

Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



**Modelação espaciotemporal da relação bivariada entre as operações em
caixas e terminais de pagamento automático e as dormidas em
equipamentos turísticos**

Andreia Filipa Vicente Lourenço

Relatório de Estágio orientado
pelo Prof. Doutor Fernando Jorge Pedro da Silva Pinto da Rocha

Mestrado em Sistemas de Informação Geográfica e Modelação Territorial
Aplicados ao Ordenamento

2021

Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



Modelação espaciotemporal da relação bivariada entre as operações em caixas e terminais de pagamento automático e as dormidas em equipamentos turísticos

Andreia Filipa Vicente Lourenço

Relatório de Estágio orientado

pelo Prof. Doutor Fernando Jorge Pedro da Silva Pinto da Rocha

Júri:

Presidente: Professora Doutora Inês Sousa e Silva Boavida-Portugal do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa

Vogais:

· Professor Doutor Carlos Manuel Batista Cardoso Ferreira da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

· Professor Doutor Fernando Jorge Pedro da Silva Pinto da Rocha do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa

2021

Índice

Índice de Figuras	iii
Índice de Tabelas.....	v
Agradecimentos	vii
Resumo.....	ix
Abstract	xi
1. Introdução	1
1.1. Objetivos	2
1.2. Estrutura do Relatório de Estágio	3
2. O Setor do Turismo	5
2.1. O Turismo e o Turista	5
2.2. Evolução das Políticas do Setor do Turismo.....	10
2.3. Turismo em Portugal.....	17
3. Dados e Métodos	27
3.1. Turismo de Portugal	27
3.2. PNCT: Programa Nacional para a Coesão Territorial	30
3.3. SIBS.....	35
3.4. Área de Estudo	36
3.5. Metodologia	38
4. Caso de Estudo: Interior de Portugal	47
4.1. Análise de Resultados	47
5. Considerações finais.....	63
Referências.....	65
Anexos.....	69

Índice de Figuras

Figura 1 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2017.....	18
Figura 2 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2018.....	19
Figura 3 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2019.....	20
Figura 4 - Receitas Turísticas no PIB.....	21
Figura 5 - Número total de hóspedes por atividade de alojamento turístico, por meses para os anos 2017 e 2018	22
Figura 6 -Número total de dormidas por atividade de alojamento turístico, por meses para os anos 2017 e 2018	23
Figura 7 - Proveitos totais, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II, para os anos 2017 e 2018	25
Figura 8 – Delimitação da Área de Estudo	37
Figura 9 – Fluxograma dos dados e processos.....	39
Figura 10 - Caracterização da Taxa de Ocupação dos anos 2016 a), 2017 b) e 2018 c)	47
Figura 11 - Evolução Espaço-temporal do Número de Camas no de 2016 a 2018	49
Figura 12 - Oferta de Estabelecimentos Turísticos por NUTSII para os anos 2017 a),2018 b) e 2019 c).....	50
Figura 13 - Índice de Preferência dos concelhos para os anos de 2016 a), 2017 b) e 2018 c)....	51
Figura 14 - Análise de Clusters relativamente ao Valor de Operações feitas Mensalmente por Concelhos para o espaço temporal de 2017 a 2019	53
Figura 15 - Mapa de Fluxos dos Principais Mercados com Maior Número de Dormidas para Portugal Continental no ano de 2018	55
Figura 16 - Valor Trimestral de Gastos em Alojamento no Ano de 2019 por Concelho	57
Figura 17 - Valor Trimestral de Gastos em Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos no Ano de 2019 por Concelho	59
Figura 18 - Valor Trimestral de Gastos em Restauração e similares no Ano de 2019 por Concelho	61

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Taxa líquida de ocupação-cama Fonte: INE.....	24
--	----

Agradecimentos

Chegada ao fim de mais uma etapa, é importante olhar para trás e dar mérito a todos aqueles, que de forma direta ou indireta, tornaram possível a realização deste relatório.

Quero agradecer às pessoas mais importantes da minha vida. Os meus pais, que sempre lutaram e fizeram de tudo para que nunca me faltasse nada, e que sempre me apoiaram nas minhas decisões. À minha irmã por me fazer companhia, incentivar e estar sempre disposta a ouvir-me, mesmo em situações mais complicadas.

Agradecer ao Fábio, que me acompanhou desde o primeiro dia no meu percurso académico e de quem tive orgulho de poder ter ao meu lado, e com o qual aprendi tanto e espero continuar a aprender.

Ao Professor Doutor Jorge Rocha pela amizade, pela força, pela compreensão, e pela disponibilidade que sempre demonstrou para comigo para ajudar-me independentemente do dia e das horas em que nos encontrássemos.

Aos meus colegas do Turismo de Portugal I. P., com os quais tive a oportunidade de ter experienciado, pela primeira vez, o que é o mundo do trabalho. Em particular à Lisete Vieira e ao Luís Mendes por todo o apoio e conhecimentos que me transmitiram.

Obrigada a todos por tornarem possível a realização de mais um sonho da minha vida.

Resumo

Atualmente o turismo apresenta-se como uma das atividades económicas mais dinâmicas a nível mundial, o que tem conduzido a que cada vez mais, os países e as regiões apostem nesta atividade. Deste modo têm-se vindo a desenvolver políticas sectoriais para atenuar eventuais desequilíbrios e assimetrias regionais que possam existir.

Em Portugal, o turismo também tem apresentado um elevado crescimento ao longo das últimas duas décadas com a aposta realizada pelo estado português no desenvolvimento do setor turístico e a competitividade que o mesmo acarreta foram criadas políticas para atenuar eventuais desequilíbrios e assimetrias regionais, para isso é essencial o papel do Turismo de Portugal I. P. como Autoridade Turística Nacional.

Turismo de Portugal I. P. é a entidade que promove Portugal como destino turístico através da valorização, promoção e sustentabilidade da atividade turística do país. Esta entidade desenvolveu a ferramenta SIGTUR com o intuito de responder às necessidades atuais no conhecimento da distribuição da oferta turística no território.

Os sistemas de informação geográfica (SIG) permitem uma organização e cruzamento da informação geográfica e alfanumérica de forma a estruturá-la para posteriormente, ajudar na tomada de decisão. No presente estudo é fundamental o software *ArcGis*, pois este dispõe de métodos de classificação de dados.

No âmbito do estágio realizado no Turismo de Portugal I.P., foi definido como o principal objetivo deste estudo perceber segundo o número de dormidas quais os mercados que mais investem por classificação das atividades económicas (CAE) nos concelhos pertencentes ao Programa Nacional para a Coesão Territorial (PNCT) de Portugal Continental, para isso foram cedidos dados da SIBS.

Palavras-chave: Turismo, Portugal, PNCT, SIG, Mercados, CAE

Abstract

Currently, tourism it's one of the most dynamic economic activities in the world, which has led to an increasing number of countries and regions that tries to improve this activity. In this way, policies developed in tourism have been developed to mitigate any regional imbalances and asymmetries that may exist.

In Portugal, tourism has also shown a high growth over the past two decades with the development of the tourism sector made by portuguese government and the competitiveness that this entails, policies were created to mitigate any regional imbalances and asymmetries, for that Turismo de Portugal I. P. role as National Tourist Authority is essential.

Turismo de Portugal I. P. is the entity that promotes Portugal as a tourist destination, this is done through the valorization, promotion and sustainability of the tourist activity. This entity implement SIGTUR WebGIS in order to respond to the current needs in the knowledge of tourist offer in the territory and its distribution over time and space.

Geographic information systems (GIS) allow the organization and crossing of geographic and alphanumeric information in order to help the decision-making process. In this study the ArcGis software is fundamental due to is ability to make data classification methods.

The internship carried out at Turismo de Portugal I.P. defined as the main objective of this study to understand, according to the number of overnight stays, which markets invest the most by economic activities classification (CAE) in the municipalities belonging to the National Program for Territorial Cohesion (PNCT) in Portugal. For this, data were provided from SIBS.

Keywords: Tourism, Portugal, PNCT, GIS, Markets, CAE

1. Introdução

O presente relatório tenciona formalizar o estágio curricular, com início em novembro de 2019 e término a junho de 2020 (prolongou-se devido à pandemia) no Instituto do Turismo de Portugal, I.P., mais concretamente no Departamento de *Business Intelligence* da Direção de Gestão de Conhecimento, com vista à obtenção do grau de Mestre em Sistemas de Informação Geográfica e Modelação Territorial Aplicados ao Ordenamento no Instituto de Geografia e Ordenamento do Território (IGOT).

O Instituto do Turismo de Portugal, I. P., abreviadamente designado por Turismo de Portugal, I.P., é considerado a Autoridade Turística Nacional. Este agrega todas as competências institucionais relativas à dinamização do turismo, desde a oferta à procura. Por esse motivo é responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística em Portugal (Turismo de Portugal, n.d.-b).

A nível mundial, atualmente, o turismo é a principal atividade económica, que dinamiza cada vez mais os países e as regiões, e os incentiva a apostar neste setor de atividade. Assim sendo, foi necessário adotar políticas no setor turístico com o intuito de melhorar e desenvolver esta atividade, para equilibrar as assimetrias regionais.

O turismo em Portugal é uma das principais áreas de interesse para a economia nacional, pois foi eleito pela terceira vez consecutiva como sendo o melhor destino turístico europeu pelos *World Travel Awards*, estes são prémios atribuídos pelos profissionais do setor onde são considerados os óscares do turismo.

Desta forma, com o aumento de fluxo de pessoas em Portugal é possível perceber qual a sua distribuição geográfica através da sua localização e relacioná-la com os consumos dos mesmos.

Em Portugal, o turismo internacional no ano de 2019 apresentou receitas que atingiram “18,4 mil milhões €, mais 8,1% do que em 2018, o equivalente a mais 1,3 mil milhões €, contribuindo de forma decisiva para o equilíbrio da balança turística”. No que diz

respeito à CAE “o Comércio a retalho liderou como setor de atividade onde houve mais gastos com recurso a cartões bancários estrangeiros em Portugal (1,7 mil milhões € em compras, 36% e 37,4 milhões de compras, 45%). Destacaram-se as compras e levantamentos efetuados com recurso a cartões com origem na França e no Reino Unido com quota semelhante e conjunta de 40,1%”(Turismo de Portugal, 2021).

Deste modo, o relatório de estágio irá centrar-se no estudo dos concelhos do Interior para perceber a evolução das assimetrias regionais, através dos mercados que mais gastam e no quê em cada concelho. Isto através de dados disponibilizados pelo Turismo de Portugal com a parceria feita com a SIBS, desenvolvida em ambiente de sistemas de informação geográfica (SIG).

O estágio teve como objetivo proporcionar uma nova experiência, nomeadamente no contexto profissional, através da minha participação:

- Cadastro geográfico de empreendimentos turísticos, alojamento local, agências de viagem e turismo e agentes de animação turística;
- Atualização e retificação de informação geográfica;
- Criação de base de dados geográfica e respetiva ligação às bases de dados da procura turística (dormidas e hóspedes), relacionando-as com os gastos médios efetuados por cartões de crédito e débito;
- Cruzamento das diversas variáveis e análise de correlação e causalidade.

1.1. Objetivos

O presente relatório de estágio tem como objetivo principal a criação de base de dados geográfica e respetiva ligação às bases de dados da procura turística (dormidas e hóspedes), relacionando-as com os gastos médios efetuados por cartões de crédito e débito, e também o cruzamento das diversas variáveis e análise de correlação e causalidade.

Para isso foram selecionadas apenas três CAE, por serem sempre responsáveis por 85 a 90% do total de consumos, segundo o Turismo de Portugal, I. P. No entanto, para a realização do estudo, foi necessário obter dados da SIBS - *Forward Payment Solutions*, no que diz respeito aos gastos efetuados por cartões por concelho, para que possa ser possível representação em ambiente SIG.

Com o presente relatório de estágio, pretende-se dar respostas aos seguintes conjuntos de necessidades:

- Efetuar o estudo relativamente ao número de dormidas de cada mercado;
- Perceber por concelho a oferta do número de camas disponível e respetiva oferta de estabelecimentos turísticos;
- Relacionar o número de hóspedes com o número de dormidas efetuadas por concelho;
- Relação do valor total de operações em caixas e terminais de pagamento automático por mês para cada concelho;
- Disponibilização da cartografia dos mercados que investem mais em cada CAE por concelho.

1.2. Estrutura do Relatório de Estágio

O presente relatório de estágio encontra-se dividido em cinco capítulos, estes constituídos por diversos subcapítulos, primeiro capítulo é referente à introdução do trabalho realizado. No capítulo dois, é consistido pela descrição do conceito de turismo e turista, assim como uma breve história da evolução das políticas referentes ao setor do turismo e ainda dados estatísticos do turismo em Portugal.

Os dados e métodos, mencionadas no terceiro capítulo, descreve a instituição de acolhimento do estágio profissional Turismo de Portugal I.P., tal como a apresentação do Programa Nacional para a Coesão Territorial. Neste capítulo ainda apresenta a entidade SIBS, a qual possui uma parceria com o Turismo de Portugal I.P., onde também

é representada a área de estudo e por fim a descrição dos dados e processos efetuados no presente relatório de estágio.

Relativamente ao quarto capítulo, procede-se à apresentação dos resultados e a sua respetiva análise. Por último o quinto capítulo apresenta as conclusões gerais do trabalho desenvolvido.

2. O Setor do Turismo

2.1. O Turismo e o Turista

O conceito de turismo é de difícil definição, e ao longos do tempo tem sofrido diversas alterações, pois é uma atividade que se interliga com diversas áreas e que tem inúmeras motivações dos seus praticantes. Por isso é conceito que apresenta diversas interpretações, múltiplas definições e bastantes descrições.

O termo turismo surgiu pela primeira vez num dicionário *The Shorter English Dictionary*, na edição de 1811, referindo-se a toda e qualquer pessoa que realize viagens de carácter recreativo. Contudo, foi em 1942, com os professores Valter Hunziker e Kurt Krapf, que se estabeleceu uma definição mais elaborada, onde estes consideram o turismo como o resultado da experiência da deslocação e estadia de um indivíduo fora do seu local de residência habitual, desde que as mesmas não sejam efetuadas em contexto de deslocações de trabalho ou negócio (Natureza, 2012).

Por sua vez, Licínio Cunha, defende que o conceito de turismo pode ser definido como “a atividade ou as atividades económicas decorrentes das deslocações e permanências dos visitantes” (Cunha, 2001).

Segundo o Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de agosto, entende-se por turismo a deslocação temporária de pessoas do seu local de habitação frequente para locais diferentes, com o intuito de atividades de lazer, negócios entre outros, assim como qualquer tipo de atividade que satisfaça as suas carências.

Turismo, pode também ser definido como a junção das atividades lícitas que são o resultado da pretensão de satisfazer as necessidades daqueles que visitam estes lugares e os fenómenos que resultam destas interações (Cunha, 1993).

De acordo com o conceito da Organização Mundial do Turismo e segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), o turismo incorpora qualquer atividade exercida pelos viajantes durante um período inferior a 12 meses, em que se encontram fora do seu ambiente usual. Essas atividades poderão ter diversos propósitos, como lazer ou negócios, desde que não estejam relacionadas com a prática de uma atividade remunerada no local da sua visita. Deste modo, não contabilizando as viagens cujo principal objetivo se centra na prestação de serviços remunerados para uma entidade local. Assim, todas as viagens cujo trabalho e remuneração não estão diretamente relacionados com o motivo principal da mesma, são consideradas turismo (INE, n.d.) .

O facto de não haver uma definição universalmente aceite, levou a que diversos autores originassem uma definição tendo em conta dois aspetos, um pelo lado da procura e outro pelo lado da oferta. Deste modo, tendo em conta o lado da procura o turismo engloba, independentemente do motivo, qualquer deslocação ou estadia por um limitado período, durante a qual o viajante, que se encontra fora do seu ambiente habitual, consumirá um valor superior àquele que iria arrecadar nesse local. Do lado da oferta, o conceito de turismo é todo e qualquer lugar, organização, empresa, profissão ou relação que tenha por objetivo a satisfação das necessidades dos visitantes (Natureza, 2012).

Atualmente, é possível afirmar que a emergência e as mudanças que ocorrem na sociedade estão, direta ou indiretamente, interligadas ao turismo (Maricato, 2012). Em associação ao turismo, é importante também mencionar outras noções básicas como: o movimento físico, relacionado com as deslocações de curta, média ou longa distância; a viagem e/ou permanência em alguns destinos mais ou menos pré-definidos, assim como as atividades que lhes estão associadas; finalmente, as estruturas, serviços e produtos criados com o intuito de satisfazer as necessidades dos turistas e visitantes (Barros, 2004).

Assim sendo, conclui-se que para se tentar definir turismo, tem que se ter em conta a concretização da deslocação dos visitantes que saem fora do seu local habitual por uma ou mais noites, excepto deslocações em condição de trabalho, para um local com um propósito diferente do ambiente habitual.

Deste modo, surge também a tentativa de se definir turista. Este surgiu pela primeira vez num dicionário *The Shorter English Dictionary*, na edição de 1800, como o vocábulo «tourist», referindo-se a toda e qualquer pessoa que realize viagens de carácter recreativo. Para entender a origem do termo “turista” é necessário recuar ao final do século XVIII, durante o qual se realizava a *Grand Tour*. Esta viagem era feita no continente europeu, pelos membros de famílias ricas inglesas, estudantes, diplomatas e intelectuais que, em função do termo *tour* passaram a ser denominados de *touristes*. Atualmente, fruto das evoluções e alargamentos deste setor, o termo “turista” aplica-se a qualquer utilizador da atividade e serviços turísticos, não atentando ao tipo de viagem, nem aos fatores económicos, sociais e culturais que o caracterizam (Natureza, 2012).

Mais tarde podia ser então entendido como qualquer indivíduo que se desloca para um local diferente do domicilio frequente, por períodos de tempo limitados e variáveis, tendo o lazer como principal objetivo e desenvolvendo atividades orientadas para o conhecimento, a auto-aprendizagem e o enriquecimento pessoal através do contacto direto com diferentes povos, culturas e ambientes naturais (Brito, 2010).

A definição de turista não é necessariamente fácil, tratando-se de um indivíduo cujas decisões são tomadas com base em interpretações, motivações, restrições e incentivos representados através de manifestações, atitudes e atividades diretamente relacionadas com fatores psicológicos, educacionais, culturais, económicos, étnicos, sociais e também políticos culminando numa viagem que envolve diversos agentes institucionais e empresariais desde o momento da partida até à chegada. Assim o turismo como setor de atividade fundamentalmente económico proporciona uma ligação direta com significados, implicações, relações e incidências tanto sociais como culturais e também ambientais (Baptista, 1997).

Um turista pode ainda definir-se como o indivíduo que permanece no mínimo uma noite fora do seu domicílio frequente e onde o objetivo dessa deslocação não seja de contexto de trabalho (Ministério da Economia e da Inovação, 2009). Existe também o turista nacional que é o tipo de turista que viaja preferencialmente dentro do seu país de residência. Segundo o INE, de acordo com o conceito da Organização Mundial do Turismo, turista é um “visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado” (INE, n.d.) .

Assim sendo, para efeitos da realização do presente relatório de estágio, adotou-se o conceito de turismo, bem como a definição de turista proposta pelo Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de Agosto, pois este estabelece as bases das políticas públicas de turismo em Portugal. O turismo é uma das atividades económicas mais importante no nosso país. Portugal apresenta um grande potencial turístico e é um destino cada vez mais procurado por cidadãos de todo o mundo. Apesar de ser um país de pequena dimensão Portugal possui paisagens e património variados que permitem a prática de diferentes tipos de turismo (Turismo de Portugal, 2013).

