismo nacional e de proximidade não chega para encobrir investimentos e outros gastos financeiros.

Outro ponto que teve grande importância no número das deslocações foi o corte de mais de metade das ligações do transporte aéreo, só o facto de este ter acontecido notou-se uma verdadeira dependência deste transporte para a atividade turística. A lenta retoma do transporte aéreo foi muito importante para que o país volte a aumentar a procura.

Em suma, a pandemia deixou marcas na sociedade, há maior preocupação com a segurança e higiene, o recurso às tecnologias é já algo normalizado e integrado na rotina das pessoas, os recursos sustentáveis estão a receber mais importância e as empresas estão a preparar-se para cenários dramáticos e prevenir para situações desfavoráveis.

---

<sup>46</sup> Iniciativa de Stay Infraspark realizada pela Country Manager- Ana Ventura, com a participação de Gonçalo Rebelo de Almeida, Administrador/Board Member Vila Galé Hotéis, Roberto Antunes, Diretor Executivo do NEST - Centro de Inovação do Turismo e Carina Monteiro, representante da Publituris. *Webinar* disponível em: <https://www.facebook.com/273220396083480/videos/214590843139286>