

A interacção entre o sector bancário e o turismo Os serviços e os turistas portugueses*

Carla Melo

Licenciada em Turismo

Eva Milheiro

Licenciada em Turismo

Docente do Instituto Politécnico de Beja

Resumo

O turismo é um sector em crescimento, extremamente complexo e multifacetado, que interage com uma série de outros sectores.

A evolução dos produtos bancários, nomeadamente ao nível dos cartões de crédito, contribuiu enormemente para facilitar as viagens, quer em termos de segurança, quer em termos de comodidade e facilidade de pagamento, o que reforça a ideia de que a interacção entre o sector bancário e o turismo se faz sentir, essencialmente, ao nível das formas de pagamento disponibilizadas pelo primeiro.

Os turistas portugueses continuam a usar, principalmente, o dinheiro independentemente da natureza das despesas, o que se prende com os seus hábitos de férias.

Palavras-chave

Turismo, sector bancário, consumidor, formas de pagamento, Portugal.

Abstract

Tourism is a growing sector, extremely complex and wide, interacting with many other sectors of activity.

The increase of the banking products, namely the credit cards, contributed enormously to make the trips easier, either for their safety or payment convenience, which proves that the interaction between the Bank and Tourism become stronger for the ways of payment the first can afford.

Due to their holidays habits, the Portuguese tourists still prefer to pay cash, regardless the nature of their expenses.

Keywords

Tourism, banking, consumer, payment methods, Portugal.

Carla Melo

Departamento de Economia, Gestão
e Engenharia Industrial
Universidade de Aveiro
cmelo@egi.ua.pt

Eva Milheiro

Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Educação
eva@mail.esep.ipportalegre.pt

* Os dados apresentados neste artigo resultam de um estudo efectuado em 1998, no âmbito de um projecto final de curso, não tendo sido feita nenhuma actualização até à data.

1 Introdução

O turismo assume-se hoje, indiscutivelmente, como um dos mais abrangentes fenómenos sociais do século XX (Cunha, 1997).

Está enraizado nos hábitos e cultura dos povos, de tal forma que, de "luxo" restrito a uma minoria nobiliárquica, passou a ser visto como uma "necessidade básica" do homem comum.

Está intrinsecamente ligado à tecnologia, seja ela de produção, transportes ou de informação.

A sua evolução tem vindo a acompanhar a evolução da conjuntura tecnológica, económica, social e cultural da sociedade, adaptando-se às características de cada época específica e usufruindo das descobertas realizadas.

O desenvolvimento do turismo nem sempre se fez sentir de uma forma homogénea e progressiva, mas, pelo contrário, teve oscilações que acompanharam os momentos "altos" e "baixos" da economia mundial, com todas as implicações que estes acarretaram.

As motivações, a natureza e as características das viagens, bem como as atracções e destinos escolhidos, foram sofrendo alterações ao longo dos tempos, caminhando para uma especialização crescente e para uma total segmentação de mercado.

Para além do termalismo e do turismo religioso, que desde sempre foram uma constante na história do turismo, hoje pode falar-se ainda de turismo em espaço rural, turismo verde, turismo de aventura, turismo jovem, turismo cultural, turismo sénior, turismo de congressos e incentivos, etc.

A importância e dimensão do sector turístico é ainda mais visível se se considerar o número e diversidade de organismos/entidades/empresas que, directa ou indirectamente, participam nesta dinâmica, empregando cerca de um terço da população mundial.

Portugal, embora reúna as condições essenciais para, com o aproveitamento óptimo dos seus recursos, desenvolver o seu turismo de forma sustentável, nem sempre o tem feito. Resultado, talvez, de uma política demasiado protectora e isolacionista, nos anos da ditadura, e da falta de planeamento que se tem sentido neste domínio, apesar dos esforços que começam a ser feitos nesse sentido.

Durante muito tempo um país predominantemente receptor, Portugal avança agora no sentido de se tornar um país emissor, já que as despesas realizadas no estrangeiro por portugueses se aproximam cada vez mais das receitas turísticas obtidas.

Como fenómeno socioeconómico que é, o turismo enfrenta grandes desafios, reflectindo as alterações conjunturais que se vão implantando.

O avanço das tecnologias de informação, bem como a crescente preocupação com o ambiente e o respeito pela identidade/cultura dos povos, fazem com que o turista actual seja mais exigente e mais consciente, porque mais bem informado.

Por outro lado, o consumismo/materialismo social faz com que o turista seja cada vez mais individualista, procurando o autêntico, o exótico e valorizando a diferenciação dos produtos turísticos.