Dos diferentes tipos de turismo que existem, o turismo balnear, é talvez o mais procurado em Portugal. Praticar-se nas regiões litorais com o objetivo de se desfrutar dos benefícios do sol e mar. Um das frases nacionais mais vendidas no estrangeiro foi o slogan “sol e mar”, o que fez emergir o fenómeno do turismo balnear e consequentemente tomar novas medidas e ver as novas potencialidades do litoral, no que diz respeito a aproveitamento económico. O litoral tornou-se assim o principal destino de férias dos turistas estrangeiros e até dos próprios turistas nacionais (Miranda, 2017).

O turismo termal ou também conhecido como o turismo de saúde e bem-estar, é outro exemplo dos tipos de turismo em Portugal. Este está associado a águas de nascente benéficas à saúde e bem-estar, lazer e turismo . O turismo termal é considerado uma alternativa ao tipo de turismo tradicional de sol e praia, pois permite que o turista se afaste dos grandes aglomerados e que esteja em contacto com a Natureza (S. Silva &

Carvalho, 2012). Existe um elevado número de estância termais em Portugal situando-se a maioria no centro e norte do país.

Por sua vez o turismo histórico-cultural, engloba atividades relacionadas com a cultura, a história, monumentos, arquitetura, gastronomia, tradições e costumes (Rodrigues, 2018). O turismo religioso é dinamizado por motivações religiosas e consiste na visita a lugares importantes de culto e peregrinação. O Santuário de Fátima é um local de peregrinação católica e exemplo do turismo religioso em Portugal (Prazeres, 2015).

Outro tipo de turismo é o turismo de natureza, que se refere “às formas de lazer baseadas em experiências diretamente relacionadas com atrativos naturais” (Santos, 2018) privilegiando o contacto com o património natural em áreas protegidas como parques ou reservas naturais, existem em diversas regiões no território nacional. Também existe o turismo de aventura, estando este ligado ao turismo na natureza, onde atualmente existem inúmeras atividades de risco acrescido e possibilita a convivência com a natureza (M. D. S. M. Silva, 2016), ou seja está ligado aos desportos radicais e é muito procurado pelos jovens. Nos últimos anos têm surgido em Portugal diversos parques onde se pode praticar rafting, rapel, escalada entre outros.

Em Portugal, existe ainda, o turismo no espaço rural (TER). Este oferece recursos relacionados ao modo de vida rural, e dispõe de alojamento, comida típica da região, animação alusiva entre outras atividades, estando associado aos concelhos do interior de Portugal este tipo de turismo ainda oferece paisagens naturais, históricas e culturais (Luís, 2002). Realiza-se maioritariamente em antigos solares ou palácios quer em casas tradicionais. Este abrange ainda, um conjunto de modalidades nomeadamente o turismo de habitação, o turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia, casas de campo, hotéis rurais e parques de campismo rurais.

Entre outros tipos de turismo, possuímos o turismo de montanha, esta associado ao desejo da exploração de áreas longínquas ou menos acessíveis têm sido parte das motivações de viagens para quem procura este tipo de turismo. Ele é realizado através

de atividades turísticas de aventura, realização de caminhadas, escalada ou desportos de inverno (Maria, 2011).

Conclui-se assim que os “valores essenciais do «Destino Portugal» estão assentes nos seguintes elementos: Clima e luz; História, cultura e tradição; Hospitalidade e Diversidade concentrada” (Presidência do Conselho de Ministros, 2007).

2.2. Evolução das Políticas do Setor do Turismo

O turismo é considerado um sector de difícil compreensão. Deste modo impõe um planeamento com vista à criação de métodos e regras que orientem a sua autorregulação e auto-organização (Presidência do Conselho de Ministros, 1986).

Desde os anos oitenta que surgiram medidas orientadores do setor turístico, nomeadamente em 1986/1989 com a publicação do Plano Nacional de Turismo (PNT) através da Resolução do Conselho de Ministros nº 17-B/86, de 14 de fevereiro, este tem como objetivos contribuir e atenuar: os défices cambiais, os desequilíbrios e assimetrias regionais, melhorar a qualidade de vida da população portuguesa, proteger o património natural e valorização do património cultural. As medidas orientadoras surgem devido ao setor ser considerado um “fator estratégico para a eliminação dos desequilíbrios e reanimação da economia”(Fonseca, 2010).

Contudo, veio a verificar-se que era necessário atualizar e fazer algo mais pelo Turismo nacional. Então, em 1991 surgiu o “Livro Branco do Turismo”, em 1992 a “Estratégia de Desenvolvimento do Turismo e quadro de Apoio Financeiro”, em 1994 o “Programa de Ações Estruturantes e Quadro de Apoio Financeiro ao Investimento no Turismo: 1994-96”. Por sua vez no século XXI, criou-se através Resolução do Conselho de Ministros n.º 12/2002 o “Plano de Consolidação do Turismo”, aprovada em 27 de Dezembro de 2001, este integra dois instrumentos de apoio para um horizonte temporal de 2000-2006 — o Programa Operacional de Economia (POE) e o Programa Nacional de Formação Melhor Turismo, ambos introduzidos no Programa Operacional de Emprego, Formação e Desenvolvimento Social— e ainda o Programa de Intervenções para a Qualificação do

Turismo (PIQTUR) (Presidência do Conselho de Ministros, 2002). No ano a seguir, em 2003 surge o “Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo” e mais tarde surgiu o “Plano Estratégico Nacional de Turismo – PENT” (2007; rev. 2013).

O PENT, aprovado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de abril, foi desenvolvido para o horizonte temporal 2006-2015, objeto de duas revisões. Este é uma iniciativa do Governo, no âmbito do Ministério da Economia e da Inovação, com o objetivo de concretizar ações definidas para o crescimento sustentado do Turismo nacional, e orientar a atividade do Instituto do Turismo de Portugal, I. P (entidade pública central do setor). Na construção do PENT teve-se em conta “os interesses económicos, sociais, culturais e ambientais e assegurada a participação das entidades representativas de tais interesses” (Ministério da Economia e da Inovação, 2009). Este documento traça objetivos e linhas de desenvolvimento estratégico para o setor do Turismo, estabelecidas em cinco eixos e onze projetos de implementação (Moreira, 2010).

A Política Nacional de Turismo “...é prosseguida por um conjunto coerente de princípios e de normas reguladoras das atividades turísticas, da organização, atribuições e competências das entidades públicas, assim como do exercício das profissões que, por razões de segurança dos consumidores e qualidade do serviço, exijam tutela jurídica específica” (Ministério da Economia e da Inovação, 2009).

Concluído o horizonte temporal do PENT surgiu o “Turismo 2020: cinco princípios para uma ambição”. Este documento substitui o PENT e definiu uma ambição de competitividade para o destino 2020, e estabeleceu cinco princípios (Pessoa, Liberdade, Abertura, Conhecimento e Colaboração) que favoreceu a sua concretização (Turismo de Portugal, 2020b). Este, apresenta um horizonte temporal entre 2016 e 2020 e teve como objetivo tornar Portugal um destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa, aumentando a qualificação e competitividade dos negócios do setor privado do turismo. Para isso acontecer, estabeleceram-se seis ambições, que no seu conjunto se complementam: um destino sustentável e de qualidade, um destino de empresas competitivas, um destino empreendedor, um destino ligado ao Mundo, um destino gerido de forma eficaz e por último um destino que marca.

Atualmente está em vigor a “Estratégia Turismo 2027”. Segundo Manuel Caldeira Cabral, ministro da Economia à data de aprovação da ET2027, afirma que o turismo é o impulsionador da atividade económica com o objetivo de desenvolver o setor económico e social do país, nomeadamente na criação de postos de trabalhos e para o contributo do aumento das exportações. Acrescenta também que os resultados alcançados no ano de 2016 comprovam que a atividade turística é a maior atividade exportadora do país resultado de um trabalho planeado e de um investimento robusto produzido por privados e públicos (Turismo de Portugal, 2017). Para dar continuidade a estes resultados surgiu a Estratégia Turismo 2027 (ET27), que define objetivos de natureza económica para dormidas e receitas turísticas, visando, sobretudo, na coesão territorial e o crescimento em valor. De acordo com a Secretária de Estado do Turismo Ana Mendes Godinho, com esta estratégia Portugal distingue-se pelos seus recursos não móveis e onde qualquer pessoa gosta de viver e se sente valorizado, tornado assim Portugal um país mais coeso (Turismo de Portugal, 2017).

A ET27, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 134/2017, determina o referencial estratégico para o turismo em Portugal no presente e enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027, tendo em vista a afirmação do turismo como uma atividade sustentável ao longo do ano e em todo o território, que valorize os recursos naturais de que Portugal dispõe e que contribua para a criação de emprego e de riqueza e para a promoção da coesão territorial e social. Assim sendo, a ET27 identifica dez desafios globais para uma estratégia a dez anos:

- “1. PESSOAS - Promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo.
2. COESÃO - Alargar a atividade turística a todo o território e promover o turismo como fator de coesão social.
3. CRESCIMENTO EM VALOR - Ritmo de crescimento mais acelerado em receitas *versus* dormidas.
4. TURISMO TODO O ANO - Alargar a atividade turística a todo o ano, de forma que o turismo seja sustentável.

5. ACESSIBILIDADES - Garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território.
 6. PROCURA - Atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo ano e em todo o território.
 7. INOVAÇÃO - Estimular a inovação e empreendedorismo.
 8. SUSTENTABILIDADE - Assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.
 9. SIMPLIFICAÇÃO - Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração.
 10. INVESTIMENTO - Garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.”
- (Turismo de Portugal, 2017)

Segundo Luís Araújo, Presidente do Turismo de Portugal, I. P. a visão da Estratégia Turismo 20217 dá a conhecer o que se deseja atingir. Isto é, posicionar Portugal como sendo um dos destinos turísticos mais sustentáveis e competitivos do mundo, bem como afirmar o turismo como *hub* para o crescimento social, ambiental e económico em todos o território (Turismo de Portugal, 2017).

Assim sendo, foram estabelecidas metas para o turismo em Portugal a nível da sustentabilidade económica, social e ambiental. No que diz respeito à sustentabilidade económica, destacam-se as dormidas em todo o território, com o objetivo de aumentar em todo o país a procura turística e de fazer crescer o valor das receitas turísticas. Relativamente à sustentabilidade social, foram definidas três metas para alcançar, nomeadamente a do turismo todo o ano, as qualificações e as satisfações dos residentes.

No que concerne à primeira meta, o objetivo é aumentar a atividade turística a todo o ano, combatendo a sazonalidade. No tocante à meta das qualificações, é apresentado como objetivo aumentar as habilitações dos profissionais do setor enquanto na meta da satisfação dos residentes está presente o objetivo de assegurar a satisfação da

população residente relativamente a atividade turística. Por último, ao nível da sustentabilidade ambiental, a meta da energia visa incrementar os níveis de eficiência energética nas empresas do turismo; a meta da água promovendo uma gestão racional da mesma; e, por fim, a meta dos resíduos tendo por objetivo a promoção de uma gestão eficiente dos resíduos na atividade turística nacional.

A ET27 considera também dez ativos estratégicos, agrupados em quatro categorias (Ativo único transversal- capacidade de receber em Portugal influenciado pela cultura, atitude e identidade; Ativos diferenciadores- “atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional”; Ativos qualificadores- “enriquecem a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios”; Ativos emergentes- “começam a ser reconhecidos internacionalmente e apresentam elevado potencial de crescimento” (Turismo de Portugal, n.d.-a)).

No contexto da categoria do ativo único transversal são consideradas as pessoas. Na categoria ativos diferenciadores são incluídos o clima e luz, a história, cultura e identidade, o mar, a natureza e a água. No âmbito dos ativos qualificadores valorizam-se a gastronomia e vinhos, os eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio. Por fim, nos ativos emergentes é conferido destaque ao bem-estar e o viver em Portugal.

Existe ainda um referencial estabelecido em cinco Eixos Estratégicos, designadamente o valorizar o território e as comunidades, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar redes e conectividade e o projetar Portugal, incluindo sempre as pessoas (residentes, turistas e os profissionais) assente no centro da estratégia do turismo. Para cada Eixo Estratégico, existe um conjunto de linhas de atuação.

A ET27 estabelece uma combinação de uma visão de longo prazo com a ação no presente, ou seja, como referido anteriormente, na visão de longo prazo esta é assente nos eixos estratégicos e nas linhas de atuação. Na ação no presente tem em conta a operacionalização 2017-2020 nomeadamente nas tipologias de projetos prioritários – “apresenta tipologias de projetos prioritários para o desenvolvimento turístico do país

e das regiões, concretizando assim também a função de referencial estratégico da ET27 para o curto/médio prazo” (Turismo de Portugal, 2017).

Esta estratégia, tem ainda em conta, os mercados externos prioritários de atuação no contexto da promoção e comercialização da oferta turística em Portugal. São quatro grupos distintos (Mercados Estratégicos, Mercados de Aposta, Mercados de Crescimento e Mercados de Atuação Seletiva), identificados tendo em vista a procura externa e a capacidade de resposta da oferta portuguesa face a essa procura. O primeiro grupo diz respeito aos Mercados Estratégicos, que são mercados com condutas históricas muito relevantes, no que diz respeito à quota de mercado e ao ritmo de crescimento, precisam de ser um alvo estratégico individual e detalhado, pois têm em conta as realidades regionais em cada mercado e os diferentes segmentos de turistas que os compõem. São Mercados Estratégicos: Espanha, Alemanha, Reino Unido, França, Brasil, Holanda, Irlanda e Escandinávia.

Os Mercados de Aposta, correspondem ao segundo grupo. São os Estados Unidos da América, China e Índia e estes são mercados de grande dimensão que emitem turistas com um potencial crescimento para Portugal. Por sua vez os Mercados de Crescimento, representam um peso relativamente baixo, mas são mercados que em Portugal têm uma boa representatividade e um potencial crescimento, podendo contribuir para a variedade da procura turística nacional. São Mercados de Crescimento a Itália, Bélgica, Suíça, Áustria, Polónia, Rússia e Canadá pois detêm um potencial de crescimento em Portugal devendo apostar em obter-se um crescimento absoluto de dormidas e receitas. Por último, existem os Mercados de Atuação Seletiva, que pela dimensão e distância apresentam dificuldades, mas que oferecem oportunidades, ou que a longo prazo se perspetive um crescimento. Refere-se a mercados que poderão ter ações de promoção focadas em ofertas ou segmentos de procura específica, sempre estrategicamente justificadas e fundamentadas. Neste contexto, deverá ter-se em conta, especialmente, a procura potencial presente nesses mercados e as oportunidades que possam ser detetadas. São Mercados de Atuação Seletiva o Japão, Austrália, Singapura, Coréia do Sul, Israel e Países da Península Arábica.

Uma vez que a procura turística é influenciada por distintos fatores e é dinâmica e evolutiva, poderão ser feitos ajustes nos mercados que foram anteriormente referidos, como por exemplo, no que diz respeito ao plano de marketing turístico nacional e à promoção turística externa de Portugal e das regiões, através das atividades anuais (Turismo de Portugal, 2017).

Para se implementar e monitorizar a ET27, existe um modelo de gestão à responsabilidade da entidade gestora Turismo de Portugal, I.P., também a cargo dos Laboratórios Estratégicos de Turismo (LET) e do Fórum Nacional de Turismo. Estes três organismos têm de se articular, mobilizar e cooperar entre si. Deste modo, o Turismo de Portugal, I.P. enquanto autoridade turística nacional tem a responsabilidade de estimular e promover a execução da ET27, como também assegurar a ligação entre os investimentos em turismo e os instrumentos de financiamento comunitário e por último motivar atores e supervisionar a estratégia.

Os Laboratórios Estratégicos de Turismo (LET), “constituem plataformas de auscultação *ongoing* dos territórios e mercados para a implementação dos projetos e medidas da ET27” (Presidência do Conselho de Ministros, 2017). Estas plataformas de colaboração ativa e concertação serão consequentemente espaços de discussão de temas propostos pelos parceiros, tendo em vista a criação de melhores condições de territorialização da política nacional de Turismo, como também um espaço para criar conhecimento em áreas críticas e debater temas-chave à volta de setores e subsetores importantes para o Turismo e por fim conhecer tendências, dinâmicas e motivações da procura internacional.

Por último existe o Fórum Nacional de Turismo, que funciona com espaço de reflexão e discussão sobre o turismo nacional. Além disso, é também um espaço de partilha de projetos e iniciativas implícitas às prioridades estratégicas, de transmissão do grau de implementação da ET27 e de recomendação de ações a curto ou médio prazo (Turismo de Portugal, 2017).

2.3. Turismo em Portugal

É a partir do início da década de 1960 que, em Portugal, começa a surgir algum interesse, tanto a nível económico, como a nível social e cultural, pelo fenómeno do turismo, fruto do intenso crescimento deste setor a nível mundial (Cunha, 2001; Maricato, 2012).

Os dados provisórios disponibilizados pelo Eurostat, revelam que Portugal se encontra nos cinco primeiros lugares com o maior saldo da balança turística da União Europeia no ano de 2017, 2018 e 2019, o que representa um aumento de 23% no saldo da balança turística portuguesa em 2017.

Observando a figura 1, constata-se que a Espanha é o país com saldo da balança turística mais elevado ($40,4 \times 10^3$ milhões de euros), de seguida a França com um valor de $17,0 \times 10^3$ milhões de euros. Portugal sendo o quinto país com o valor mais elevado do saldo da balança turística ($10,9 \times 10^3$ milhões de euros) ultrapassa o valor da Áustria ($8,8 \times 10^3$ milhões de euros) e aproxima-se dos valores da Itália ($14,8 \times 10^3$ milhões de euros) que se encontra em terceiro lugar e da Grécia ($12,7 \times 10^3$ milhões de euros) que está em quarto lugar dos pais com maior saldo da balança turística em 2017. Por sua vez, relativamente ao saldo da balança turística negativa em 2017 destacam-se a Alemanha e o Reino Unido com -38,8 mil milhões de euros e -17,9 mil milhões de euros, respetivamente.

