

# Avaliação do **impacto económico do turismo** em Portugal a nível regional

DIANA CAROLINA NEVES \* [ dianacarolina@ua.pt ]

ANTÓNIO JORGE FERNANDES \*\* [ afer@ua.pt ]

ELISABETH TEIXEIRA PEREIRA \*\*\* [ melisa@ua.pt ]

**Palavras-chave** | Turismo, Efeitos Económicos do Turismo, Contributo no PIB, Análise de Dados em Painel, Efeitos Fixos.

**Objectivos** | Avaliar o contributo que a actividade turística tem tido em Portugal, a nível regional (NUTs II), sobre o PIB no período temporal 1990-2007;

Comparar as diferentes regiões portuguesas em matéria de turismo e como esta actividade tem influenciado o desenvolvimento económico regional e nacional;

Relacionar a realidade turística portuguesa com a teoria da economia do turismo;

Criar uma base teórica e empírica que possa servir de base para investigações futuras.

**Metodologia** | Numa primeira análise, procedeu-se à conceptualização do turismo e dos seus praticantes, bem como a identificação dos principais efeitos que o turismo gera nas economias receptoras; passando depois para a análise das regiões de estudo (NUTs II) em termos de procura, oferta e competitividade turística.

A segunda abordagem corresponde à parte empírica do estudo, nomeadamente, descrição da técnica de avaliação econométrica (Análise de dados em painel, especificamente o modelo LSDV dos Efeitos Fixos); definição dos modelos a estudar, bem como das variáveis incluídas, período temporal (1990-2007) e regiões escolhidas; e, por último, a estimação dos respectivos parâmetros através do software adoptado (Eviews5), interpretação dos mesmos e realização de testes de especificação (à qualidade do ajustamento, à normalidade dos resíduos, ausência de autocorrelação e de heteroscedasticidade) para garantir a validade dos resultados.

**Principais resultados e contributos** | O turismo afecta positivamente a economia portuguesa porque emprega cerca de 8% da população, já o consumo turístico interno contribui para o PIB em cerca de 10%, a balança turística representa cerca de 3% do PIB e o peso do turismo nas exportações é de cerca de 14%.

Portugal, como destino turístico internacional, era em 2007, o 20.º mais visitado, recebendo, maioritariamente, visitantes vindos da Espanha, Reino Unido, França e Alemanha. Todavia, ocupava em 2005 o 21.º lugar no *ranking* das receitas turísticas internacionais e, em 2009, o 17.º lugar no *ranking* da competitividade do sector das viagens e do turismo, a nível mundial, e 12.º a nível europeu.

\* **Mestre em Economia** pela Universidade de Aveiro e **Procurement** na Bosch Security Systems, SA.

\*\* **Doutorado em Economia Internacional e Desenvolvimento** pela Universidade de Barcelona e **Professor Auxiliar** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

\*\*\* **Doutorada em Competitividade** pela Universidade de Aveiro e **Professora Auxiliar** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

Das regiões portuguesas em análise deve-se referir que a região Madeira apresenta uma Taxa de Ocupação-Cama acima da média nacional (60,6% em 2007); Lisboa e Algarve são as que mais lucram no sector alojamento; a maior oferta hoteleira é detida pela região Norte. Todavia, as regiões Algarve, Lisboa e Madeira concentram cerca de 70% das dormidas, sendo maioritariamente realizadas pelos visitantes estrangeiros.

Da análise empírica foi possível concluir que todas as variáveis incluídas nos modelos estudados (Formação Bruta de Capital Fixo Turístico, Taxa de Ocupação-Cama, Capital Humano empregue nos Estabelecimentos Hoteleiros, Número Total de Dormidas, Volume de Negócios no Sector Alojamento e Restauração, Capacidade Total de Alojamento e o PIBpm desfasado um período) afectam positivamente o PIB e são estatisticamente significativas.

Das regiões incluídas na análise econométrica foi possível concluir que a região Lisboa é aquela que mais contribui sobre o PIB porque é aquela que tem o produto turístico mais diversificado, ao contrário do Algarve que, por ser a região onde a principal actividade é o turismo, não é aquela que mais contribui para o PIBpm porque o seu produto turístico é pouco diversificado, sendo Sol & Mar, o principal.

O contributo científico pretendido com esta investigação foi o aprofundar o estudo da economia do turismo aplicado ao caso português com desagregação regional, conjugando a análise econométrica, visto que poucos estudos deste tipo se encontram disponíveis.

**Limitações** | Medir o impacto económico do turismo não é uma tarefa fácil porque se tenciona medir um serviço com características atípicas, não existindo dados suficientemente completos que abranjam a generalidade dos casos, visto que existem actividades que podem servir turistas mas não são classificadas como turísticas, bem como outras que prestam simultaneamente serviços aos visitantes e residentes.

A escolha das variáveis utilizadas nos modelos econométricos e do respectivo período temporal foi limitada pela informação estatística existente, visto que muitos dados desagregados a nível de NUTs II não se encontram disponíveis. Foi também pensado a inclusão de variáveis relacionadas com a despesa pública e com a balança de pagamentos, mas como não existe este tipo de dados desagregados a nível de NUTs II, não foi possível incluir.

**Conclusões** | Para se fazer uma correcta análise de turismo, esta terá que ser feita segundo a abordagem sistémica, ou seja, terá que ser analisada segundo três perspectivas (pelo lado da procura, pelo lado da oferta e pelo lado da região de destino). Ao analisar o turismo pelo lado da procura, contemplam-se os seus praticantes. Já quando se analisa pelo lado da oferta, contemplam-se um conjunto de empresas, organizações, profissões que se interligam para satisfazer as necessidades de transporte, alojamento e alimentação decorrentes das viagens temporárias. Todavia, o turismo deve ser analisado na perspectiva da região de destino porque a actividade turística causa impactos económicos, sociais e culturais sobre o local.

O turista é a figura central no estudo do turismo porque é este quem toma a decisão de viajar, escolhe o destino e efectua as despesas de consumo turístico gerando assim, algum impacto sobre a região de destino. Por outro lado, as características físicas, culturais e estruturais da região de destino têm um papel fundamental na atracção de turistas, bem como o tipo de oferta turística disponível.

O Mercado turístico é um mercado atípico porque não se vende um produto específico, mas dá-se o direito ao usufruto de um bem ou serviço num local diferente do de residência. De facto, o modelo Cadeia de Valor de Turismo é uma representação simplificada das relações complexas entre os diversos agentes associados à actividade turística, nomeadamente, operadores turísticos, hotelaria, restauração, empresas de entretenimento e lazer, transportadoras, comércio tradicional, entre outros, onde o turista é a figura central deste modelo, uma vez que para ele os serviços são dirigidos.

O turismo cria benefícios e custos económicos sobre a região de destino, sendo as despesas de consumo turístico realizadas pelos visitantes o elemento-chave para a avaliação do impacto económico do turismo.

As regiões Portuguesas para serem mais competitivas em matéria de turismo, deverão apostar na diversificação do seu produto, aproveitando os seus recursos naturais e histórico/culturais. Todavia, o Estado deve publicitar mais as suas regiões como destinos de férias, a nível internacional, e não limitar a sua oferta apenas ao Algarve, bem como continuar a investir em infra-estruturas físicas, nomeadamente, meios de comunicação, estâncias de lazer e de cultura, com o intuito de tornar o país mais atractivo para a prática de turismo.