O turismo irá, ainda, ser sempre afectado por todas as alterações a nível político e económico, quer em termos legislativos, quer em termos conjunturais, nomeadamente ao nível da União Europeia.

À semelhança do turismo, o sector bancário tem, também, vindo a evoluir ao longo dos tempos, usufruindo dos avanços tecnológicos (principalmente, em termos informáticos) e tentando adaptar-se às necessidades e expectativas do consumidor.

O século XX foi de grande expansão e este é actualmente um dos sectores mais dinâmicos e competitivos a nível mundial.

No que diz respeito aos produtos e serviços disponibilizados pela banca, eles estão, na sua grande maioria, acessíveis ao público português, com excepção, talvez, de alguns meios de pagamento utilizados através da Internet, que só muito recentemente foram implantados em Portugal.

Existem muitos produtos com interesse para o turismo, nomeadamente os cartões de débito/crédito nas suas diversas variantes, os *traveller*-cheques e os eurocheques. A relevância destas formas de pagamento para o turismo é devida à segurança, comodidade e facilidade de utilização no estrangeiro.

De entre estes, o cartão de crédito é o mais popular e o mais significativo para o turismo, uma vez que tem associado uma série de serviços como o seguro de acidentes em viagem, seguro de extravio de bagagem, entre outros.

A marca do cartão de crédito é um factor de prestígio, sendo que a rede mais utilizada em Portugal é a Visa, embora a American Express esteja a conquistar quota de mercado, comercializada pelo BCP, em regime de *franchising*.

Para além de ser um instrumento muito vantajoso para os bancos, o cartão de crédito trouxe a comodidade e segurança pelas quais os turistas ansiavam, não só por ser uma forma de pagamento em suporte de plástico, mas, prin-

principalmente, por permitir a utilização de um crédito que pode ser mais ou menos alargado e diferido no tempo.

Os *traveller-cheques* e os eurocheques são comercializados em Portugal, embora sem grande expressão, apesar de alguns bancos aconselharem aos seus clientes o seu uso, como recurso de emergência, quando em deslocações ao estrangeiro.

Em termos gerais, verifica-se que, à semelhança do sector turístico, o sector bancário tem evoluído no sentido de aproximar a oferta da procura. Em tempos mais remotos, considerava-se que os consumidores eram indistintos e que tinham de se adaptar à oferta existente. Nos últimos anos, verificou-se uma inversão desta concepção. Cada vez mais a oferta procura diversificar-se, tentando satisfazer as necessidades da procura e, se possível, antes das alterações no comportamento dos consumidores.

Os bancos tendem a associar-se em grupos, tentando abranger uma maior quota de mercado e orientando os seus produtos para as necessidades específicas de cada segmento de mercado, com um maior grau de excelência (Silva, 1994).

Ainda na tentativa de oferecer um serviço cada vez mais completo, os bancos estão cada vez mais relacionados com as agências de viagens e seguradoras, operando numa perspectiva de *cross-selling* para fidelizar os clientes (Silva, 1994).

No entanto, de uma forma geral, os produtos existentes são muito semelhantes entre si, diferindo, unicamente, num ou noutro serviço associado.

O sector bancário é, também, muito sensível ao progresso tecnológico e às alterações económicas e políticas, de que a entrada em vigor do euro é um exemplo.

2 Metodologia

Inserido no âmbito do projecto final de curso da licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo, da Universidade de Aveiro, elaborado em 1998, o principal objectivo deste trabalho foi averiguar a interacção entre o sistema bancário e o sector turístico. Mais concretamente, pretendia-se saber se os produtos e serviços disponibilizados pela banca facilitam ou não, e de que forma, o desenvolvimento do turismo. Nesse sentido, era necessário conhecer quais as preferências do consumidor em termos de férias, bem como ver como eram distribuídas as despesas realizadas e quais as formas de pagamento utilizadas.

A ausência de estudos publicados nesta área exigiu que houvesse uma recolha de informação que permitisse de alguma forma obter respostas para as questões em análise. Assim, e após a pesquisa bibliográfica procedeu-se à administração de um inquérito a 500 indivíduos (maiores de 18 anos, residentes no continente português), o que correspondeu a cerca de 2,5% da população portuguesa que gozou férias fora da sua residência habitual¹, no ano anterior (1997). Os inquéritos foram administrados entre os meses de Janeiro e Março de 1998.

Os dados obtidos foram tratados em SPSS, e utilizadas as seguintes técnicas de análise: distribuição de frequências, medidas de tendência central, tabelas de contingência e significância.