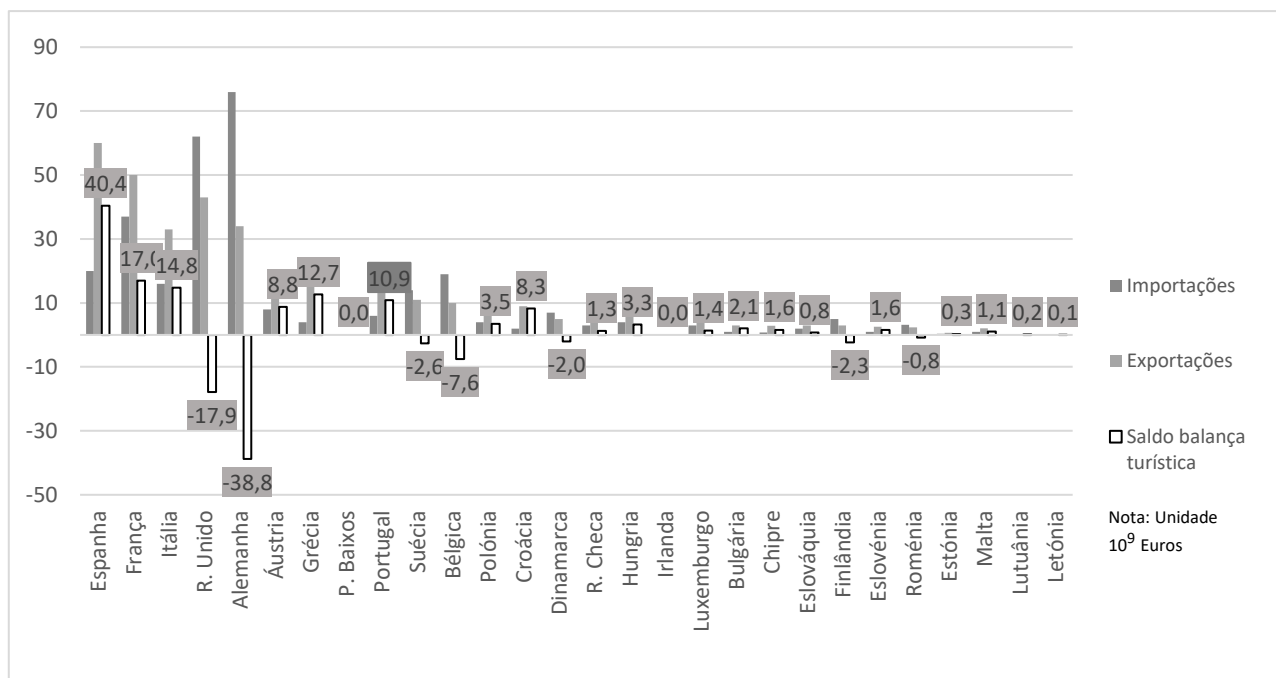


Figura 1 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2017

Fonte: (INE, 2018a)

De seguida, relativamente ao ano de 2018 (figura 2), verifica-se que Portugal aumentou o saldo da balança turística (11,9 mil milhões de euros) comparativamente a 2017, mantendo-se em quinto lugar como já foi referido anteriormente. Analisando a figura 2, Espanha mantém a liderança com um saldo positivo de 40,4 mil milhões de euros, a Itália subiu de posição relativamente a 2017, ocupando assim o segundo lugar com um valor de 16,0 mil milhões de euros, ultrapassando ligeiramente a França (15,9 mil milhões de euros). Com um saldo negativo, tal como no ano de 2017, continuam a destacar-se a Alemanha com -43,4 mil milhões de euros e o Reino Unido com -20,2 mil milhões de euros.

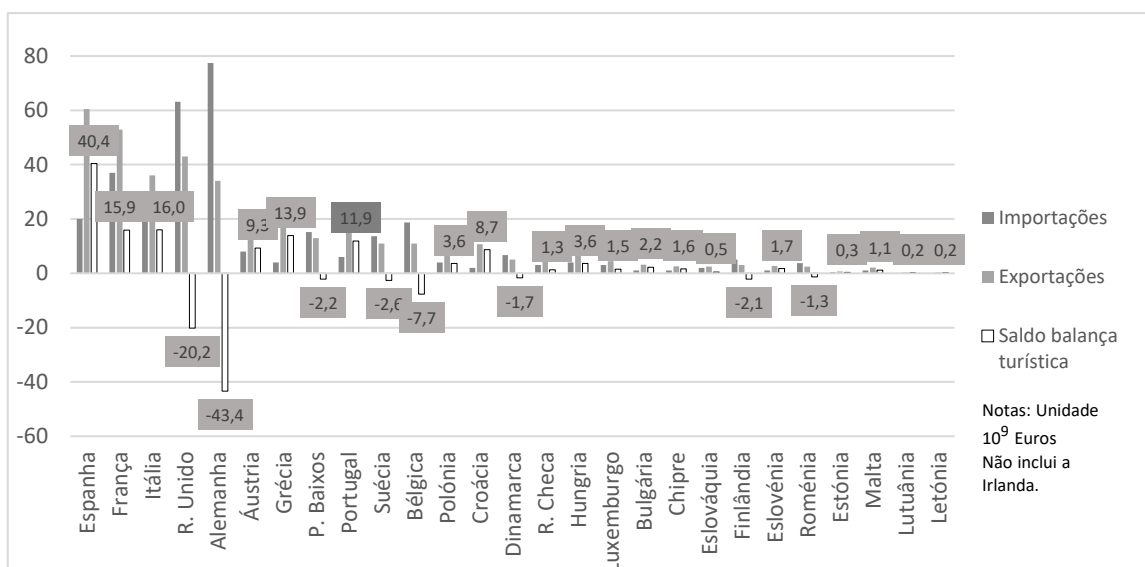


Figura 2 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2018

Fonte: (INE, 2019b)

Por último, na figura 3, para o ano de 2019, Portugal continuou a ocupar a quinta posição entre os países com maior saldo (13,1 mil milhões de euros) na balança turística da União Europeia, tendo a França logo em quarto lugar com um saldo de 13,6 mil milhões de euros, consequentemente foi ultrapassada pela Grécia que detém agora a terceira posição (15,4 mil milhões de euros). A liderança mantém-se na Espanha com 46,3 mil milhões de euros, e logo a seguir a Itália ocupa o segundo lugar com o saldo da balança de 17,2 mil milhões de euros. Por outro lado, com um saldo negativo destaca-se a Alemanha com -44,9 mil milhões de euros, o que se mantido tendência nos últimos anos, outro destaque ainda para o Reino Unido com - 18,7 mil milhões de euros (INE, 2020b).

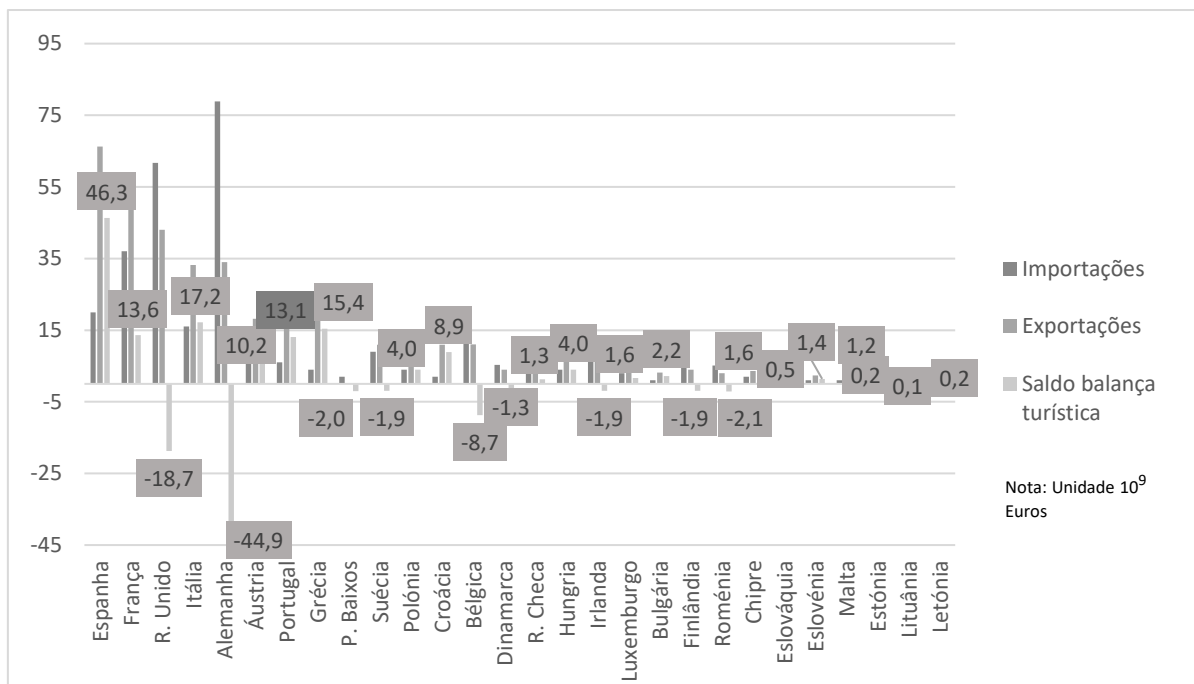


Figura 3 - Balança turística dos países da União Europeia no ano de 2019

Fonte: (INE, 2020a)

Em 2019 o setor do turismo representava aproximadamente 11% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, empregando mais de 500 000 indivíduos. Desta forma, o turismo teve uma forte contribuição para a melhoria da qualidade de vida da população portuguesa e para a coesão territorial, dando identidade ao país, através da promoção da sustentabilidade ambiental, económica e social (Ministério da Economia e da Inovação, 2009).

Em 2017, o PIB aumentou 2,7% do volume, ascendendo a 193 mil milhões de euros em termos nominais, este aumento é devido ao contributo de 2,9 ponto percentual (p.p.) da procura interna. A procura externa líquida mostrou uma variação no seu contributo de -0,2 p.p., valor justificado pela aceleração das importações de bens e serviços ligeiramente mais elevada que a das exportações (INE, 2018b). Por sua vez em 2018 o PIB cresceu 2,1% em volume, o que significa -0,7 p.p. que o crescimento comparativamente a 2017. Em termos nominais apresenta 3,6% (-0,8 p.p.), ascendendo a 201,6 mil milhões de euros.

Com vista a um aumento do PIB em volume, a procura interna contribuiu com 2,9 p.p., valor inferior face ao ano anterior (3,0 p.p. em 2017), o que causou também um crescimento menos intenso do investimento, tendo este um contributo de 1,0 p.p. (quando em 2017 tivera um contributo de 1,5 p.p.). Ainda assim, os contributos do consumo privado e do consumo público registaram ambos um aumento, sendo que o primeiro contribuiu com 1,7 p.p. em 2018 comparativamente aos 1,5 p.p. no ano anterior e, o segundo contribuiu com 0,2 p.p. em 2018 face ao valor nulo de 2017 (INE, 2019a).

Deste modo, podemos observar na figura 4 a evolução que as receitas turísticas provenientes do mercado externo têm no PIB a preços correntes. Constatase que as receitas turísticas no PIB de 2014 até 2019 tem aumentado, o que na variação, no mesmo período de tempo, regista uma oscilação nos valores, tendo sido em 2019 o ano que se registou o valor mais baixo e em 2017 o ano com o valor mais elevado. Em 2014 registou-se 10 284M€ em receitas turísticas, o que representa 6% nas receitas do PIB com 173 079M€ em PIB a preços correntes e por último em 2019 anota-se um valor de 18 431M€ em receitas turísticas; 8,5% nas receitas turísticas no PIB e ainda 213 303M€ no PIB a preços correntes.

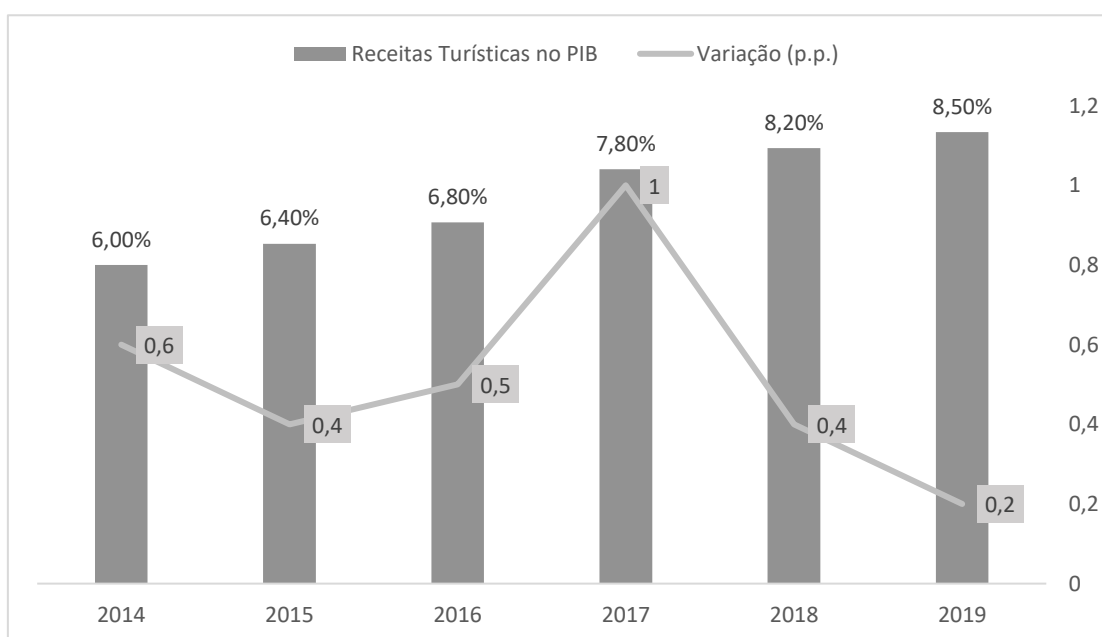


Figura 4 - Receitas Turísticas no PIB

Fonte: (Turismo de Portugal, n.d.-c)

O número total de hóspedes, por mês, no setor de alojamento turístico da hotelaria, na sua totalidade (abrange os hotéis, hotéis-apartamentos, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos, pousadas e quintas da madeira) é o que tem maior relevância comparativamente com os outros setores, existindo sempre uma subida no número de hóspedes desde janeiro até julho de 2017 para 2018, o que perfaz um total de hóspedes em 2017 de 19 769 milhões e de 20 450 milhões em 2018, neste setor. Por sua vez, número de hóspedes no setor do turismo no espaço rural tem poucas oscilações entre os dois anos atingindo o total de 795 milhões de hóspedes em 2017 e 849 em 2018. Por último no alojamento local, o número de hóspedes aumentou sempre de 2017 para 2018, tendo sido em agosto o mês que registou maior número em ambos os anos.

O número de hóspedes é importante para o estudo, visto que este permite contabilizar o número de indivíduos que pernoita uma ou mais vezes num estabelecimento de alojamento turístico (Turismo de Portugal, 2020a).

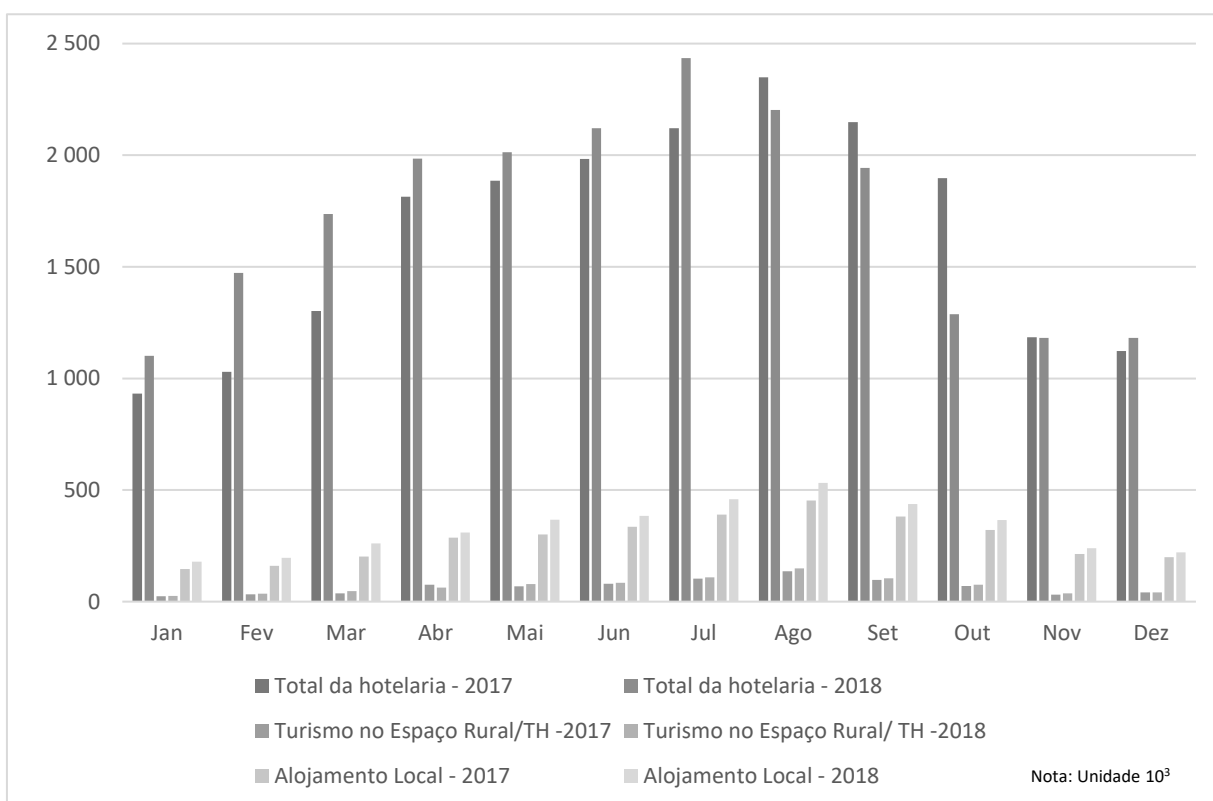


Figura 5 - Número total de hóspedes por atividade de alojamento turístico, por meses para os anos 2017 e 2018

Fonte: INE

Igualmente ao que acontece no número de hóspedes, o número total de dormidas também é no setor alojamento turístico da hotelaria, na sua totalidade que tem maior destaque comparativamente aos outros setores para os anos de 2017 e 2018, tendo tido um total de número de dormidas em 2017 de 55 735 milhões e em 2018 de 56 561 milhões. A hotelaria “...concentrou 83,6% do total de dormidas (84,6% em 2017), continuando a evidenciar alguma perda de representatividade no âmbito da globalidade do setor” (INE, 2019a). No que diz respeito ao turismo no espaço rural houve sempre um aumento de 2017 para 2018, registando um total de 1 700 dormidas para o ano de 2017 e de 1 791 em 2018. Por fim, no que diz respeito ao setor do alojamento local regista-se um aumento em todos os meses do número de dormidas nos anos de 2017 e 2018, tendo tido um total de 3 390 milhões e 3 951 milhões, respetivamente.

Estes dados relativos ao número total de dormidas “permite analisar a permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento” (Turismo de Portugal, 2020a).

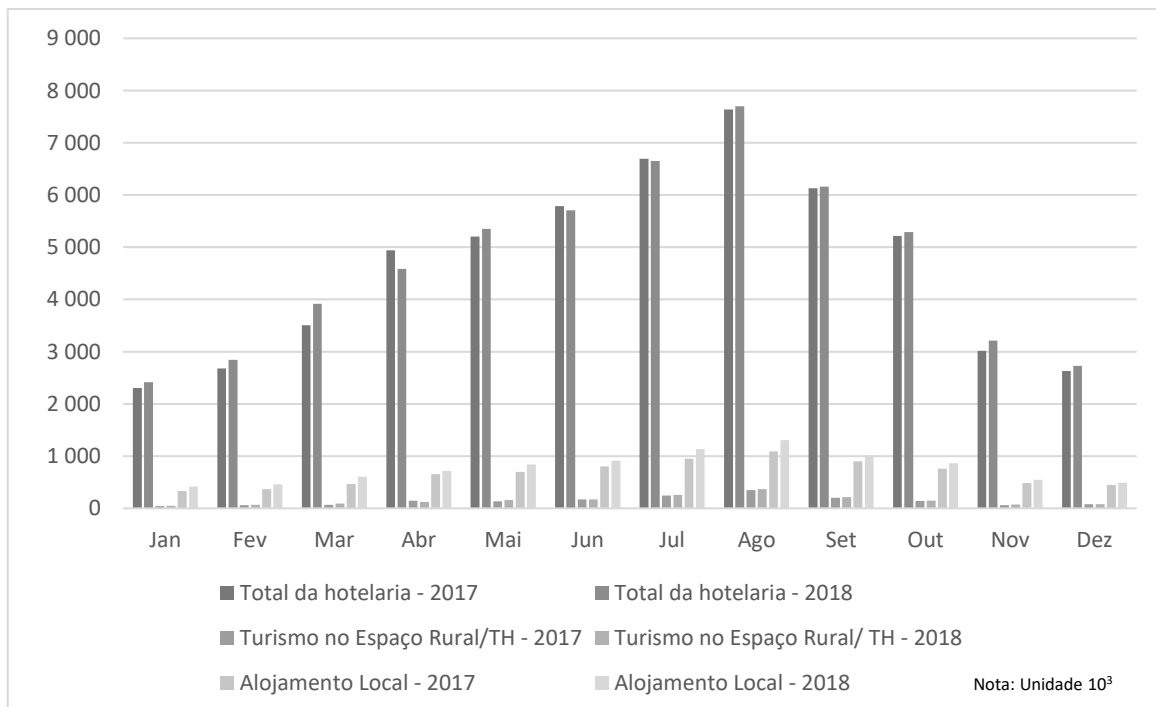


Figura 6 -Número total de dormidas por atividade de alojamento turístico, por meses para os anos 2017 e 2018

Fonte: INE

No diz respeito à taxa líquida de ocupação-cama, entende-se como sendo a “relação entre o número de dormidas e o número de camas disponíveis no período de referência, considerando como duas as camas de casal”(INE, n.d.).

Deste modo observando a tabela 1, referente ao setor alojamento turístico da hotelaria, na sua totalidade em 2017 regista-se maioritariamente os valores mais elevado do que em 2018. No setor do turismo no espaço rural houve um aumento de 2017 para 2018 tendo tido um total de 266,2 e 273,7 respetivamente. Por último a taxa líquida de ocupação-cama no setor de alojamento local é em 2017 que apresenta o maior total que em 2018. Verifica-se também que é no mês de agosto em ambos os anos que apresenta o maior número de registos.

Tabela 1 - Taxa líquida de ocupação-cama
Fonte: INE

Indicadores e tipologias	Total	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Total da hotelaria - 2017	619,9	29,5	36,6	41,2	56	56	63,1	69	77,1	65,9	55,4	37,5	32,9
Total da hotelaria - 2018	610,2	29,9	37,4	43,8	55,8	55,8	60,8	66,9	75,9	64,4	64,4	37,9	32,6
Turismo no Espaço Rural/ TH- 2017	266,2	9,3	13,3	13	20,9	20,9	25,8	34,3	45,6	30,4	30,4	12,9	14,8
Turismo no Espaço Rural/ TH- 2018	273,7	10,3	15,3	15,7	23,8	23,8	25,8	34,8	47,3	30,3	30,3	13,6	14,3
Alojamento Local - 2017	434,3	22,7	27,4	29,6	38,2	38,2	41,4	45,9	52,4	45,1	45,1	28,4	26,1
Alojamento Local - 2018	432,4	24,4	28,6	31,8	38,5	38,5	40,5	46,7	52,3	43,7	43,7	27,8	24,7

Por fim, na figura 7, temos dados relativamente aos proveitos totais segundo o tipo dos estabelecimentos por regiões NUTS II, para os anos de 2017 e 2018 e observamos que é na Área Metropolitana de Lisboa (AML) e o Algarve que apresentam o maior número de registos em todos os tipos de estabelecimentos. De seguida, temos o Norte que também se apresenta como relevância após as duas regiões já mencionados anteriormente. Também se observa, de que um ano para o outro houve um aumento em todas as regiões por NUTS II dos proveitos totais. O total da hotelaria, em ambos os anos, é o que tem maior significância na figura 7, deste modo em 2018, o Norte registou em 471 527, o Centro 272 087, a AML 1 140 297, o Alentejo 110 169 e o Algarve 1 081 491 de proveitos totais.

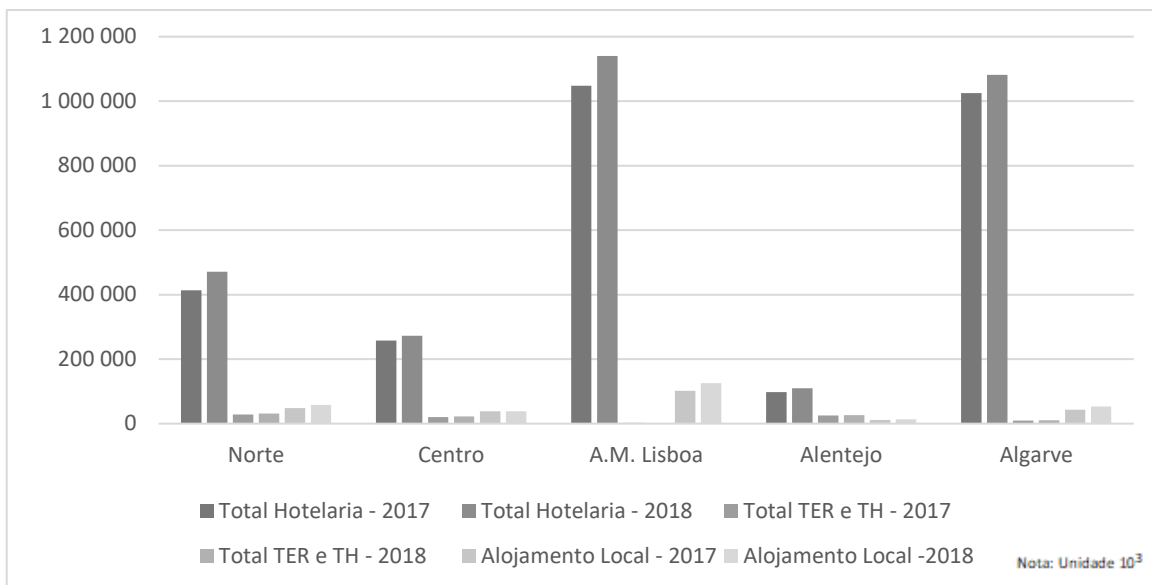


Figura 7 - Proveitos totais, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II, para os anos 2017 e 2018

Fonte: INE

3. Dados e Métodos

3.1. Turismo de Portugal

O Instituto do Turismo de Portugal, I. P., abreviadamente designado por Turismo de Portugal, I. P., surgiu em 2007 e é uma entidade pública da administração indireta do Estado, que se inclui no Ministério da Economia e que é atualmente considerado Autoridade Turística Nacional. Este está organizado em Direções e Departamentos, de acordo com as diferentes áreas de atuação, no âmbito do Planeamento, Negócio e Suporte. Cada área de atuação encontra-se estruturada da seguinte forma: O Planeamento integra a Direção de Estratégia e a Direção de Gestão do Conhecimento. O Negócio é composto pela Direção de Valorização da Oferta, Direção de Apoio ao Investimento, Direção de Apoio à Venda, Direção de Formação, Departamento de Internacionalização, Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos. Por sua vez, a área de atuação do Suporte constitui-se pela Direção de Recursos Humanos, Direção Jurídica, Departamento de Comunicação e a Direção Financeira e de Tecnologias.

O Turismo de Portugal, I. P. tem como missão a coordenação da promoção interna e externa de Portugal como um destino turístico, o apoio e desenvolvimento das empresas e visa a qualificação e formação de recursos humanos do setor, bem como a regulação e inspeção de jogos. Esta entidade agrega todas as competências institucionais relativas à dinamização do turismo, desde a oferta à procura.

No contexto da promoção do destino Portugal, esta é feita através da valorização, promoção e sustentabilidade da atividade turística. Neste contexto, existem, assim, vinte e duas equipas nos mercados estratégicos, com o objetivo de promover Portugal como um destino para visitar, investir, estudar, viver e com uma grande capacidade de receber grandes eventos nacionais e internacionais. Encontra-se também disponível um portal digital, “VisitPortugal.com”, onde são apresentadas várias sugestões temáticas de visita ao país.

O Turismo de Portugal, I. P. tem reconhecimento a nível nacional e internacional, tendo recebido prémios e distinções nas diversas categorias. O prémio “*World Travel Awards*

2019” é o mais recente e foi atribuído, essencialmente, pela conjugação de dois fatores: o facto de o Turismo de Portugal ter sido considerado o melhor organismo oficial de turismo do mundo, pelo terceiro ano consecutivo, e de Portugal ter ganho o melhor destino turístico do mundo, também pelo terceiro ano consecutivo.

No que se refere ao desenvolvimento e apoio às empresas o Turismo de Portugal, I. P., presta apoio na gestão de fundos comunitários no âmbito dos sistemas de incentivos, qualificando e desenvolvendo as infraestruturas turísticas. O referenciado apoio técnico e financeiro pretende melhorar a qualidade das infraestruturas turísticas, o desenvolvimento de novos produtos, a alteração dos modelos de negócio e o apoio à inovação, ao empreendedorismo e às *startups* de turismo. Desta forma, contribui para a qualificação da oferta turística porque garante a transparência do mercado e dos serviços prestados aos turistas, acompanha o desenvolvimento da oferta turística nacional através da classificação de empreendimentos e do registo de agências de viagens e turismo e agentes de animação turística, entre outras. Apoia o investimento turístico visto que presta apoio técnico e financeiro às entidades públicas e privadas, gere instrumentos de apoio financeiro e incentiva práticas de excelência.

Face ao exposto, encontram-se disponíveis três linhas de apoio ao Investimento neste setor, designadamente a linha Jessica, responsável pelo financiamento de projetos sustentáveis em áreas urbanas. Outra linha de apoio é a linha de apoio ao Empreendedorismo, que se destina a apoiar a criação e o crescimento de novas empresas no setor do turismo, nas áreas da animação turística, da restauração e na área de serviços associadas ao setor do turismo, particularmente estabelecidas no desenvolvimento de produtos de base tecnológica com interesse para o Turismo. Por último, a linha de apoio à Qualificação da Oferta visa apoiar projetos existentes de requalificação de empreendimentos turísticos para promover o desenvolvimento de atividades de animação turística, no âmbito da restauração e bebidas, dos apoios de praia e das iniciativas de empreendedorismo de interesse turístico, promovidas por *startups* e empresas emergentes.

Com estas medidas de incentivo, o Turismo de Portugal, I. P., visa ainda a qualificação e formação de recursos humanos do setor, reconhecendo as profissões e possibilitando o trabalho no turismo através da rede de doze Escolas. Estas comprometem-se a contribuir para a sustentabilidade, competitividade e qualidade do serviço prestado pelas empresas e agentes do setor. Nesta medida, a participação destas Escolas do Turismo de Portugal, no programa “*Tourism Training Talent*”, contribuiu para formação de mais de três mil alunos por ano e para a qualificação conjunta de cerca de três mil e oitocentos profissionais com formação *on the job*, concorrendo, assim, para o aumento prestigiado das profissões turísticas. A formação dos novos alunos incidiu nas áreas do Empreendedorismo, Línguas, Marketing digital, *Revenue management*, Enologia, Turismo de ar livre, Turismo cultural e património. Deste modo, comprova-se a importância destas escolas na qualificação de recursos humanos e no acompanhamento das novas tendências e evolução do mercado.

A regulação e fiscalização dos jogos de fortuna e azar é também missão do Turismo de Portugal, I. P. sendo exercida pela Comissão de Jogos e pelo Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos (SRIJ). Compete ao SRIJ no contexto da exploração e prática dos jogos e apostas de base territorial regular, inspecionar os jogos de fortuna ou azar, explorados nos casinos e os jogos do Bingo. No que diz respeito aos jogos do casino a sua ação recai sobre o Bacará ponto e banca, a Banca Francesa, o Blackjack/21, o Poker, a Roleta Americana, a Roleta Francesa e as *Slot Machines*. Relativamente aos jogos do Bingo diz a fiscalização incide sobre os que são explorados nos casinos ou em salas de jogo do bingo fora dos casinos. No âmbito da exploração e prática dos jogos e apostas online, compete ainda ao SRIJ a inspeção e a regulação de três categorias de jogos e apostas, nomeadamente as apostas desportivas à cota; apostas hípcas, mútuas e à cota e os jogos de fortuna ou azar.

O Turismo de Portugal desenvolveu ainda um Sistema de Informação Geográfica aplicado ao Turismo (SIGTUR) para proporcionar um conjunto alargado de funcionalidades aos utilizadores de forma a responder às necessidades do Turismo de Portugal, de outras entidades da Administração Central, dos Municípios, das Universidades e Politécnicos e da sociedade civil, no conhecimento da distribuição da

oferta turística no território. Esta aplicação oferece informação georreferenciada sobre vários temas do negócio do turismo, nomeadamente, empreendimentos turísticos, estabelecimentos de alojamento local, campos de golfe (existentes e previstos), marinas e portos de recreio (existentes e previstos), principais locais (SPOTS) de surf o que, atualmente, a torna uma base de dados muito detalhada e com uma elevada resolução espacial e temporal.

3.2. PNCT: Programa Nacional para a Coesão Territorial

O Programa Nacional para a Coesão Territorial (PNCT) pretende valorizar as regiões do interior (pois tem-se assistido a uma evolução da litoralização do país) tentando contrariar as tendências para o envelhecimento, despovoamento e empobrecimento destas mesmas regiões. Este programa incide em 186 municípios nacionais (Anexo 1), tendo em conta os seguintes multicritérios: “a densidade populacional, a demografia, o povoamento, as características físicas do território, a socio-economia e as acessibilidades”(Unidade de Missão para a Valorização do Interior, 2016), dando assim origem a classificação territórios de baixa densidade, agora considerados como territórios do interior.

Desde 14 de janeiro, a Resolução do Conselho de Ministros n.º 3/2016, incumpe a “Unidade de Missão para a Valorização do Interior (UMVI) de criar, implementar e supervisionar um programa nacional para a coesão territorial bem como promover medidas de desenvolvimento do território do interior de natureza interministerial” (Unidade de Missão para a Valorização do Interior, 2016). Esta UMVI é assente em dois pilares, o primeiro diz respeito a competência de articulação dos diferentes Ministérios em propor medidas de natureza interministerial e o segundo caracteriza-se por agregar vontades e mobilizar para a ação os agentes presentes nos territórios do interior (Autarquias Locais associadas nas Comunidades Intermunicipais, as instituições de ensino superior, as associações empresariais, entre outros).

No contexto do PNCT, este enumera mais de cento e sessenta medidas assentes em torno de cinco Eixos de Intervenção, um território do interior mais: Coeso, Competitivo, Sustentável, Conectado, Colaborativo, o PNCT também elenca uma Agenda para o interior que é composta por oito Iniciativas, agendas interministeriais e interinstitucionais, estruturadas em questões e desafios de forma a promover o desenvolvimento das regiões do interior, nomeadamente: “1. Envelhecimento com Qualidade; 2. Inovação da Base Económica; 3. Capital Territorial; 4. Cooperação Transfronteiriça; 5. Relação Rural-Urbana; 6. Acessibilidade Digital; 7. Atratividade Territorial; 8. Abordagens, Redes e Participação” (Unidade de Missão para a Valorização do Interior, 2016). Estas iniciativas têm como objetivo conhecer e refletir sobre os problemas existentes definindo os processos prioritários de intervenção.

Relativamente aos Eixos de Intervenção, o objetivo de ter um território interior mais **coeso** baseia-se em promover a inclusão social garantindo condições de acesso aos serviços de ensino, saúde, justiça, desporto, sociais e culturais, deste modo diminuir as injustiças sociais e territoriais propondo políticas públicas. Assim, impulsiona uma melhor combinação entre a oferta de serviços urbanos e rurais e possibilita um desenvolvimento de novos serviços em rede que reconhece visões intersectoriais e interescolares com o objetivo de melhor qualidade de vida. Neste Eixo temos 37 medidas, como por exemplo de incentivos à fixação em zonas carenciadas, de apoio à mobilidade geográfica, centros de qualificação, ensino profissional, espaços do cidadão entre outras.

De seguida temos o eixo de ser um território mais **competitivo**, este permite apostar na qualificação e diversidade de novas dinâmicas empreendedoras e aumentar a capacidade de incorporação de inovação de setores e atividades estruturantes, bem como gerar maiores níveis de atratividade dando relevância a identidade destes territórios destacando o interior de Portugal como sendo um espaço de atração. Deste modo temos 61 medidas que consistem, por exemplo, em programas, qualificações, valorização do território, ou seja, tudo relacionado com o setor do turismo.

O terceiro eixo, diz respeito a um território interior mais **sustentável**. Este eixo tem como objetivo de proporcionar o desenvolvimento da diversidade geográfica, incluindo a paisagem, os recursos endógenos, o património natural e cultural em favor de uma maior sustentabilidade, dando importância aos espaços de montanha, de fronteira e os territórios mais periféricos, ou seja, defender a conservação e os valores em causa, de modo a atrair visitantes e novos residentes as comunidades locais. Neste eixo existem 28 medidas, baseadas na promoção da natureza, na valorização das áreas protegidas, das paisagens e da biodiversidade, nas qualificações em torno dos recursos naturais e culturais, na valorização do património cultural, material e imaterial, entre outros.

Posteriormente, temos o eixo relativo a um território interior mais **conectado**, com o objetivo de aumentar o investimento nas infraestruturas de acessibilidade e conectividade, especialmente, rodoviárias, ferroviárias potenciando assim os relacionamentos entre as bases produtivas litoral-interior, de fronteira e com a diáspora, originando, desta forma, novas formas de ligação e de organização para a coesão, a competitividade e a sustentabilidade. Também é objetivo deste eixo o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e das Comunicações (TIC) criando novas oportunidades de competitividade, coesão e sustentabilidade. Assim sendo temos 27 medidas para aplicar neste eixo, são exemplo o reforço da cobertura das redes de nova geração, Portugal wifi, iniciativas competências digitais, feiras transfronteiriças, transporte flexível, entre outras.

Por último o quinto eixo, é referente a um território interior mais **colaborativo**, e este tem objetivo de potenciar a transversalidade de interação interministerial, estimulando as lideranças locais e tornando capaz a institucional, divulgar plataformas de diálogo e de cocriação e de experimentação, tendo em vista a inovação de processos de governança territorial. Tendo deste modo 11 medidas relativas a este eixo, nomeadamente redes para a educação, saúde; políticas públicas de atração de jovens para os territórios Interiores; reforço dos contingentes; redes locais para a qualificação entre outros.

Apesar de diversas medidas implementadas nos diferentes eixos do programa estarem atualmente finalizadas encontram-se diversas medidas ainda em execução.

No âmbito do PNCT relativamente à Coesão Territorial existe a Agenda para o Interior que, como referido anteriormente, é constituída por oito iniciativas com o objetivo de reforçar o trabalho colaborativo visando aumentar o conhecimento dos problemas existentes como também fazer refletir sobre os desafios estratégicos e organizar os processos prioritários de intervenção. A primeira iniciativa diz respeito ao Envelhecimento com Qualidade, pois neste contexto a esperança média de vida ao longo dos anos tem aumentado devido ao facto de existir melhores condições de vida e um melhor acesso aos cuidados de saúde. Consequentemente, há cada vez mais pessoas idosas, para as quais é necessário incentivar estilos de vida saudáveis e ativos como também proporcionar uma maior inclusão. “Atualmente o desafio não é viver mais anos, mas viver mais anos com qualidade de vida”(Unidade de Missão para a Valorização do Interior, 2016).

De seguida, temos a Inovação da Base Económica, como sendo a segunda iniciativa. O interior do país, relativamente ao desenvolvimento económico, apresenta dificuldade de criar emprego e riqueza. Para promover o desenvolvimento económico estão a ser feitas apostas na inovação, na qualificação de recursos humanos e na capacitação de estruturas empresariais locais, de forma a tornar as regiões do interior mais competitivas e com mais e maior diversidade de oferta de emprego que consequentemente atrai e fixa população, combatendo o processo de abandono e desvitalização que se tem registado progressivamente no Interior.