3 Resultados obtidos

No que diz respeito ao perfil do turista português, os resultados obtidos na aplicação prática realizada permitiram identificar alguns dos seus hábitos e preferências, que são seguidamente apresentados.

Os elementos do sexo feminino são aqueles que mais gozam férias. Esta tendência já era reflectida no estudo realizado pela Visa em 1989², e não deixa de ser natural, dado que a população mundial tem uma maior percentagem de mulheres do que de homens.

A distribuição etária dos turistas inquiridos é quase igual entre os 18 e os 54 anos, sendo as classes com mais de 55 anos as menos representadas. No entanto, estas tendem a crescer, devido aos programas governamentais de incentivo ao turismo sénior, à antecipação da idade de reforma, ao aumento da esperança de vida e às melhores condições de viagens que hoje são oferecidas.

A maior parte dos inquiridos possui habilitações literárias ao nível do ensino secundário, o que reflecte a realidade da população portuguesa. O acesso à universidade só muito recentemente se estendeu à generalidade da população, e o número de indivíduos com nível de estudos igual ou superior à licenciatura continua a representar uma minoria.

Em termos de ocupação profissional, as respostas obtidas evidenciam duas grandes concentrações: os quadros superiores ou médios e os serviços e outras profissões. A grelha aplicada no inquérito foi a utilizada pela DGT, no sentido de facilitar possíveis comparações com estudos anteriores.

¹ Segundo dados da DGT (1998), gozaram férias fora da residência habitual cerca de 2 087 000 de portugueses.

² Visa, *Holiday Travel Expenditure in Europe*, 1991.

Quando se definiram as classes do rendimento mensal líquido, para além de uma classe sem rendimentos, considerou-se como limite mínimo de rendimento 50 contos, uma vez que o salário mínimo nacional, em 1997, era já superior a este montante. Contudo, no decorrer do trabalho verificou-se que esta classificação não contemplava os reformados, o que pode de alguma forma justificar o elevado número de respostas na classe sem rendimentos, para a qual também contribuíram os estudantes.

O maior número de ocorrências verifica-se entre os 100 e os 200 contos.

Em geral, os indivíduos com maiores rendimentos são aqueles que gozam mais férias. No entanto, a partir de um determinado nível esta relação altera-se porque quem tem maiores rendimentos nem sempre pode gozar férias, por motivos profissionais.

A maior parte dos inquiridos recebeu subsídio de férias e utilizou-o para esse fim.

A generalidade dos inquiridos gozou férias. Os motivos profissionais e económicos estão na origem do não gozo de férias, o que confirma a tendência prevista pela Visa, em 1989, de que os motivos profissionais iriam sobrepor-se aos económicos.

A maioria das pessoas continua a preferir gozar férias no Verão, num único período, embora seja visível uma tendência para a escolha de outras épocas e para a distribuição do tempo de férias por dois ou três períodos distintos.

As férias repartidas não são ainda uma tradição em Portugal, mas as pressões por parte das entidades patronais e a instabilidade climática que se tem vindo a sen-

tir nos últimos anos fazem com que cada vez mais portugueses adiram a esta modalidade.

De acordo com a tendência já apontada pela Visa e pela DGT, os Portugueses continuam a gozar mais férias em Portugal do que no estrangeiro. Este facto, para além do nível de vida, pode ser explicado pelas boas condições existentes em Portugal para a prática turística e pelas campanhas de incentivo ao turismo interno realizadas pelo Governo através do ICEP. Ainda assim, é de prever que o número de viagens para o estrangeiro, nomeadamente para a Europa, venha a aumentar significativamente, devido à abertura das fronteiras, à criação de um espaço económico comum e à redução dos preços das viagens provocada pela evolução dos transportes.

Como salientado pela Visa, o turista português é bastante independente, preferindo organizar ele próprio as suas férias. Esta independência poderá ainda ser reforçada pelas facilidades de reservas permitidas pela Internet. O recurso a agências de viagens só é significativo para viagens de longa duração e/ou distância.

Os Portugueses viajam quase sempre em família ou em grupos de pequenas dimensões.

As formas de pagamento mais utilizadas são o dinheiro e os cheques, o que pode ser explicado pela facilidade de acesso/utilização e baixo custo de ambos, pela vasta rede de ATM existente em Portugal e, ainda, pelo facto de os Portugueses gozarem férias no seu próprio país.

Os cheques são mais utilizados para o pagamento das viagens e *packages* no estrangeiro, o que pressupõe montantes mais elevados e pagamentos a agências de viagens e/ou companhias aéreas.