A Agenda do Interior, apresenta como terceira iniciativa o Capital Territorial, e nesta iniciativa diz respeito à preservação dos ecossistemas naturais do interior o que os torna particularmente ricos em biodiversidade. Esta preservação da natureza é feita através da valorização de áreas protegidas, beneficiando as espécies nativas e espécies exóticas, tendo um controlo e gestão sobre as mesmas. É ainda um desafio desta iniciativa a promoção das paisagens, da biodiversidade e dos patrimoniais históricos, promovendo o desenvolvimento sustentável e o turismo no interior. A quarta iniciativa diz respeito à

Cooperação Transfronteiriça, esta iniciativa baseia-se em num programa Interreg, criado em 1990 e que perdura, com o intuito de alterar o relacionamento entre os territórios de fronteira de Portugal e Espanha, pois estes territórios quando comparados com a média dos territórios nacionais, definem-se por uma vulnerabilidade socioeconómicas específicas como também défices de competitividade evidentes. Este reforço da cooperação e o desenvolvimento dos territórios transfronteiriços tem como principais desafios: o desafio estratégico, o desafio financeiro e o desafio organizativo. De seguida, a quinta iniciativa consiste na Relação Rural-Urbana, estas áreas têm sido consideradas separadamente ao longo do tempo, porém é essencial que ambas trabalhem em conjunto de modo a evitar a desigualdade no território. Esta parceria pode proporcionar o desenvolvimento socioeconómico e a sustentabilidade ambiental.

As TIC sobretudo a Internet, tem um papel mais importante nos dias de hoje, esta é a sexta iniciativa, cujo nome é Acessibilidade Digital. Tem como principal objetivo a acessibilidade e conectividade digital nos territórios do interior. Com o avanço da Internet a forma de acesso as informações ficaram cada vez mais rápidos e acessíveis, permitindo a utilização de aplicações e ferramentas direcionadas a área da educação, proporcionando assim um ambiente de interação extra sala de aula. Desta forma surgiu a Web 2.0 que é uma plataforma voltada para a aprendizagem digital, onde o papel do professor, neste tipo de aprendizagem é o mediador. É ele quem disponibiliza informação complementar de aprendizagem entre outras coisas, existe como exemplo desta plataforma o Moodle. Outro exemplo de TIC é a *Internet of Things*, (IoT) que abrange todos os aparelhos e objetos que se encontram aptos a estarem permanentemente ligados à Internet, sendo capazes de se identificar na rede e de comunicar entre si.

Temos como penúltima a iniciativa que diz respeito à Atratividade Territorial. Nesta constatamos que existe um desajuste do valor real que o Interior de Portugal pode proporcionar aos outros territórios. Deste modo pretende-se desenvolver estratégias de afirmação e valorização do Interior tornando-o mais competitivo e diferenciado. Por último temos a iniciativa das Abordagens, Redes e Participação que se baseia em processos de desenvolvimento no âmbito de criar novas formas de organização coletiva

e de coordenação de políticas tendo com objetivo criar redes que promovam relações sociais de confiança, como exemplo o do Acordo de Parceria – Portugal 2020.

3.3. SIBS

A SIBS - Forward Payment Solutions, SA. (anterior SIBS - Sociedade Interbancária de Serviços, SA), é uma empresa que existe há mais de três décadas e que disponibiliza serviços financeiros, modernos, fiáveis e seguros para todos os seus utilizadores em várias regiões. É uma entidade de referência nacional em Business Process Outsourcing e líder na Península Ibérica no que diz respeito à produção e personalização de cartões. Estes são os autores do MB WAY e os responsáveis pela gestão das Redes ATM Express e MULTIBANCO.

É uma empresa que estabelece e assegura o funcionamento das transações entre os emissores e compradores em múltiplos equipamentos, protocolos e redes, por exemplo Visa, MasterCard, American Express e UnionPay.

Desta forma, a SIBS continua com a missão de ter parcerias de referência com entidades públicas e privadas, gerando valor para a “Sociedade, através do desenvolvimento e gestão de soluções de pagamento, processos e serviços conexos baseados em tecnologia que combinem segurança, conveniência e inovação, respeitando os bons princípios comportamentais e as condições de sustentabilidade” (SIBS, n.d.).

Assim sendo, o Turismo de Portugal estabelece uma relação de parceria com a SIBS, onde disponibiliza infografia ‘Destinos de Verão’ que mostra, entre outros dados, “o crescimento do número de operações dos visitantes estrangeiros em Portugal, assim como o crescimento do número de operações dos portugueses no estrangeiro, durante este período de Verão” (Turismo de Portugal, 2019).

Esta relação permite saber mais sobre os comportamentos de consumo dos turistas nacionais e internacionais e ter acesso a informação privilegiada fornecida através do serviço SIBS Analytics, esta foi disponibilizada em maio de 2019. Tendo acesso a estes

dados pormenorizados, permite também saber o perfil de consumo de cada mercado, no qual facilita muito uma tomada de decisão das empresas do setor do turismo, pois o Turismo de Portugal através da plataforma “TravelBI” irá disponibilizar uma nova oferta de serviços de conhecimento. Esta plataforma permite pesquisar indicadores de atividade e explorar dados estatísticos, análises de mercado e tendências turísticas.

3.4. Área de Estudo

A localização de Portugal no contexto mundial situa-se no extremo sudoeste da Europa, mesmo no extremo da Península Ibérica e inclui os arquipélagos da Madeira e dos Açores. Este “tem uma forma de um quadrilátero que adelgaça progressivamente do norte para o sul e abrange uma área de $89\,060\text{km}^2$, pouco mais da sétima parte de toda a Península” (Ferreira, 2000). Segundo Orlando Ribeiro, citado por António Ferreira, Portugal Continental “tem uma extensão Norte-Sul (de $42^{\circ} 09'$ até $36^{\circ} 58'N$) atinge os 561 km e a máxima extensão Leste-Oeste (de $6^{\circ} 12'$ até $9^{\circ} 30'W$) é de 218 km.”

Portugal Continental encontra-se dividido, em termos administrativos por 275 concelhos, agrupados em 18 distritos. Apresentando uma distribuição espacial não uniforme das sedes de concelho, devido à existência de concelhos de menor dimensão no litoral norte o que providencia uma maior proximidade entre as diferentes sedes de concelho, sendo este aspeto indicativo das diferenças existentes em Portugal no que se refere a densidade populacional.

Centrando-se o presente relatório de estágio nos concelhos do Interior abrangidos pelo Programa Nacional para a Coesão Territorial (PNCT) representados na figura 8 e descritos no Anexo1.

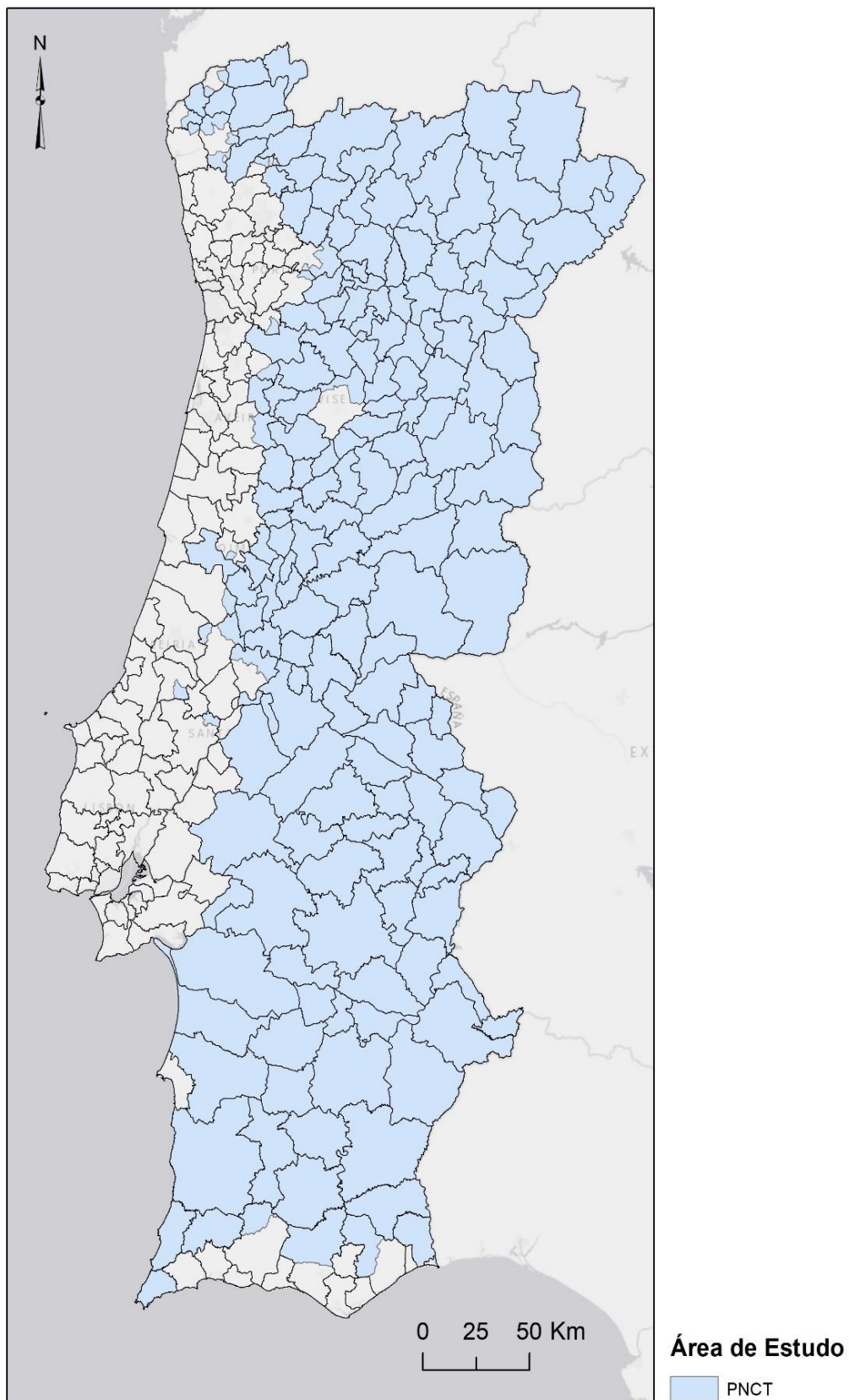


Figura 8 – Delimitação da Área de Estudo

3.5. Metodologia

A proposta que se apresenta, pretende analisar o comportamento espaciotemporal dos gastos dos turistas em Portugal Continental através da aplicação de métodos de estatística espacial e temporal, com recurso a informação extraída da base de dados da SIBS, entidade parceira do Turismo de Portugal I.P.

Deste modo, foi necessário efetuar o tratamento dos dados, com a criação de uma base de dados. Esta base de dados é essencial, pois permite preparar e organizar a informação antes da mesma ser utilizada em ambiente SIG, facilitando a eliminação de dados não necessários para o estudo. A informação destinada às análises em ambiente SIG é guardada e organizada dentro de uma base de dados geoespacial, i.e., Geodatabase (.gdb).

Para a realização do presente relatório de estágio foi posto em prática em ambiente SIG, o sistema de coordenadas ETRS_1989_Portugal_TM06. Inicialmente para a exploração dos dados do trabalho, o *software ArcGis* dispõe de métodos de classificação de dados. Os dados utilizados encontram-se representados na figura 9.

Como pré-processamento dos dados e considerando que possuía informação com diferentes escalas de valores e para diferentes anos, tornou-se necessário proceder à normalização dos dados, tendo-se optado pelo método do desvio-padrão. As medidas normalizadas de dispersão (e.g., desvio-padrão) são calculadas dividindo-se uma medida de dispersão (exceto a variância porque tem unidades quadradas) por uma medida de localização, i.e., através do desvio padrão normalizado.

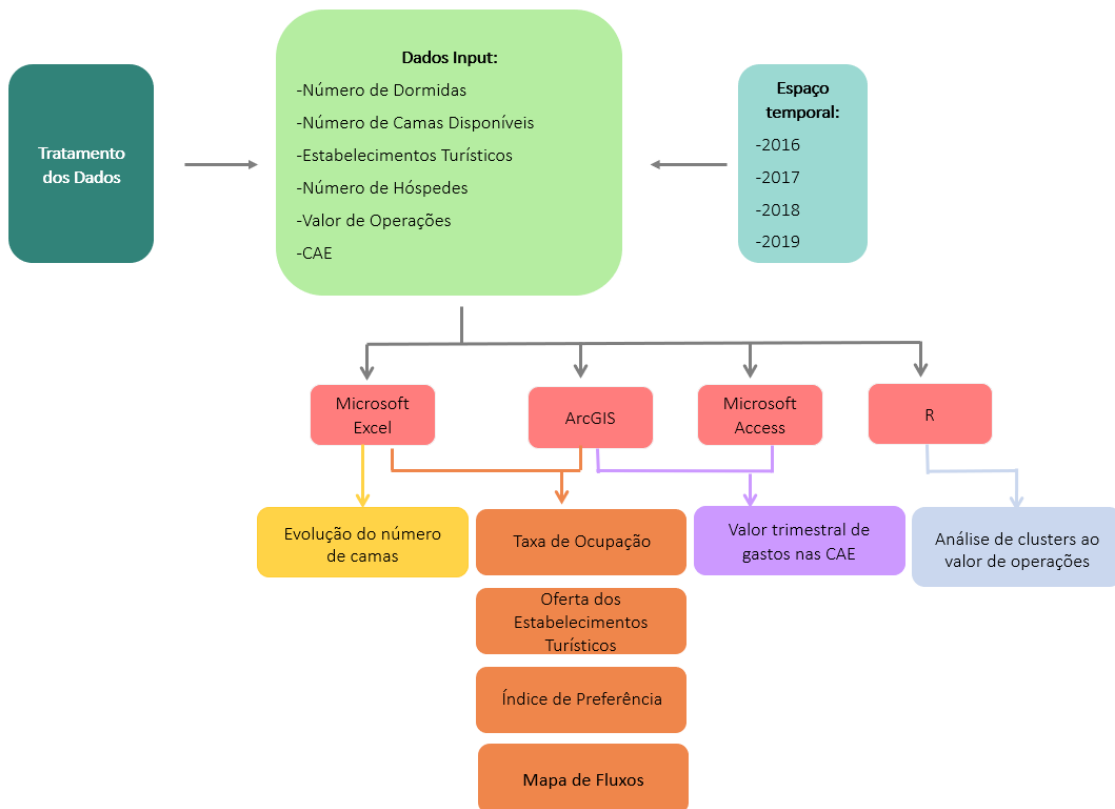


Figura 9 – Fluxograma dos dados e processos

O desvio padrão normalizado (ou coeficiente de variação) é apenas o desvio padrão dividido pela média, ou seja:

$$CV = \frac{\sigma}{\mu} \quad (1)$$

Em que σ é o desvio padrão representado pela equação (2), traduzida pela raiz quadrada da variância (equação 3).

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad (2)$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n} \quad (3)$$

Ainda sobre o coeficiente de variação, μ representa a média que é a soma de todos os elementos constituintes da série a dividir pelo número total de elementos (Sampaio, Ramos, & Barroso, 2010).

$$\mu = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n} \quad (4)$$

Ele atinge dois propósitos:

1. O desvio padrão é dado como uma fração da média. O uso desta estatística permite que a dispersão da distribuição de uma variável com um grande desvio padrão seja comparada mais apropriadamente com dispersão da distribuição de outra variável com menor desvio padrão.
2. O desvio padrão agora é independente de suas unidades. Assim, por exemplo, a variabilidade relativa dos gastos em 2018 e 2019 podem ser comparadas o pelo que convém realizar sempre esta operação (Fernandes, Monte, & Cepeda, 2001).

Deste modo, foi calculado o coeficiente de variação (CV), com auxílio do *software ArcGis*, para os anos de 2016, 2017 e 2018, usando a taxa de ocupação dada por:

$$\text{Taxa ocupação} = \frac{\text{Nr de dormidas}}{\text{Nr de camas disponível}} \quad (5)$$

De seguida, ainda relativamente à variável do número de camas disponível foi feito um estudo da evolução da oferta das mesmas aos longo dos anos através do cálculo da taxa de variação.

A taxa de variação “...traduz percentualmente o acréscimo ou o decréscimo global verificado entre dois registos relativos a um determinado fenómeno, num período de tempo definido. (...) Uma vez que se trata de apurar o peso percentual da diferença (positiva ou negativa) registada entre os anos em causa em relação ao valor do ano inicial” (Fernandes et al., 2001) . Esta operação pode ser expressa através da relação:

$$\Delta = \frac{T_1 - T_0}{T_0} \times 100 \quad (6)$$

Onde T_1 é o valor de registo final e o T_0 é o valor do inicial.

Para a representação da oferta de estabelecimentos turísticos a nível das NUTS II, fornecidos pelo Turismo de Portugal, procedi a utilização da representação de círculos proporcionais, “a análise de dados quantitativos tem sempre como objetivos “a) descrever a distribuição das entidades pelos diversos valores das variáveis ou b) descrever a relação entre as variáveis” (Morais, 2005).

No caso do índice de preferência, os dados são tratados para um período de 3 anos. Este cálculo tem por base a Teoria dos Centros de Atração Turística onde o principal objetivo é “determinar a tendência ou preferência da procura turística para certos destinos turísticos” (Fernandes et al., 2001). Este grau de preferência (S) consiste na aplicação da equação:

$$S = \frac{Ta}{Tp} \quad (7)$$

Onde:

Ta = representa o número de dormidas sobre o número de hóspedes, chegados a um determinado concelho durante um ano;

Tp = Representa o número global de turistas sobre o número global de hóspedes, registados em todos os estabelecimentos do país durante o mesmo período, ou seja:

$$S = \frac{\frac{Dp_i}{Hp_i}}{\frac{Dt_i}{Ht_i}} \quad (8)$$

Onde:

- Dp_i corresponde ao número de dormidas por concelho,
- Hp_i diz respeito ao número de hóspedes por concelho,
- Dt_i equivalente ao número de dormidas total do país,
- Ht_i representa o número de hóspedes total do país.

Assim obtém-se o resultado de:

se $S = 1$, ambos os destinos têm igual preferência;

se $S > 1$, o destino no concelho (i) onde estão é preferido ao destino de Portugal no geral (j), ou seja, os turistas estão mais otimistas relativamente ao destino i que o j (valorizam mais a região i);

se $S < 1$, o destino Portugal no geral (j) é preferido ao destino concelho onde estão (i), ou seja, os turistas estarão mais pessimistas relativamente ao destino i que o j (valorizam mais a região j).

As análises de clusters, também chamadas por metodologias de classificação automática ou taxonomias numéricas, são técnicas gerais de agrupamento ou classificação de unidades de análise, indivíduos ou casos. Neste estudo estas unidades são os concelhos de Portugal Continental e os dados são mensais, iniciando-se o registo em fevereiro de 2017 e terminando em dezembro de 2019.

O processo de agrupamento ou classificação dos indivíduos ou unidades de análise tem por base os valores, normalmente numéricos, que cada uma das observações apresenta em relação à totalidade das variáveis. Este processo tem como objetivo explicar categorias de fenómenos e reduzir o elevado número de unidades de análise a um melhor número de casos, de forma a simplificar a descrição dos fenómenos em análise. Existem dois grandes grupos de análise de clusters:

- Classificação hierárquica
- Classificação não-hierárquica (ou partições).

Nas classificações hierárquicas, cada cluster (grupo, classe) é constituído por junção sucessiva de clusters pré-existentes (classificação hierárquicas ascendentes) ou por

segmentação de clusters pré-existent (classificação hierárquicas descendentes) pelo que se podem representar por um esquema tipo árvore.

Nas classificações não-hierárquicas (ou participações), o número de grupos é definido desde o início pelo utilizador. No decorrer do processo de classificação, a existência de um elemento a um grupo numa fase não impede que ele possa ser associado a outro grupo no processo mais à frente.

Devido à capacidade crescente de recolher informações por longos períodos de tempo e ao aumento do poder de computação, os dados são frequentemente representados em séries temporais. Desta forma, uma observação pode ser na verdade uma sequência de valores, designada de série temporal univariada. A maioria dos indicadores socioeconómicos (PIB, emprego, taxas de natalidade, educação), financeiros (preços de ações, taxas de câmbio) e ambientais (poluição, consumo de energia) são recolhidos ao longo do tempo. Os dados de séries temporais também são amplamente usados em medicina, IoT ou meteorologia (clima, análise de terremotos). A análise deste tipo de dados é essencial em *Data Science*.

Uma série temporal univariada, embora consistida de muitos valores, pode ser tratada como uma observação. O agrupamento pode ser útil para encontrar padrões em conjuntos de dados que consistem em muitas séries temporais e simplificá-los (Aghabozorgi, Seyed Shirshorshidi, & Ying Wah, 2015).

Ao agrupar dados de série temporal, podemos desenvolver muitos tipos de abordagens para tratar esses dados. No geral, existem três tipos principais de abordagens (Aghabozorgi et al., 2015; Guijo-Rubio, Durán-Rosal, Gutiérrez, Troncoso, & Hervás-Martínez, 2018), a primeira é uma série temporal inteira, onde tratamos a série como uma observação. Por exemplo, pode-se usar dados económicos como os provenientes do Eurostat. As observações geralmente são países e em cada coluna está um valor do indicador escolhido em um ponto de tempo específico. Para agrupar esses países com base na similaridade de pontos de dados no tempo, a distância deve ser calculada entre todos os pontos.

A segunda abordagem definida é chamada de subsequência. Esta leva em consideração apenas uma série temporal e a divide em seções agrupando-as por similaridade. Pode ser usada em dados recolhidos, por exemplo, em *smartwatches* para determinar os tipos de atividades que foram realizadas naquele tempo. Desta forma, podemos encontrar momentos em que uma pessoa estava sentada, em pé, etc. A última abordagem é o ponto no tempo e também é aplicada em séries temporais únicas, mas agrupando pontos únicos. Este método trata a série temporal da mesma forma como se os pontos de dados não fossem ordenados, mas valores independentes. Embora todos os três métodos tenham aplicações importantes, neste relatório de estágio foi utilizada a análise de séries temporais inteiras.

Ao levar em consideração as séries temporais, várias medidas têm sido aplicadas (Aghabozorgi et al., 2015). Por exemplo, existe a distância baseada em probabilidade, que leva em consideração a sazonalidade dos dados, a distância de Hausdorff definida como “o máximo das distâncias de um ponto em qualquer um dos conjuntos até o ponto mais próximo no outro conjunto” (Rote, 1991) ou distância baseada no modelo Hidden-Markov usada na modelação de séries temporais complexas (Wang et al., 2013). O mais popular é a distância Euclidiana e a distância DTW (Distance Time Warp). Foi comprovado que a distância euclidiana é a mais eficiente computacionalmente, mas obriga as duas séries temporais a terem a mesma duração (Wang et al., 2013). O método DTW é, no entanto, conhecido por ser o mais preciso (Wang et al., 2013).

Os métodos de medição da distância em séries temporais também são agrupados com base na forma, nas características e no modelo (Aghabozorgi et al., 2015). Às vezes, os investigadores também definem distâncias baseadas na edição e na compressão de dados (Warren Liao, 2005). As distâncias Euclidiana e DTW, são classificadas como baseadas na forma. Este tipo de análise leva em consideração a forma geral e corresponde às séries temporais com base nesse aspeto.

A sincronização temporal dinâmica (Dynamic Time warping - DTW) é um método de cálculo de distância mais preciso do que a distância euclidiana. Ele tem a vantagem

sobre a sua congénere euclidiana de permitir análises mesmo quando os pontos de dados forem deslocados entre si e quisermos examinar a sua forma. Além disso, as séries temporais não precisam de ter a mesma duração, o que é uma suposição exigida pela distância euclidiana. A distância euclidiana usa pares de pontos de dados e compara-os entre si.

O DTW calcula a menor distância entre todos os pontos - isso permite uma correspondência um-para-muitos. Na literatura, a sincronização temporal dinâmica é frequentemente associada a k-medoides e métodos hierárquicos. Em alguns artigos, às vezes é combinada com o k-means, embora esta seja uma abordagem controversa. Fora dos métodos não clássicos, a DTW também tem sido equiparada com o sistema de troca aleatória e híbrido (Aghabozorgi et al., 2015). A principal vantagem do DTW é a possibilidade de agrupar séries temporais de acordo com seus padrões ou formas, mesmo que esses padrões não estejam sincronizados (*lag*).

No cálculo da Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE), foi tido em conta apenas as CAE onde o consumo relacionado com o Turismo é responsável por 85% a 90% do total de consumos, nomeadamente: o Alojamento; o Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos e a Restauração e similares.

De acordo com os dados disponibilizados pela SIBS é possível através do valor de compras, ou seja, o valor total das operações feitas em caixas e terminais de pagamento automático obter o total de investimento que cada mercado efetuou num determinado concelho e em quê.

Neste estudo, para o ano de 2019, apenas foram tidos em conta 13 mercados, pelo facto de serem os que tem mais representatividade nos números de dormidas, por isso são os mais significativos para o nosso país. Deste modo os mercados são Alemanha (DEU), Bélgica (BEL), Brasil (BRA), China (CHN), Espanha (ESP), Estados Unidos da América (USA), França (FRA), Polónia (POL), Países Baixos (NLD), Reino Unido (GBR), Rússia (RUS), Suíça (CHE). Foi também incluído o mercado de Luxemburgo (LUX) que apesar de não ser tão representativo a nível do número de dormidas é representativo nos concelhos

de baixa densidade pela presença dos emigrantes, principalmente no período do verão, estes têm um perfil de gastos muito diferente dos outros principais mercados com percentagens de gastos muito menor na CAE do Alojamento.

Com isto foi elaborado um mapa de fluxos, onde foi tido em conta as coordenadas de cada mercado, já anteriormente mencionados, que correspondem as coordenadas de partida. E como coordenadas de destino foi considerado o ponto central da Melriça por ser o local que assinala o Centro de Portugal Continental. O fluxo foi calculado através do número total de dormidas que cada mercado apresenta.

Após esta análise foi feito um estudo por trimestre para cada concelho, sobre o mercado que investe mais dinheiro por cada CAE. Com este intuito, através do Microsoft Access foi aplicada a seguinte expressão:

```
SELECT [Cae_X].Mercado,[Cae_X].Concelho,Sum([Cae_X].Valor de
compras) AS Valor total do mercado (9)
FROM Cae_X
GROUP BY [Cae_X].Mercado, [Cae_X].Concelho
```

4. Caso de Estudo: Interior de Portugal

4.1. Análise de Resultados

Os SIG permitem uma melhor compreensão da distribuição geográfica do ponto de vista de oferta turística, do número de camas disponíveis, da localização do turista nomeadamente por concelhos, assim como facilitam a interpretação dos resultados.

Na caracterização da taxa de ocupação para os anos de 2016 a 2018 (figura 10) evidencia-se que a maioria dos concelhos se mantém na média nacional (amarelo), contudo temos uma predominância na zona do litoral onde existem concelhos acima da média (azuis) e o oposto no interior (castanho), ou seja, concelhos a baixo da média nacional. Existindo assim algumas exceções nomeadamente de 2016 para 2017 onde concelhos que estão abaixo da média nacional passaram a positivos é o caso de Monção, Vila Pouca de Aguiar, Alfândega da Fé, Carrazeda de Ansiães, Almeida, Carregal do Sal, Portalegre, Arronches, Aljustrel e Monchique.

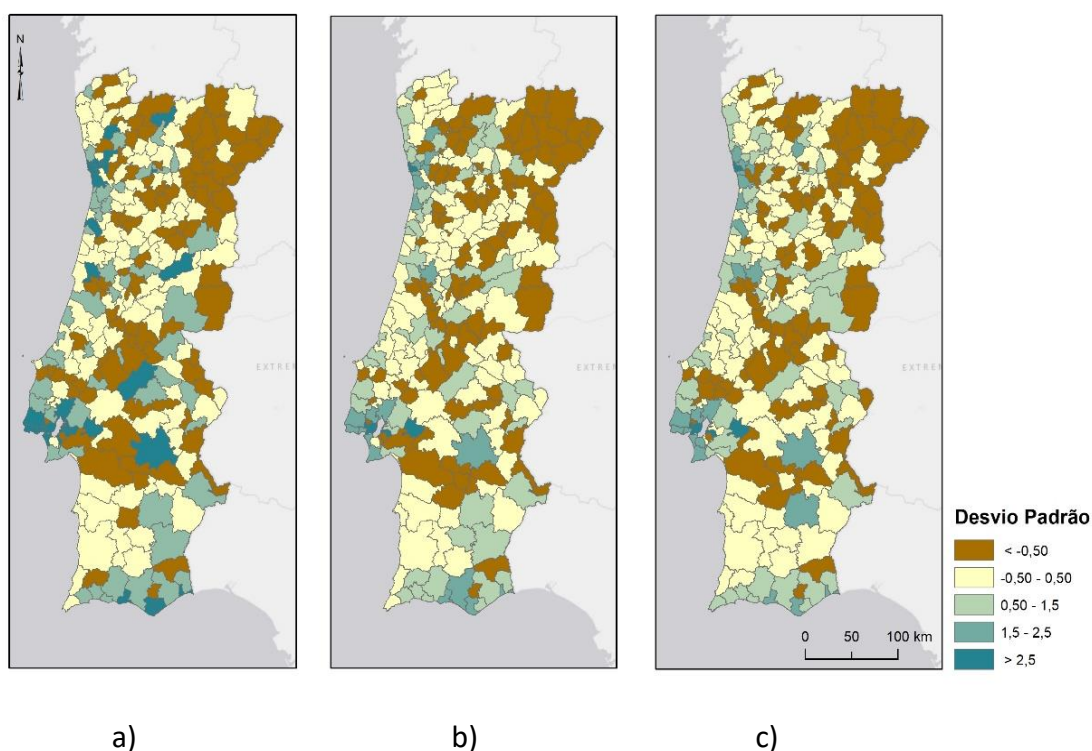


Figura 10 - Caracterização da Taxa de Ocupação dos anos 2016 a), 2017 b) e 2018 c)

Relativamente ao espaço temporal de 2017 para 2018 constata-se que os concelhos de Ponte da Barca, Boticas, Pampilhosa da Serra e Alvito, sobrepõem-se aos valores abaixo da média nacional. No ano de 2016 é onde se registam os concelhos com mais desvio padrão $>2,5$, nomeadamente os concelhos de Boticas, Covilhã, Ponte de Sor e Évora.

No estudo da evolução espaço-temporal do número de camas (figura 11) de 2016 a 2018 observa-se que uma grande parte dos concelhos se situam num intervalo de tempo de $[-50, 50]$. Observa-se também a existência maioritária dos concelhos no 1º quadrante, o que corresponde a uma maior oferta do número de camas consoante a evolução dos anos.

De 2016 para 2017 destaca-se os concelhos de Alcoutim, Almeida, Alvito, Barreiro, Boticas, Cadaval, Felgueiras, Ferreira Do Zêzere, Gavião, Montemor-o-Velho, Murça, Porto de Mós, Proença-a-Nova, Ribeira de Pena, Santa Comba Dão, São João da Pesqueira, Sátão, Sobral de Monte Agraço e Vila Velha de Ródão. Por sua vez, para os anos de 2017 para 2018 destacam-se os concelhos de Abrantes, Aguiar da Beira, Alcochete, Alenquer, Ansião, Barrancos, Barreiro, Campo Maior, Cartaxo, Celorico de Basto, Mação, Murça, Ourique, Penedono, Ponte de Sôr, Salvaterra de Magos e Vimioso.

Contudo, com o passar dos anos também se verificou-se um decréscimo da oferta do número de camas nos concelhos de Montemor-o-Novo, Valpaços, Vimioso e Vizela, para o espaço temporal de 2016 a 2017. E os concelhos de Alpiarça e Palmela para a evolução do ano de 2017 para 2018.

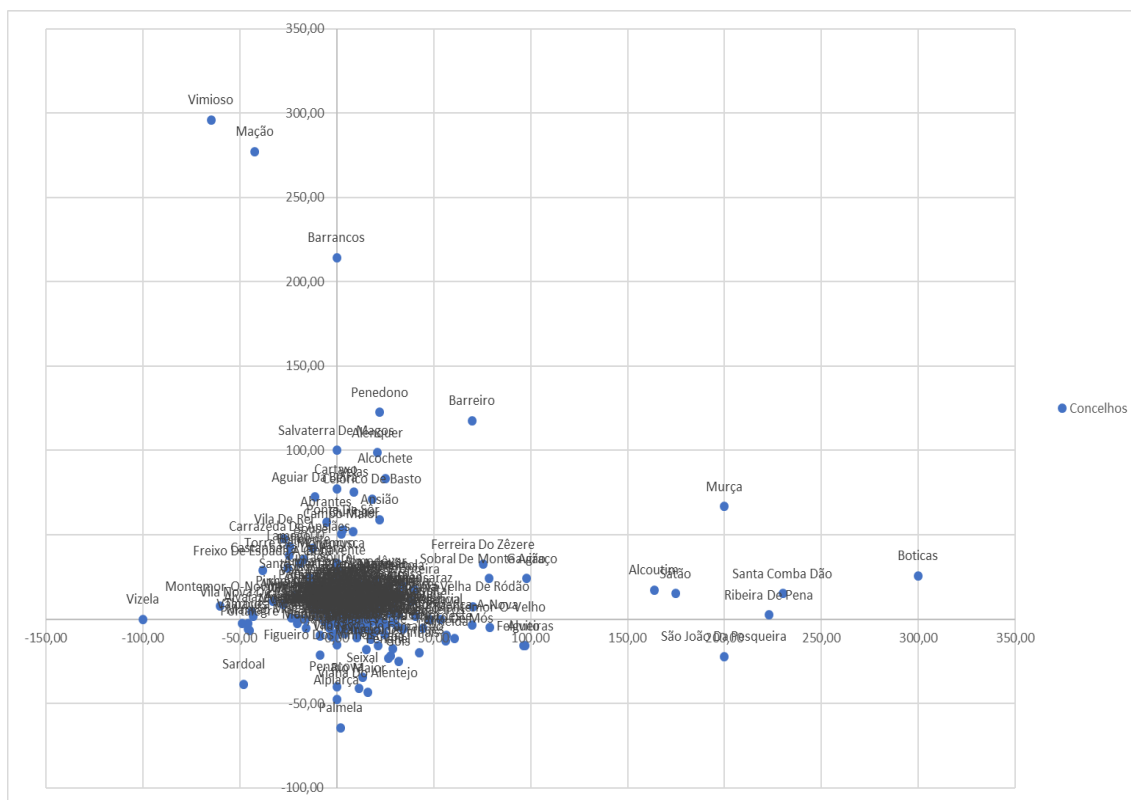


Figura 11 - Evolução Espaço-temporal do Número de Camas no de 2016 a 2018

No que diz respeito a oferta de estabelecimentos turísticos por NUTS II (figura 12) para os anos 2017, 2018 e 2019, observa-se que o alojamento local se regista em todas as NUTS e é a maior representatividade nas mesmas. De seguida, o turismo no espaço rural (TER) é o que tem também maior evidência em todas as NUTS com exceção da área metropolitana de Lisboa.

Por sua vez os apartamentos turísticos, os aldeamentos turísticos e os hotéis-apartamentos apenas se destacam na região do Algarve, em todos os anos. No que se refere à oferta turística das pousadas verifica-se a sua existência na área metropolitana de Lisboa e no Alentejo.

Relativamente aos hotéis de 5* a sua maior oferta destaca-se na área metropolitana de Lisboa e no Algarve. E por fim, no referente aos hotéis de 1*, 2*, 3* e 4* verifica-se a sua existência em todas as NUTS.

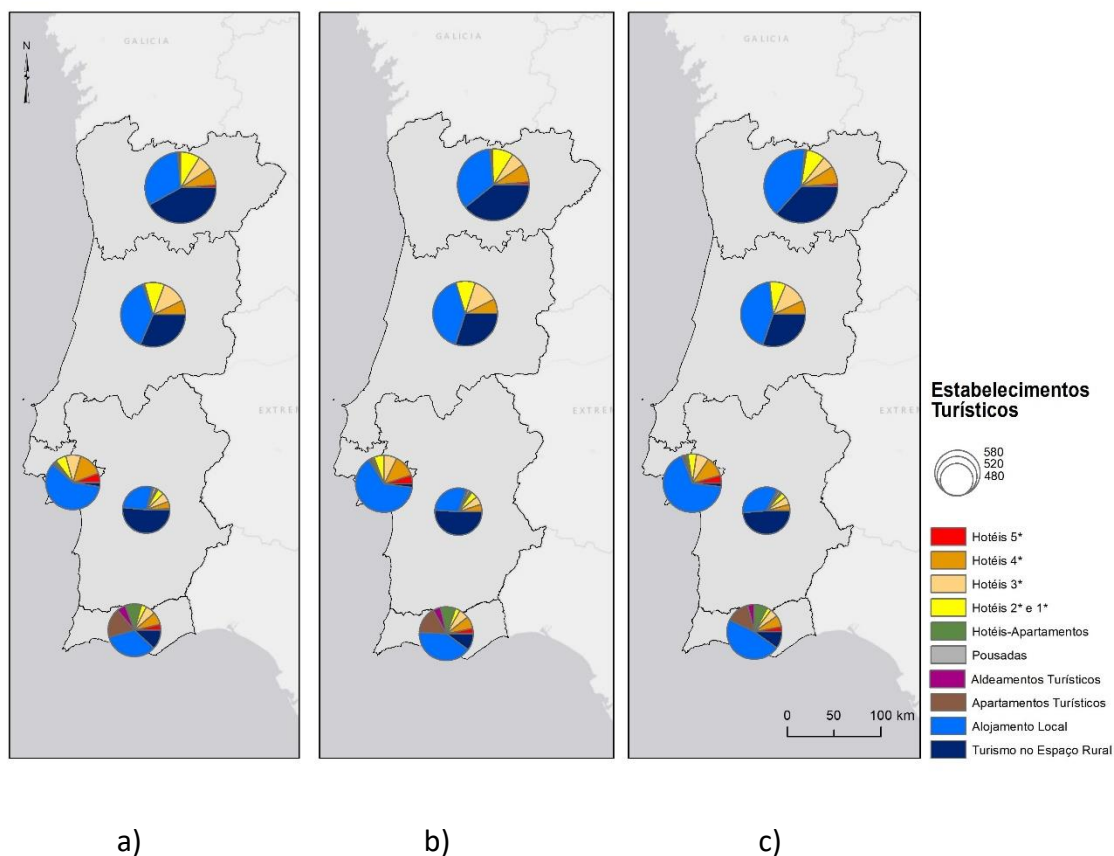


Figura 12 - Oferta de Estabelecimentos Turísticos por NUTSII para os anos 2017 a),2018 b) e 2019 c)

Analisando a figura 13, que representa o índice de preferência dos concelhos entre si, é visível que os turistas preferem Portugal Continental no geral do que o concelho onde se encontram, contudo contrariamente também se evidencia a sul de Portugal o local onde os turistas mais preferem estar, pois é uma das regiões mais turísticas devido às Praias, Falésias e Marinas, à diversidade da oferta Hoteleira (Resorts Integrados/ Turismo Residencial), à prática de Turismo de Saúde e Bem-Estar e Turismo Náutico e às atividades de animação (parques aquáticos e temáticos), como é o caso dos concelhos de Castro Marim, Tavira (com exceção do ano 2018) e Loulé (Turismo de Portugal, 2014).