Quadro 1 – Formas de pagamento por sectores de despesas

	DP	DE	CP	CE	TCP	TCE	EP	EE	CDP	CDE	CCP	CCE	OP	OE
Alojamento			X									X		
Alimentação	X	X												
Transportes internos	X	X												
Recreio e cultura	X	X												
Cuidados médicos e despesas de saúde	X	X												
Bens e serviços	X	X												
Viagens	X			X										
<i>Packages</i>			X	X										

Legenda

DE - Dinheiro/estrangeiro

TCE - *Traveller*-cheque/estrangeiro

CDE - Cartão débito/ estrangeiro

OE - Outros/estrangeiro

DP - Dinheiro/Portugal

TCP - *Traveller*-cheque/Portugal

CDP - Cartão débito/Portugal

OP - Outros/Portugal

CE - Cheque/estrangeiro

ECE - Eurocheque/estrangeiro

CCE - Cartão crédito/estrangeiro

CP - Cheque/Portugal

ECP - Eurocheque/Portugal

CCP - Cartão crédito/Portugal

Mais uma vez se confirma a pouca utilização de *traveller*-cheques e eurocheques.

Embora quase todos os portugueses tenham pelo menos um cartão de débito, poucos são ainda os que possuem cartão de crédito.

Ainda assim, era de esperar que os cartões de crédito fossem mais utilizados e que a evolução económica/educacional acompanhasse a evolução dos meios de pagamento e das tecnologias de informação.

As formas de pagamento diferem, ainda que pouco significativamente, mediante o sector de despesas (Quadro 1), mas não foi possível provar a sua dependência face ao nível dos montantes despendidos.

Relativamente às características dos turistas que influenciam a escolha da forma de pagamento, verifica-se que a idade é relevante no uso de dinheiro e cheques; as habilitações literárias no do cartão de crédito e o rendimento influencia, essencialmente, o uso do dinheiro e cartões de crédito. Estas influências só são visíveis nas despesas em alojamento, alimentação, bens e serviços e viagens, como se pode observar no Quadro 2.

Quadro 2 – Factores que influenciam a escolha da forma de pagamento por sectores de despesas

	Idade	Habilitações literárias	Rendimento mensal
Alojamento			
Dinheiro	X		X
Cheque	X		X
Traveller-cheque			
Eurocheque			
Cartão de débito			
Cartão de crédito		X	X
Outros			
Alimentação			
Dinheiro	X		X
Cheque	X		
Traveller-cheque			
Eurocheque			
Cartão de débito			
Cartão de crédito		X	X
Outros			
Bens e Serviços			
Dinheiro			
Cheque	X		
Traveller-cheque			
Eurocheque			
Cartão de débito			X
Cartão de crédito		X	X
Outros			
Viagens			
Dinheiro	X	X	X
Cheque			
Traveller-cheque			
Eurocheque			
Cartão de débito			
Cartão de crédito	X	X	X
Outros			

4 Principais conclusões

Em termos gerais, e considerando a interacção entre os dois sectores em estudo, verifica-se que esta se faz sentir, essencialmente, ao nível das formas de pagamento disponibilizadas pela banca. Os serviços associados aos cartões de crédito são os mais directamente orientados para as viagens, fazendo com que este seja o meio de pagamento mais vantajoso quer para os turistas, quer para os bancos e restantes participantes neste processo. Apesar disto, o cartão de crédito é ainda pouco utilizado pelos Portugueses, podendo considerar-se que está situado na fase de crescimento do seu ciclo de vida.

Deste estudo se depreende que, à data da sua realização, o consumidor português ainda se comportava de uma forma algo tradicionalista no que respeita ao pagamento das despesas relacionadas com as suas férias, apesar da existência de uma já significativa oferta ao nível dos meios de pagamento disponibilizados pela banca.

Bibliografia

- Cunha, L., 1997, *Economia e Política do Turismo*, McGraw-Hill, Lisboa.
- Direcção-Geral do Turismo, 1996, *Férias dos Portugueses*, DGT, Lisboa.
- Direcção-Geral do Turismo, 1998, *Férias dos Portugueses*, DGT, Lisboa.
- Silva, N., 1994, *Marketing, Segmentação e o Sector Bancário Português*, Universidade do Porto – Instituto Superior de Estudos Empresariais, Porto.
- Visa International, 1991, *Business Travel Expenditure in Europe*, Visa International Association, Reino Unido.
- Visa International, 1991, *Holiday Travel Expenditure in Europe*, Visa International Association, Reino Unido.