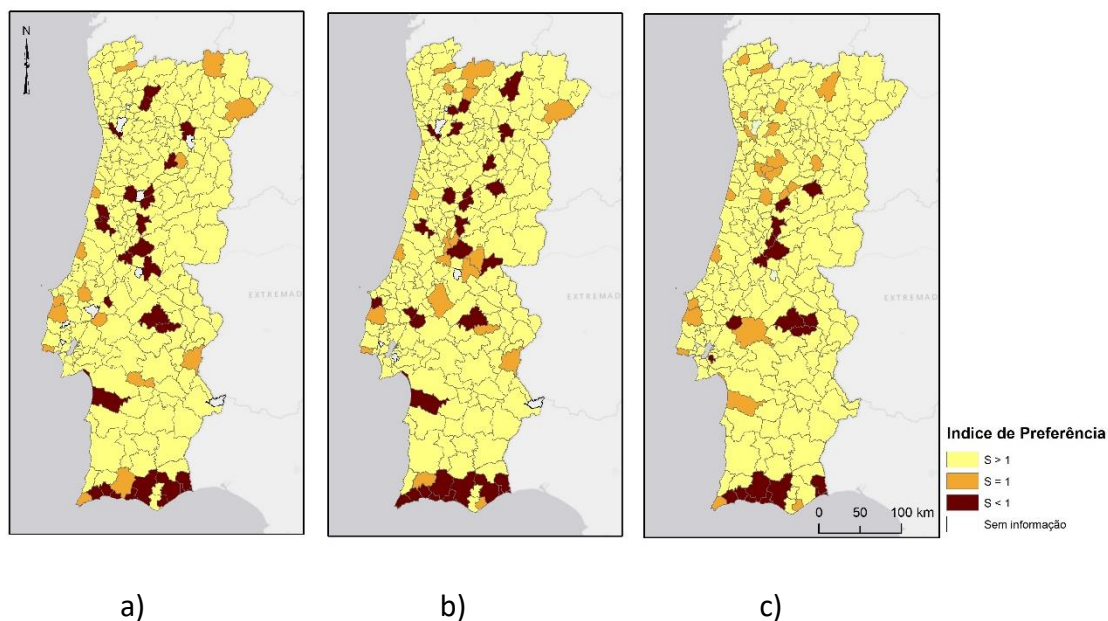


Figura 13 - Índice de Preferência dos concelhos para os anos de 2016 a), 2017 b) e 2018 c)

Realçam-se ainda, para o ano de 2016, os concelhos com maior preferência pertencentes ao PNCT de Cabeceiras de Basto, Celorico de Basto, São João da Pesqueira, Sátão, Carregal do Sal, Tábua, Mortágua, Góis, Sertã, Ferreira do Zêzere, Mação, Avis, Sousel, Grândola. Por sua vez no ano de 2017, para além dos já destacados anteriormente destacaram-se os concelhos de Valpaços, Gouveia e Vila Velha de Ródão. Por fim em 2018, evidenciam-se os concelhos de Gouveia, Tábua, Góis, Pedrógão Grande, Sertã, Ferreira do Zêzere, Fronteira, Avis e Sousel.

Segundo a Estratégia de Turismo 2027, estes concelhos situados no Norte do país destacam-se pela oferta de degustações de vinhos, pelas aldeias vinhateiras e quintas, como também a oferta de parques naturais, como por exemplo o parque nacional Peneda Gerês e o parque natural de Alvão. O Norte do país ainda oferece uma vasta e diversificadas paisagens à beira-rio, miradouros e um maior número de estâncias termais do país. A nível gastronómico destacam-se os produtos típicos, assim como, as típicas feiras e romarias com a sua diversidade de artesanato.

Por sua vez, o centro de Portugal, segundo o mesmo plano oferece as visitas as aldeias de xistos, praias fluviais e atividades de ar livre (percursos pedestres, golfe, BTT). Por último a zona do Alentejo proporciona património natural, artes e ofícios tradicionais, produtos e sabores mediterrânicos, igrejas e conventos bem como castelos, fortalezas e aldeias típicas.

Por fim é possível observar a ausência de informação dos concelhos de Vizela, Sardoal, Odivelas e Barrancos para os anos de 2016 e 2017. Para os anos de 2016, para além dos já referidos anteriormente acrescentam-se os concelhos de Paredes, Penedono, Santa Comba Dão, Cartaxo, Sobral de Monte Agraço. Para o ano de 2017, Moita também não apresenta resultados e para o ano de 2018 os concelhos sem informação são os de Paredes, Sardoal e Odivelas.

No que se refere à análise de clusters (figura 14) foi utilizada a métrica das distâncias euclidianas, em que as árvores de ligação evidenciam, muito facilmente, o modo com se efetuam os ajuntamentos entre grupos e o nível de semelhança a que se efetuam, ou seja, representa grupos, os mais homogéneos possíveis.

De seguida, efetuando um corte no campo relativamente aos meses, pelo valor da distância de 5, resultou num valor total de 4 grupos. Com base no dendrograma conseguimos identificar:

- Grupo 1: Fev17, Fev18, Jan18, Fev19, Mar17, Nov17, Jan19, Dez17 e Dez18.
- Grupo 2: Nov19, Mar19, Dez19, Nov18, Mar18, Abr18, Out17, Jun17, Abr17 e Mai17.
- Grupo 3: Ago19, Ago17 e Ago18.
- Grupo 4: Jul17, Jul18, Jul19, Out19, Mai19, Jun19, Set19, Mai18, Out18, Abr19, Set18, Jun18 e Set17.

Deste modo constata-se que o grupo 1 agrupa os meses sobretudo de inverno, o grupo 2 é o mais heterogéneo de todos, apresentando vários meses ao longo do ano, por sua vez o grupo 3 é o mês de agosto que apresenta os valores mais elevados de número de operações em praticamente todos os concelhos dos três anos em estudo e por fim o grupo 4 apresenta os meses antes e depois do mês de agosto.

Deste modo observamos que no eixo do x temos a variável mês/ano, aqui está em falta o mês de janeiro de 2017, por não ter sido possível a obtenção dos dados, e no eixo do y temos os concelhos de Portugal Continental.

Relativamente ao eixo do y, que diz respeito aos concelhos de Portugal Continental, destacam-se dois concelhos onde o investimento é mais elevado, sendo eles o concelho de Lisboa e Porto que no ano de 2019 atingiu 1 259 137 890€ e 378 228 699€ respetivamente. Seguidamente destaca-se também Loulé com um investimento de 242 905 091€, Albufeira com 219 901 552€, Cascais com 156 902 585€ e Funchal com 142 800 386€, os restantes concelhos mantem-se mais homogéneos entre si.

Destaca-se também 2 grupos de concelhos mais homogéneos, sendo eles, os concelhos de Portimão e Lagoa que são cidades pequenas, mas com muita atividade turística, assim como Cantanhede e Castro Marim que são concelhos do interior e também eles como muito turismo.

Na caracterização dos fluxos (figura 15) relativos ao número de dormidas, o estudo foi feito para os mercados que mais representatividade tinham em Portugal Continental, deste modo para o ano 2018, o mercado de Reino Unido é o que têm maior destaque com 7 296 807 dormidas, de seguida temos três mercados que estão na mesma classe são eles a Espanha, a Alemanha e a França com 4 554 469, 4 077 683 e 3 829 803 números de dormidas, respetivamente.

Os mercados deste treze que têm menos representatividade é o Luxemburgo com 105 665 e a Rússia 399 597 dormidas em Portugal Continental. Na classe intermédia temos os mercados do Brasil com 2 539 504, Países Baixos com 2 169 936 e Estados Unidos da

América com 2 005 054. Os restantes mercados situam-se na classe 399 598 a 864 591 e são eles a Bélgica, a Suíça, a Polónia e a China.



Figura 15 - Mapa de Fluxos dos Principais Mercados com Maior Número de Dormidas para Portugal Continental no ano de 2018

Com o intuito de uma melhor compreensão, de seguida é apresentado por CAE o mercado que investe mais dinheiro por concelhos para o ano de 2019 por trimestre. Dos 13 mercados estudados, a POL e a RUS não marcam presença em nenhuma das CAE pois nunca registaram o maior valor de investimento por concelho, também existem concelhos que a SIBS não apresenta resultados pois são considerados valores residuais.

Na figura 16 referente à CAE Alojamento observamos a predominância do mercado da GBR nos concelhos com dados e com uma maioria a sul de Portugal. Também é observável no terceiro trimestre que temos mais concelhos com valores, o que pode dar-se ao facto de ser os meses de verão e isto corresponder aos imigrantes que venham cá passar férias. Verificamos ainda a inexistência do mercado de LUX e da CHN nesta CAE.

De seguida no primeiro trimestre observa-se nos concelhos de Belmonte e Covilhã foi o BRA quem mais investiu, realçando no litoral norte os mercados de GBR e ESP com mais

predominância, assim como também na zona oeste e área metropolitana de Lisboa. Salientar que no concelho de Estremoz e Arraiolos é o mercado de FRA e NLD que investem mais respetivamente.

No segundo trimestre surge mais o mercado ESP comparativamente ao primeiro trimestre na zona do litoral norte e nos concelhos de Elvas, Évora e Reguengos de Monsaraz, isto pode dar-se a facto de serem concelhos junto à fronteira. E um cluster do mercado GBR nos concelhos de Oliveira do Hospital, Seia, Covilhã, Fundão, Castelo Branco e Idanha-A-Nova.

Por sua vez no terceiro trimestre, surge mais o mercado FRA nos concelhos do litoral norte em conjunto com o mercado ESP. O cluster identificado anteriormente manteve-se também neste trimestre. Neste trimestre temos os concelhos de Serpa e Mértola, que é o mercado de FRA e NLD que mais gastam em alojamento neste trimestre, comparativamente aos outros trimestres que era ESP ou nenhum mercado que investia.

No último trimestre surge nos concelhos de Murça e Carraceda de Ansiães o mercado de USA. Evidencia-se no interior mais perto da fronteira os concelhos que tem dados é o mercado de ESP que mais investe em alojamento, com a exceção do concelho de Castelo Branco que é o mercado dos USA, o concelho de Castelo de Vide cujo mercado é GBR e o concelho de Castro Marim com o mercado da DEU.

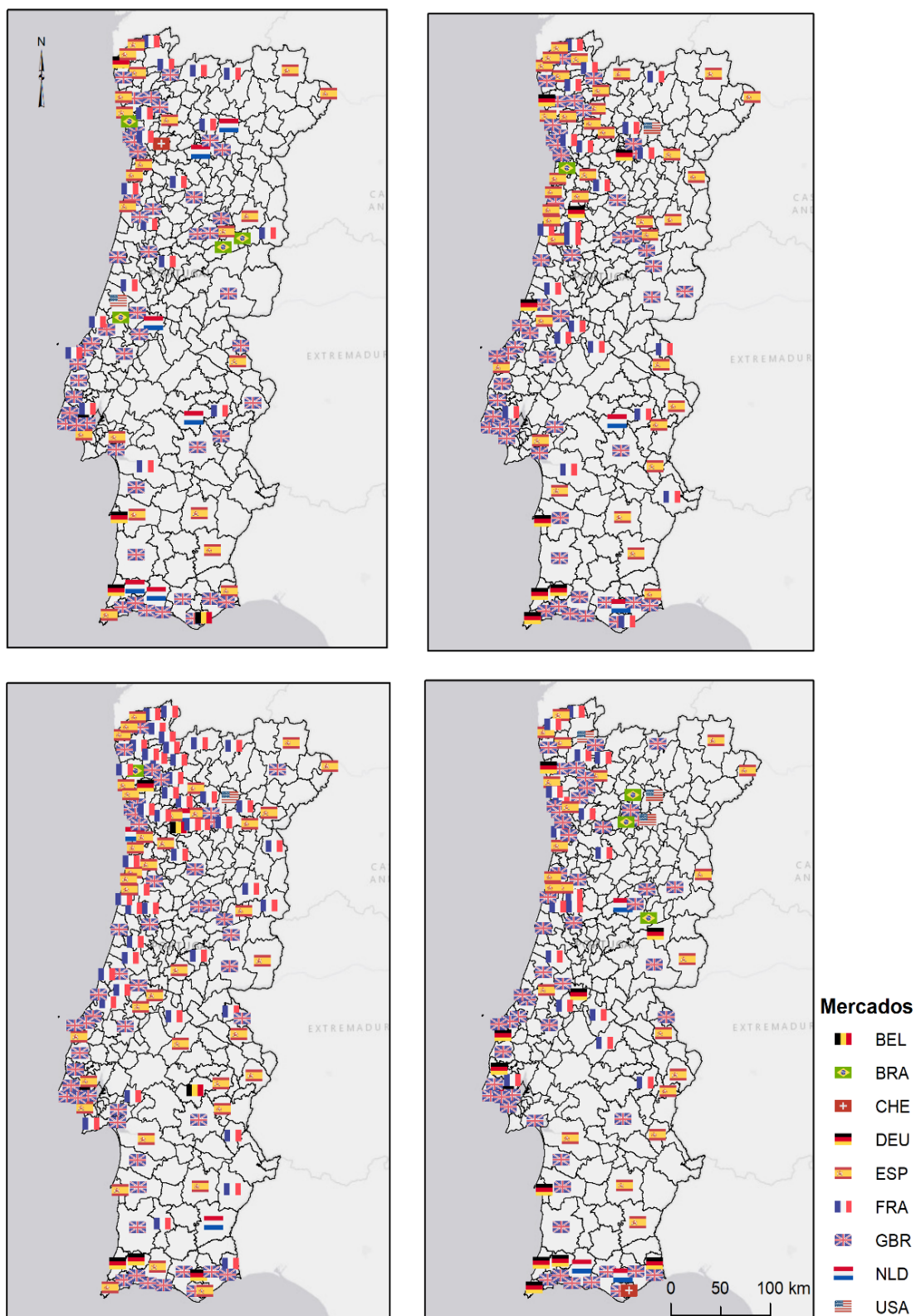


Figura 16 - Valor Trimestral de Gastos em Alojamento no Ano de 2019 por Concelho

No que diz respeito à CAE Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, representada na figura 17, observamos que em 2019 temos uma predominância do mercado de FRA em todo o território de Portugal Continental, assim com o mercado do GRA que se destaca a sul de Portugal e o mercado de ESP que se observa maioritariamente no interior mais perto da fronteira.

Relativamente ao primeiro trimestre temos um cluster do mercado CHE nos concelhos de Lamego, Resende, Cinfães e Castro Daire, e do mercado LUX nos concelhos de Tondela, Mortágua e Cantanhede.

Quanto ao segundo trimestre observamos que no cluster, anteriormente referido, do mercado LUX aumenta com o surgimento do concelho de Mira. Surge ainda um novo cluster do mercado do GBR nos concelhos de Arganil, Pampilhosa da Serra e Góis. Temos ainda outro destaque no mercado de ESP nos concelhos de Portalegre, Monforte, Elvas, Estremoz, Borba e Vila Viçosa. Apesar dos concelhos de Alandroal, Reguengos de Monsaraz e Moura estarem na fronteira não apresentam o mercado de ESP, mas sim o mercado de NLD em Alandroal e FRA nos outros dois concelhos.

Em relação ao terceiro trimestre temos um surgimento do mercado da CHE nos concelhos de Tabuaço, Lamego, Tarouca e Castelo de Paiva. Surge também e apenas neste trimestre o mercado de FRA nos concelhos de Abrantes, Ponte de Sor, Avis, Sousel, Estremoz, Évora, Alandroal, Reguengos de Monsaraz e Moura.

Por último, no quarto trimestre temos um cluster do mercado de ESP nos concelhos de Elvas, Borba, Estremoz, Arraiolos e Évora. Contudo em concelhos do interior junto da fronteira destaco o concelho de Figueira de Castelo Rodrigo, Campo Maior e Castro Marim, com os mercados de NLD, DEU e USA, respetivamente, em vez do habitual mercado de ESP.

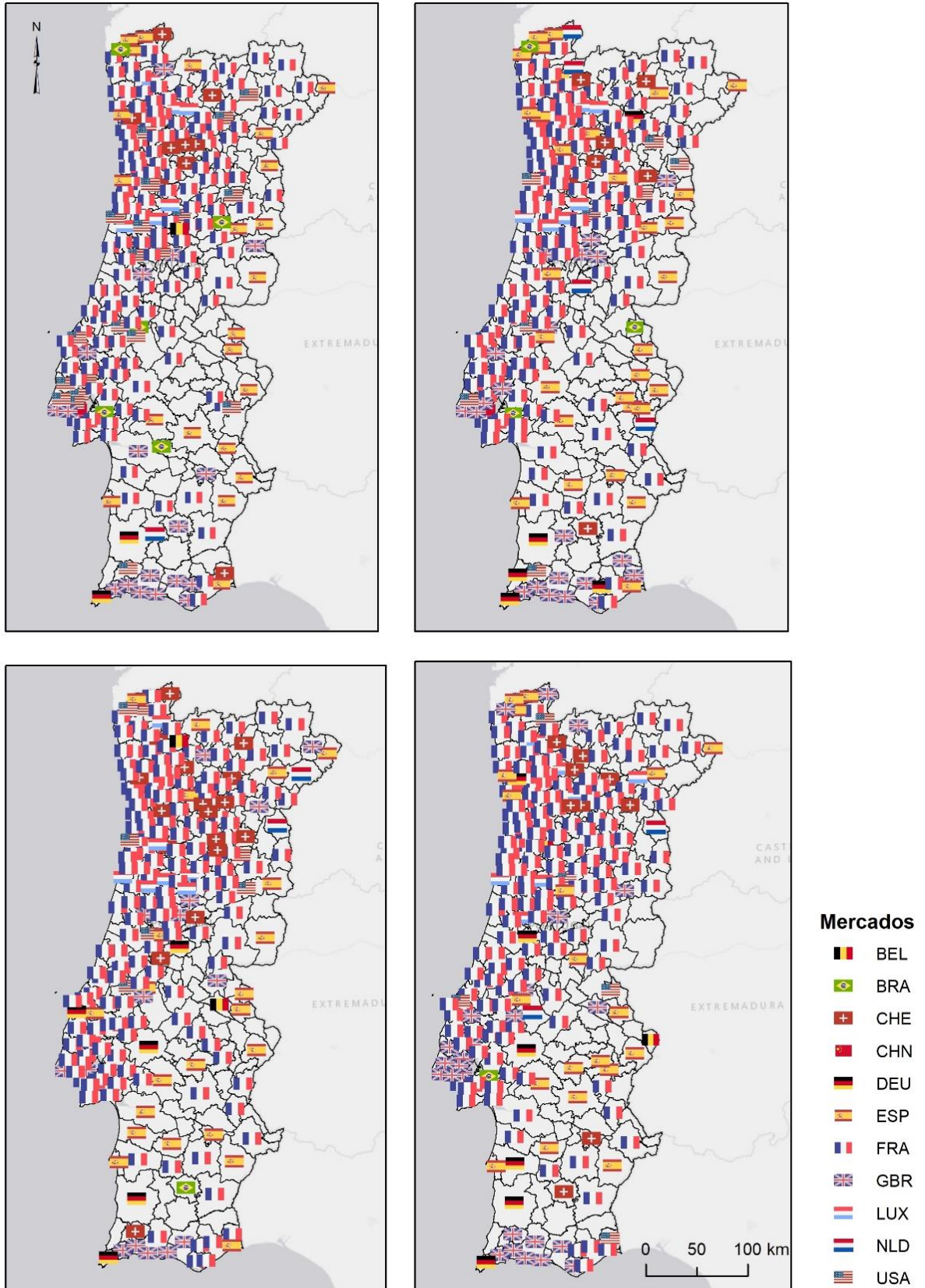


Figura 17 - Valor Trimestral de Gastos em Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motocicletas no Ano de 2019 por Concelho

Relativamente à figura 18, que diz respeito à CAE da Restauração e similares continuamos com a predominância do mercado de FRA em todo o Portugal Continental assim como o mercado do GBR a sul de Portugal do mesmo modo que o mercado de ESP continua com a predominância nos concelhos do interior junto à fronteira.

No que se refere ao primeiro trimestre, dos concelhos junto à fronteira, há exceções relativamente à afirmação anteriormente referida, sendo ele o concelho de Figueira de Castelo Rodrigo com o mercado do GBR. Seguidamente, em relação ao segundo trimestre destaca-se os concelhos de Manteigas, Belmonte e Covilhã com o mercado do BRA. No terceiro trimestre nesta CAE é o que apresenta mais resultados, destacando o mercado da BEL nos concelhos de Almeida, Porto Mós, Ponte de Sor e Aljustrel. No último trimestre os concelhos de Aveiro, Ílhavo, Águeda, Tondela, Nelas, Manteigas e Belmonte tem predominância do mercado ESP enquanto no trimestre anterior tinham o mercado de FRA.

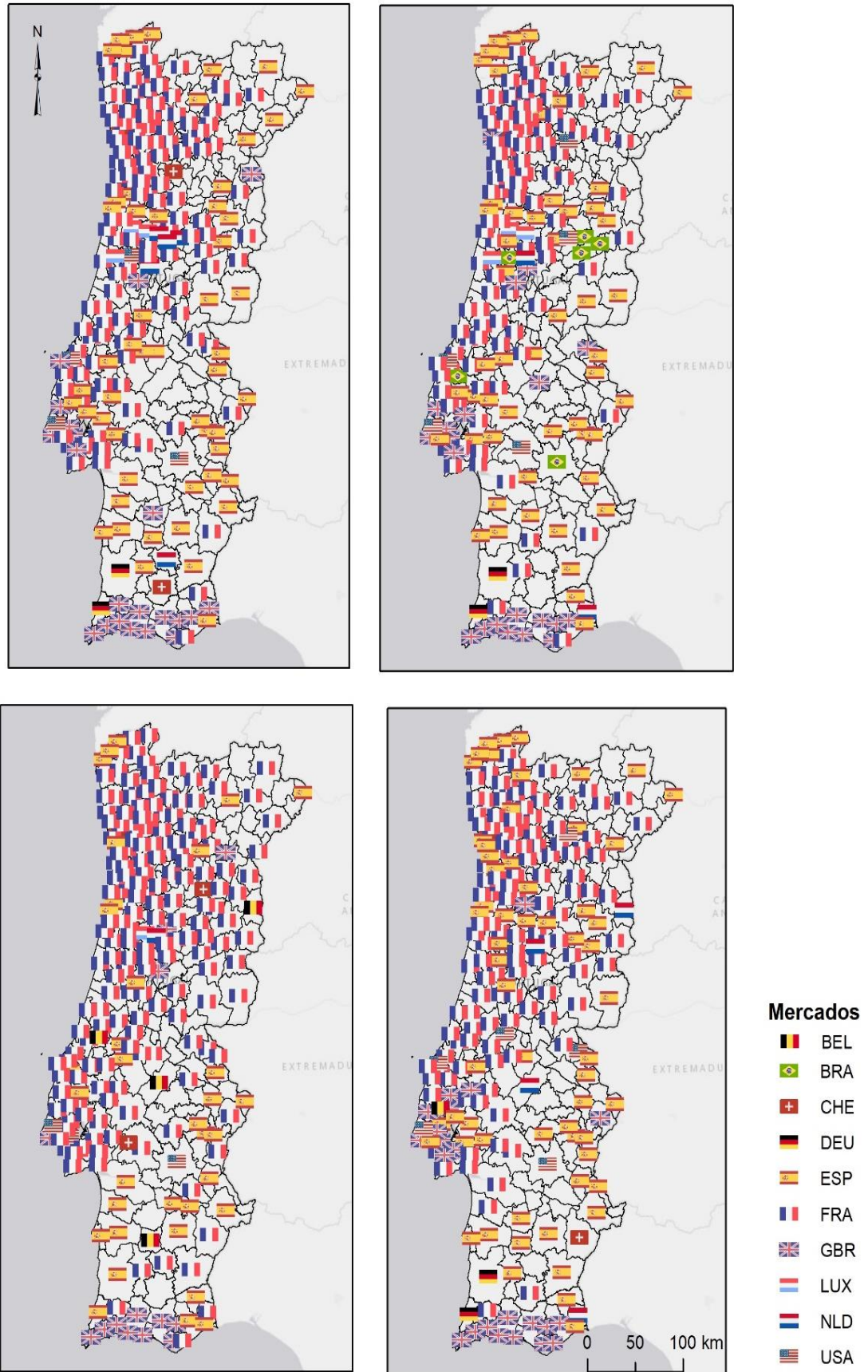


Figura 18 - Valor Trimestral de Gastos em Restauração e similares no Ano de 2019 por Concelho

5. Considerações finais

Reconhecendo a importância do turismo como motor do desenvolvimento cultural e económico, o presente relatório de estágio, efetuado no Turismo de Portugal, I.P., pretendeu analisar onde o turista investe mais dinheiro por concelho, tendo por base inicial o número de dormidas.

No referente à balança turística no ano de 2019, observou-se que Portugal apresenta a quinta posição dos países com maior saldo (13,1 mil milhões de euros) na balança turística da União Europeia.

No que diz respeito à oferta do número de camas na caracterização do desvio padrão a zona norte interior é que se apresenta abaixo da média nacional, em contrapartida a zona da AML e o grande Porto apresentam-se acima da média nacional. Sendo ainda a grande maioria dos concelhos mantem-se no meio da média nacional.

Em análise ao mapa da oferta de estabelecimentos turísticos por NUTSII, é visível uma grande oferta de alojamento local em todo o território nacional.

No caso do índice de preferência a classe mais baixa é notória em quase todo Portugal Continental, mas em contrapartida a região a sul de Portugal evidencia-se por ser a preferida dos turistas, devido ao facto da oferta do turismo de Sol e Mar, salientando a ausência de investimento nas outras regiões.

Relativamente ao número de operações realizadas, os meses de verão destacam-se em todos os concelhos, sobretudo o mês de agosto. No que diz respeito aos concelhos evidenciam-se Lisboa e Porto como sendo as regiões onde os turistas mais investem em Portugal Continental.

Por sua vez na caracterização do fluxo do número de dormidas, o Reino Unido destaca-se como sendo o principal mercado internacional. Logo de seguida apresenta-se a

Espanha, a Alemanha e a França. Sendo que neste estudo, o Luxemburgo e a Rússia são os que tem menos destaque neste indicador.

Nos mercados em estudo é de salientar a existência dos mercados estratégicos, os mercados de aposta e os de crescimento, não existindo nenhum mercado de atuação seletiva.

Quanto a nível da CAE, o Comércio a retalho liderou como setor de atividade. Destacando-se o mercado da França e do Reino Unido como sendo os mercados onde houve mais gastos com recurso a cartões bancários em Portugal Continental. Os cartões de França, Suíça e Luxemburgo, nos meses de verão, destacam-se em quase todas as CAE'S, dada a presença de muitos emigrantes nesta época. Na CAE do Alojamento observamos que Luxemburgo apresentam-se menos gastos comparativamente as outras duas CAE onde se destaca.

Salientar ainda a inexistência dos mercados da Polónia e Rússia em todas as CAE, deve-se ao facto de ambos nunca serem os principais investidores em nenhum concelho, contudo são mercados que apesar da sua ausência de representatividade também investem em Portugal Continental. E também evidenciar a ausência de resultados em alguns concelhos pois a SIBS considera resultados residuais.

A informação geográfica tem-se revelado um forte ativo para este tipo de estudos, pois podemos ter uma melhor perceção da distribuição dos fluxos dos turistas, e hoje em dia é praticamente indispensável para ajudar nas tomadas de decisão.

Referências

- Aghabozorgi, S., Seyed Shirshorshidi, A., & Ying Wah, T. (2015). Time-series clustering – A decade review. *Information Systems*, 53, 16–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.is.2015.04.007>
- Baptista, M. (1997). *Turismo, Competitividade Sustentável*. (Verbo, Ed.) (Lisboa).
- Barros, J. da C. (2004). *A Projecção do Quotidiano no Turismo e no Lazer*. (I. S. C. S. E. Políticas, Ed.).
- Brito, B. R. (2010). O Turista e o Viajante: Contributos para a conceptualização do Turismo alternativo e Responsável, *2010(Unesco 1997)*, 1–17.
- Cunha, L. (1993). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário, *00226020(3)*, 1–8.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. (Verbo, Ed.).
- Fernandes, P. O., Monte, A. P., & Cepeda, F. J. T. (2001). Índice de preferência pelos destinos turísticos - região Norte de Portugal. *Conferencia Internacional CIMAF'2001 - XI Encuentro Cuba-México de Estadística*, 1–10.
- Ferreira, A. M. P. J. (2000). Dados Geoquímicos de Base de Sedimentos Fluviais de Amostragem de Baixa Densidade de Portugal Continental: Estudo de Factores de Variação Regional. *Tese de Doutoramento. Universidade de Aveiro. Departamento de Geociências. Aveiro, (2)*, 19–61.
- Fonseca, Â. C. D. (2010). O Turismo como factor de desenvolvimento económico O Turismo como factor de desenvolvimento económico.
- Guijo-Rubio, D., Durán-Rosal, A. M., Gutiérrez, P. A., Troncoso, A., & Hervás-Martínez, C. (2018). Time series clustering based on the characterisation of segment typologies. *ArXiv*, (January). <https://doi.org/10.1109/tcyb.2019.2962584>
- INE. (n.d.). Sistema Integrado de Metainformação- conceitos. Retrieved September 10, 2020, from <https://smi.ine.pt/ConceitoPorTema?clear=True>
- INE. (2018a). Estatísticas do Turismo - 2017. Retrieved December 21, 2021, from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=320462327&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2
- INE. (2018b). *Estatísticas do Turismo - 2017. Instituto Nacional de Estatística*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- INE. (2019a). *Estatísticas de turismo 2018*.
- INE. (2019b). Estatísticas do Turismo - 2018. Retrieved December 21, 2021, from

- https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=358629548&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2
- INE. (2020a). Estatísticas do Turismo - 2019. Retrieved February 21, 2021, from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=445437698&PUBLICACOESmodo=2
- INE. (2020b). *Estatísticas do Turismo 2019. Estatísticas do Turismo 2019.*
- Luís, E. (2002). Turismo no espaço rural em Portugal. *GeoNova*, (5), 139–152.
- Maria, C. (2011). A IMAGEM DOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MONTANHA : OLHARES DOS RESIDENTES.
- Maricato, N. (2012). O Turismo em Portugal: Tendências e Perspectivas, 71.
- Ministério da Economia e da Inovação. (2009). Decreto-Lei n.º 191/2009. *Diário Da Republica*, 1ªserie(Nº158), 5336–5341.
- Miranda, P. M. M. de. (2017). Turismo balnear e dinâmicas territoriais.
- Morais, C. (2005). Descrição , análise e interpretação de informação quantitativa Escalas de medida , estatística descritiva e inferência estatística Índice. *Instituto Politécnico de Bragança*, 15, 31.
- Moreira, A. (2010). Terminologia e tradução: criação de uma base de dados terminológica do turismo. *Corpus*.
- Natureza, P. De. (2012). Escola Superior De Hotelaria E Turismo Do, 1–4.
- Prazeres, J. (2015). Turismo Religioso: Fátima no Contexto dos Santuários Marianos Europeus. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1145–1170. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.078>
- Presidência do Conselho de Ministros. (1986). Resolução do Conselho de Ministros n.º 17-B/86. *Diário Da Republica*, 1ª serie(Nº37), 404 (2)-404 (5). Retrieved from <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/508179/details/maximized?perPage=100&sort=whenSearchable&q=Constituição+da+República+Portuguesa&sortOrder=ASC>
- Presidência do Conselho de Ministros. (2002). Resolução do Conselho de Ministros n.º 12/2002, 507–508. Retrieved from <https://dre.pt/pesquisa/-/search/239219/details/maximized?jp=true/en/en/en>
- Presidência do Conselho de Ministros. (2007). Plano nacional do turismo.
- Presidência do Conselho de Ministros. (2017). Estratégia para o Turismo 2027, 5522–5532.
- Rodrigues, B. (2018). Turismo Cultural e Desenvolvimento. A Rota das Catedrais e o Caso de Santarém. *Tese de Doutoramento Em Turismo, Lazer e Cultura*, 22, 96–118.
- Rote, G. (1991). Computing the minimum Hausdorff distance between two point sets on a line

- under translation. *Information Processing Letters*, 38(3), 123–127.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0020-0190\(91\)90233-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0020-0190(91)90233-8)
- Sampaio, E., Ramos, M., & Barroso, M. (2010). *Exercícios de Estatística Descritiva para as Ciências Sociais*. (L. Edições Sílabo, Ed.) (2º Edição).
- Santos, J. M. (2018). Turismo de Natureza: Procura Turística e Imagem dos Espaços Naturais, 121. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10400.19/5245>
- SIBS. (n.d.). Empresa. Retrieved March 19, 2020, from <https://www.sibs.com/empresa/>
- Silva, M. D. S. M. (2016). Gestão da segurança no turismo de aventura em Portugal, 250.
- Silva, S., & Carvalho, P. (2012). Turismo Termal em Portugal: as Perspetivas dos Gestores Das Estâncias Termais da região Centro, (January).
- Turismo de Portugal. (n.d.-a). GUIA ORIENTADOR | ABORDAGEM AO TURISMO NA REVISÃO DE PDM.
- Turismo de Portugal. (n.d.-b). Missão e visão. Retrieved January 16, 2021, from http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem_somos/Organizacao/Missao_Visao/Paginas/default.aspx
- Turismo de Portugal. (n.d.-c). Receitas Turísticas no PIB. Retrieved February 21, 2021, from <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/Sustentabilidade/receitas-no-pib.aspx>
- Turismo de Portugal. (2013). Sobre Portugal. Retrieved March 18, 2020, from <https://www.visitportugal.com/pt-pt/sobre-portugal/biportuga>
- Turismo de Portugal. (2014). Para O Desenvolvimento Do Turismo Em Portugal. *Turismo 2020*, 187.
- Turismo de Portugal. (2017). Estratégia Turismo 2027. Retrieved December 6, 2019, from https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf
- Turismo de Portugal. (2019). Turismo de Portugal associa-se à SIBS, através do serviço SIBS Analytics, para aprofundar conhecimento sobre os comportamentos de consumo dos turistas nacionais e internacionais. Retrieved from http://www.turismodeportugal.pt/pt/Media/Notas_Imprensa/Paginas/turismo-de-portugal-associa-se-a-sibs.aspx
- Turismo de Portugal. (2020a). TravelBy.
- Turismo de Portugal. (2020b). Turismo 2020.
- Turismo de Portugal. (2021). Turismo em Portugal e NUTS II - 2019, 156. Retrieved from https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/turismo-em-portugal-2019.aspx?fbclid=IwAR289ttSToTNGcAeeue_SRa4SsRYofTF03LApaldyzeAbuCfVX8bZpx7T

Ag

Unidade de Missão para a Valorização do Interior. (2016). Programa Nacional para a COESÃO, 1–136.

Wang, X., Mueen, A., Ding, H., Trajcevski, G., Scheuermann, P., & Keogh, E. (2013). Experimental comparison of representation methods and distance measures for time series data. *Data Mining and Knowledge Discovery*, 26(2), 275–309. <https://doi.org/10.1007/s10618-012-0250-5>

Warren Liao, T. (2005). Clustering of time series data—a survey. *Pattern Recognition*, 38(11), 1857–1874. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.patcog.2005.01.025>

Anexos

NUTS III	Concelhos	NUTS III	Concelhos
Alentejo Central	Alandroal	Beiras e Serra da Estrela	Manteigas
	Arraiolos		Meda
	Borba		Pinhel
	Estremoz		Sabugal
	Évora		Seia
	Montemor -o -Novo		Trancoso
	Mora		Amares
	Mourão	Cávado	Terras de Bouro
	Portel		Vila Verde
	Redondo		Alijó
	Reguengos de Monsaraz	Douro	Armamar
	Vendas Novas		Carraceda de Ansiães
	Viana do Alentejo		Freixo de Espada à Cinta
	Vila Viçosa		Lamego
Alentejo Litoral	Alcácer do Sal		Mesão Frio
	Grândola		Moimenta da Beira
	Odemira		Murça
	Santiago do Cacém		Penedono
Algarve	Alcoutim		Peso da Régua
	Aljezur		Sabrosa
	Castro Marim		Santa Marta de Penaguião
	Monchique		São João da Pesqueira
	Loulé		Sernancelhe
	Silves	Tabuaço	
	Tavira	Tarouca	
	Vila do Bispo	Torre de Moncorvo	
Alto Alentejo	Alter do Chão	Lezíria do Tejo	Vila Nova de Foz Côa
	Arronches		Vila Real
	Avis		Chamusca
	Campo Maior	Coruche	
	Castelo de Vide	Santarém	
	Crato	Médio Tejo	Abrantes
	Elvas		Constância
	Fronteira		Ferreira do Zêzere
	Gavião		Mação
	Marvão		Ourém
	Monforte		Sardoal
	Nisa		Sertã
	Ponte de Sor		Tomar
	Portalegre		Vila de Rei
Sousel	Vila Nova da Barquinha		
Alto Minho	Arcos de Valdevez	Região de Aveiro	Águeda
	Caminha		Sever do Vouga
	Melgaço	Região de Coimbra	Arganil

	Monção		Condeixa -a -Nova
	Paredes de Coura		Góis
	Ponte da Barca		Lousã
	Ponte de Lima		Miranda do Corvo
	Valença		Mortágua
	Vila Nova de Cerveira		Oliveira do Hospital
	Viana do Castelo		Pampilhosa da Serra
Alto Tâmega	Boticas		Penacova
	Chaves		Penela
	Montalegre		Soure
	Ribeira da Pena		Tábua
	Valpaços		Vila Nova de Poiares
	Vila Pouca de Aguiar		Alvaiázere
Área Metropolitana do Porto	Arouca	Região de Leiria	Ansião
	Vale de Cambra		Castanheira de Pêra
Ave	Cabeceiras de Basto		Figueiró dos Vinhos
	Fafe		Pedrógão Grande
	Guimarães		Pombal
	Mondim de Basto		Porto de Mós
	Póvoa de Lanhoso	Aguiar da Beira	
	Vieira do Minho	Carregal do Sal	
Baixo Alentejo	Aljustrel	Região de Viseu Dão Lafões	Castro Daire
	Almodôvar		Mangualde
	Alvito		Nelas
	Barrancos		Oliveira de Frades
	Beja		Penalva do Castelo
	Castro Verde		Santa Comba Dão
	Cuba		São Pedro do Sul
	Ferreira do Alentejo		Sátão
	Mértola		Tondela
	Moura		Vila Nova de Paiva
	Ourique		Viseu
	Serpa		Vouzela
	Vidigueira		Amarante
Beira Baixa	Castelo Branco	Tâmega e Sousa	Baião
	Idanha -a -Nova		Castelo de Paiva
	Oleiros		Celorico de Basto
	Penamacor		Cinfães
	Proença -a -Nova		Marco de Canaveses
	Vila Velha de Ródão		Resende
Beiras e Serra da Estrela	Almeida	Terras de Trás -os -Montes	Alfândega da Fé
	Belmonte		Bragança
	Celorico da Beira		Macedo de Cavaleiros
	Covilhã		Miranda do Douro
	Figueira de Castelo Rodrigo		Mirandela

Fornos de Algodres	Mogadouro
Fundão	Vila Flor
Gouveia	Vimioso
Guarda	Vinhais

Anexo 1- Concelhos do Interior abrangidos pelo Programa Nacional para a Coesão Territorial